



Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

132



Cine, política audiovisual y comunicación



Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

132

agosto-noviembre
2016

Cine, política audiovisual y comunicación



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

EDITOR

Francisco SIERRA CABALLERO

COORDINADOR EDITORIAL

Gabriel GIANNONE

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Rosa ARMAS

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID

UNIMINUTO, Colombia

Fernando CASADO

Instituto de Altos Estudios Nacionales, Ecuador

Ana María DURÁN

Universidad del Azuay, Ecuador

Pablo Andrés ESCANDÓN MONTENEGRO

Medialab Quito-CIESPAL, Ecuador

Eduardo GUTIÉRREZ

Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO

UNIMINUTO, Colombia

Octavio ISLAS

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO

UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA

Universidad Católica de Temuco, Chile

José Rafael MORÁN

CIESPAL, Ecuador

Francisco Javier MORENO

CIESPAL, Ecuador

Fernando ORTIZ

Universidad de Cuenca, Ecuador

María PESSINA

CIESPAL, Ecuador

Jenny PONTÓN

FLACSO, Ecuador

Abel SUING,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO

Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

Rosa VALLEJO CASTRO

CIESPAL, Ecuador

Edgar VEGA

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Jair VEGA

Universidad del Norte, Colombia

José VILLAMARÍN CARRASCAL

Universidad Central del Ecuador

Jenny YAGUACHE,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

EDITORES ASOCIADOS

Norteamérica

Jesús GALINDO

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

Centroamérica

Hilda SALADRIGAS,

Universidad de La Habana, Cuba

Área Andina

Karina HERRERA MILLER,

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Cono Sur

Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS

Universidad de Chile

Brasil

Denis PORTO RENÓ,

Universidade Estadual Paulista, Brasil

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Rosa María ALFARO

CALANDRIA, Perú

Luis Ramiro BELTRÁN (+)

Enrique BUSTAMANTE

Universidad Complutense de Madrid, España

Mauro CERBINO

FLACSO, Ecuador

Eliseo COLÓN

Universidad de Puerto Rico

Miquel DE MORAGAS

Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Manuel DE PABLOS

Universidad de La Laguna, España

Carlos DEL VALLE ROJAS,

Universidad de La Frontera, Chile

Juan DÍAZ BORDENAVE, (+)

Heidi FIGUEROA SARRIERA

Universidad de Puerto Rico

Raúl FUENTES

ITESO, México

Valerio FUENZALIDA

Pontificia Universidad Católica de Chile

Raúl GARCÉS

Universidad de La Habana, Cuba

Juan GARGUREVICH

Pontificia Universidad Católica del Perú

Bruce GIRARD

Comunica.org

Alfonso GUMUCIO

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Antonio HOHLFELDT

PUCRS. Porto Alegre, Brasil

Gabriel KAPLÚN

Universidad de la República, Uruguay

Margarida María KROHLING KUNSCH

USP. Brasil

Margarita LEDO ANDIÓN

USC. España

José Carlos LOZANO RENDÓN

Universidad Internacional de Texas A&M. EE.UU.

José MARQUES DE MELO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI

Universidad Centroamericana, El Salvador

Jesús MARTÍN-BARBERO

Universidad Nacional de Colombia

Guillermo MASTRINI

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

María Cristina MATA

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Armand MATTELART

Université Paris 8, Francia

Toby MILLER

Cardiff University, Reino Unido

Walter NEIRA

Universidad de Lima, Perú

Neyla PARDO

Universidad Nacional de Colombia

Antonio PASQUALI

Universidad Central de Venezuela

Círcila KROHLING PERUZZO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

María Teresa QUIROZ

Universidad de Lima, Perú

Isabel RAMOS

FLACSO, Ecuador

Rossana REGUILLO

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

Germán REY

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Hernán REYES

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Omar RINCÓN

CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS

Universidad de La Habana, Cuba

Francisco SIERRA

USE. España

César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO

Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Muniz SODRÉ

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Guillermo SUNKEL

CEPAL - Naciones Unidas, Chile

Erick TORRICO

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

Gaëtan TREMBLAY

Université du Québec, Canadá

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

www.ciespal.org

www.revistachasqui.org

chasqui@ciespal.org

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

Coordinadora Monográfico Chasqui 132

Susana Sel

Suscripciones: <http://suscripcioneschasqui.ciespal.org>

Diseño editorial

André Maya Monteiro

Corrección de textos

Noemí Mitter, Rosimeire Barboza Da Silva

Maquetación

Arturo Castañeda Vera

Las ilustraciones utilizadas en este número se basan en esculturas de la cultura Jama-Coaque, comunidad indígena que se asentó en lo que es ahora el litoral ecuatoriano, entre los años 500 a.C. y 1531 d.C.

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada

CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

9 EDITORIAL

- 9 **Nuevas pantallas y política audiovisual**
Francisco SIERRA CABALLERO

21 TRIBUNA

- 23 **La comunicación en clave latinoamericana**
Erick TORRICO VILLANUEVA

37 MONOGRÁFICO

Cine, política audiovisual y comunicación

- 39 **Introducción: Cine, política audiovisual y comunicación**
Susana SEL
- 47 **El cine mexicano en tiempos de acuerdos y tratados internacionales: crisis, transformaciones y continuidades**
Lucila HINOJOSA CÓRDOVA
- 65 **Montañas rusas de gozo vano. Industria cultural, leyes y cine nacional**
Jorge Luis SERRANO
- 77 **Cine chileno y capitalismo neoliberal. Apuntes para una crítica de la economía política de la producción cinematográfica**
Roberto TREJO OJEDA
- 101 **Celso Furtado. Cultura e política cinematográfica**
Anita SIMIS
- 113 **Breve caracterización del Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos como industria cultural**
Hansel Pavel ORO ORO y Dasniel OLIVERA PÉREZ
- 127 **Países de Unasur: exhibición y nuevas pantallas de cine para una producción creciente**
Diego ROSSI
- 147 **Adentro y afuera del multiplex. Los estudios comerciales de audiencias del cine en América Latina**
Juan Carlos VALENCIA y María Alejandra BELTRÁN LÓPEZ
- 165 **2015, condiciones de mercado para la visibilidad de producciones independientes en la industria cinematográfica mexicana**
Andrés BARRADAS
- 183 **A configuração contemporânea da economia criativa do audiovisual no contexto brasileiro**
José Guibson DELGADO DANTAS, Gardia RODRIGUES
- 205 **Hollywood, el copyright y el TPP**
Karina LUCHETTI

223 ENSAYO

- 225 **A notícia e a lógica das sensações: uma contribuição para as teorias do jornalismo**
Leonel AZEVEDO DE AGUIAR y Angela SCHAUN
- 245 **Predicación, verdad y sujeto colonial: genealogías de la obediencia en contexto mapuche**
Patricio LEPE-CARRIÓN
- 261 **La institución de la ciberpolítica: gobernanza y código**
Lucas Emmanuel MISSERI
- 277 **La evolución del derecho a la comunicación ante la emergencia de la ciudadanía digital**
Francisco Javier MORENO GÁLVEZ
- 293 **A fugaz temporada para a leitura do suplemento *Sabático* (2010-2013) e o lugar da literatura na imprensa escrita latino-americana**
Wilson ALVES-BEZERRA

307 INFORME

- 309 **La construcción retórica de la corrupción**
Adriana ÁNGEL
- 329 **El discurso del periódico digital mapuche Werken.cl en torno al territorio: una aproximación semiótico-decolonial**
Juan Alfredo DEL VALLE ROJAS y Claudio Andrés MALDONADO RIVERA
- 351 **La narrativa urbana de Popayán (Colombia) en la primera mitad del siglo XX. Entre la hidalguía y el patriciado**
Alexander BUENDÍA ASTUDILLO
- 369 **Contribuições de Eliseo Verón para os estudos de televisão no Brasil**
Beatriz CAVENAGHI, María José BALDESSAR y Cristiane FONTINHA MIRANDA
- 385 **Perspectiva comparada entre iniciativas de comunicación comunitaria de TV en Brasil y España: primeros apuntes**
Adilson VAZ CABRAL FILHO

399 RESEÑAS

Editorial:

Nuevas pantallas y política audiovisual

La guerra de las pantallas es hoy la quiebra de un orden televisivo en transición a una ecología compleja post Galaxia Marconi, basada en los nuevos hábitos de consumo y de vida. Un problema político, sin ninguna duda, si entendemos que la Comunicación es una Ciencia de lo Común. Una interpretación simple del futuro del audiovisual tiende a poner énfasis solo en las transformaciones tecnológicas. Ciertamente, los cambios en equipamientos, la revolución digital son un factor *disruptor* del sistema cultural que hay que tomar en cuenta por su relevancia. Hoy, por ejemplo, es previsible en Hollywood el cine post Pixar, sin actores, del mismo modo que los *chatbots* permiten a los usuarios interactuar con robots gracias al desarrollo intensivo de la inteligencia artificial. Estas nuevas herramientas tarde o temprano alterarán el panorama completo del audiovisual, como ya sucediera con la industria del vídeo décadas atrás. De hecho, cadenas como CNN vienen ya usando los nuevos dispositivos y recursos de software que no aportan otra cosa que un sistema audiovisual a la carta, personalizada e *hipertinente*. Netflix es solo la revolución neolítica del nuevo entorno que se vislumbra con la robotización y la virtualización expandida del audiovisual. Ahora bien, insistimos, el acto de ver, la discrecionalidad de la ventana indiscreta nos confronta con el universo ético y político de la mediación como reproducción social. Pues la tecnología no es neutral, ni la comunicación un simple instrumento de transmisión.

De acuerdo con Neil Postman (1993):

1. Toda cultura es alterada con cada innovación tecnológica.
2. El cambio tecnológico produce ganadores y perdedores.
3. Toda tecnología es portadora de una filosofía concreta determinada.
4. Los medios informativos tienden a mitificarse.

Por otra parte, ningún medio de comunicación –afirma categóricamente Michel Serres (1996)– es universal. Por el contrario, son todos regionales. Esto es, todo medio es isomorfo con respecto a una lengua. El espacio de comunicación lingüístico, nuestro espacio de comunicación primaria, no es isótropo. Existe, no obstante, el objeto técnico como comunicante o comunicado universal. La tecnología tiende, en este sentido, a homogeneizar los flujos, usos y patrones culturales.

Desde este punto de vista, pensar las nuevas pantallas y la política audiovisual nos obliga a cuestionar las formas de inserción y desarrollo modernizador del sector. Pues, por poner un ejemplo, la posibilidad de contar con una oferta multicanal y multiservicios derivada de la implantación de la TDT, a la par que amplía las oportunidades de negocio y las formas de consumo bajo demanda según la ‘economía del contador’, plantea nuevos retos desde el punto de vista de las audiencias y las políticas culturales. En la medida en que la tecnología digital amplía las posibilidades de detectar y registrar hábitos de consumo gracias a nuevas técnicas y métodos de medición en línea –y que, como apuntaba Postman, toda tecnología es portadora de una filosofía que origina procesos sociales de innovación–, el proceso contradictorio y abierto de construcción del nuevo sistema de mediación televisiva digital exige, cuando menos, replantear numerosas cuestiones sustantivas sobre la instancia de la recepción. Pues, entre otras razones, tal y como advierte Gonzalo Abril, “los lenguajes multimediales no solo contribuyen a desarrollar una nueva inteligencia sensomotora, sino todo un modus operandi epistémico que Maragliano caracteriza como criticismo mundano, horizontal y participativo” (Abril, 2003, p. 17).

Ciertamente, la variedad y compleja aplicación de las tecnologías digitales en las formas contemporáneas de acción colectiva dan cuenta de un nuevo y productivo imaginario, que abarca desde el activismo contrahegemónico a la vinculación de redes temáticas en los blogs, o la movilización de multitudes proliferantes por las comunicaciones móviles:

El espacio interconectado y ahistórico de los flujos tiende a imponerse a los lugares, cada vez más segmentados e incapaces de compartir códigos culturales. Martín Barbero [...] dictamina que en el mundo contemporáneo la idea y la experiencia de la identidad desbordan los marcos interpretativos tanto de una antropología de lo tradicional-autóctono (es decir, la lógica del lugar), cuanto de una sociología de lo moderno-universal (es decir, la lógica de los flujos). Pues hoy las identidades, cada vez más multilingüísticas y transterritoriales, se constituyen no solo de las diferencias entre culturas desarrolladas separadamente, sino mediante las desiguales apropiaciones y combinaciones que los diversos grupos hacen de elementos de distintas sociedades y de las suyas propias. (Abril, 2003, p. 18)

Vale la pena, en este sentido, preguntarse cómo la televisión digital puede alterar las formas dominantes de mediación y qué retos implica para el cine y el audiovisual de países tradicionalmente periféricos el nuevo entorno o ecosistema mediático; tomando, claro está, siempre en cuenta la advertencia de Postman sobre la tendencia a mitificar los medios de innovación informativa.

Como nos recuerda Herbert Schiller, “las nuevas tecnologías siempre han sido introducidas con la promesa de un enriquecimiento cultural para todos, educación para los menos privilegiados, mayor diversidad y tecnología para integrar a la más remota y depauperada aldea” (1993, p. 72). Históricamente el reduc-

cionismo tecnológico constituye la ideología y filosofía de la historia como evolución natural, al aislar el fenómeno de la comunicación humana de su contexto socioeconómico, al considerarlo un problema exclusivamente técnico. En este escenario, pensar las audiencias y el audiovisual más allá del audímetro significa contextualizar la recepción y las innovaciones tecnológicas digitales en el marco más amplio de los cambios socioculturales de la modernidad líquida. Solo en este contexto podemos imaginar los límites estructurales a las nuevas demandas de consumo de los públicos y el futuro papel de la audiencia, que prefigura batallas como la de News International Corporation por el control del hogar multimedia de la oferta de televisión digital, internet y las comunicaciones telefónicas.

Raquel Paiva advierte que este tipo de estrategias, más que democratizar los medios, reestructura y ajusta la función mercadológica al nuevo entorno tecnológico y social, procurando atender las especificidades y segmentación de las audiencias según las exigencias de la globalización dominante. En la práctica, para el audiovisual este modelo de desarrollo replica los patrones y lógicas de control de los imaginarios desde la financiarización de los estudios en el primer tercio del siglo XX. “De acuerdo con esta visión, la fragmentación y segmentación de contenidos son más una ilusión de proximidad, en la medida que parecen ser una respuesta a nuestros intereses solo como consumidores” (Camponez, 2002, p. 167). Así, la información en línea de plataformas como Netflix, más que una revolución copernicana en la forma de encarar la comunicación, se trata de una revisión del modelo de negocio imperante, con el fin de atender las demandas de la ciudadanía y los requerimientos institucionales de la democracia formal representativa. Existen, no obstante, experiencias innovadoras que sitúan a la audiencia en un nuevo papel o función social, como también nuevas lógicas de enunciaci3n y producci3n audiovisual (Sierra & Montero, 2016).

Si tuviéramos que resumir las principales características del nuevo entorno mediático que justifican un giro teórico en el modo de pensar e investigar la comunicaci3n audiovisual y las políticas que lo acompañan, en nuestro tiempo, nos atreveríamos a destacar cuatro rasgos principales:

1. *Desfundamentaci3n*. La narrativa de las redes concibe la mediaci3n audiovisual como un proceso proliferante de multitudes y colectivos múltiples, que trazan puentes y comparten códigos culturales diversos, superando las fronteras de acuerdo a la lógica de flujos y el movimiento incesante de intercambio de contenidos audiovisuales. Por ello, es preciso pensar la recepci3n desde la constataci3n de la radical singularidad y diversidad de las audiencias y la política de cine y televisi3n desde la centralidad del rol activo de los públicos.
2. *Descentramiento*. Las nuevas narrativas deconstruyen la estructura cognitiva dominante en las múltiples identidades, dando lugar a otro tipo de actor social o sujeto de la recepci3n distinto al concepto de público imaginado por el modelo BBC y los sistemas de radiodifusi3n tradicionales, generalistas y monoculturales.

3. *Interculturalismo*. La perspectiva distributiva de análisis de la recepción, fundado en el principio demoliberal de la igualdad, hoy debe hacer frente al hecho irreductible de la diferencia y, por tanto, a la implosión del universo de las imágenes e imaginarios; pasando del concepto masivo del audiovisual a la construcción de minorías, espacios, circuitos y procesos de producción-distribución-recepción situados.
4. *Dialogicidad*. Las tecnologías interactivas de la era digital apuntan hacia la constatación de nuevas praxis y diálogos entre grupos y culturas diferentes. Este proceso tiene lugar en medio de una crisis de la mediación y de los mediadores, a la par que la exigencia de nuevas formas de reconocimiento y conocimiento social que pasen de la lógica cartesiana y monádica al pensamiento crítico, polivalente y dialógico de la investigación como praxis social, así como a una política no despótica y centrada en el rol activo y la creatividad de los grupos y conjuntos sociales.

La popularización del iPOD, el intercambio en las redes P2P o el exitoso desarrollo de iniciativas como Youtube apuntan a la emergencia de un nuevo contexto de recepción, la implantación de nuevos hábitos y lógicas culturales de consumo informativo que exigen una ruptura con el modelo tradicional de política y concepción del audiovisual. Pues, a la vez que se ha ido flexibilizando la definición de identidades individuales o grupales, el reconocimiento de la diversidad y la diferencia, de las múltiples variables y experiencias históricas de consumo y apropiación social de las nuevas tecnologías, es norma común en la experiencia de las audiencias un proceso de apropiación activo de los contenidos audiovisuales que circulan por las múltiples pantallas. La llamada Generación Z participa así de una movilidad y participación, de una apropiación y expansión de miradas, imágenes y experiencias performativas naturalmente aceptadas en su estructura de sentimiento o sensibilidad. Este desplazamiento no es nuevo, ni deriva de la irrupción de lo digital en el ecosistema mediático. Desde los años setenta del pasado siglo, el creciente interés por el estudio de la cultura, de la mano especialmente de la investigación latinoamericana en comunicación, se ha traducido en una progresiva revalorización de los aspectos referidos a la identidad cultural, valorizando las formas de ser y estar con las pantallas, de forma localizada, en nuestros contextos inmediatos. Ahora bien, hoy esta tradición de los estudios de audiencia debe revisar sus supuestos y confrontar las nuevas realidades emergentes para politizar el espeso terreno del consumo y las prácticas *multitask* en la era de las pantallas expandidas, si hemos de formular políticas audiovisuales acordes con los procesos de transformación que estamos experimentando.

Una primera aproximación que quisiéramos apuntar es la necesidad de contextualizar el estudio de la recepción en marcos más amplios, decíamos, que los estrictamente mercadológicos o tecnomediáticos. Bernard Miège propone, por ejemplo, el estudio de las lógicas sociales de la comunicación para comprender las tendencias y estrechas relaciones existentes entre sociedad civil,

identidad cultural y desarrollo a partir de los medios y nuevas tecnologías de la información. Los intercambios y fluctuaciones entre sistema de comunicación y sociedad contribuyen, en sus diferentes componentes:

- a las modificaciones de los modelos de consumo;
- a la evolución de las funciones sociales y las formas de organización productiva;
- a la reformulación del sistema educativo
- y a las transformaciones de la cultura política (Miège, 1992).

En otras palabras, como decíamos, ningún cambio se produce de forma automática, por acción de la tecnología. Toda innovación mediática tiene lugar en un contexto determinado, sujeto a ciertas condiciones estructurales y políticas específicas. En el caso que nos ocupa del audiovisual, proyectos como la TDT se están, sin embargo, planteando en la región “en un ambiente de demanda poco claro y acompañado por un deseo político de aceptación universal en un período de tiempo relativamente corto que, dados los patrones de adquisición de otros medios y servicios comunicativos, se revela altamente problemático” (García Leyva, 2007, p. 55).

Primero, el contexto de implantación de la TDT es un paisaje social heterogéneo y diverso en el que coexiste una gran variedad de grupos y subculturas sociales en pugna por la hegemonía, lo que está dificultando, por un lado, la implantación de la nueva oferta y, por otra parte, el dominio y control de los usos creativos y no subsumidos del consumo cultural de la audiencia. Además de ello, la cibercultura, la mediación digital, inaugura formas no convencionales de participación ciudadana glocal que deben ser analizadas y cuyo desarrollo contradice o desarrolla de forma precaria la dictadura del audímetro. Así, por ejemplo,

[...] la digitalización permite hoy ampliar notablemente los servicios interactivos y sus prestaciones. En el caso de la publicidad, por ejemplo, el espectador podría acceder a información complementaria sobre el producto o servicio publicitado. Sin embargo, la plena realización de la interacción está condicionada por la capacidad de proceso y almacenaje de los equipos receptores, su disponibilidad a un precio asequible, la evolución en los hábitos de consumo y la existencia de las redes con canal de retorno. (García Leyva, 2007, p. 35)

De momento, las preocupaciones industriales sobre el uso y utilidad de los descodificadores y sistemas interactivos que afectarán a la demanda y desarrollo industrial del sector han prevalecido en este proceso, pese al sugerente debate de la norma nipo-brasileira liderada en su momento por el gobierno de Lula. La incógnita de la recepción sigue, por ello, siendo el agujero negro de la Televisión Digital Terrestre:

Al darse por conocido el perfil del consumidor se ha dado por supuesta la demanda, contribuyendo con ello al manifiesto círculo vicioso inicial en el que se encontró el servicio. La instauración de la televisión digital, por el contrario, debe tener en cuenta verdaderamente, y en la medida de lo posible, las inquietudes, gustos e intereses de las audiencias y guiarse por un principio de acceso abierto de mayor alcance que el existente” (García Leyva, 2007, p. 178).

El universo de la recepción es, en definitiva, un territorio apenas explorado en el consumo audiovisual. En esta nueva ecología de la comunicación, la audiencia vive el mutismo de una relación clientelar basada en el desconocimiento y la compleja previsión social.

El acceso a internet y la disponibilidad en el hogar de recursos multimedia, junto con la proliferación de nuevos canales, ha desequilibrado la distribución del consumo audiovisual entre los usuarios. Las televisiones en abierto tratan de responder a estos nuevos hábitos posicionándose en la red para tratar de captar a los usuarios que han abandonado la pequeña pantalla. Entre el empeño por controlar los contenidos y centralizar la producción –y fidelizar las audiencias–, las televisiones optan por financiar acuerdos con empresas como Youtube para promocionar y difundir sus contenidos o marca. Pero no abordan el núcleo central del reto que implica el cambio para los imaginarios e imágenes en la actualidad:

- los tipos de acceso de la ciudadanía a los nuevos canales digitales;
- el grado de conectividad;
- las formas de socialización de la nueva cultura informativa;
- los tipos de participación pública en los contenidos y consumos culturales.

Si una lección podemos extraer de los fracasos de la TDT en Inglaterra y España es justamente que hemos de aprender a pensar al revés, proyectar las políticas audiovisuales y televisivas desde la gente y sus necesidades. En este nuevo ecosistema informativo es preciso definir indicadores de uso y consumo consistentes para trazar otra política audiovisual en la era de las pantallas móviles y proliferantes. Saber, en fin:

- Qué percepciones comparten las audiencias:
 - de impactos, beneficios y usos;
 - de los servicios;
 - de los contenidos y ofertas culturales;
 - del medio o canal.
- Qué usos tienen lugar en cada conexión:
 - servicios utilizados de la TDT;

- petición de usos de servicios;
 - aplicaciones realizadas;
 - usos personales, familiares o institucionales;
 - total de servicios usados en cada conexión;
 - tiempo, coste y accesos realizados.
- Es preciso desarrollar estudios longitudinales:
 - frecuencia de consumo;
 - cambio de hábitos;
 - cambio de patrones culturales;
 - cambios en la demanda;
 - cambios en las aplicaciones usadas.
 - Y, por supuesto, necesitamos conocer el grado de satisfacción de los usuarios con un sistema en proceso de implantación:
 - en relación con cada servicio provisto por la TDT;
 - con la relación coste/tiempo;
 - con relación a los contenidos y variaciones de la oferta.

Por otra parte para el diseño de las políticas audiovisuales necesitamos desarrollar nuevos indicadores de estudio del consumo desde una perspectiva sociocultural, tratando de comprender los impactos de los productos audiovisuales y los nuevos equipamientos en el espacio simbólico, en el campo cultural, analizando:

- Actitudes, valores y conocimiento:
 - difusión de la cultura digital;
 - autonomía de los actores locales;
 - nuevos valores e innovación tecnológica.
- Comunidad y apropiación social:
 - uso de la TDT por organizaciones e institucionales locales;
 - aplicaciones al desarrollo local;
 - impacto en la educación y ocio cultural;
 - desarrollo económico territorial.
 - Impacto en la estructura social:
 - alcance del sistema de la TDT por hogares;

- porcentaje de usuarios;
- empleo e industria cultural anexos que se ven alterados en el sector.

En este escenario, soñar con una ampliación de las formas y modalidades de consumo audiovisual es, cuando menos, discutible y debe ser objeto de reflexión por las autoridades públicas, si de verdad existe un compromiso firme por la diversidad cultural. La ruptura tecnológica es sobre todo un problema de reflexividad cualitativa, y no de racionalidad instrumental y de multiplicación de la oferta, como viene observándose en la mayoría de países. Primero, porque el espectador hiperactivo es un mito prefabricado por la industria informática y el software propietario que orienta y limita el consumo por la concentración de las industrias. Por otra parte, porque todo proceso de innovación es relativo y limitado. Los estudios sobre hábitos y efectos cognitivos de la televisión demuestran que, ante la sobresaturación de la oferta informativa, los públicos tienden a normalizar sus hábitos de consumo, restringiendo a un máximo de diez canales su selección del conjunto de posibilidades, como apuntábamos antes. La denominada “crisis creativa de Hollywood” es más bien, en este sentido, un problema de modelo de negocio y de cierre de los canales de producción y distribución cultural a otras narrativas, sensibilidades y modos de imaginar y videoproducir que imponen los oligopolios del audiovisual.

La mudanza de las inestables prácticas del consumidor-zapeador, la veloz inercia de navegación sobre la oferta, está llevando a una estricta economía de previsión social, al recurso a la repetición, el cliché y el imperio de la banalidad con garantía de respuesta favorable en el mercado. Así, los publicitarios y programadores procuran capturar el mayor número posible de infieles audiencias en las redes de la interactividad y las técnicas de la audiometría. En qué se traduce esta deriva. Primero, y antes que nada, no cambian radicalmente los tipos de consumo. La multiplicación de canales refuerza, por ejemplo, claramente el dominio del audiovisual estadounidense. Mientras que la relativa democratización de los contenidos digitales no garantiza –en suma, con los sofisticados sistemas digitales de procesamiento de información– un conocimiento y proximidad mayor de las audiencias y la diversificación de la oferta audiovisual. Las restricciones presupuestarias por el régimen de libre competencia limitan hoy, de hecho, la voluntad de conocimiento del consumo y las demandas no inducidas de los públicos, restringiendo en el audiovisual televisivo y las grandes cadenas de distribución de cine la diversidad de narrativas, voces y géneros audiovisuales. Aunque desde su lanzamiento la demanda no haya dejado de crecer, a las audiencias “se las conoce más por sus aspectos cuantitativos que cualitativos, lo que permite afirmar que sus gustos, intereses y necesidades son escasamente consideradas y que ello contribuye al ocultamiento de su dimensión político-cultural” (García Leyva, 2007).

Tal y como analiza la profesora García Leyva para el caso de España:

La TDT no solo no ha promovido la participación ciudadana en la producción de los mensajes o la toma de decisiones, sino que no ha mejorado la elección para el espectador ni ha aumentado su interacción en y con los programas, evidenciando con ello que, si bien con el actual Gobierno las lógicas de la rentabilidad social y cultural ganaron mayor peso discursivo, su expresión concreta en opciones de política no ha prevalecido en las diversas actuaciones, cargadas, en realidad, de fuerte contenido político a corto plazo, y por momentos también económico. (García Leyva, 2007, p. 442)

Y es que, como señala Watzlawick (1984), el problema del contexto de conocimiento lleva a la aprehensión inapropiada del objeto de estudio. Al no poder aprehender la complejidad de las relaciones entre un hecho y el marco en el cual se inserta, entre el organismo y su entorno, el investigador tiende a atribuir al objeto de estudio propiedades que no posee, salvo por extensión del mismo u otros contextos o, como sucede en muchos casos, por conformidad con la visión industrial de la comunicación.

Debemos, por ello, al menos plantear una crítica a ciertas visiones de la interactividad y el audiovisual digital como escenario de una renaciente democracia cultural. La concepción del espectador emancipado en función del potencial de las nuevas tecnologías tiene, según Schiller, un punto ciego: la imposibilidad de ubicar dónde reside el poder en estos nuevos medios. Desde la mitad del siglo XX,

[...] el esfuerzo de Occidente por detener y desviar el movimiento casi global en pro de un cambio del orden internacional informativo-cultural ha recibido apoyo de las explicaciones sobre el poder cultural basadas en el auditorio activo. Esta teoría ha servido para minimizar, si no para poner en duda, la influencia del poder cultural concentrado de los medios. (Schiller, 1993, p. 204)

Como consecuencia, la nueva teoría de la recepción ha terminado por separar los argumentos político-económicos sobre la producción cultural del análisis en torno a las formas elementales de consumo privado. En otras palabras, el problema de la privatización de los consumos culturales de la investigación cualitativa hegemónica en los Estudios Culturales Latinoamericanos es que ha idealizado las formas de mirada sobre lo social de los receptores, absorbida en su fascinación por captar y descubrir los momentos de aprehensión simbólica de la realidad, sin que se cuestione quién produce el sentido y qué significan, en términos ideológicos, los modos y contenidos del consumo cultural. En definitiva, se obvia –con frecuencia, de manera muy simplista– el hecho de que la familiaridad del tono con que se utiliza el lenguaje de los medios disfraza las coacciones y constreñimientos del código estructurado por el aparato de dominio, que en el audiovisual latinoamericano es, como sabemos, altamente concentrado y poderoso. La experiencia de Globo en Brasil o Televisa en México deja poco margen

para pensar el audiovisual en las nuevas pantallas como un proceso liberado de la determinación y, como se dice con frecuencia, abierto totalmente a la diversidad de voces y narrativas. Por ello, en la era de la “Autocomunicación de Masas”, en palabras de Castells, parece lógico revisar críticamente, hasta sus últimas consecuencias, la metainvestigación en comunicación audiovisual, la reflexividad dialéctica, recursiva y generativa del campo para recomponer las posiciones de observación, algo similar a lo que Žizek describe en *Visión de Paralelo* sobre los cambios de objeto y de posiciones del observador. En otras palabras, es necesario, de acuerdo con el profesor Tremblay, una función de recomposición de la posición de observación del intelectual, pero también de la mudanza de objetos. El futuro de la teoría crítica pasa, en este sentido, por un incesante trabajo de deconstrucción, tanto de los procedimientos como de las ideas, renovando las formas de expresión del análisis y abordando la realidad multidimensional del debate democrático en comunicación –y, en general, de las ciencias sociales– como un problema de articulación productiva con el proceso de cambio e innovación de nuestra posmodernidad. Debemos, en fin, aprender críticamente a pensar de otro modo el mundo de las imágenes y las políticas audiovisuales que acompañan al proceso de mudanza de la cultura digital. De acuerdo con Pierre Lévy,

[...] el espacio virtual no es más que otro de los nombres para referirse a la noósfera, es decir, a la copresencia de signos e ideas productos de la cultura humana y del infinito conjunto de maneras de organizarlas. Son las conciencias asociadas de los autores-lectores-navegadores dentro del ciberespacio las que producen y actualizan este espacio virtual. Puesto que los individuos pueden participar simultáneamente en numerosas comunidades virtuales deben entenderse a manera de organismos entremezclados y permeables entre sí, en lugar de separados o susceptibles de aislar a los individuos en guettos. (Lévy, 2002, p. 161)

De ahí que debamos abordar miradas más estructurales, como el análisis de redes. En la era del audiovisual expandido, la sociedad de flujos debe ser capturada en su economía de intercambios a partir de matrices reticulares. Pero no olvidemos que tenemos dos paradigmas de análisis de redes sociales: estructural o de sistemas sociales (nomotéticos) y el análisis histórico (ideográfico). En ambos casos estamos obligados a empezar por lo último, por encontrarse tradicionalmente obliterado en el modelo distributivo de la industria audiovisual, preguntándonos quiénes son los sujetos del nuevo ecosistema audiovisual. Sería el momento –incluso– de romper los hábitos del juicio sobre la recepción a favor de una práctica investigadora más arriesgada, que busca crear más que predecir, y pensar y comprender más que capturar; que busca, en fin, comunicar los mundos de vida contribuyendo a producir imaginarios a partir de una economía común de las imágenes conectadas y producidas desde los lugares y el *clinamen* de los actores sociales, que –no

olvidemos– son sujetos de derechos y pueden hacer, y de hecho lo hacen, valer su voz en los nuevos espacios de coproducción cultural. Las condiciones técnicas precisas para ello son posibles, los conceptos e imaginarios hegemónicos aún no. Esperemos que este monográfico de *Chasqui* contribuya al menos al debate, en un tiempo de transición que amenaza con reeditar como farsa las promesas incumplidas, como las que tuvieron lugar con motivo de la introducción de la televisión por cable.

Francisco SIERRA CABALLERO
Editor
www.franciscosierracaballero.com

Referencias bibliográficas

- Abril, G. (2003). El séptimo día. Notas sobre la comunicación en la era digital. *Revista Científica de Información y Comunicación*. Sevilla: Servicio de Publicaciones, Universidad de Sevilla, pp.11-30.
- Camponéz, C. (2002). *Jornalismo de proximidade*. Coimbra: Minerva.
- García Leyva, T. (2007). *Políticas europeas para la transición digital en televisión. Análisis comparado de las políticas de TDT en el Reino Unido y España*. Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid.
- Lévy, P. (2002). *Ciberdemocracia. Ensayo sobre filosofía política*. Barcelona: Editorial UOC.
- Miège, B. (1992). *La sociedad conquistada por la comunicación*. Barcelona: PPU.
- Postman, N. (1993) *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*. Nueva York: Vintage Books.
- Schiller, H. I. (1993). *Cultura S.A. La apropiación corporativa de la expresión pública*. México: Universidad de Guadalajara.
- Serres, M. (1996) *La comunicación: Hermes 1*. Barcelona: Anthropos.
- Sierra, F. & Montero, D. (eds.) (2016). *Videoactivismo y movimientos sociales*. Barcelona: Gedisa.
- Watzlawick (ed.) (1984). *The Invented Reality: How Do We Know What We Believe We Know? (Contributions to constructivism)*. Nueva York: Norton & Co.

Tribuna



La comunicación en clave latinoamericana

The communication in Latin American code

A comunicação de base latinoamericana

Erick R. TORRICO VILLANUEVA

Universidad Andina Simón Bolívar. Bolivia / etorricon@uasb.edu.bo

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto-noviembre 2016 (Sección Tribuna, pp. 23-36)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Resumen

Al señalar que América Latina es un *locus* de enunciación distinto para la Comunicación no se pretende materializar una suerte de privilegio epistemológico para este territorio. Se trata de explorar y explotar el dato de que la región sintetiza una colocación estructural que la habilita como punto desde el cual llevar a cabo una reinterpretación no eurocéntrica de la historia del mundo e impulsar el desmontaje de los mecanismos de la occidentalización compulsiva a los que este mundo fue sometido tras la integración de América a la geografía planetaria. Resulta factible, por consiguiente, desde esta parte del globo plantear una nueva comunicación alter(n)ativa, primero en el plano epistemológico-teórico y luego en el de la praxis.

Palabras clave: colonialidad; pensamiento alternativo; crítica; independencia; desarrollo.

Abstract

In pointing out Latin America as a distinct *locus* of enunciation for Communication it is not intended to materialize a kind of epistemological privilege for this territory. It is to explore and exploit the fact that the region synthesizes a structural placement from which it is possible to carry out a non-Eurocentric reinterpretation of the history of the world, and promoting the dismantling of the mechanisms of compulsory westernization to which the world surrendered after the integration of America to planetary geography. Feasible, therefore, from this part of the globe to raise a new alter(n)ative communication, first in the epistemological-theoretical level and then the praxis.

Keywords: coloniality; alternative thought; critique; independence; development.

Resumo

Ao assinalar que América Latina se constitui em locus distinto para a Comunicação não se pretende materializar uma espécie de privilégio epistêmico para este território. Trata-se de explorar o fato de que a região sintetiza uma condição estrutural que a habilita como ponto desde o qual se pode proceder a uma reinterpretação não eurocêntrica da história do mundo visando impulsionar o desmonte de mecanismos da ocidentalização compulsiva aos quais estivemos submetidos após a integração da América à geografia planetária. Resulta factível, portanto, desde essa parte do globo propor uma comunicação alter(n)ativa, tanto no nível epistemológico-teórico como no da praxis.

Palavras-chave: colonialidade; pensamento alternativo; crítica, independência; desenvolvimento.

1. Introducción

América Latina ha sido y es un lugar geográfico e histórico fundamental para el pensamiento comunicacional alter(n)ativo, es decir, para aquel que aporta una concepción de la comunicación distinta a la proveniente de la tradición académica occidental o euro-estadounidense.

La propuesta latinoamericana representa, así, tanto una opción comprensiva diferente como una acción deliberada para trastornar la calma del *establishment intelectual* y, además –en particular en los últimos años–, una oportunidad concreta para recobrar los principios de la convivencia en comunidad e impulsar su integración práctica en los procesos de (inter)relación significativa a todo nivel.

Desde los precursores que desbrozaron las sendas de la crítica y la contestación emancipadoras¹, a inicios de la década de 1960, hasta los teóricos contemporáneos de la construcción del sentido o las mediaciones múltiples y los actuales de la decolonialidad², la región ha venido sedimentando una *idea otra* de comunicación inspirada en la especificidad de lo humano y en su trascendencia convivencial posible.

El momento presente marca un nuevo hito en ese decurso reflexivo y propositivo, cuando comienza a hacerse visible y audible la discusión acerca del desbordamiento necesario de los límites que la Modernidad impuso también en el ámbito comunicacional. Mas es justamente este lapso de remozamiento de la crítica teórica y proyectiva el que demanda que se vuelque la mirada al pasado reciente para husmear en las raíces y rasgos del pensamiento regional propio en la especialidad.

2. La condición del locus latinoamericano

América Latina tiene en su sello de origen los procesos de conquista, colonización e independización incompleta. Más tarde, hacia mediados del siglo XIX, lapso en que empieza a perfilarse su nueva identidad como área geocultural –esto es, la de Latinoamérica como tal–, recibió los embates de la disputa hegemónica entre los ya decadentes imperios europeos y, casi una centuria después, acabó como parte de la zona de influencia neocolonial irradiada desde Washington, el más reciente centro de poder de Occidente.

1 Aquí se hablará indistintamente de emancipación y liberación, asumiendo que poseen acepciones equivalentes.

2 El movimiento por la decolonialidad apunta a la desestructuración de los patrones de poder y conocimiento establecidos por la modernidad eurocéntrica como recurso de imposición y legitimación del proyecto civilizatorio occidental, propósito que por tanto implica la superación de la colonialidad, es decir, de la jerarquización racializada de las poblaciones que alimenta el desigual orden internacional y también el interno de los pueblos subalter(n)izados. Ver Castro-Gómez y Grosfoguel (2007) y Quijano (2009). Hoy la colonialidad tiene una triple dimensión: la del poder, la del saber y la del ser (Cfr. Lander, 2000).

En consecuencia, invasión, sojuzgamiento, saqueo, vejación, encubrimiento, oligarquización y discriminación fueron los rasgos/datos con los que se constituyó y desenvolvió la región, que emergió como un “invento” tardío dentro de la “invención de América” (O’Gorman, 2005) que se había plasmado ya mucho antes, con ocasión de que en 1507 el cosmógrafo alemán Martin Waldseemüller publicara su mapamundi incluyendo esta denominación.

Como creación decimonónica, América –con el apelativo de “latina”– surgió en el diseño y el lenguaje de las relaciones exteriores a finales del decenio de 1830, por obra del político e intelectual francés Michel Chevalier –que planteaba una política de tutelaje de su país sobre los pueblos sudamericanos con el fin de contrarrestar el predominio anglosajón en estos territorios.

Ese propósito recolonizador galo no llegó a prosperar y encontró un tan rotundo como definitivo fracaso en la caída del Segundo Imperio Mexicano, que estaba a cargo del emperador Maximiliano de Habsburgo, ajusticiado en 1867 por las fuerzas republicanas de Benito Juárez.

No obstante, la designación ensayada por Chevalier empezó a ser resignificada y apropiada por los intelectuales de la región, que vieron en ella un elemento relevante de diferenciación, y aun de resistencia, con respecto al norte angloparlante del continente. De ese modo, en la segunda mitad del siglo diecinueve nació la convicción sobre la existencia de una América Latina, ya como nombre propio. Aunque fue solo bordeando el año 1950 cuando esta noción entró en la escena internacional, primero en ciertos espacios académicos y posteriormente en otros correspondientes a la política.

Cabe recordar, a título de ejemplo, que en 1948 fue constituida la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), en 1950 nació la Asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS); siete años después, la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO); luego, en 1959, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL); en 1967, el Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y, en 1978, la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC).

En todo caso, más allá de que América Latina o Latinoamérica se convirtieran en denominativos para demarcar territorialmente el espacio ocupado por las excolonias americanas de España y Portugal y para intentar promover una identidad compartida entre ellas, supusieron igualmente la asunción de un contenido político contestatario que se hace cargo de la condición subalter(n)izada de la región –es decir, de su colocación secundaria, a la vez que inferiorizada en la historia mundial– y que se propone confrontarla.

Con base en ese triple alcance de la “latinoamericanidad” es dable sostener que la región es un *locus* multideterminado –una posición históricamente localizada– desde el que se puede aprehender lo real con otra perspectiva, hecho que, por supuesto, incluye a la comunicación como objeto pensable.

3. Tres grandes búsquedas

Como resultado de la condición histórica en que se dio su configuración, el subcontinente latinoamericano persiguió tres objetivos centrales a lo largo de su trayectoria: la independencia, el desarrollo y la democracia, sin que se pueda afirmar que, hasta la fecha, haya terminado de alcanzar todos de forma plena.

En el primer caso, en la etapa final del proceso de conformación de las repúblicas, contra la joven independencia política regional respecto de la Europa ibérica se alzó la amenaza de la supremacía estadounidense explicitada en la llamada “Doctrina Monroe”, que ya en 1823 dejó clara la pretensión de establecer un control continental desde Washington bajo el lema de “América para los americanos”. Esa línea política –anunciada entonces por el quinto presidente de los Estados Unidos de Norteamérica, James Monroe– dio lugar a decenas de acciones de intervención militar y política abiertas –u ocultas– de ese país en el territorio de América Latina desde 1831 y se mantiene como substrato vigente de la política exterior estadounidense, que continúa considerando a la zona como su “patio trasero”, tal como lo recordó el actual Secretario de Estado John Kerry (aunque más tarde se vio obligado a retractarse) en su discurso del 17 de abril de 2013 ante el Comité de Relaciones Exteriores de su Cámara de Representantes³.

Pero los propósitos emancipadores de la región no solo conciernen a la identificación y repudio de esa intromisión dominadora externa –también vinculada en tiempos más recientes a la acción de ciertas corporaciones globales–, sino igualmente a la denuncia y combate de los grupos de élite que todavía controlan el poder político-económico en el seno de las diferentes naciones que la conforman, fenómeno que, desde inicios de los años sesenta del siglo veinte, es examinado a la luz de la categoría del colonialismo interno y que a partir del primer decenio del nuevo milenio presenta, en algunos casos, movimientos de reemplazo en la composición de esas élites.

En el segundo, especialmente referido a la situación de rezago productivo e inequidad social que se expresa con frecuencia en términos de inestabilidad política, América Latina se ha visto enfrentada de manera reiterada a la imposición directa o no de modelos foráneos, por lo general de corte desarrollista y extractivista, que condicionan su economía y fijan sus límites; dinámica en que inclusive se insertan experiencias políticas que se presumen progresistas. Y lo propio sucede con el carácter y las potencialidades de los proyectos integracionistas (bloques de naciones aliadas, sobre todo, para facilitar el comercio recíproco) que fueron emprendidos hasta la actualidad. Así, persiste ante todo la búsqueda del crecimiento material y de la mejora constante en los indicadores que dicen medirlo, en desmedro de la deseable superación efectiva de las desigualdades.

3 Ver. <http://bit.ly/2f8DlIP>.

Y, en el último caso, la reinstalación o la incorporación de la forma democrática de gobierno en los países de la región que se dio a partir del decenio de 1980 no ha supuesto un incremento cuanti-cualitativo de la participación ciudadana en los asuntos públicos y en las decisiones que les conciernen; al contrario, en la mayor parte de los casos, si bien se ha avanzado en la modernización normativa y en una relativa gobernabilidad, ello no ha estado acompañado de un afianzamiento equivalente de la institucionalidad ni del pluralismo, al margen de que la democracia como régimen, y quizá sobre todo como práctica electoral, ha resultado instrumentalizada a favor de los intereses de los grupos gobernantes tradicionales y nuevos.

Las búsquedas autonomistas latinoamericanas, por tanto, se mantienen “en proceso”, lo mismo que el anhelo de forja de una identidad regional que, de paso, es puesta en cuestión por los propios críticos internos. En este sentido, hay voces que señalan que América Latina es una noción y un proyecto “ajeno”, venido de Europa, y que apenas traduciría la autopercepción y pretensiones de ciertos sectores urbanos extranjerizados. Y hay asimismo otras, enfrentadas, que recientemente han revivido la pugna respecto a si el comienzo de la historia regional hay que situarlo en tiempos del republicanismo pos-independentista o más bien en los precolombinos⁴.

4. Medio siglo y más de pensamiento comunicacional crítico

En ese marco, es lógico que las ideas en torno a la comunicación hayan sido y estén permeadas por las características, las necesidades, las aspiraciones y los debates presentes en el contexto regional descrito, como lo es el hecho de que el sustrato epistemológico del pensamiento especializado desarrollado al respecto –que tanto en su vena crítica como en la conservadora empezó a desplegarse en la región en la primera mitad de los años sesenta del pasado siglo– se halle en la concepción moderna del conocimiento que, desde su emergencia en la época de la Ilustración (siglo diecisiete), se esparció por el mundo y continúa siendo el arquetipo prevaleciente para regular y gestionar la producción intelectual en todas las áreas del saber.

Pese a que la observación, la medición y la experimentación, como bases operativas de la manera *aceptada* de conocer tuvieron antecedentes incluso en el siglo quince, fue la Modernidad la etapa histórico-cultural que formalizó los parámetros todavía vigentes para la ciencia; los mismos que separan *naturaleza* de *sociedad* pero a la vez proponen la unidad metodológica para estudiarlas, buscan establecer legalidades fenoménicas de validez universal, distancian sujeto cognoscente de objeto cognoscible, defienden la objetividad y la verificabilidad del conocimiento producido, dan primacía a la razón formal en las expli-

4 Sobre estos temas, véase, por ejemplo, Reinaga (1978), Beorlegui (2010) y Mejía (2013).

caciones, reducen lo cognoscible –y, por ende, lo “verdadero”– a lo perceptible o asumen que todo conocimiento debe indefectiblemente apuntalar el sentido del progreso.

Ese paradigma moderno, que forma parte del patrón civilizatorio eurocéntrico, es la pauta bajo la cual se fue estructurando el pensamiento latinoamericano sobre la realidad regional en general y, por supuesto, aquel relativo al campo de la Comunicación. En buena medida, arrastrando la herencia del período colonial, primero el pensamiento local fue una reproducción de las ideas y las corrientes importadas de Europa –en especial de España, Inglaterra, Francia y Alemania (Salazar, 2006)– y, más tarde, con las revoluciones independentistas y la constitución de las naciones, comenzó la “emancipación mental” (Zea, 1976). Una trayectoria similar fue seguida por las ideas respecto a la comunicación, que en América Latina comenzaron reproduciendo las que venían, ante todo, de los Estados Unidos de Norteamérica y Alemania, para luego dar lugar a otras más expresivas de la realidad inmediata, aunque la tendencia a la repetición y a la amplificación de lo foráneo no ha variado sustancialmente hasta la actualidad.

Y fue justo en los años en que se discutía si América Latina hizo o no contribuciones originales a la filosofía y acerca de si el pensamiento propio era una condición previa de cualquier emancipación o más bien su resultado⁵, cuando el pensamiento teórico comunicacional latinoamericano entró en la escena intelectual, en evidente –mas no homogénea– respuesta a los planteamientos entonces en boga procedentes de la academia occidental e imbuido de un espíritu crítico, a la par que humanista; el cual, a pesar de haberles provocado importantes grietas, no llegó a erosionar definitivamente las fronteras modernas.

Entonces Latinoamérica empezó a nutrir con remozados ingredientes el pensamiento comunicacional, es decir, el acumulado polimórfico de elaboraciones conceptuales referidas al proceso de la comunicación que dispone de una base empírica variable y tiene grados distintos de articulación interna, conjunto ideacional que recibió una serie de significativos aportes desde una óptica distinta a la del mediacentrismo y el efectismo⁶.

Los abanderados de esta precursora incursión intelectual, inaugurada en 1963, fueron el filósofo italo-venezolano Antonio Pasquali, el pedagogo brasileño Paulo Freire y el comunicólogo boliviano Luis Ramiro Beltrán, quienes respectivamente concibieron la comunicación como diálogo interhumano, clave del mundo histórico y cultural, así como acción reflexiva y dialógica. Pero la brecha crítica e innovadora abierta por ellos fue continuada y diversificada por un importante grupo de autores a lo largo de más de medio siglo. Incluyendo

5 Para revisar el ya clásico intercambio a este respecto se debe consultar Salazar (2006) y Zea (2010), o también Arpini (2003).

6 Es mediocéntrica la concepción que supedita toda comunicación a la presencia primordial y al uso de medios, preferentemente tecnológicos, que la hagan posible. Y efectista es la que, sobre todo convencida del poder mediático, atribuye una indiscutible eficacia dirigida a los procesos de emisión.

a los tres ya nombrados, hasta fines de la primera década de la actual nueva centuria fueron 41 los intelectuales de, y en, la región –35 varones y 6 mujeres– que se preocuparon por estructurar y sustentar alguna definición explícita de comunicación.

La nómina de los contribuyentes al pensamiento teórico comunicacional latinoamericano, no siempre pertenecientes a la vertiente crítica innovadora o renovadora, se completa con Luiz Beltrão en el decenio de 1960; Eliseo Verón, Fernando Reyes Matta, Diego Portales, Armand Mattelart, Frank Gerace, Francisco Gil, Jesús Martín-Barbero, Camilo Taufic y José Antonio Paoli en el de 1970; Mario Arrieta, Héctor Schmucler, Juan Díaz Bordenave, José Marques de Melo, Javier Esteinou, Mario Kaplún, Mauricio Antezana, Marcelo de Urioste, Daniel Prieto, Luz Palacios, Severo Iglesias, Raúl Fuentes, Amaro La Rosa, Felipe López y Gabriel Niezen en el de 1980; Alicia Entel, Néstor García Canclini, Rosa María Alfaro, Raúl Rivadeneira, Francisco Rüdiger y Rossana Reguillo en el de 1990, y Eduardo Vizer, Vera Veiga, Luiz Martino, Enrique Sánchez, Walter Navia, Daniel Hernández y Marta Rizo en el de 2000.

Todos ellos, representantes de Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela, además de los dos latinoamericanistas de Bélgica (Mattelart) y los Estados Unidos de Norteamérica (Gerace) que integran la lista, plantearon en su momento conceptos explícitos de comunicación que hoy forman parte del capital teórico de la especialidad y alimentan la particularidad de la perspectiva regional en este ámbito⁷.

5. Pensamiento subversivo

La orientación hacia la subversión de lo establecido es, sin duda, el rasgo distintivo persistente del pensamiento latinoamericano, movimiento atribuible a la ya anotada condición subalter(n)izada de la región en su constitución y desenvolvimiento. Así, el pensamiento social crítico –esto es, el de carácter más bien ensayístico y prescriptivo–, que corresponde al lapso anterior al decenio de 1960, enarboló el discurso anti-colonial y luego el de la identidad regional pluricultural y la anti-oligarquía, en tanto que el pensamiento teórico crítico –es decir, el sistemático y predicativo que conceptualiza y documenta–, se desplegó a partir de los años sesenta con una tónica tanto anti-oligárquica como antiimperialista y anti-neocolonial.

En el primer caso, descollaron pensadores como el cubano José Martí, el uruguayo José Enrique Rodó y los peruanos Manuel González Prada y José Carlos Mariátegui, quienes advirtieron sobre el riesgo del expansionismo y la influencia modélica estadounidense, a la vez que respecto a la situación regional intestina de desigualdad, explotación y racismo. En el segundo, a lo largo

7 Puede consultarse a este respecto el estudio inédito de Torrico (2015b).

de las *décadas rebeldes* latinoamericanas (1960 y 1970), despuntaron las ideas y los planteamientos del brasileño Fernando Henrique Cardoso y el chileno Enzo Faletto en torno a la Teoría de la Dependencia, del peruano Gustavo Gutiérrez en relación a la Teología de la Liberación, del brasileño Paulo Freire acerca de la Pedagogía del Oprimido, del argentino Enrique Dussel sobre la Filosofía de la Liberación y del boliviano Luis Ramiro Beltrán a propósito de la Comunicología de Liberación.

Para lo que acá interesa, cabe remarcar el sentido y el alcance de la propuesta beltraniana, que fue la única que se hizo de manera específica y explícita desde el campo de la Comunicación en pro de la emancipación.

Se trató, por una parte, de un cuestionamiento de fondo a la instrumentalización y deshistorización del conocimiento para el ajuste social, así como a la utilización mecánica de premisas, objetos y métodos foráneos por los investigadores latinoamericanos del área y, por otra, de la anunciación de un pensamiento comunicacional propio, socialmente comprometido pero teórica y metodológicamente riguroso, capaz de dar cuenta de la realidad concreta de América Latina y de ponerse al servicio de la causa de su dignidad.

Beltrán sintetizó en la noción de Comunicología de Liberación los anhelos de una comunicación que, en su práctica, recuperara el lugar central de cada persona con su aptitud de agencia y que, en su estudio y comprensión, no solo fuese sensible al reconocimiento de las influencias del contexto –esto es, de “encontrarse frente a frente con la sociedad como un todo” para “escudriñar valerosamente” ese sistema social (Beltrán, 1982, p. 106)–, sino que también tuviera la fuerza y voluntad necesarias para “cuestionarlo eventualmente y proponer cambios” (p. 107).

En ese sentido, el especialista boliviano puso de relieve que ya en ese momento, los años setenta del anterior siglo, hubiese surgido *un nuevo enfoque* en el campo de la Comunicación, al que caracterizó del siguiente modo:

[...] parte de entender la comunicación integral y dinámicamente como un proceso en el cual todos los componentes merecen una atención comparable e inseparable. También brota de la convicción de que tal proceso está inextricablemente entremezclado con la estructura de la sociedad total y, en particular, con los determinantes económicos de esta estructura. Más aún, el enfoque percibe a la actividad de comunicación en Latinoamérica como condicionada por los intereses norteamericanos de comunicación como todo el sistema social de la región es dependiente económica, cultural y políticamente de este país en particular (Beltrán, 1982, p. 116).

Esa Comunicología de Liberación, cuestionadora de la dependencia, la teoría economicista del desarrollo, el mediacentrismo, el papel difusionista de las comunicaciones y la teoría de la modernización, se confrontó igualmente con la instrumentalización de los procesos comunicacionales y la resultante cosifi-

cación de sus participantes, posición esta que Beltrán resumió en su propuesta de ‘comunicación horizontal’ en 1979 y cuya índole expresó en esta definición:

La comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación. [...] Todos tienen el derecho a comunicarse con el fin de satisfacer sus necesidades de comunicación por medio del goce de los recursos de la comunicación. [...] Los seres humanos se comunican con múltiples propósitos. El principal no es el ejercicio de influencia sobre el comportamiento de los demás (Beltrán, 2013, p. 71).

Desde esos planteamientos, que no pueden sino ser asumidos como fuente primaria para la decolonización del pensamiento comunicacional regional en el seno de la pugna por la independencia epistémica frente al predominio occidente-céntrico, América Latina confirma su vocación de insubordinación transformadora⁸ con vista a la edificación de una comunidad de y con derechos.

6. Una concepción latinoamericana

El pensamiento latinoamericano en materia de Comunicación tuvo como referencia las ideas dominantes estadounidenses y europeas expuestas, principal y respectivamente, en los modelos de aprehensión y las directrices interpretativas de la *mass communication research* y de la “industria cultural”, las mismas que originaron las corrientes teóricas pragmática –o administrativa, para Paul Lazarsfeld– y crítica, cuyo influjo contrastado continúa prevaleciendo con diversos matices y ciertas actualizaciones temáticas en la labor investigativa, la producción bibliográfica y la enseñanza universitaria de la especialidad.

Tales tradiciones intelectuales dan base a la “Comunicación occidental” (Torrice, 2015a), esto es, a la manera en que, entre finales de la década de 1920 y mediados de la de 1960, el hecho comunicacional fue convertido en objeto pensable dentro del horizonte epistemológico moderno, el cual responde a las características, intereses y posibilidades de una situación histórica concreta: la del Viejo Mundo y su prolongación norteamericana. Solo treinta años después esta última, gran vencedora de la conflagración contra el nazismo y el fascismo y única potencia habilitada para combatir al comunismo, consiguió invertir la desventaja en la relación de fuerzas que había mantenido hasta entonces con Europa y tomó a su cargo la dirección del proyecto hegemónico de Occidente.

8 Un hito previo fundamental en la configuración de este trayecto intelectual fue el seminario titulado “La investigación de la comunicación en América Latina” que se efectuó en San José de Costa Rica, en septiembre de 1973, y que no solamente contribuyó a canalizar el proceso de institucionalización de un espacio académico propio para la Comunicación sino que, además, definió líneas críticas clave para el pensamiento y la acción de los investigadores de la especialidad en la región. Ver: CIESPAL (1973).

Consiguientemente, la comunicación (el proceso) fue conceptualizada desde un lugar de enunciación particular que privilegió la unilateralidad de la transmisión, la centralidad de los medios tecnológicos, la masividad preferente de las emisiones y la persecución de efectos a favor del capital, razón por la cual la Comunicación (el campo de estudios) adquirió una índole tecnicista, liberal y de saber aplicado.

Ese entendimiento de la comunicación en sus niveles de operación y comprensión se fue afianzando como un criterio paradigmático y de validez universal, pero frente a ello se elevaron las voces latinoamericanas que sometieron a juicio los asertos, procedimientos y objetivos de esa occidentalización. Hoy mismo, y aunque todavía se encuentra en ciernes, la impugnación decolonial de los conceptos clásicos y las estructuras de control que prevalecen en el ámbito comunicacional representa una exteriorización remozada cuanto vigorosa de ese accionar insurrecto pero propositivo.

Desde una lectura situada del pasado y los acontecimientos contemporáneos de la realidad regional, en diálogo con las vertientes y problemáticas de las Ciencias Sociales, con un sentido vivo de la participación y en claro compromiso con el interés público, el pensamiento comunicacional latinoamericano erigió, a partir de la década de 1960, un frente intelectual que articuló las expectativas y las luchas por la independencia, el desarrollo y la democracia con los procesos de comunicación. De tal posicionamiento se derivaron sus análisis preeminentemente críticos y sus planteamientos prescriptivos.

En América Latina, en ese contexto, se reconoce la naturaleza antropológica, social e histórica de la comunicación y se la considera el fundamento del ser social, a la par que un hecho diferenciador y privativo de lo humano. La comunicación es concebida como una acción esencialmente dialógica, liberadora del individuo y el colectivo, una práctica simbólica productora de sentidos y, por tanto, imbricada con el ejercicio del poder representacional.

Para los pensadores críticos latinoamericanos, la comunicación es (o debe ser) democrática por sí y posee un potencial democratizador que la vincula indeliblemente con los derechos, las libertades, el acceso abierto, la reciprocidad, la participación y el pluralismo. Así, una diferencia fundamental en la idea de comunicación desarrollada en la región respecto de la instrumental y tecnicista visión occidente-centrada radica en la finalidad humanizadora y comunitaria que se atribuye al proceso de (inter)relación significativa entre interlocutores en igualdad de condiciones.

7. La crítica utópica, *episteme* latinoamericana

Por todo lo dicho previamente es posible sostener que América Latina produjo una *episteme* propia en materia de conocimiento sobre comunicación, esto es, una perspectiva intelectual que toma fundamento en la condición regional, que

a un solo tiempo supone un estado de subordinación político-económica forzada, una inferiorización social provocada y sustentada desde el exterior y un caudal interno diferenciador que potencia la alternativa de la liberación. En resumen, el horizonte latinoamericano para el conocimiento comunicacional proviene de la antes citada perspectiva subalter(n)izada.

Entonces, a la manera de Michel Foucault (1986), y otra vez incorporando las particularidades, tensiones y desafíos de la historia regional, el pensamiento comunicacional latinoamericano desarrollado desde hace poco más de cincuenta años –en contraste con el que aquí se ha llamado “occidental”– se rige por un código crítico surgido de la subalter(n)idad y que es el ordenador de las percepciones, las interpretaciones y los discursos, a la vez que da lugar a un horizonte de aprehensión intelectual cuestionador y, en consecuencia, orienta en torno a lo que se considera posible y necesario de ver, decir y hacer en el campo de estudios de la especialidad.

Se trata, en otros términos, de que existe un modo regionalizado de conocer los procesos comunicacionales que se nutre de la densidad histórica del espacio latinoamericano e implica al menos dos elementos básicos: la priorización del análisis crítico que hace imaginables otras formas de realidad frente a las actuales consideradas insatisfactorias y la certeza de que la teorización debe involucrarse con la causa de la emancipación.

Aunque esta *episteme* no ha sido ni es compartida necesariamente por el conjunto de los pensadores de la Comunicación en esta área geocultural –pues hay varios que se ocuparon o aún se ocupan de reproducir y sedimentar las proposiciones procedentes de las vertientes eurófonas⁹ (Kane, 2011)–, sí es dable afirmar que constituye la base de la originalidad alcanzada por la región en el plano del conocimiento de los fenómenos comunicacionales.

La *corriente crítico-utópica* es, así, la propia de Latinoamérica. Hoy coexiste con las euro-estadounidenses en la estructuración del campo de la Comunicación, pero enfrenta cada vez más el reto de superar los constreñimientos a los que la tiene atada su origen moderno.

8. Por una comunicación alter(n)ativa pos-occidental y transmoderna

Señalar que América Latina es un *locus* de enunciación distinto para la Comunicación (y obviamente para otras miradas sobre la realidad también) no significa que se pretenda materializar una suerte de privilegio epistemológico para este territorio. Se trata, simplemente, de explorar y explotar el dato de que la región sintetiza una colocación estructural que la habilita como punto

9 Esto remite a las ya referidas concepciones ‘pragmática’ y ‘crítica’, ligadas directa o indirectamente a la propagación del proyecto civilizatorio moderno.

desde el cual llevar a cabo una reinterpretación no eurocéntrica de la historia del mundo e impulsar el desmontaje de los mecanismos de la occidentalización compulsiva a los que este mundo fue sometido tras la integración de América a la geografía planetaria (*Cfr.* Todorov, 1998 & Arciniegas, 2005).

Resulta factible, por consiguiente, desde esta parte del globo plantear una *nueva comunicación alter(n)ativa*, primero en el plano epistemológico-teórico y luego en el de la praxis.

Esta alter(n)atividad tiene que ver tanto con el carácter local y localizado (nativo) del pensamiento comunicacional latinoamericano –de donde se desprende su otredad (es, por ello, un *alter*)–, como con su fuerza transformadora (de alteración). Y la novedad concierne ante todo a su diferencia con la comunicación alternativa de la década de 1970, que más bien estaba centrada en contrarrestar el monopolio de la palabra ejercido por los sistemas mediáticos ligados a los poderes internos y transnacionales.

La Comunicación está, pues, convocada a pensar y actuar saliéndose de los límites del proyecto de la Modernidad y de sus supuestos (la ‘transmodernidad’, para Enrique Dussel –2008)¹⁰, así como a avanzar en una ruta pos-occidental que solo es posible avizorar poniendo los pies en la colonialidad.

Recuperar la *substantia* del pensamiento crítico regional y entender, en clave latinoamericana, el hecho humano y social básico de la (inter)relación significativa para la convivencia y la comunicación constituyen, sin duda alguna, la pieza maestra de esta construcción liberadora.

Referencias bibliográficas

- Arciniegas, G. (2005). *Cuando América completó la Tierra*. Bogotá: Villegas.
- Arpini, A. (Comp.). (2003). *Otros discursos. Estudios de Historia de las Ideas Latinoamericanas*. Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo.
- Bautista, J.J. (2013). *Hacia una crítica-ética de la racionalidad moderna*. La Paz: Rincón.
- Beltrán, L.R. ([1976] 1982). Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina. En de Moragas, Miquel (Ed.) *Sociología de la comunicación de masas* (pp. 94-119). Barcelona: Gustavo Gili.
- Beltrán, L.R. (2013). *Comunicación para el Desarrollo. Origen, Teoría y Práctica*. Oruro: Comunicación.
- Beorlegui, C. (2010). *Historia del pensamiento filosófico latinoamericano. Una búsqueda incesante de la identidad*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Castro-Gómez, S. & Grosfoguel, R. (2007). Prólogo. Giro decolonial, teoría crítica y pensamiento heterárquico. En *El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. Bogotá: Siglo del Hombre.

¹⁰ Véase Bautista (2013, pp. 147 y ss.).

- CIESPAL (1973). Informe provisional: Seminario sobre "La investigación de la comunicación en América Latina". *Chasqui*. N° 4, p. 11-25. Recuperado de <http://bit.ly/2ewRpnpj>.
- Dussel, E. (2008). 1492 – *El encubrimiento del Otro. Hacia el origen del "Mito de la modernidad"*. La Paz: Biblioteca Indígena.
- Foucault, M. ([1968] 1986). *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. México: Siglo XXI.
- Kane, O. (2011). *África y la producción intelectual no eurófona. Introducción al conocimiento islámico al sur del Sáhara*. Madrid: Oozeabap.
- Lander, E. (Comp.). (2000). *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas*. Buenos Aires: CLACSO.
- Mejía, Ó. (Dir.) (2013). *Identidad y pensamiento latinoamericano*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- O' Gorman, E. ([1958] 2005). *La invención de América*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Quijano, A. (2009). Colonialidad del poder y clasificación social. En Saavedra, J.L. (Comp.) *Teorías y políticas de descolonización y decolonialidad*. Cochabamba: Verbo Divino (149-190).
- Reinaga, F. (1978). *El pensamiento amáutico. El pensamiento indio*. La Paz: Partido Indio de Bolivia.
- Salazar, A. ([1968] 2006). *¿Existe una filosofía de nuestra América?* México: Siglo XXI.
- Todorov T. ([1982] 1998). *La conquista de América. El problema del otro*. México: Siglo XXI.
- Torrigo, E. (2015a). La "comunicación occidental". Eurocentrismo y Modernidad: marcas de las teorías predominantes en el campo. *Journal de Comunicación Social*. 3, 41-64. La Paz: Universidad Católica Boliviana.
- Torrigo, E. (2015b). *Contribuciones y límites del pensamiento teórico latinoamericano en la constitución moderna del campo conceptual de la Comunicación: 1960-2009*. Estudio inédito. La Paz.
- Zea, L. ([1965] 1976). *El pensamiento latinoamericano*. Barcelona: Ariel.
- Zea, L. ([1969] 2010). *La filosofía americana como filosofía sin más*. México: Siglo XXI.

Monográfico



Introducción:

Cine, política audiovisual y comunicación

Cine, televisión, audiovisual y comunicación, cada vez más indisolublemente asociados, son centrales en el proceso de transformación del capitalismo contemporáneo. La dinámica industrial que se despliega a escala global cuestiona la coherencia, la autonomía y la existencia misma de entidades históricamente constituidas como el cine.

Al abordar el campo audiovisual en esta etapa de tecnologías digitales, nos enfrentamos a un objeto que opera asimismo modificando el régimen de percepción, entendido como un sistema de coordenadas que permite a los grupos humanos observarse y mirar el universo que lo circunda (Sorlín, 2004). ¿Cómo definir el régimen perceptivo que habilitan estas nuevas tecnologías y estructuras? Objeto indefinido desde los textos teóricos y técnicos que circulan, y que potencian la capacidad innovadora de las tecnologías sin profundizar en las transformaciones profundas ni en los contextos particulares. Los primeros enfocan en las formas mediáticas novedosas en tanto hipermedios, transmedios, medios interactivos, ciberculturas, entre otros, desde el paradigma dominante en los estudios de cine (imperialismo semiótico para algunos autores). Los textos técnicos hacen eje en el software adecuado, entre otros, para lograr efectos. Ambas tendencias fragmentan la producción de sentido y no logran quebrar las lógicas productivistas académicas impulsadas desde los centros financieros internacionales.

Para abordar el fenómeno económico, cultural y comunicativo creciente, en términos de Zallo (2007), se requiere de una Economía General de la Cultura como disciplina que no es subsumible en una omnicomprensiva “Economía de la Creación”. La explicación reside en la diversidad de sus rasgos, derivados de la creación simbólica y de sus procesos de trabajo y de valorización, de su relación peculiar con los mercados y los usuarios, y en su eficacia social en forma de disfrute, conocimiento y vertebración colectiva.

La Economía Política de la Comunicación (EPC) propone abordar la relación que se establece entre las estrategias de los grupos de comunicación que participan del fenómeno de la concentración y, al mismo tiempo, de las tendencias que afectan a los contenidos (Miège, 2005).

Es necesario analizar el modo en que se precipitaron e impusieron los avances técnicos y sus procedimientos en el campo del cine. Las transformaciones en las condiciones de producción en los tiempos de trabajo, así como en la postproducción, son los espacios donde se producen efectos sustantivos que

afectan también la conservación en soportes originales en los centros de documentación y archivos cinematográficos nacionales. Estos cambios operan en el campo de la distribución y la exhibición, cooptado por empresas multinacionales; pese a la presencia de políticas públicas activas en la región en este último siglo, pero que aún resultan insuficientes para cambiar la dominación multinacional del mercado.

En ese sentido, los aportes de la EPC no se agotan en el análisis de los aspectos decisivos de la concentración en las industrias culturales y mediáticas, pese a haber constituido el eje de gran parte de los trabajos y proposiciones de sus autores. La Economía Política debe reconocer que, aunque importante, el tamaño de las empresas y la concentración de las mismas son simplemente puntos de partida para comprender la transformación del negocio de las comunicaciones. “Los principales requisitos incluyen el control de los puntos centrales en la producción, distribución y procesos de intercambio (la propiedad directa es una más entre numerosas alternativas) y permanecer flexibles para responder a los cambiantes mercados y tecnologías” (Mosco, 1996)

La industria del cine forma parte de la industria cultural y mediática. Considerando el dominio internacional de la industria cinematográfica norteamericana, Janet Wasko propone investigar los mecanismos con los cuales se impone y mantiene tal predominio, cuál es el grado de participación de su gobierno. De allí que un eje importante lo constituye la relación entre la exportación de películas y la comercialización de otros productos mediáticos, sus implicaciones para las industrias nacionales de otros países y las consecuencias políticas y culturales derivadas.

Es muy importante destacar la relevancia de las implicaciones políticas e ideológicas de las estrategias económicas, pues no en vano el cine debe también enmarcarse dentro del contexto social, económico y político general, y debe ser criticado en la medida en que contribuye a mantener y reproducir las estructuras de poder. (Wasko, 2006)

El desafío es pensar el cine y el audiovisual desde su dimensión industrial y –partiendo del “estilo tecnológico” de Varsavsky (1974)– detectar la posibilidad de proyectos que habilitan cortes con la dependencia o continuidad del dominio del mercado. El concepto de “estilo tecnológico” alude a la articulación entre proyecto político y planificación de medidas económicas, es decir, se sitúa en el campo de las políticas públicas. Si bien las situaciones políticas difieren –ya que el planteo de Varsavsky data de los años ’70– sin embargo se mantienen los sesgos constitutivos dependientes que reclaman nuevas propuestas de independencia tecnológica. Un estilo tecnológico que durante el neoliberalismo fue funcional al proyecto liderado por el sector financiero-especulativo, y que en el caso del cine favoreció al capital multinacional que dominaba la exhibición y

distribución de películas. Para poder avanzar en un nuevo estilo tecnológico es necesario analizar las políticas públicas y los contextos en los que tienen lugar.

Las desigualdades del sistema capitalista, resumidas en la brecha digital, exhiben las diferencias socioeconómicas de la distribución desigual del ingreso, así como los costos de acceso a las nuevas tecnologías. Una desigualdad evidente tanto en la infraestructura de países y regiones como en la apropiación desigual de los beneficios del tráfico por internet. Entre los elementos de esta “brecha” es determinante la exclusión por costos tanto de equipos y programas, como de provisión de acceso a la red y a la telefonía. Los procesos de concentración económica implementados por los gobiernos neoliberales de los años '90 generaron en América Latina y el Caribe una profunda transformación de los sistemas de innovación establecidos en la etapa de crecimiento liderado por el Estado. En el informe de la CEPAL (2002) se describen los patrones de transformación, como:

- a. el proceso simultáneo de modernización e inhibición de las capacidades nacionales;
- b. la destrucción de las cadenas productivas locales;
- c. la especialización desigual en la producción de conocimiento;
- d. la transferencia de actividades preexistentes de investigación y desarrollo al exterior.

Al definir un estilo tecnológico como campo de políticas públicas en la línea planteada por Oscar Varsavsky en los años '70 desde el PLACTED¹, es de notar que si bien las formas hegemónicas se modificaron, los rasgos constitutivos de la región perduran y continúa vigente la búsqueda de autonomía tecnológica, la opción entre tecnologías dirigidas al consumo o tecnologías sociales para la inclusión y para acortar la brecha tecnológica según un camino propio.

En este marco, algunos avances producidos en el campo audiovisual durante el siglo actual en la región fueron resultado de la formulación de políticas tecnológicas con base en lo digital para fomentar la producción nacional. Dos de esas experiencias las constituyen Venezuela y Argentina.

Comprendiendo estas potencialidades, el Presidente Hugo Chávez promovió la Ley de Responsabilidad Social en Radio y TV (2004) y creó –en el marco de una política pública– *La Villa del Cine* en Venezuela durante 2006, a fin de rescatar la historia y promover un cine que genere conocimiento y toma de conciencia de la realidad, en el sentido planteado por Birri (1987). Su producción actual supera las 100 películas.

1 Pensamiento Latinoamericano en Ciencia, Tecnología y Desarrollo” (PLACTED) originado a fines de los años '60 y principios de los '70 como un área de reflexión crítica que cuestionaría las ideas de neutralidad, dependencia y vinculación de la CyT local con las agendas de los países centrales. Oscar Varsavsky, Jorge Sabato y Amílcar Herrera, entre otros, definirían con claridad las problemáticas latinoamericanas, repensando y desarrollando una ciencia y una tecnología propias.

En Argentina, la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (2009), sancionada durante el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, promovió la Televisión Digital Abierta (TDA), y más tarde el BACUA (Banco de Contenidos Universales Argentinos), cuyas más de 2100 horas de contenido audiovisual financiado por el Estado, de acceso libre y gratuito, podían verse en cualquier punto del territorio nacional, a cualquier hora y en distintos dispositivos (a septiembre de 2016, fue eliminado por el gobierno neoliberal).

Al definir un estilo tecnológico propio, en base a su proyecto nacional, un país deja de ser dependiente, creando, innovando, adaptando, es decir, tomando las decisiones sobre cada problema tecnológico específico.

Un país es su pueblo –pasado, presente y futuro– y toda decisión debe comenzar por allí, por su existencia y por sus necesidades. Son éstas las que deben dirigir al sistema productivo, y no al revés. Se vislumbran así nuevos estilos tecnológicos, aún no puestos en práctica en ningún país, entre otras cosas por no haberse planteado teóricamente este problema con suficiente anticipación para tomar las medidas prácticas correspondientes, en vez de someterse al mito tecnológico por falta de alternativas visibles, aunque existan por ahora sólo en la mente de los hombres. (Varsavsky, 1974)

Y en ese sentido, ¿cuáles son los límites de un estilo tecnológico en tanto política pública que intente recuperar otros sentidos?

Los procesos sociales de este siglo que lograron instalar gobiernos post-neoliberales en la región no lograron revertir los límites de las políticas de distribución del ingreso; esto, debido a la escasa independencia de la matriz de relaciones productivas y sociales en que se originaban. El proyecto de recreación capitalista que promueven las políticas de algunos gobiernos latinoamericanos intenta inducir la reconversión nacional de las burguesías locales; muchas de ellas aún hoy estrechamente asociadas al capital transnacional y en busca de los medios (jurídicos, mediáticos) para terminar con los regímenes post-neoliberales mencionados.

El estudio del cine desde la perspectiva de la Economía Política debe incorporar no sólo la descripción del estado de esta industria, sino también “una comprensión teórica de estos desarrollos, situándolos en el marco de una totalidad capitalista más amplia en la que se incluyan los conceptos de clase social y otras relaciones sociales” (Mosco, 1996). En ese sentido se propone renovar la EPC: desafiando en sus fronteras a los Estudios Culturales y la Ciencia Política; definiendo los procesos de *mercantilización* en relación a la transformación de bienes y su valorización de uso; precisando la *espacialización*, como la trascendencia del espacio geográfico de los medios y la *estructuración*, como la creación de relaciones sociales organizadas en clases sociales, géneros o razas.

La constitución de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC) en 2002, sintetizó la visión y el compromiso histórico

de los investigadores latinoamericanos frente a las modificaciones introducidas en el mundo de la comunicación como consecuencia de los cambios económicos, políticos, sociales y culturales que se imponían en el tránsito del siglo XX al XXI. Hoy, el desarrollo de ese campo de estudios tiene como desafío analizar cómo se organiza la producción para los nuevos mercados de la Información y cómo la Comunicación y la Cultura participan de los circuitos de acumulación del capital.

Los trabajos presentados aquí están inscriptos en ese compromiso. En el marco de las luchas por los sentidos, el cine, en su carácter universal, habilita la reformulación de la construcción del sentido en una sociedad, la creación de un nuevo espacio discursivo entre sociedades e individuos, el delineamiento de identidades y estereotipos de conducta, acción y conocimiento, así como de la memoria colectiva. Por eso, las condiciones en que se produce, exhibe y distribuye son determinantes en el análisis. El cine y el audiovisual son potencia artística que estimula la agudeza perceptiva con la posibilidad de una actitud crítica.

Este Monográfico comienza con un artículo sobre el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (1994) y sus consecuencias para México; y finaliza con otro acerca del reciente Acuerdo Transpacífico de Asociación Económica (TPP), dado que es el contexto que prefigura los casos particulares. A su vez, los artículos pueden ser considerados en dos bloques temáticos, aún sin demarcación concreta.

Un primer bloque refiere a *Producción y Políticas Públicas*. Lucía Hinojosa Córdoba aborda la reorganización de la industria cinematográfica mexicana a partir de las políticas neoliberales aplicadas desde 1994, cuando entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), y que produjeran cambios regulatorios y privatizaciones. Jorge Luis Serrano expone las transformaciones sociales en Ecuador desde la nueva Constitución de Montecristi en 2008, y las leyes para promover el cine nacional; aunque estas se presentan como insuficientes para competir con las industrias culturales globales que, sumadas a la adaptación de los realizadores al *status quo*, pueden llegar a absorber el talento y la creatividad locales. Roberto Trejo replantea la categoría de cine chileno, develando los mecanismos que generan un cine cuyo referente socio-cultural lo constituye el modelo cultural del neoliberalismo; donde existen productoras precarias y tercerizadas que sobreviven en base a la explotación y fragilización laboral de técnicos y creativos como estrategia de desarrollo privada y estatal. Anita Simis analiza el cine brasileño durante la dirección del Ministerio de Cultura por Celso Furtado (1986-88) y la reversión de la política dictatorial desde 1980; su propuesta de financiación privada para inclusión y fomento del cine nacional derivó en un debilitamiento institucional de Embrafilme y, luego, una privatización parcial en un contexto de presión de la industria cinematográfica. Hansel Pavel Oro Oro y Dasniel Olivera Pérez aportan, para el análisis del cine cubano, la categoría de industria cultural que reconoce la dimensión política y económica de los procesos culturales; en las

particulares condiciones de transición al socialismo, abordan el ICAIC en la actualidad, contrapuesto a las lógicas comerciales, respetando el valor artístico del cine y la formación crítica.

Un segundo bloque enfoca en la *Distribución y Exhibición*. Diego Rossi aborda el mercado concentrado de la distribución y la exhibición en países de la Unasur entre 2010-2014 que integran a las salas, servicios televisivos públicos y privados, plataformas de pago, entornos digitales sobre plataformas de internet, reconocidos como otras pantallas o ventanas de exhibición y que redefinen los modos de visionado y explotación comercial. Juan Carlos Valencia y María Alejandra Beltrán López analizan las mediciones de audiencias en el cine regional actual en empresas ligadas a las *majors* y anunciantes, y cuyas mediciones globales no evalúan apropiación de contenidos, procesos de recepción o decodificación, sino que cuantifican e instrumentalizan públicos para segmentar nichos de mercado, publicidad y éxito comercial. Andrés Barradas aborda las dificultades de distribución y exhibición del cine independiente mexicano durante 2015, que en muchos casos no cubre siquiera alcance nacional. Los mecanismos, como costos de las copias, el VPF por pantalla, se constituyen en trabas a la circulación de una producción independiente representativa. José Guibson Delgado Dantas y Gardia Rodríguez analizan la reconfiguración económica cultural en este último siglo que reorganizó también el campo audiovisual brasileño, integrando cine y televisión mediante las políticas de acuerdos entre el Fundo Sectorial do Audiovisual (FSA) y la Ley 12.485/2011 (Lei da TV por Assinatura). Karina Luchetti describe los contenidos del Acuerdo Transpacífico de Asociación Económica (TPP), firmado en 2016 por 12 países. Tratado de libre comercio sobre propiedad intelectual criminalizador, que amenaza la libertad de expresión, el debido proceso, la proporcionalidad de las penas, en beneficio de las *majors* y empresas transnacionales de medios.

Susana SEL

Universidad de Buenos Aires, Argentina / FLACSO, Ecuador /
susansel@gmail.com

Coordinadora Monográfico

Referencias bibliográficas

- Becerra M. & Mastrini, G. (2006). Senderos de la Economía de la Comunicación. Una mirada latinoamericana. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*. Vol. 11 Universidad Complutense de Madrid.
- Birri, F. (1987). Manifiesto de la Escuela Documental de Santa Fé, 1962. *Pionero y peregrino*. Ed. Contrapunto. Buenos Aires

- CEPAL. (2002). *Globalización y desarrollo*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Naciones Unidas. Brasilia.
- Creton, L. (2005). *Économie du cinéma. Perspectives stratégiques*. Paris, A.Colin
- Gettino, O. (2006). *Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo*. San José de Costa Rica: UNESCO-FNCL-Veritas.
- Miége, B. (2006). La concentración en las industrias culturales y mediáticas (ICM) y los cambios en los contenidos. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*. Vol. 11 Universidad Complutense de Madrid.
- Mosco, V. (1996). *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. London, Sage Publications.
- Sel, S. (2015). Estilo tecnológico y régimen de percepción digital en el audiovisual argentino desde 2003. *Pixelaciones*. Ed. Ciccus, Buenos Aires.
- Sorlín, P. (2004). *El siglo de la imagen analógica. Los hijos de Nadar*. Ed. La Marca, Buenos Aires.
- ULEPICC (2001). *Carta de Buenos Aires. Otra comunicación es posible*. <http://www.ulepicc.es/web/carta.htm>.
- Varsavsky, O. (2013 [1974]). *Estilos tecnológicos: propuestas para la selección de tecnologías bajo racionalidad socialista*. Buenos Aires: Biblioteca Nacional.
- Wasko, J. (2006). La Economía Política del cine. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*. Vol. 11 Universidad Complutense de Madrid.
- Zallo, R. (2007). *La Economía de la Cultura (y de la Comunicación) como objeto de estudio*. Euskal Herriko Unibertsitatea. Portal de la Universidad del País Vasco. Disponible en <http://bit.ly/1RvJfHd>.

El cine mexicano en tiempos de acuerdos y tratados internacionales: crisis, transformaciones y continuidades

Mexican cinema in times of agreements and international treaties: crisis, transformations and continuities

O cinema mexicano em tempos de acordos e tratados internacionais: crise, transformações e continuidades

Lucila HINOJOSA CÓRDOVA

Universidad Autónoma de Nuevo León, México / lucila.hinojosacr@uanl.edu.mx

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Monográfico, pp. 47-63)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 27-04-2015 / Aprobado: 23-09-2016

Resumen

En este artículo se presenta un análisis de la reorganización que ha tenido la industria cinematográfica mexicana en su circuito productivo comercial (producción, exhibición, consumo) a partir de los efectos de las políticas económicas neoliberales, cambios regulatorios del sector y privatizaciones que se implementaron en el sector, a raíz de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o NAFTA) en 1994. El estudio se aborda desde la perspectiva de la economía política de la comunicación y la cultura; se trata de un estudio longitudinal y descriptivo que abarca el periodo de 1992 a 2015, en el que se utilizan como método las técnicas de investigación documental, el análisis de contenido y la entrevista.

Palabras clave: películas mexicanas; producción; exhibición; consumo.

Abstract

In this article an analysis of the reorganization appears that has had the Mexican cinematographic industry in its commercial productive circuit (production, exhibition, consumption) from the effects of the neoliberal economic policies, regulatory changes of the sector and privatizations that were implemented in the sector, as a result of the take effect of the Free Trade Agreement of North America (TLCAN or NAFTA) in 1994. The study approaches from the perspective of the political economy of the communication and the culture; is a longitudinal and descriptive study that includes the period from 1992 to 2015, in which are used like method the techniques of documentary investigation, the analysis of content and the interview.

Keywords: Mexican cinema; production; exhibition; consumption.

Resumo

Este artigo apresentará uma análise da reorganização da indústria cinematográfica mexicana em seu circuito produtivo comercial (produção, exibição e consumo) a partir da implementação de políticas econômicas neoliberais, mudanças regulatórias e privatizações realizadas sob o pano de fundo do Tratado de Livre Comércio da América do Norte (NAFTA) em 1994. O estudo aborda a perspectiva da economia política da comunicação e da cultura. Trata-se de um estudo longitudinal e descritivo que abrange o período de 1992 a 2015 e, no qual se utilizam as técnicas de investigação documental, a análise de conteúdo e a entrevista.

Palavras-chave: filmes mexicanos; produção; exibição; consumo.

1. Introducción¹

Durante el periodo que abarca este estudio, 1992-2015, y desde la entrada en vigor en 1994 del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) firmado entre México, Estados Unidos y Canadá, el cine mexicano ha pasado de una profunda crisis a una lenta recuperación, debido en parte a las desigualdades que se observan en los flujos de intercambio comercial entre los países firmantes en el rubro de los productos audiovisuales, en específico el de películas cinematográficas.

El TLCAN arrancó sin que México estableciera las condiciones internas para una participación competitiva, al menos en el sector cinematográfico. Pasados los primeros años *post* TLCAN, los empresarios ya no vieron rentable su inversión en las productoras y las empezaron a cerrar.

Esta misma situación se presentó en varios países de América Latina, como en su momento lo señaló Octavio Getino:

Con la implementación del modelo económico neoliberal en la mayor parte de la región, la producción fílmica se derrumbó en las principales industrias latinoamericanas entre finales de los 80 y mediados de los 90. Las medidas restrictivas aplicadas en México, Brasil y, en menor medida en Argentina, redujeron la producción conjunta de estos tres países de alrededor de 200 títulos en 1985 (México y Brasil producían entre 80 y 90 largometrajes por año), a menos de 50 en 1995. Las políticas de Salinas de Gortari en México y de Collor de Melo en Brasil habrían contribuido directamente a ese desastre. (Getino, 2007, p. 172)

Contra lo que piensan la mayor parte de los economistas y los administradores de empresas, el arte y la cultura también aportan al Producto Interno Bruto (PIB), según Ernesto Piedras, uno de los pocos economistas que en el país defienden los productos culturales y para quien resultan indispensables tanto la promoción y el mantenimiento de la diversidad cultural, así como el aseguramiento del acceso democrático a la cultura:

Las industrias culturales tienen esta doble naturaleza cultural-económica, y participan en la economía en términos de la creación y de la contribución del empleo al PIB. En el aspecto cuantitativo es una industria muy importante: después de la maquiladora y petrolera, la cultural es la tercera más importante del país si tomamos en cuenta que la turística suma en su participación un porcentaje significativo de lo que aportan los activos culturales. (Piedras, citado por Alejo, 2012)

1 Una versión preliminar se presentó como ponencia en el 5° Congreso Mexicano de Ciencias Sociales, COMECSO 2016, realizado los días 14-19 de marzo del presente en la Cd. de Guadalajara, Jalisco, México.

El Producto Interno Bruto (PIB) de la industria cinematográfica creció 9.1% entre 2012 y 2013. El incremento promedio durante el periodo de 2008 a 2013 fue de 6.7%, superior al promedio del sector de la cultura e incluso del total del PIB nacional, que fue de 1.4%. En otras palabras, el comportamiento económico del cine es casi siete veces más dinámico que el conjunto de la economía mexicana (IMCINE, 2015).

2. Aproximación teórica

El enfoque teórico de la economía política es una de las perspectivas de mayor tradición en la investigación de las industrias culturales y la comunicación, y desde la cual se puede explicar la reorganización que ha tenido la industria cinematográfica mexicana en su circuito productivo a partir de los efectos de las políticas económicas neoliberales, cambios regulatorios del sector y privatizaciones que se implementaron en el sector a raíz de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o NAFTA) en 1994.

Desde la década de 1940, este enfoque ha guiado el trabajo de muchos investigadores alrededor del mundo y su expansión global continúa al día de hoy, con autores pioneros como Herbert Schiller, Dallas Smythe, Armand Mattelart, Nicolas Garnham, Kaarle Nordenstreng, Cees Hamelink y Vincent Mosco, quienes inspiraron luego los trabajos de autores latinoamericanos como César Bolaño, Enrique Sánchez Ruiz, Guillermo Mastrini, Luis Ramiro Beltrán, Delia Crovi, Rodrigo Gómez y muchos otros que han encontrado en este campo una explicación a los cambios estructurales y transformaciones históricas de los circuitos productivos de la comunicación y de la cultura.

Según Vincent Mosco (2009, p. 24), “la economía política es el estudio de las relaciones sociales, particularmente de las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución, y consumo de recursos”. Desde este punto de vista, los productos de la comunicación como periódicos, libros, videos, películas y audiencias, son los recursos primarios. Esta definición llama la atención hacia las fuerzas fundamentales y los procesos en juego en el mercado. Hace énfasis en cómo una compañía produce una película o una revista, sus negociaciones con aquellos que lo van a distribuir en el mercado, y cómo los consumidores deciden acerca de qué ver, leer o escuchar. Finalmente, considera cómo las decisiones de los consumidores alimentan de nuevo el proceso de la producción de nuevos productos.

En otras palabras, la Economía Política de la Comunicación y la Cultura es un enfoque teórico que analiza las articulaciones entre la producción y consumo de productos culturales, entre ellos los del cine. En un sistema de mercado, los productores responden a las demandas de los consumidores y, al mismo tiempo, las necesidades y deseos de los consumidores son moldeados por la oferta disponible del mercado. Diferentes modos de producción determinados por contextos

socio-históricos y estructurales, configuran distintos patrones de consumo y prácticas culturales entre los consumidores. Es en este sentido que el estudio de una industria cultural tan importante para la identidad cultural y nacional como lo es la cinematográfica tenga en este enfoque una vía para la explicación de cómo las estrategias económicas internacionales y las regulaciones del Estado establecen las condiciones estructurales que determinan el desarrollo de una industria que tiene tantas implicaciones económicas e ideológicas para los conglomerados que dominan los mercados globales.

Como señala Janet Wasko, en particular sobre la Economía Política del Cine:

La Economía Política representa una perspectiva diferente y distinta del estudio del cine, aunque no haya recibido el reconocimiento debido en el campo de los estudios filmicos... Es muy importante destacar la relevancia de las implicaciones políticas e ideológicas de las estrategias económicas, pues no en vano el cine debe también enmarcarse dentro del contexto social, económico y político general, y debe ser criticado en la medida en que contribuye a mantener y reproducir las estructuras de poder (Wasko, 2006, p. 101-202).

3. Metodología

Este artículo es parte de una línea de investigación que se inició en 1998 (Hinojosa Córdova, 2013; 2012; 2010; 2007a; 2007b; 2006; 2004; 2003a & 2003b) y que se ha venido desarrollando desde entonces. Es un estudio de diseño no experimental, descriptivo y longitudinal de tendencia para la observación de las variables producción y exhibición de películas mexicanas en las salas de cine comercial, así como el consumo (asistencia) y el ingreso en taquilla. Se analiza la información a nivel nacional y se contrasta con evidencia empírica de estudios realizados a nivel local.

La hipótesis de trabajo que se ha venido estudiando es que las políticas económicas neoliberales (apertura del mercado, desregulaciones y privatizaciones) que se adoptaron a raíz del TLCAN para la industria cinematográfica mexicana, no han tenido un impacto muy favorable en la producción y exhibición de películas mexicanas en las salas de cine comercial, a pesar del incremento en el consumo y recepción de los espectadores.

Como técnicas de investigación se han venido utilizando la investigación documental, el análisis de contenido, la encuesta, los grupos de discusión y la entrevista (testimonios de especialistas e investigadores sobre cine). Aquí se presentan sólo resultados actualizados de la investigación documental, el análisis de contenido y las entrevistas.

4. Resultados y discusión

4.1 La crisis

Hasta el 2014, México ocupaba el cuarto lugar en el mercado mundial en número de espectadores, el lugar 13 en recaudación en taquilla y el cuarto por la transferencia de regalías al extranjero por concepto de consumos de materiales audiovisuales provenientes de Estados Unidos, sin embargo, la producción y exhibición filmicas nacionales no son equivalentes proporcionalmente y la falta de equidad en la distribución de los ingresos no incentiva la inversión privada en esta industria, ya que, del ingreso en taquilla, el exhibidor se queda con el 50-60% menos impuestos, el distribuidor con el 30% correspondiente a la recuperación de gastos más comisión, y el productor recibe, en el mejor de los casos, un 10%. Sólo tratándose de un éxito de taquilla, este porcentaje podría representar una ganancia y difícilmente una película mexicana recupera su inversión con su exhibición exclusivamente en territorio mexicano. Estos números contrastan con lo que sucede en otros países como Estados Unidos, donde el productor se lleva en promedio el 70% de los ingresos, una vez descontados los gastos de operación del exhibidor.

El TLCAN se firmó en 1992, siendo presidente Carlos Salinas de Gortari, y entró en vigor en 1994. Como se observa en la Tabla 1, la producción empezó a declinar ya desde que entrara en vigor el Tratado, para caer en una profunda crisis a mediados de la década de 1990.

Tabla 1. Producción de películas mexicanas 1989-2015

Año	Películas producidas
1989-1990	167
1991-1992	120
1993-1994	77
1995-1996	33
1997-1998	20
1999-2000	47
2001-2002	35
2003-2004	65

2005-2006	117
2007-2008	140
2009-2010	135
2011-2012	185
2013-2014	256
2015	140

Fuente: Elaboración propia con información de los Anuarios del IMCINE.

El año más crítico fue 1997, cuando sólo se produjeron nueve películas. Ese año fue cuando iniciaron los estímulos del FOPROCINE y FIDECINE, apoyos a la producción creados por el entonces presidente Ernesto Zedillo de León. En el 2006 se creó un nuevo estímulo llamado Artículo 189, que también ha contribuido a apoyar buen número de producciones. El mejor año para la producción, a partir de que entró en vigor el TLCAN, ha sido el 2015 con una producción de 140 largometrajes (con lo que se superó la cifra más alta registrada en la historia del cine nacional del año 1958 con 135 películas), seguido del 2014 con 130 y el 2013 con 126, es decir, luego de una década de crisis en la producción hasta casi desaparecer, la siguiente década ha sido de un crecimiento sostenido y promisorio, no así para la exhibición.

En cuanto a la exhibición, cuando se firmó el TLCAN en 1992, a las dos semanas se aprobó por decreto presidencial una nueva Ley Federal de Cinematografía que venía a sustituir la vigente desde 1952, en la cual se estipulaba que el 50% de las pantallas nacionales debían reservarse para exhibir las películas mexicanas. Con la nueva Ley, a partir de 1993 se obligaba a las exhibidoras a reducir cada año el porcentaje de exhibición de películas mexicanas hasta quedar en un 10% en 1997, con una semana mínimo de exhibición, con lo cual se puso en crisis la inversión y producción cinematográficas. Esto coincide con que fue en 1997 cuando hubo una producción muy baja. Si bien la cuota del 50% de pantalla para las películas mexicanas que se establecía en la ley anterior no se cumplía del todo, esta ley al menos funcionaba como una protección estatal para la producción y exhibición nacionales a la que se tenían que sujetar los distribuidores y exhibidores.

En este sentido, una de las principales dificultades que ha tenido que enfrentar el cine nacional en las salas cinematográficas comerciales se encuentra en el control que las distribuidoras y exhibidoras transnacionales tienen sobre la exhibición, amparados por los cambios a la Ley Federal de Cinematografía que se aprobaron en 1992:

ARTÍCULO 19.- Los exhibidores reservarán el diez por ciento del tiempo total de exhibición, para la proyección de películas nacionales en sus respectivas salas cinematográficas, salvo lo dispuesto en los tratados internacionales en los cuales México no haya hecho reservas de tiempo de pantalla.

Toda película nacional se estrenará en salas por un período no inferior a una semana, dentro de los seis meses siguientes a la fecha en que sea inscrita en el Registro Público correspondiente, siempre que esté disponible en los términos que establezca el Reglamento.

ARTÍCULO 20.- Los precios por la exhibición pública serán fijados libremente. Su regulación es de carácter federal (México, 2010, p. 4).

Como se observa, esta normativa no coadyuva a fomentar un crecimiento sostenible de esta industria. Al respecto, y paradójicamente, en el documento firmado del TLCAN quedó asentado en el Anexo I de la Lista de México, que “el 30% del tiempo anual en pantalla en cada sala puede ser reservado a las películas producidas por personas mexicanas dentro o fuera del territorio de México” (citado por Casas, 2000, p. 144), con lo cual se evidencia una contradicción entre lo acordado por los tres países (México, Estados Unidos y Canadá) y nuestra propia Ley Federal de Cinematografía.

Adicionalmente, la reforma regulatoria afectó también el precio del boleto de cine, al liberarse éste desde 1992 y dejarlo a discreción de los dueños de las salas de exhibición, lo que afectó a la mayoría de la población mexicana que sobrevive con el salario mínimo y que dejó de ir al cine. De formar parte de la canasta básica de consumo doméstico hasta 1990, con la liberación de precios hoy el costo del boleto se mueve en un rango de 35 a 140 pesos, dependiendo del sector urbano en el que se ubique el complejo cinematográfico, cuando el salario mínimo al 2015 rondaba en promedio los 70 pesos diarios. El salario mínimo en 1990 era de 10,786 viejos pesos (luego vino una devaluación del peso en 1993 donde se le quitaron al peso tres ceros, quedando en el equivalente de 10 pesos). De acuerdo con estimaciones hechas con datos del Banco de México y la CANACINE (Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica), de 1990 a 1995 el precio del boleto en la Ciudad de México aumentó aproximadamente 26% (Revista *El Consumidor*, PROFECO, 2004, p. 21). Ése fue el legado de nuestro ex presidente Carlos Salinas de Gortari, artífice del TLCAN.

En cuanto al consumo cinematográfico, que se refleja en la asistencia a las salas de cine, todavía en 1990, cuando el número de salas era de 1896, se registraron 197 millones de espectadores. Conforme fue avanzando la crisis económica, fueron cerrando las salas de cine por la disminución de la asistencia, así en 1995, con 1495 salas, se registró una asistencia de sólo 62 millones (Ver Tabla 2).

Tabla 2. Salas de cine y número de espectadores en México de 1990 a 2001

Año	Número de salas	Millones de espectadores
1990	1896	197
1991	1558	170
1992	1616	134
1993	1415	103
1994	1434	82
1995	1495	62
1996	1639	80
1997	1642	95
1998	1760	104
1999	1979	120
2000	2077	130
2001	2200	138

Fuente: Anuarios del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE).

Como se observa en la Tabla 2, la asistencia a las salas de cine empezó a mejorar conforme los apoyos gubernamentales empezaron a hacer efecto en la producción. Si bien éstos se han mantenido en crecimiento, todavía resultan insuficientes para la cantidad de proyectos que compiten por obtener un apoyo.

4.2 Las transformaciones

Una de las transformaciones que se han observado en los últimos años ha sido en el crecimiento de la producción cinematográfica, y esto se debe en parte a los estímulos económicos que el Estado ha venido implementando en apoyo a la producción.

En el 2006, el gobierno federal, a través de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, ha buscado estimular el crecimiento de la producción y distribución mediante la creación de otros beneficios fiscales como el que otorgaba el artículo 226 (nombrado artículo 189 a partir de 2014) de la Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISR), permitiéndoles a los contribuyentes destinar hasta el 10% del Impuesto Sobre la Renta (ISR) causado en el ejercicio anterior o máximo 20 millones de pesos a la producción cinematográfica en el país, lo que permite financiar hasta con 500 millones de pesos anuales los proyectos cinematográficos aprobados. Este estímulo ha permitido obtener financiamiento a más de 400 proyectos de producción y 50 más para su distribución, de acuerdo a cifras publicadas por la SHCP. Como se mencionó anteriormente, sólo en el 2015 el 70% de las producciones se realizaron gracias a estos apoyos.

Estos estímulos apoyaron películas como *Nosotros los Nobles* (de Gary Alazraki, 2013), *No se aceptan devoluciones* (de Eugenio Derbez, 2013) y *La Dictadura Perfecta* (de Luis Estrada, 2014), las que lograron un éxito en taquilla tanto a nivel nacional como internacional desarrollando nuevos modelos de

negocio para la producción de largometrajes, los que están teniendo gran aceptación del público espectador tanto nacional como extranjero.

Hoy en día, México se ubica dentro de los 20 países con mayor producción en el mundo y es uno de los de mayor producción en Iberoamérica. En el 2015 se produjeron 140 películas, lo que representó un incremento del 10% con respecto al 2014, de las cuales 44 fueron en coproducción internacional, 50 de ellas fueron películas documentales, el 25% fue realizado por mujeres y el 70% recibió apoyos del Estado. Adicionalmente se realizaron 453 cortometrajes (IMCINE, 2015).

4.3 Las continuidades

Desafortunadamente la exhibición de películas nacionales sigue siendo la más afectada de manera negativa. En México, la legislación de cine, como la de otras industrias culturales, opera como política cultural. Por su importancia ideológica, los poderes públicos no se muestran neutrales a la hora de definir e implementar estas políticas.

A pesar de que la Ley Federal de Cinematográfica aprobada en 1992 ha tenido varias adiciones en los años 1999, 2002, 2006 y 2010, ninguna de ellas ha tenido repercusiones significativas, al contrario, siguen “legalizando” y permitiendo la preponderancia en pantalla de las películas extranjeras, por no decir estadounidenses. Esto nos lleva a aseverar que si bien la crisis de la producción parece estar superando, y con ello nuestra hipótesis comprobándose refutada con respecto a esta variable, la de la exhibición todavía necesita de una intervención que depende más de voluntad política que de otras condiciones.

Paradójicamente, aun y cuando es escasa la exhibición, y con todo y que las crisis económicas, de desempleo, de inseguridad y violencia que se viven actualmente en el país están afectando a la mayoría de la población, el número de salas sigue creciendo y las ganancias en taquilla incrementando. En el 2002, la película *El crimen del Padre Amaro* marcó un hito en la historia del cine nacional convirtiéndose en ese entonces en la película más taquillera del cine nacional con un ingreso de 162 millones de pesos, lugar que ocupó durante 11 años; luego llegó *Nosotros los Nobles* en el 2013 y duplicó esa taquilla con 340 millones, aunque el lugar lo ocupó sólo unos meses, porque *No se aceptan devoluciones*, estrenada en septiembre del mismo año, logró recaudar más de 600 millones de pesos (IMCINE, 2015).

La Tabla 3 muestra el crecimiento en pantallas cinematográficas, el de la asistencia total y el de la asistencia a ver películas mexicanas. Si bien los dos primeros indicadores se han mantenido en crecimiento constante, el de la asistencia a ver películas mexicanas se mantuvo fluctuante hasta el 2012, brincando al triple en el 2013 para luego disminuir de nuevo en el 2014.

Tabla 3. Asistencia a las salas de cine en México 2002-2015.

	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2013	2014	2015
Pantallas cinematográficas	2,823	3,491	3,892	4,310	4,818	5,303	5,547	5,678	5,977
Asistencia total*	152	163	165	182	190	228	248	240	286
Asistencia a ver películas mexicanas*	14.7	9.0	11	13.2	11.4	10.9	30.1	24	17.5
(*) Millones de espectadores									

Fuente: Elaboración propia con datos de los Anuarios del IMCINE.

¿A qué se debió el incremento de la asistencia a ver películas mexicanas en 2002, 2008 y el 2013?

En el 2002 se estrenó la película de *El crimen del Padre Amaro* (Carlos Carrera, 2002), convirtiéndose entonces en un éxito de taquilla. Antes de su exhibición pública en México se desató una controversia, porque grupos católicos intentaron prohibir su exhibición en cines, lo que le sirvió como publicidad gratuita a la película.

En el 2008 fue la de *Rudo y Cursi* (Carlos Cuarón, 2008), con los estelares de Diego Luna y Gael García, dos actores que atraen al público juvenil y donde el contexto es el deporte del fútbol soccer, considerado el deporte nacional en México.

Y en el 2013, a la cabeza de las 10 películas con más asistencia se situó la mexicana *No se aceptan devoluciones* (Eugenio Derbez, 2013), distribuida por VIDEOCINE, con 15.2 millones de espectadores, el 50% del total de espectadores de cine nacional de ese año, una comedia dramática protagonizada, coescrita y dirigida por el actor y comediante mexicano Eugenio Derbez. El éxito de esta película hizo que se incrementara, también, el promedio de asistencia por habitante de 1.96 en el 2012 a 2.1 en el 2013. Esta película se convirtió también en la película de habla hispana más taquillera de todos los tiempos en Estados Unidos (IMCINE, 2013).

La también nacional *Nosotros los Nobles* (Gary Alazraki, 2013) ha sido la segunda más vista, con 7.1 millones, mientras que *El crimen del Padre Amaro* (Carlos Carrera, 2002), estrenada en el 2002, que había encabezado el primer lugar hasta el 2010, quedó en tercer lugar, con 5.2 millones de espectadores. *La dictadura perfecta*, estrenada en el 2014, quedaría en cuarto lugar, con los 4.2 millones de asistentes (IMCINE, 2014).

En el 2015 se registraron 17.5 millones de espectadores, una disminución con respecto a lo registrado en el 2014; no obstante, es el tercer año consecutivo con mayor afluencia a salas en 25 años (IMCINE, 2015).

Nuevos modelos de negocio que están implementando los cineastas y temáticas cercanas a sus espectadores, son dos de las estrategias que están impulsando un renacimiento del cine nacional.

La asistencia promedio anual por habitantes fue de 2 en el 2015, mayor que en otros países de Latinoamérica y Europa. Aun y cuando ese año se pusieron en marcha tres plataformas digitales con participación pública, *Plataforma Digital Cinema México*, *FilminLatino* y *Pantalla CACI*, las salas de cine continúan siendo uno de los principales contactos que tiene el público mexicano con un filme, pese a la competencia que representan las tecnologías de la información y comunicación de bajo costo y variada oferta audiovisual, en un país donde casi la mitad de la población no tiene acceso a las TIC.

En cuanto a políticas culturales, no ha habido cambios sustantivos que favorezcan a la exhibición y/o consumo de filmes nacionales. El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 del actual Gobierno de la República que preside Enrique Peña Nieto, si bien se mencionan estrategias y acciones en apoyo a la producción de cine, no se declara una estrategia específica ni para la exhibición ni para la formación de públicos. En el apartado VI.3, México con educación de calidad, en su Objetivo 3.3, relativo a ampliar el acceso a la cultura como un medio para la formación integral de los ciudadanos, se propone en la Estrategia 3.3.4: Fomentar el desarrollo cultural del país a través del apoyo a industrias culturales y vinculando la inversión en cultura con otras actividades productivas. Y como líneas de acción: 1) incentivar la creación de industrias culturales y apoyar las ya creadas a través de los programas de MIPYMES; 2) impulsar el desarrollo de la industria cinematográfica nacional de producciones nacionales y extranjeras realizadas en territorio nacional (PND 2013-2018, p. 126).

Como se lee en el párrafo anterior, acciones como “incentivar” e “impulsar”, si no se declara su operatividad, resultan vagas y perdidas en el tiempo; lo anterior demuestra que, salvo los estímulos fiscales que se han implementado para la producción cinematográfica, no existe una política cultural con directrices operativas que garanticen un apoyo eficaz a la exhibición y la formación de públicos.

5. Posibles soluciones

En un mercado donde la distribución y exhibición en los cines comerciales la dominan empresas transnacionales que privilegian las producciones extranjeras, las que se ven beneficiadas por las disposiciones de una legislación que no protege su patrimonio nacional, es imperiosa la necesidad de una política cultural congruente y consistente con el desarrollo de la cinematografía mexicana.

Para profundizar más en esta aseveración se han estado llevando a cabo entrevistas² entre especialistas, investigadores, cineastas y actores para conocer sus opiniones al respecto, de las cuales, por cuestión de espacio, se presentan los extractos de algunas, destacando sus principales aportaciones.

Entrevistadora: ¿Cómo impactan las políticas culturales a la exhibición del cine mexicano?

David Lozano (investigador): Si se hace referencia a las políticas culturales emprendidas por el gobierno, me parece que, después de la aprobación del artículo 226 durante el sexenio 200-2006 en donde impactó de manera benéfica aumentando la producción, en la actualidad se ha quedado estancada. Se beneficia sólo a quienes logran acceder a créditos fiscales mediante grandes compañías. Por otro lado, los esfuerzos del gobierno para levantar una industria cinematográfica, fuera del 226, son insuficientes, con escaso financiamiento o sin metas u objetivos claros... Por otro lado, *Nosotros los Nobles* y *No se aceptan devoluciones* han hecho un estupendo trabajo, nos guste o no, pues los ingresos en taquilla lo certifican. También me parece que serán un parte aguas para la producción nacional, pues para lograr una industria fuerte, es el camino que en México se deberá seguir. (David Lozano, Entrevista personal No. 1. Diciembre 2013)

José Luis Solís (director de cine): Es multimodal. No creo que existan políticas administrativas de la institución de lo que es el consumo de cine mexicano, puede haber políticas culturales de producción de cine mexicano, pero los últimos esfuerzos de tratar de incentivar la producción pues van encaminados nuevamente a festivales, no son verdaderas políticas culturales de desarrollo del público de consumo de cine. Existe más un énfasis en mecanismos de producción de cine, sin importar si se ve o no se ve ese cine. (José Luis Solís. Entrevista personal No. 2. Diciembre 2013)

Juan Manuel González (productor): En México las políticas culturales impactan no sólo a la exhibición, sino a todas las etapas de la industria cinematográfica debido al necesario apoyo gubernamental para la realización de películas. Sin embargo, ciertamente se ve una mayor concentración de los apoyos para las etapas de desarrollo y producción, que para la distribución y exhibición. (Juan Manuel González. Entrevista personal No. 3. Diciembre 2013).

Entrevistadora: ¿Qué impresión tiene usted del público mexicano? ¿Qué va a ver al cine? ¿Qué le gusta?

Víctor Ugalde (investigador, productor, guionista, ex secretario técnico del IMCINE): Depende, primero tenemos que hablar de una masa de 115 millones de mexicanos,

2 Las entrevistas fueron realizadas por Narce Dalia Guadalupe Ruiz Guzmán, tesista de la Maestría en Artes Visuales de la UANL.

y los que van son sólo 30. Entonces, a los que no atienden les gusta básicamente lo mismo, pero con, llamémoslo así, objetos admirables diferentes. Porque la clase media está más identificada con la cultura norteamericana, asiste a ver cine mexicano, pero la gran masa va por la catarsis. Sus tres géneros principales que está demostrado desde hace 100 años son: la comedia, el terror y las de aventuras. Siempre que hacen un estudio cada cinco años, que Kodak antes los hacía, siempre encontrábamos los mismos resultados en consumo. Otra cosa que quiere consumir la clase media serían novedades, novedades catárticas. Y hay una población muy exigente a la que no le gusta la oferta, llamémosla repetitiva, de estos tres géneros, que busca novedades de acuerdo a su grado de estudio, pero en México la educación superior está limitada aún más que la oportunidad del consumo. Entonces nosotros los dividimos básicamente en dos mercados, el mercado que le llamamos de cine comercial, que es de alto consumo, y el consumo del cine de festivales. Una película que gana en festivales naciones o en el extranjero obtiene, cuando mucho, 100 mil espectadores en el país, pero eso sí, nuestro nombre está en boca de todos los países a donde nos invitan, y las películas que se producen de bajo costo para este tipo de festivales son rentables, pongo como ejemplo a Carlos Reygadas. Y, por el otro lado, tenemos el monstruo de mil cabezas al que le gustan las comedias, el terror, el suspenso, en este momento con identificación de clase media. Pero como no estamos atendiendo al público de bajo consumo o popular, que fue el que le dio el sustento al cine popular de los cincuentas a los noventas, donde pues veían su vida cotidiana y sus costumbres vivas a través de lo que se llamaba cine popular, la gente decía, “ay, qué feo hacer una película de ficheras, películas de narcos, de migrantes, sigue habiendo lo mismo, pero cambió la clase”. (Víctor Ugalde. Entrevista personal No. 4. Diciembre 2013)

D.L.: Es un público deseoso de divertirse, así es el mexicano, es muy parecido, en el sentido cinematográfico, al estadounidense. Me parece que es muy inteligente al momento de adquirir un boleto y prueba está que grandes producciones hollywoodense han fracasado por sus malas historias... Los géneros de mayor audiencia en México, según CINÉPOLIS, son la acción, el suspenso y la comedia; por lo tanto podemos establecer que sus gustos rondan por las historias que les hacen sentir intriga, sensación de justicia y alegría.

JMG: Las comedias sobre todo, los melodramas familiares.

Entrevistadora: ¿Qué es lo que hace que un espectador vaya al cine a ver una película mexicana?

JMG: Masa crítica publicitaria. Cuando ya ha visto y escuchado de la película por distintos medios masivos e interpersonales, entonces decide que tiene que verla. En general, al menos aquí en Monterrey es común escuchar entre los grupos que van al cine “todas menos la mexicana” sin importar qué película es.

DL: Sus necesidades de entretenimiento, específicamente, la tensión como elemento narrativo y factor causal de éxito.

VU: Huy!!!, son tantas la variables, que esté en oferta muchas semanas al año, no hay una película mexicana en oferta y por eso se consume una película extranjera, tiene que haber una buena campaña de distribución para que se enteren de qué salió; que esté a un costo accesible, puedes poner una película y que haya mucha gente que la quiera ver, y de repente dicen, “yo ya fui esta semana al cine, no puedo ir otra vez”; esto tiene que ver con la competencia, la gente no tiene tanto dinero como se pueda creer; el cine en México es muy caro, en México tienes que trabajar de 8 a 15 horas para adquirir un boleto para ir al cine y para ir con toda tu familia tienes que trabajar una semana; en Estados Unidos, con una hora de trabajo pagas tu boleto y con un día de trabajo el de tu familia.

Hasta aquí los resultados muestran que, en el transcurso del periodo de estudio, la producción de películas mexicanas pasó de una década de crisis a otra de crecimiento promisorio, donde la continuidad de la producción se está logrando, por una parte, al incremento de los estímulos gubernamentales y, por otra, a nuevos modelos de negocio que están adoptando los cineastas para realizar y promover sus producciones; sin embargo, en este mismo periodo hubo una transformación en la exhibición de películas en los cines comerciales del país, donde las películas nacionales se han visto afectadas de manera negativa debido al control oligopólico de la distribución por empresas transnacionales que a su vez controlan a las exhibidoras, y por una legislación no favorable a la exhibición de películas mexicanas que entró en vigor casi al mismo tiempo que el TLCAN, la cual no promueve ni la diversidad cultural cinematográfica ni protege a nuestro cine; por otra parte, y a pesar de la escasa exhibición de películas mexicanas en las salas de cine comercial, se ha venido incrementando de manera continua el público que asiste a verlas, así como los ingresos en taquilla que generan las producciones mexicanas.

6. Conclusiones

Si bien existen determinaciones de los mercados internacionales como la preponderancia de una economía neoliberal, la apertura comercial, las privatizaciones de sectores considerados anteriormente de protección estatal como el cinematográfico, y condiciones estructurales de carácter nacional como lo son una legislación cinematográfica inequitativa y falta de políticas culturales promotoras para una industria que la hagan sostenible y sustentable, hay que voltear a ver el éxito de películas como *Nosotros los Nobles*, *No se aceptan devoluciones* y *La Dictadura Perfecta* para ver cómo productores e inversionistas están apostando a nuevos modelos de negocio buscando tanto el éxito de sus películas como la satisfacción del público que las consume.

Entre las transformaciones de la producción hay que señalar también un incremento en las coproducciones mexicanas, lo cual es señal de una tendencia mundial apoyada en una producción transnacional de la que México forma parte, aunque en menor medida, a la participación de otros países como Estados Unidos y los europeos, pero que puede ser una alternativa para los cineastas e inversionistas que tengan voluntad de hacer películas mexicanas bajo este esquema de inversión de capital y riesgo.

Los premios y reconocimientos que está obteniendo una generación de cineastas mexicanos que en la última década han participado y recibido premios en festivales y eventos cinematográficos internacionales, y cuyas películas están teniendo éxito en taquilla, ponen el dedo en la llaga en el sentido de que no ha sido la escasez de talento lo que le hace falta a nuestro cine, sino una política cultural congruente y consistente que establezca las condiciones estructurales de cambio para que quienes están detrás de esta industria puedan enfrentar los desafíos que la globalización de los mercados y su modelo ideológico dominante están determinando.

Finalmente hay que considerar que nuevas generaciones de espectadores cinematográficos se están formando en esta emergente cultura global, permeada en gran parte por las cinematografías mundiales, donde las políticas culturales de cada país serán determinantes para mantener un equilibrio entre una oferta cinematográfica distribuida inequitativamente por las empresas concentradoras de la distribución y exhibición, y la conservación de la memoria colectiva de una nación, uno de cuyos insumos principales lo es su propia cinematografía.

Referencias bibliográficas

- Alejo, J. (2012, 23 agosto). Al alza, el valor de la cultura. *Milenio, Cultura*. Disponible en <http://bit.ly/2fedmEN>.
- IMCINE [Instituto Mexicano de Cinematografía] (2013). *Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2013*. CDMX: Imcine/Conaculta. Disponible en <http://bit.ly/2f9Qg3p>.
- IMCINE [Instituto Mexicano de Cinematografía] (2014). *Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2014*. CDMX: Imcine/Conaculta. Disponible en <http://bit.ly/22aGJZZ>.
- IMCINE [Instituto Mexicano de Cinematografía] (2015). *Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015*. CDMX: Imcine/Conaculta. Disponible en <http://bit.ly/2fBpeVV>.
- Casas, M.L. (2000). *Medios de comunicación y libre comercio en México*. CDMX: Trillas/ITESM Universidad Virtual.
- Getino, O. (2007). Los desafíos de la industria del cine en América Latina y el Caribe. *Zer*, 22, 167-182. Disponible en <http://bit.ly/2ewlQ9g>.
- Hinojosa Córdoba (2003a). *El cine mexicano. De lo global a lo local*. México: Trillas.
- Hinojosa Córdoba (2003b). El cine mexicano y su público en Monterrey: un análisis sobre la exhibición y los espectadores de 2002. *CATHEDRA*, 3, (7), Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León, 107-115.

- Hinojosa Córdova (2004). El cine mexicano: un caso de recepción cinematográfica. En *LOGOS CC*, 3, (2), 43-52.
- Hinojosa Córdova (2006). El cine mexicano y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN): un análisis multidimensional. En A. Peimbert y R. Gómez (Eds.), *Comunicación para el desarrollo en México*, Libro colectivo AMIC 2006, (pp. 307-350). México: AMIC y Universidad Latina de América.
- Hinojosa Córdova (2007a). *El cine mexicano. La identidad cultural y nacional*, México: Trillas.
- Hinojosa Córdova (2007b). Una historia local en el horizonte mundial: El cine mexicano en Monterrey. *Global Media Journal México*, 4, (8). Disponible en <http://bit.ly/2dZoARr>.
- Hinojosa Córdova, L. (2010). Cine transnacional y espectadores globales: consumo y recepción de películas mexicanas en Monterrey, México. En J. Nieto (ed.). *Sociedad, desarrollo y movilidad en comunicación*, (pp. 310-326). Tampico: Universidad Autónoma de Tamaulipas, Disponible en <http://bit.ly/2fsoujp>.
- Hinojosa Córdova, L. (2012). Economía política del cine mexicano: oferta y consumo de películas nacionales en Monterrey, México (2001-2010). *Eptic Online, Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, XIV (3). Disponible en <http://bit.ly/2fekfGj>.
- Hinojosa Córdova, L. (2013). Cine transnacional y espectadores globales: oferta y consumo del cine mexicano en Monterrey 2001-2010. En Hinojosa Córdova, L.; De la Vega, E. & Ruiz, T. (Coords.). *El cine en las regiones de México*. (pp. 277-302). Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- México (2010). *Ley Federal de Cinematografía*, Diario Oficial de la Federación, última reforma publicada DOF 28-04-2010, México, D. F., Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. Second Edition. London: SAGE Publications Ltd.
- Wasko, J. (2006). La Economía Política del Cine. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, 95-110. Traducción de Carles Llorens-Maluquer.

Montañas rusas de gozo vano. Industria cultural, leyes y cine nacional

*Roller coasters of vain pleasure. Cultural industry,
legislation and national cinema*

*Montanhas russas de felicidade inútil. Indústria cultural,
leis e cinema nacional*

Jorge Luis SERRANO

Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, Ecuador /
jorge.serranosalgado@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Monográfico, pp. 65-75)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 18-07-2016 / Aprobado: 11-10-2016

Resumen

A diez años de aprobarse la primera ley de cine en Ecuador la reflexión sobre el lugar que ocupan las cinematografías nacionales dentro de la gran industria cultural global enfrenta realidades e ingenuidades del proceso. La estructura internacional del trabajo simbólico, muchas veces de manera implícita e indirecta, establece roles específicos a cumplir por parte de las cinematografías emergentes entre los que se incluye su condición de reserva creativa para alimentar, eventualmente, la voraz industria hegemónica. Más allá de eso, gracias a las normas de fomento y protección emitidas por cada estado, las cuales constituyen un síntoma de madurez social, las cinematografías nacionales expresan la diversidad cultural y contienen la memoria histórica de un pueblo.

Palabras clave: industria cultural; diversidad; políticas públicas; cine nacional.

Abstract

After ten years of approving the first law of cinema in Ecuador the view on the place that national cinemas occupy inside the global cultural industry faces realities and naivetés of the process. The international division of labour of the symbolic work, often in an implicit and indirect way, establishes specific roles to be accomplished for the emergent cinematography among which is included the condition of creative stock to feed, eventually, the voracious hegemonic cultural industry. Beyond that, thanks to the laws of promotion and protection issued by States around the world, which constitutes a symptom of social development, the national cinemas express the cultural diversity and contain the historical memory of the people.

Keywords: cultural industry; diversity; public policies; national cinema.

Resumo

Dez anos apos de aprovação da primeira lei de cinema no Equador a reflexão no lugar que os cinemas nacionais ocupam dentro da grande indústria cultural global enfrenta as realidades e ingenuidades do processo. A divisão internacional do trabalho simbólico, muitas vezes de um modo implícito e indireto, estabelece funções específicas para uma cinematografia emergente, entre estas é incluída sua condição de reserva criativa para alimentar, eventualmente, a voraz indústria hegemónica. Além disso, graças às leis de desenvolvimento e proteção emitidas por cada Estado, o que constitui um sintoma de maturidade social, os cinemas nacionais expressam a diversidade cultural e eles contém a memória histórica dos povos.

Palavras-chave: Indústria cultural; diversidade; políticas públicas; cinema nacional.

1. Introducción

La dinámica con la que se articulan las cinematografías nacionales¹ a la estructura global de producción, circulación y consumo de contenidos audiovisuales a través de la asignación directa o indirecta de roles y espacios en una compleja y jerarquizada división planetaria del trabajo simbólico influye y, a su vez, depende de la normativa existente en cada país; y esta, en muchos casos como el nuestro, adquiere un carácter de resistencia cultural. Es decir, la producción nacional que no alcanza a competir por el mercado local y menos insertarse masivamente en el mundo se convierte, sobre todo, en testimonio histórico de la diversidad cultural, el patrimonio y la memoria de un pueblo quedando como rastro o traza de una época o como vestigio de una resistencia simbólica contra la penetración cultural.

Para ser tal, la gran industria del cine y el audiovisual demanda unas características que rebasan por mucho las condiciones posibles a las economías periféricas. No solo por las pantagruélicas dimensiones de su mercado interno y la marcada sumisión tecnológica de la producción contemporánea –la cual se desarrolla mutuamente y a la par en un ambiente de acelerada competencia e innovación que se apalanca y reproduce incesantemente a sí misma, ensanchando a cada paso la brecha y dependencia de nuestras sociedades– sino porque en general toda industria impone una lógica de producción en serie, una estandarización matemática y científica orientada por la búsqueda del incremento continuo de la productividad capitalista aplicada; en este caso, a bienes inmateriales tratados como cosas. La normalización de los procesos industriales es consecuente con un desenfrenado afán sistémico por reemplazar seres humanos por máquinas con el fin de incrementar esa productividad medida al segundo y al centavo hasta límites infinitesimales. Que no se infiera romanticismo alguno en lo dicho, simplemente constato un hecho que hay que tener en cuenta cada vez que se habla de “industria nacional”.

La emisión de la Ley de Fomento del Cine Nacional en Ecuador no buscó responder a una dinámica de mercado para incrementar la producción y fundar una industria local sino que se propuso crear un mecanismo básico de fomento a través de subsidios orientados a favor de la producción de contenidos audiovisuales diversos; es decir, la existencia de la ley nos permite inferir el surgimiento histórico de un interés público a favor de la existencia de una cinematografía nacional que ha abierto las puertas a producciones que, más de una vez, se han ubicado en la frontera del arte por el arte; y las cuales difícilmente podrían

1 El concepto de cine nacional presenta enormes dificultades de delimitación y uso ya que, desde un principio territorial estático e inamovible, ubica bajo una misma etiqueta toda la diversidad de géneros, puntos de vista y estilos posibles propia de una escena creativa dinámica y en movimiento. Hecha esta salvedad, se entiende en el presente texto la cinematografía nacional como aquella viabilizada por políticas de apoyo, regulación o fomento dispuestas por un estado o aparato público en general.

existir sin políticas públicas de por medio. Nuestra ley representa un elemental y sencillo primer paso.

La descripción crítica originaria contenida en el clásico concepto de industria cultural², y su consecuente oxímoron “cultura de masas” (Adorno y Horkheimer, 1971), reina triunfante y a sus anchas en la producción contemporánea guardando plena vigencia a pesar de los límites coyunturales del pesimismo marcadamente anti nazi con el que fuera elaborada y, sobre todo, por la incomprensión generacional de los autores sobre las posibilidades existentes de la producción en serie del arte y la cultura que de alguna manera intuyera Benjamin en su célebre texto *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (Benjamin, 2003). En esencia aquella fórmula de la Escuela de Frankfurt indica que el ocio es utilizado como un mecanismo de amansamiento social y, en efecto, el concepto de *amusement* (Adorno y Horkheimer, 1971) se ve claramente expresado hoy en lo que podemos llamar “cine de montaña rusa”, que se manifiesta como una experiencia de consumo masivo durante la cual el espectador es sometido a un torbellino narrativo de emociones, de principio a fin, a través de trucos, artificios visuales y refinados estímulos cerebrales que no apelan al razonamiento crítico sobre la realidad o la historia sino a la evasión y el esparcimiento bajo la lógica de consumo de un parque de diversiones, el cual podría ser bautizado bajo el nombre de Huxley, Orwell & Co³.

Gracias a su, lógicamente, enorme capacidad de producción en serie y su vanguardismo tecnológico –el cual se aplica no solo a la producción sino también a los espacios de circulación y consumo– el banal cine de montaña rusa, y su razón, domina ampliamente el mercado global ocupando un lugar privilegiado en la vida cotidiana de miles de millones de personas; donde las cinematografías nacionales –que hacen posible la existencia de producciones culturalmente diversas– habitan un lugar minoritario y periférico.

2 La tendencia contemporánea de utilizar expresiones tales como industrias del entretenimiento, del ocio o industrias creativas, en lugar de industria cultural, subraya el carácter de la experiencia implícita en la adquisición de mercancías intangibles, lo cual ha abierto el concepto a fenómenos tan heterogéneos como el turismo, ir a un casino, apostar, comprar un libro o ver una película. El mecanismo opera a través de la fantasía de la gente, la cual cree ilusamente que en el proceso prima su libre albedrío. La industria cultural ocupa hoy el centro de la reproducción sistémica pues ha transmitido su esencia a la actividad industrial en su conjunto en tanto todas las mercancías se presentan, a través del discurso publicitario, como portadoras de una experiencia única e irrepetible.

3 Son célebres las proféticas, pesimistas y catastróficas alegorías y reflexiones de los ingleses Aldous Huxley y George Orwell quienes, desde corrientes literarias distintas y al interior de la gran maquinaria editorial, confluyen en la descripción futurista de un mundo triste y deshumanizado, que irónicamente fuera divulgado en su momento desde el principal instrumento simbólico y comunicacional del insensible mundo del porvenir que ya llegó: las redes sociales. Tales reflexiones tienen en común la existencia de unas omnipotentes industrias del entretenimiento o estructuras de vigilancia, dependiendo del caso. El infinito y hedonista apetito de distracción del hombre, según Huxley, hará innecesaria la existencia de un estado totalitario, que es lo que temía Orwell, para quien la gente sería controlada infringiéndole dolor, mientras que para Huxley la gente sería controlada proporcionándole placer. Orwell se inquietaba porque la verdad sea ocultada y los libros prohibidos, mientras Huxley preveía que la verdad sería ahogada en un mar de irrelevancia donde no habría persona que desee leer un libro. El caricaturista Stuart McMillen, sobre el texto *Amusing our selves to death. Public discourse in the age of show Business* (1985) del discípulo de McLuhan, Neil Postman, popularizaría tal dicotomía intelectual en el cómic *Amusing our selves to death* (Divertirse hasta morir). Disponible en <http://bit.ly/1HwlbzD>.

Sin embargo, a pesar de su existencia marginal en los flujos de consumo, tales cinematografías –por el solo hecho de contener y expresar esa heterogeneidad ineludible como la diversidad biológica para la vida– son necesarias e imprescindibles. Entender cómo éstas llegan a articularse y el rol que juegan las leyes y normas emitidas por los estados para ello, describiendo y analizando brevemente el caso ecuatoriano, es lo que se pretende a continuación.

2. Leyes y políticas públicas: relevancia del marco jurídico en el desarrollo de la cinematografía y el audiovisual del Ecuador entre 2006 y 2015.

De manera general detrás de cada norma de fomento, protección o regulación del arte y la cultura aplicada por un estado contemporáneo puede adivinarse el principio de Bowen y Baumol denominado “enfermedad de los costos” (Baumol & Bowen, 1966); el cual explica por qué la lógica sistémica del incremento de la productividad provoca que unos bienes y servicios se abaraten con el pasar del tiempo, mientras otros se hagan más caros –especialmente aquellos que no pueden incorporar tecnología en reemplazo de seres humanos haciendo que, en efecto, la hora de trabajo por producto crezca a diferentes velocidades. Este principio economicista se expresa con un decidor ejemplo: la fabricación de un automóvil a principios del siglo XX requería semanas y hoy, gracias a la introducción masiva de la robótica, necesita apenas unas horas; mientras por su parte la ejecución de una obra sinfónica requiere la misma cantidad de tiempo hoy que hace cien años. Podemos intuir una fisura difícil de suturar en la lógica del sistema que permite tales comparaciones pero, de cualquier forma sobre este principio aquí apenas esbozado, se asienta la necesidad de que los estados subsidien actividades que demandan uso intensivo de talento humano tales como la educación, la salud o la cultura.

Las sociedades que alcanzan a acumular suficiente fuerza social para hacer prevalecer este principio –además– como expresión de una conquista colectiva forman parte de aquellas que construyen el llamado estado de bienestar.

Vale señalar, adicionalmente, un hecho que aunque obvio resulta no menos esencial: la emisión de leyes que disponen normativa sobre áreas específicas de la vida en sociedad permite y facilita la definición de políticas públicas orientadas al fortalecimiento, desarrollo, regulación o protección de un sector; ya que, indistintamente del ámbito, la ley determina alcances, fines y entidades responsables –lo cual hace posible cotejar estadísticamente los cambios y/o demandarlos organizadamente. Desde este punto de vista se puede afirmar que la cinematografía del Ecuador registra, en efecto, un antes y un después con la expedición de la Ley de Fomento del Cine Nacional en 2006; pues con la misma se supera una larga etapa de intermitencia y se pasa a otra de estable continuidad.

Durante el periodo señalado el número de producciones aumentó en un 300%, así como la cantidad de estrenos comerciales en salas, que alcanzó la cifra⁴ de 57, de los cuales 37 reciben algún tipo de ayuda. La coproducción con otros países –antes desconocida– pasa a ser una rutina, y 22 de los estrenos numerados se realizaron bajo este régimen. Centenas de nuevos profesionales se incorporaron al campo laboral asumiendo distintas funciones y especialidades; y nuevas empresas –por ejemplo, de servicios de posproducción, antes disponibles únicamente en el extranjero– se establecen en el país. La actividad se estabilizó a pesar de contar con fondos modestos comparados a los invertidos en otros países de la región; y, localmente, con los destinados a otros sectores definidos como prioritarios o estratégicos por la política pública del gobierno nacional. Una cifra superior a los 10 millones de dólares se invirtió en el sector cinematográfico, y este –siempre durante los años de referencia– se convertiría en el foco de la atención de la actividad cultural en el Ecuador, siendo considerado el sector más activo y el más dinámico ¿De qué forma la Ley permitió o facilitó lo dicho?

Es útil graficar mentalmente aquella pirámide normativa que resulta de la conocida, y criticada, obra positivista *Teoría pura del Derecho*, del austriaco Hans Kelsen (1982); la cual establece un orden de prelación de dispositivos legales y normas jurídicas poniendo unas sobre otras, expresando, en definitiva, valores y principios así como deberes, derechos y garantías ciudadanas; permitiendo el despliegue de la acción institucional y la interacción o respuesta ciudadana a través de la interpretación y aplicación de tratados internacionales, Constitución de la República, leyes orgánicas, ordinarias y otros actos legislativos, así como reglamentos, programas, proyectos y actividades expresados en distintos actos administrativos, jugando cada uno de estos un rol en el engranaje de la implementación de políticas públicas, en este caso de fomento cultural.

Adicionalmente la Ley de Fomento del Cine Nacional antecede brevemente, y luego coincide, con la expedición y puesta en marcha de la Constitución de Montecristi de 2008; la cual daría lugar a un proceso político de reestructuración del Estado y de la sociedad en su conjunto que –más allá de los balances ideológicos, sociales y estructurales por hacerse– ha significado en términos reales la discusión y puesta en práctica de un nuevo y amplio repertorio de derechos sociales, el fortalecimiento y modernización de las instituciones estatales y el impulso de la gestión pública.

La coincidencia entre la ocurrencia e implementación de este tipo de leyes de fomento con el ciclo político de gobiernos de izquierda, nacionalistas o progresistas en general es determinante, en tanto ese hecho se convierte en elemento coadyuvante de las condiciones de posibilidad del desarrollo de políticas de promoción e impulso, entre otras, de la producción y creación cultural. Por

4 Todas las cifras utilizadas en este artículo son del Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador (Cncine), disponibles en www.cncine.gob.ec.

señalar otro período de la historia reciente del Ecuador –a manera de ejemplo y comparación–, a mediados de los años 90 el gobierno del momento vetó por completo una ley de cine aprobada por el entonces Congreso Nacional, utilizando el argumento epitómico del neoliberalismo que señala que el Estado no debe crecer sino reducirse. Durante toda la década de los 90 apenas cinco largometrajes fueron estrenados. La voluntad política, como factor desencadenante, tiene un valor central en la implementación de este tipo de normas; pues cuando existe es la que permite ponerlas en práctica y evitar que queden como letra muerta. Entendiendo, además, que en última instancia aquella voluntad expresa la soberanía popular; la cual, a su vez, representa la fuerza social acumulada que construye un estado de bienestar. En nuestro caso tal intención se ha expresado en la propuesta de la sociedad del Buen Vivir.

A más de la Constitución de Montecristi, la Ley de Fomento del Cine Nacional –con la cual se crea el Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador (Cncine)– coincide con la instauración del Ministerio de Cultura como entidad rectora de la cultura en el país. Cuya errática trayectoria, en comparación, puede servir para señalar los pros y los contras de contar, o no contar, con una Ley como base para la acción institucional. El Ministerio de Cultura –hoy Cultura y Patrimonio– ha sido la cartera de Estado más inestable de la Revolución Ciudadana, contando nueve Ministros/as en nueve años; mostrando, precisamente, la no aprobación de una Ley de Cultura durante mucho tiempo como uno de sus principales déficits.

Si hemos de caracterizar la ley de cine del Ecuador hay que decir que se trata de una norma básica e imperfecta en extremo, de apenas 12 artículos, cuya aprobación en diciembre de 2005 resultó anecdótica. A pesar de ello la misma hace tres cosas fundamentales: crea una persona jurídica de derecho público –el Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador–, establece la obligación del estado de fomentar la producción nacional a través de políticas públicas y dispone el mecanismo a través del cual deben ser entregadas las ayudas: mediante concursos públicos encabezados por jurados externos e independientes. La existencia jurídica del Cncine permite que el Ecuador se incorpore a espacios regionales de integración tales como la CACI –Conferencia de Autoridades Cinematográficas Iberoamericanas– en cuyo seno se desarrollan los programas Ibermedia y DOctv. Por su parte la obligación de fomentar la producción cinematográfica y audiovisual se traduce en la realización de convocatorias anuales de fomento desde 2007 hasta 2015; las cuales incluyen la dinámica del *pitching*⁵ por primera vez en el país.

5 En el afán de cumplir uno de los mandatos morales fundamentales que llevaron a la aprobación de la Ley, y la consecuente creación del Cncine, el cual era aplicar políticas de fomento cinematográfico sin clientelismo –y diferenciarse así de las atávicas prácticas de la Casa de la Cultura Ecuatoriana–, se adopta el sistema del *pitching*, ampliamente difundido en el mundo, con el cual ciertamente se obtienen resultados validados y reconocidos socialmente pero que, a su vez, contenían el huevo de la serpiente: se consagraba así la dependencia al sistema internacional de división del trabajo cultural, no por el método en sí sino por la dinámica que,

Estos elementos –una carta magna que establece un estado constitucional de derechos y justicia, asumiendo el rol del garantismo que vincula los derechos humanos fundamentales con todos los poderes del estado; por otro lado, una ley específica para el desarrollo del sector cinematográfico; y por otro una entidad, aunque creada mediante un acto administrativo menor y aquejada por una inestabilidad lamentable en su dirección– son los cuales han creado el marco institucional y normativo que ha dado lugar a la etapa de desarrollo y crecimiento más importante, sostenido e intenso que registra la breve historia del cine nacional. A esto debe sumarse, obviamente, el talento y capacidad creativa de los cineastas así como la revolución tecnológica digital que, al abaratar costos de ciertos equipos, ha democratizado la producción audiovisual y cinematográfica en el mundo entero; aunque suceda todo lo contrario en los ámbitos de la distribución, la exhibición y la circulación que han visto afianzar el monopolio de las *majors* o gran industria cultural hegemónica.

3. Límites de los estudios culturales latinoamericanos para entender las industrias culturales

Los estudios culturales latinoamericanos impulsados –entre otros autores– por Néstor García Canclini, especialmente en las décadas de los ochenta y noventa, abrieron una novedosa línea de reflexión sobre cómo los procesos de desarrollo de las industrias culturales han sido construidos en América Latina; permitiendo, a su vez, un proceso de construcción de ciudadanía a través del consumo cultural; el cual implica, en efecto, la adquisición de derechos, pues de una situación histórica con grandes segmentos de la población excluidos por completo pasamos a otra con sectores que se suman a una vida en la que el ocio forma parte de ella –todo lo cual está asociado, además, a la transformación de nuestras sociedades en entidades eminentemente urbanas.

Sin embargo, dicho en trazos muy gruesos, el límite de tales reflexiones se encuentra, voluntaria o involuntariamente, en una subordinación funcional de las mismas al mercado transnacional. Porque, más allá de explicar la maleable manera a través de la cual las culturas vernáculas, herederas de saberes y tradiciones centenarias, se adaptan y absorben las formas globalizadas de la gran industria cultural –por ejemplo mediante la incorporación de elementos de narrativas locales en filmes criollos de gran factura o interactuando en los mercados domésticos o regionales con títulos de los *blockbusters* norteamericanos–, García Canclini y compañía soslayan el problema de la subalternidad que subyace en esta relación; lo cual impide, evidentemente, un intercambio

inevitablemente, asumen los jurados al constituirse como “comunidades epistémicas” (Adler y Haas, 2009); donde su análisis privilegia un tipo de producción en función de criterios de validación hegemónicos, tales como la posible aceptación en festivales de cine. Entonces resulta inevitable preguntarse ¿Para qué mirada se produce? ¿Cómo se construye esa mirada?

entre iguales. No se señala la funcionalización de las culturas y cinematografías emergentes en calidad de reserva de talento de la gran industria cultural hegemónica, hecho que se encuentra en la estructura misma de la división mundial del trabajo normado, implícita o explícitamente, a través de leyes o acuerdos comerciales.

A diferencia de este enfoque, el concepto de *ethos* barroco propuesto por Bolívar Echeverría (1994) nos permite entender cómo la modernidad capitalista devora las formas vernáculos para hacerlas parte de sí misma. Sin embargo, una aproximación a las industrias culturales desde este concepto rebasa los límites de este breve ensayo.

La adopción del enfoque de los estudios culturales resulta sintomática de las etapas o niveles en los que se responde socialmente tras dar los primeros pasos en la implementación de una política pública cultural. En tal sentido, en Ecuador se produce –y continúa hasta el momento en que se escribe este texto– una comprensible y quizás necesaria primera etapa, que podemos bautizar como “*garcíacanceliana*”; de ingenua fascinación en relación a las posibilidades de hibridación del hecho audiovisual local con fenómenos tales como la producción digital, que es resultado del uso de herramientas tecnológicas propias del capitalismo avanzado. Pero hay que ir más allá de la fascinación inicial.

Hemos asumido con euforia que es posible experimentar un proceso de hibridación de culturas (García Cancelini, 2001), pues aquello significa, en efecto, una forma de encuentro entre lo tradicional y lo moderno. Pero el verdadero desafío regional tiene que ver con la creación de nuevas formas de dramaturgia que permitan, utilizando las mismas herramientas tecnológicas, provocar una ruptura epistemológica con los discursos hegemónicos. Y no solo es eso, sino que además estas formas deberán buscar su masificación y circulación a gran escala, permitiendo la construcción de hábitos de consumo mediante la penetración en la cotidianeidad de las mayorías. Solo así será posible discutir un espacio propio en la mente de los individuos, sólo así será posible construir una verdadera y real experiencia universal de la diversidad cultural.

4. Conclusiones.

La fuerza social acumulada por los cineastas ecuatorianos, hombres y mujeres, permitió en su momento alcanzar la aprobación de una ley de cine; la cual, a pesar de sus básicas y elementales características, coincide con la aprobación de la Constitución de Montecristi y uno de los momentos de mayor transformación social del país, lo que potencia su aplicación y alcances. La implementación de la ley de cine se transformó así en un síntoma de madurez social. Sin embargo, los cineastas del Ecuador –si bien inician con la ley una etapa de profesionalización e intensa actividad productiva– han abandonado la movilización social y la práctica asociativa que la hizo posible, asumiendo una dinámica de evidente

acomodación y corporativismo que ha provocado el surgimiento de un nuevo status quo.

Es indudable que la producción cinematográfica nacional de los últimos diez años ha enriquecido el panorama cultural doméstico –a pesar de sus escasos y variables márgenes de consumo– provocando varios casos que han conmovido la opinión pública; especialmente a través de documentales que abordan pasajes traumáticos de la historia nacional en los años 80. Ha sido el género documental el que mayores logros y validación social ha obtenido durante este período, alcanzando un impacto y una repercusión que otros discursos sobre la memoria social no pudieron tener.

Las leyes de fomento surgen cuando un estado percibe que los actores productivos locales no pueden desarrollarse por sí solos y necesitan un impulso para hacer frente a la producción internacional; siendo que la producción nacional debe cumplir un rol socialmente necesario. Por su parte, cuando los actores económicos de un sector existen sin necesidad de impulso del estado, este debe emitir normas que regulen la competencia para evitar monopolios permitiendo la presencia de la producción nacional en el mercado para que, finalmente, sea el ciudadano quien elija entre distintas opciones. Son los casos de los productores y los exhibidores respectivamente. A diez años de aprobada la primera Ley de Cine del Ecuador no solo hace falta reformar y fortalecer sus capacidades de fomento, aprobando una nueva norma para el sector que defina, además, la nueva institucionalidad para el cine y el audiovisual del país, sino que este debe incorporar claras capacidades regulatorias en todos los ámbitos posibles de circulación y consumo. El entorno digital en la globalización empeora las condiciones para las cinematografías nacionales y favorece el monopolio de la gran industria cultural que circula a gran escala, la existencia de una norma regulatoria modula los desequilibrios a favor de la diversidad.

El afán de modernizar la práctica cultural del país a través de una ley de cine rinde frutos evidentes pero ha chocado, a su vez, con la ingenuidad de considerar que una ley era suficiente para competir con la industria cultural hegemónica. A través de la implementación de sistemas de apoyo creados por la propia gran empresa, como el *pitching*, el cine nacional se incorpora al sistema global de manera marginal para hacer lo que hacen cinematografías similares: ser una reserva de talento humano y de creatividad para la gran industria global. De cualquier forma esto no debería poner en duda, bajo ningún supuesto, la necesidad de contar con políticas públicas a favor del cine nacional, ya que este es el reducto de la memoria, la diversidad y el patrimonio. El desafío, no solo local sino de las cinematografías subalternas en general, consiste en desarrollar nuevos discursos narrativos y poner en cuestión la dramaturgia dominante; lo cual es posible únicamente mediante la construcción de una tradición sostenida a lo largo del tiempo.

La naturaleza peculiar de la formación del gusto de las mayorías radica en comprender la forma de penetrar en sus hábitos diarios. El consumo masivo y

acumulativo de contenidos a través de mecanismos industriales opera por repetición hasta el cansancio y –a través de instrumentos muy estudiados y metodologías llamadas, precisamente, de formación de hábitos, adicción racional y/o aprendizaje a través del consumo– predispone a las personas a vivir tales experiencias, la del cine de montaña rusa entre ellas, como si fuesen naturales. La gran industria cultural opera por inercia bajo estos principios. Los cines nacionales, heterogéneos, diversos y desiguales buscan un espacio allí donde una avalancha de contenidos aparece para apelar seductoramente a fantasmas y fantasías bajo las sutiles y brutales vías del marketing y la publicidad. La combinación de los tres factores ya señalados, políticas públicas de fomento, talento y revolución tecnológica digital, permiten poner el pie e impedir que la puerta se cierre por completo y la diversidad, finalmente, pueda colarse. Disputar el gusto de las mayorías es una tarea utópica y desmesurada, pero no puede ser otro el objetivo.

Referencias bibliográficas

- Adler, E. & Haas, P. (2009). Las comunidades epistémicas, el orden mundial y la creación de un programa de investigación reflectivo. [Originalmente en: *International Organization*, Vol. 46. No. 1. Winter. MIT Press, 1992, p. 367-390] *Relaciones internacionales: Revista académica cuatrimestral de publicación electrónica*, (12), 7-26. Disponible en <http://bit.ly/2feJXvX>.
- Adorno, T. & Horkheimer, M. (1971). *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Sur.
- Baumol, W. & Bowen, W. (1966). *Performing Arts. The Economic Dilemma*. New York: Twentieth Century Found.
- Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica*. México: Ítaca Editorial.
- Echeverría, B. (1994). *Modernidad, mestizaje cultural, ethos barroco*. México: El Equilibrista.
- García Canclini, Néstor (2001). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Kelsen, H. (1982). *Teoría pura del derecho*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Cine chileno y capitalismo neoliberal. Apuntes para una crítica de la economía política de la producción cinematográfica

Chilean cinema and neoliberal capitalism. Notes for a critique of political economy of film production

Cinema chileno e capitalismo neoliberal. Aparentamentos para uma crítica da economia política da produção cinematográfica

Roberto TREJO OJEDA

Carnada Films, Chile / trejo.roberto@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Monográfico, pp. 77-100)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 24-06-2016 / Aprobado: 24-10-2016

Resumen

En los últimos veinte años se produjeron en Chile casi el doble de los largometrajes realizados durante todo el siglo XX. Las razones económicas, tecnológicas y políticas que permitieron ese “boom” del cine chileno se analizan desde una perspectiva crítica, indagando en los factores estructurantes de esta forma de desarrollo cinematográfico funcional al modelo económico neoliberal chileno. Sostengo que este cine puede ser definido estética, ética, conceptual y teóricamente desde el propio régimen de producción cultural que lo hace posible. Como tal, puede ser descrito estéticamente como anodino, culturalmente conservador, éticamente individualista, ideológicamente de derecha y discursivamente “progresista”.

Palabras clave: públicos; economía política; comunicaciones; industria; neoliberalismo.

Abstract

During the last twenty years almost twice as many films were produced in Chile as those made throughout the twentieth century. Economic, technological and political reasons that allowed the “boom” of Chilean cinema are analyzed from a critical perspective, looking into the structural factors of this cinematographic development scheme which is functional to Chilean neoliberal economic model. I argue this cinema can be defined in its aesthetic, ethical, conceptual and theoretical dimension from the own regime of cultural production that makes it possible. As such, it can be described as anodyne in aesthetic terms, culturally conservative, ethically individualist, ideologically at the right and discursively “progressive”.

Keywords: audiences; political economy; communications; industry; neoliberalism.

Resumo

Nos últimos vinte anos foram produzidos no Chile quase o dobro dos longas-metragens realizados durante todo o século XX. As razões econômicas, tecnológicas e políticas que permitiram o boom do cinema chileno serão analisadas aqui desde uma perspectiva crítica, questionando os fatores estruturantes do desenvolvimento cinematográfico funcionais ao modelo econômico neoliberal chileno. Argumento que tal cinema pode ser definido estética, ética, conceitual e teóricamente a partir do próprio regime de produção que o engendra. Como tal, pode ser descrito esteticamente como anódino, culturalmente conservador, éticamente individualista, ideologicamente de direita e discursivamente “progresista”.

Palavras-chave: público; economia política; comunicações; indústria; neoliberalismo.

1. Introducción

El año 2016 nuevamente ha sido prolífico en estrenos de cine chileno, con reconocimientos y premios internacionales, así como con una abundante exposición mediática de directores, productores, actrices y actores de esos filmes. Más aún, se esperan alrededor de 16 nuevas películas este año, mientras están en etapa producción otras 25 a lo largo del país.

Este fenómeno, sin embargo, ya no cuenta con el impacto político cultural de antaño. Los estrenos de películas chilenas ya no son sucesos de alta significancia social o cultural, perdiendo ese carácter de evento extraordinario que gozó hasta mediados de la década pasada. Hoy por hoy encontrar películas chilenas en cartelera es algo común y corriente para los habitantes de este país.

La cuestión no dejaría de ser una curiosidad informativa. Sin embargo, el asunto toma otros ribetes cuando se toma en consideración que Chile no cuenta con trayectoria cinematográfica particularmente destacable en Latinoamérica. En efecto, durante el siglo XX, Chile no se caracterizó por ser un país con una cinematografía propia ni con un volumen de producción que lo hiciera significativo desde el punto de vista industrial. A diferencia de Argentina, México y Brasil, no logró crear una “industria cinematográfica” o un sistema de producción que hiciera del cine un aspecto relevante de la producción cultural criolla. Si bien existe en la memoria la exitosa generación de cineastas asociados al “nuevo cine latinoamericano” de la segunda mitad de los años 60 (Littin, Soto, Ruiz), lo cierto es que la producción cinematográfica en Chile fue más el resultado de esfuerzos personales y esporádicos de realizadores y productores nacionales que de una industria propiamente tal (Barril & Santa Cruz, 2011).

Desarrollado en el contexto de un capitalismo protegido, con un modelo de desarrollo económico sustitutivo de importaciones, la producción cinematográfica nunca estuvo en el centro de las preocupaciones del Estado. Si bien crea la empresa estatal Chile Films, ésta nunca logrará impulsar una base tecnológica y productiva que sustente el cine como una industria propiamente tal.

Así, desde la exhibición de la primera película chilena con intencionalidad narrativa –el año 1910, y que inaugurará el campo de la creación cinematográfica nacional– hasta el golpe militar de 1973 se produjeron un total de 147 largometrajes estrenados en salas de cine (Mouesca, 1997; Trejo, 2009).

Tras el Golpe de Estado del año 1973 se implantó un régimen de represión, censura y refundación capitalista que afectó profundamente la producción cultural, en general, y cinematográfica, en particular. En el período 1973-1990 se estrenaron solo dos películas en el circuito comercial y otras seis fueron exhibidas en centros culturales, sindicatos y universidades.

Tras el retorno a la democracia, se estrenaron en la década 1990-1999 un total 27 películas. Sin embargo, con la llegada del nuevo siglo XXI se vive un verdadero “boom” de producción y estrenos de cine chileno: entre los años 2000-2015 se han producido un total de 280 películas en salas de estreno comercial.

Cuadro N°1. Total estrenos de cine y públicos en Chile (2000-2015)

Año	CINE CHILENO		CINE EXTRANJERO		TOTAL	
	Estrenos	Público	Estrenos	Público	Total Estrenos	Total Público
2000	10	157.490	137	9.182.986	147	9.340.476
2001	15	464.540	172	10.599.803	187	11.064.343
2002	9	458.513	202	10.995.602	211	11.454.115
2003	7	1.710.565	183	9.731.812	190	11.442.377
2004	11	1.213.534	178	11.445.244	189	12.658.778
2005	17	391.637	190	10.331.223	207	10.722.860
2006	12	749.299	194	9.774.952	206	10.524.251
2007	10	914.539	181	10.541.011	191	11.455.550
2008	22	939.835	178	10.946.966	200	11.886.801
2009	14	547.511	155	13.895.085	169	14.442.596
2010	15	351.243	163	14.362.788	178	14.714.031
2011	23	900.341	164	16.420.356	187	17.320.697
2012	23	2.552.079	168	17.570.525	191	20.122.604
2013	26	1.702.552	152	19.497.492	178	21.200.044
2014	40	586.677	189	21.429.206	229	22.015.883
2015	26	932.054	194	25.104.372	220	26.036.426

Fuente: A. Caloguerea (2016); CNCA (2016)

Del cuadro anterior es posible colegir varias conclusiones desde el punto de la oferta cinematográfica en el mercado chileno. Primero, que el total de películas estrenadas durante este período ha crecido en un 49,6% promedio anual. Segundo, se observa un crecimiento constante de la producción chilena de cine, con un promedio de 19 películas chilenas anuales estrenadas en el total de circuitos existentes. Tercero, mientras los estrenos de cine chileno han crecido en un 160%, los estrenos de películas extranjeras han crecido en 34% en el mismo período. Y, por último, que la participación de las películas chilenas en el mercado total ha disminuido al 3,6% en el año 2015, a pesar de ser el 11,8% de la oferta.

Cuadro N°2. Participación de Mercado Cine Chileno (2000-2015)

	PARTICIPACIÓN CINE CHILENO	
Año	% Estrenos	% Asistencia
2000	6,80%	1,70%
2001	8,00%	4,20%
2002	4,30%	4,00%
2003	3,70%	14,90%
2004	5,80%	9,60%
2005	8,20%	3,70%
2006	5,80%	7,10%
2007	5,20%	8,00%
2008	11,00%	7,90%
2009	8,30%	3,80%
2010	8,40%	2,40%
2011	12,30%	5,20%
2012	12,00%	12,70%
2013	14,60%	8,00%
2014	17,50%	2,70%
2015	11,80%	3,60%

Fuente: A. Caloguerea (2016); CNCA (2016)

Al analizar la evolución de las participaciones de la producción nacional nos encontramos con la paradoja que el incremento en los volúmenes de producción no ha ido acompañado de un aumento en la participación en el consumo cinematográfico. En efecto, el cuadro anterior nos muestra que en el período analizado, el cine nacional tiene en promedio el 9,6% de la oferta disponible, observándose en el período 2010-2015 un aumento sostenido de participación en este ámbito. Sin embargo, en el mismo período, el cine nacional sólo alcanza un promedio de un 6,6% de la cuota de mercado, verificándose caídas significativas los años 2000, 2010, 2013 y 2014.

Cuadro N°3. Asistencia al cine y asistencia al cine chileno (2000-2015)

	Asistencia anual a salas de cine en Chile			Participación cine chileno	
Año	Total Admisiones	Variación	%	% Estrenos	% Asistencia
2000	9.340.476			6,80%	1,70%
2001	11.064.343	1.723.867	18,50%	8,00%	4,20%
2002	11.454.115	389.772	3,50%	4,30%	4,00%
2003	11.442.377	-11.738	-0,10%	3,70%	14,90%
2004	12.658.778	1.216.401	10,60%	5,80%	9,60%
2005	10.722.860	-1.935.918	-15,30%	8,20%	3,70%
2006	10.524.251	-198.609	-1,90%	5,80%	7,10%
2007	11.455.550	931.299	8,80%	5,20%	8,00%
2008	11.886.801	431.251	3,80%	11,00%	7,90%
2009	14.442.596	2.555.795	21,50%	8,30%	3,80%
2010	14.714.031	271.435	1,90%	8,40%	2,40%
2011	17.320.697	2.606.666	17,70%	12,30%	5,20%
2012	20.122.604	2.801.907	16,20%	12,00%	12,70%
2013	21.200.044	1.077.440	5,40%	14,60%	8,00%
2014	22.015.883	815.839	3,80%	17,50%	2,70%
2015	26.036.426	4.020.543	18,30%	11,80%	3,60%

Fuente: A. Caloguera (2016); CNCA (2016)

Estos antecedentes nos introducen ahora en la dimensión del consumo cinematográfico en Chile y, en particular, el consumo del cine nacional. En primer lugar, es importante resaltar que se ha verificado un crecimiento sostenido del total del público anual de cine. En el período 2000-2015 se ha logrado aumentar la cantidad de espectadores en 179%, para una oferta que sólo creció en alrededor del 49%. En segundo lugar, en el año 2015 se logró nuevamente una cifra record en la asistencia respecto de las correspondientes a todo el período 2000 – 2014, llegando a un total de 26.036.426 espectadores, lo que significa un 18.3% superior al año 2014.

El promedio de asistencia anual por habitante también subió en el año 2015. Usando la misma proyección del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), y que para el 2015 correspondía a 18.006.407 habitantes, el promedio anual llegó a 1.45 entradas por cada habitante. Es importante destacar que este promedio viene subiendo ininterrumpidamente desde el año 2006, año en que llegó a 0.64, lo que significa que ha aumentado un 125.8% en el período 2006 – 2015.

Del mismo modo, los datos nos permiten inferir que no hay regularidad en la cantidad de público que va a ver cine chileno. Por eso, si bien subió la cantidad de asistentes de 157.540 (año 2000) a 932.054 (año 2015), la participación en el mercado de consumo sólo se incrementó del 1,7% al 3,6%.

Cuadro N° 4. Evolución de la asistencia del cine chileno

Año	Espectadores	Variación	% Variación
2000	157.490		
2001	464.540	307.050	195,00%
2002	458.513	-6.027	-1,30%
2003	1.710.565	1.252.052	273,10%
2004	1.213.534	-497.031	-29,10%
2005	391.637	-821.897	-67,70%
2006	749.299	357.662	91,30%
2007	914.539	165.240	22,10%
2008	939.835	25.296	2,80%
2009	547.511	-392.324	-41,70%
2010	351.243	-196.268	-35,80%
2011	900.341	549.098	156,30%
2012	2.552.079	1.651.738	183,50%
2013	1.702.552	-849.527	-33,30%
2014	586.677	-1.115.875	-65,50%
2015	932.054	345.377	58,90%

Fuente: A. Caloguerea (2016); CNCA (2016)

Junto a lo anterior, los propios datos oficiales nos entregan información sobre que son pocas las películas que logran traspasar el umbral de los 100.000 espectadores. En efecto, existe un buen porcentaje de ellas que no logran superar los 10.000 espectadores; en el período 2000 – 2015 el promedio fue 60,4% del total de películas chilenas y desde el año 2009 al 2014 este tramo fluctuó entre el 60% al 80%. En el 2015 bajó al 50%.

Cuadro N° 5. Promedios y niveles de asistencia del cine chileno (2000-2015)

Año	Estrenos	Asistencia anual	Promedio por película	Tramos de asistencia			% de estrenos con menos de 10.000
				Más de 100.000	Entre 10.001 y 99.999	Menos de 10.000	
2000	10	157.490	15.749	0	4	6	60%
2001	15	464.540	30.969	1	1	13	87%
2002	9	458.513	50.946	1	4	4	44%
2003	7	1.710.565	244.366	3	2	2	29%
2004	11	1.213.534	110.321	4	4	3	27%
2005	17	391.637	23.037	1	11	5	29%
2006	12	749.299	62.442	3	3	6	50%
2007	10	914.539	91.454	3	4	3	30%
2008	22	939.835	42.720	3	8	11	50%
2009	14	547.511	39.108	1	4	9	64%
2010	15	351.243	23.416	1	5	9	60%
2011	23	900.341	39.145	3	2	18	78%
2012	23	2.552.079	110.960	2	5	16	70%
2013	26	1.702.552	65.483	5	2	19	73%
2014	40	586.677	14.667	1	7	32	80%
2015	26	932.054	35.848	2	10	13	50%
Totales	280	14.572.409	1.000.632	34	76	169	
Promedios y %	18	910.776	62.539	12,10%	27,10%	60,40%	

Fuente: A. Caloguera (2016); CNCA (2016)

Si consideramos que el costo promedio de producción de una película chilena oscila alrededor de US\$ 450.000, podríamos proyectar que en período analizado se movilizaron US\$ 126 millones para lograr ese volumen de producción. Del mismo modo, si consideramos que el valor promedio de la entrada de cine en Chile asciende a US\$ 5,5, podría deducirse que en el mismo período los ingresos netos por conceptos de taquilla fueron de US\$ 80.148.249. Más aún, 34 títulos (12,1% del total) lograron apropiarse del 67,8% del total de ingresos netos del período (US\$ 54,3 millones).

A partir de estos datos oficiales y compartidos por el sector audiovisual chileno, se nos plantean inmediatamente una serie de interrogantes: ¿Cuáles serían las razones o factores estructurales –económicos, políticos, culturales– que explican ese crecimiento explosivo de la producción de películas en Chile desde mediados de los 90?; ¿por qué a pesar de aumentar la oferta de producciones nacionales se verifica una disminución relativa de los consumidores de esos productos?; ¿por qué se siguen produciendo películas en Chile si no existe un mercado en Chile para sustentar las cuantiosas inversiones que significan cada una de ellas?; ¿cuáles serían los rasgos propios del “modelo de desarrollo cinematográfico” en Chile y cómo esos factores estructurales han impactado en el tipo de cine que se realiza actualmente?.

El presente trabajo no pretende responder exhaustivamente esas preguntas, pero apunta a entregar antecedentes que profundicen una mirada crítica y transformadora tanto del régimen de producción, como de los contenidos cinematográficos que ha engendrado esa forma de cinematografía local.

2. El modelo económico chileno y la producción de cine

2.1 Transformaciones globales de la producción cinematográfica

Para comprender las condiciones materiales que han hecho posible el incremento de la producción cinematográfica en Chile y a nivel mundial, es menester destacar que durante los años 80 y 90 se verifican una serie de transformaciones económicas y tecnológicas que alterarán radicalmente el mercado cinematográfico.

En efecto, el cine contemporáneo ha logrado superar la crisis tecnológica, comercial, de públicos y estética que le provocó la masificación de la televisión desde los años 50 en adelante. Su primera transformación refiere a la modificación del *modelo tradicional de producción*, sustentado en medios mecánicos y fotoquímicos, así como en la propia división del trabajo que la sustentaba procesos cinematográficos tradicionales. En la actualidad, como una forma de sumarse a la tendencia de la economía capitalista global, la cinematografía ha apostado e invertido en medios de producción sustentados en plataformas tecnológicas electrónicas y digitales (video de alta definición, montaje computarizado, post-producción digital, etc.).

La segunda gran transformación del escenario económico del cine es la modificación del *modelo tradicional de consumo cinematográfico*. La proliferación del reproductor de video en los 80, del control remoto de la TV y de Internet en los años 90 generó nuevas formas de consumir o ver las imágenes cinematográficas. Similar a la lectura de un libro, la visualización pasa a ser ahora un acto solitario o familiar; donde el film puede ser interrumpido en cualquier momento, sea para repetir algún trecho, o para continuar la lectura en otro momento (Cfr. Pelaz y Rueda, 2002).

El tercer gran cambio en el campo de la economía política del cine actual se ha verificado en la propia forma de *sustentación económica del cine*. En efecto, la modalidad tradicional de sustentación económica de la cinematografía, vinculada con las formas de espectáculo teatral y derivadas únicamente de las entradas compradas por el público en salas de cine, comenzó a agotarse a mediados de los años 80. Ello, producto de la emergencia de los complejos de multisalas, la aparición de la televisión como compradora de contenidos cinematográficos y de nuevas ventanas de distribución cinematográfica, que se consolidaron hacia fines de los años 90. De ahí, entonces que el propio “modelo de negocios” de las actuales producciones cinematográficas se haya modificado: mientras que tradicionalmente los ingresos derivaban casi exclusivamente de la taquilla en salas de cine, en la actualidad casi el 80% de los ingresos de una película promedio son producto de la distribución en ventanas electrónicas (DVD, TV de pago, TV abierta, entretenimiento aérea, TV web y, próximamente, telefonía móvil).

La cuarta gran transformación en este campo dice relación con la *globalización del negocio cinematográfico*. Complementario con lo expresado anteriormente, la propia dinámica del capitalismo globalizado lleva a la cinematografía contemporánea a cuestionar la premisa de que costos de producción que podían ser solventados por la exhibición de los filmes en los propios mercados nacionales. Por ello, la competitividad interna de los mercados nacionales, así como el incremento de dichos costos ha motivado a la industria cinematográfica a la necesidad de crear productos que tengan salida comercial tanto por televisión u otras ventanas electrónicas, así como en circuitos de distribución cada vez más internacionalizados. Esta internacionalización del cine se sustenta en que mientras más públicos consuman una película, más probable será recuperar la inversión hecha y asumir la realización de nuevos filmes con costos de producción en crecimiento permanente.

En suma, la cinematografía contemporánea ha experimentado una serie de transformaciones en su propio proceso de creación de valor en la cadena multimedia que emergió a fines de los años ochenta. En efecto, con nuevos recursos tecnológicos, nuevos procesos productivos, nuevas competencias y cualificaciones de la fuerza de trabajo, el proceso mismo de creación de plusvalía de los productos que utilizan las imágenes en movimiento o mercancías cinematográficas en una industria que se reorganizó en los años 90 a partir del modelo multimedia y digital (Arnanz, 1990). Estas modificaciones en la cadena de valor del modelo digital ha dejado al cine como el producto de entretenimiento audiovisual de mayor valor agregado, tanto en sus campos de producción y exhibición, como en sus circuitos de distribución televisiva.

2.2 El cine chileno y la dictadura militar: la reestructuración neoliberal

Las transformaciones en la economía política del cine contemporáneo se desarrollan mientras en Chile se realizan las reformas neoliberales impulsadas por la Dictadura Militar de Pinochet.

Influenciados ideológicamente por las corrientes neoconservadoras de la Escuela de Chicago, el régimen militar impulsa una serie de reformas económicas y sociales, caracterizadas por una disminución de la presencia del Estado como actor relevante en los distintos ámbitos del quehacer económico, así como una ampliación del papel del capital nacional y transnacional en la definición del modelo de desarrollo nacional.

Con una drástica disminución de aranceles, flexibilización del mercado del trabajo, estancamiento de los salarios, liberalización de los precios a los vaivenes del mercado, el control político de la fuerza de trabajo y la eliminación de una serie de regulaciones para asegurar un nuevo ciclo en el proceso de formación y acumulación del capital, la aplicación de este “modelo neoliberal” generó una alta competencia tanto en el mercado interno como externo, toda vez que la estrategia seguida apuntaba a incrementar las exportaciones, la libre circulación de los capitales especulativos y la inversión extranjera directa.

Tales políticas económicas fueron acompañadas de un autoritarismo político que persiguió, censuró y exilió a gran parte de los profesionales del sector formados en las décadas anteriores. Asimismo, el modelo cultural autoritario de la Dictadura no sólo cercenó la libertad de expresión y creación, sino que clausuró el espacio público para el desarrollo de creaciones disruptivas de las narrativas tradicionales afectando las propias condiciones sociales de producción y reproducción del capital cinematográfico.

Tales transformaciones se verifican, además en un escenario de cambios globales en el campo cinematográfico, entre los que se destacan: la crisis y reorganización industrial del sector cinematográfico a escala global; la disminución de salas y espectadores en todos los países del mundo; la consolidación de la televisión como el medio audiovisual hegemónico; y la revolución productiva que significaron las innovaciones tecnológicas provenientes de la electrónica.

Será en ese contexto histórico que fenómenos como el cierre de Chile Films y su posterior privatización; el exilio de realizadores, productores y guionistas; la represión y censura para los cineastas que lograron sobrevivir en el país, prácticamente paralizaron la producción cinematográfica en el país y generaron una dualidad en el cine chileno.

Así, mientras en los 17 años de dictadura militar (1973-1990) sólo se produjeron en el país un total de 10 películas de largometraje, resultado de iniciativas e inversiones casi exclusivamente particulares de los realizadores, en el extranjero el cine del exilio recibía la solidaridad de actores públicos y privados de Latinoamérica y Europa. Eso permitió que el cine del exilio, en sólo siete años (1973-1980) produjera un total de 56 largometrajes, 34 medimetrajes y 86 cortometrajes (Mouesca, 1997; Getino, 2005).

Consecuencia de la crisis económica y la pauperización de los sectores medios y populares, unido a factores como la censura ideológica, las restricciones a la vida nocturna y la masificación de la industria de la televisión, la

demanda agregada por espectáculos cinematográficos se reduce drásticamente y, consecuentemente, se estrecha el mercado cinematográfico local.

Lo anterior se traduce en una fuerte contracción de la industria de la exhibición. La cantidad de salas comerciales en Chile se redujo desde las cerca de 400 existentes el año 1973, hasta las 70 que sobrevivían a comienzos de año 1990 (CNCA, 2004). Dicho proceso puede entenderse como consecuencia directa del proceso de liberalización económica emprendido por la dictadura que permitió una alianza entre el capital transnacional y capitalistas nacionales en la cadena CONATE, compañía que monopoliza tanto la distribución como la exhibición de cine en dicho período.

El retorno de la democracia encontró un mercado de la exhibición con tecnologías obsoletas, un monopolio de la exhibición y un virtual oligopolio de las empresas distribuidoras norteamericanas. Ello, que se arrastraba desde fines de los años 70, se transformó en una verdadera barrera de entrada que impedían la presentación adecuada la presentación de películas habladas en español, *“lo cual alejó a los espectadores de las salas y arrojó sobre el cine chileno el estigma de un espectáculo de mala calidad sonora”* (CNCA, 2004, p. 9).

Paradojalmente, la virtual aniquilación del sector cinematográfico tradicional bajo la Dictadura Militar, también significó la creación de una nueva infraestructura social y tecnológica que favorecerá el resurgimiento de una nueva fuerza de trabajo y producción audiovisual que sustentará la crítica audiovisual al régimen de Pinochet. En efecto, la reestructuración capitalista impulsada por la Dictadura Militar requería del desarrollo de un sector de servicios publicitarios que dinamizara el consumo, administrara la demanda y realizara las mercancías en un modelo de capitalismo transnacionalizado.

En tal sentido, mientras por un lado se reprimía al cine como libre creación de autores y colectivos antidictatoriales, por otro lado el mercado impulsó a la producción de cine publicitario para valorizar productos y marcas que incentivaran el consumo nacional. Las empresas publicitarias creadas bajo ese régimen de producción comercial se transformaron en refugios y en canteras de directores, productores, técnicos y artistas que se develarían desde fines de los años 80 en el medio audiovisual chileno.

2.3 El modelo económico chileno y las transformaciones en la producción de cine chileno

Chile es presentado, con inusitada frecuencia, como un caso paradigmático de reformas y crecimiento exitoso. Se habla incluso de “el modelo chileno”, como si Chile hubiese tenido una única política económica desde los setenta. Como hemos indicado anteriormente, la propia dictadura militar tuvo que reformular su estrategia económica como consecuencia de la crisis de comienzos de los años 80 y el ascenso de la movilización de masas que luchaba por la recuperación democrática. Tras el triunfo de las fuerzas democratizadoras y populares a fines

de la década de los ochenta, se impulsarán nuevas políticas económicas que terminarán configurando el actual panorama económico-social chileno.

En esa dirección, es importante señalar que el ascenso de las fuerzas democráticas a la dirección estatal tendrá un fuerte influjo en el desarrollo del cine y la industria audiovisual chilena durante la década de los noventa. Bajo la fórmula de “crecimiento con equidad”, los gobiernos de la Concertación Democrática impulsarán nuevos énfasis al interior del mismo modelo económico heredado de la dictadura militar. Con una revalorización del papel del Estado en el campo de la regulación de los mercados, las políticas sociales y las políticas culturales, predominarán los elementos de continuidad (libertad de precios, rebajas de aranceles, internacionalización económica, fomento de la empresa privada, entre otros) y los cambios graduales se verificarán en el diseño y ejecución de políticas públicas compensatorias, sin por ello cuestionar el papel subsidiario del Estado en mucho ámbitos.

El producto histórico de esa gestión gubernamental fue el alineamiento de la política económica de las fuerzas democratizadoras con las necesidades de la acumulación y reproducción del capital en su actual fase de desarrollo globalizado. Profundizando la apertura comercial y la internacionalización económica, favoreciendo una política monetaria orientada a la estabilidad macroeconómica, desarrollando una política fiscal austera y contra-cíclica, así como focalizando el gasto social en los sectores más vulnerables, los gobiernos de la Concertación han llevado adelante una política económica de expansión capitalista, donde el Estado ha jugado un rol preponderante.

El resultado de todo aquello ha sido que durante el período de los gobiernos concertacionistas (1990-2010), la economía chilena sostuvo un elevado crecimiento del PIB, con tasas promedio anuales del 7,1% en el período 1990-1998, y de un 5,5% promedio anual en el período 1990-2006. (French-Davis, 2007)

Pero, más aún, ese proceso de expansión y crecimiento económico sin precedentes en la historia del país, no sólo provocó transformaciones estructurales para la acumulación ampliada del capital, sino que también se tradujo en cambios significativos en el ámbito de la reproducción social.

Por una parte, en el período 1988 -2004 prácticamente se duplicó el ingreso per cápita: de US\$ 5.178 en el año 1998 a US\$ 11.520 en el año 2005 (A. Madisson, 2007), favoreciendo el crecimiento de la demanda agregada por bienes y servicios asociados al tiempo libre y la entretención (cultura, deportes, turismo, etc.), así como a los de las industrias culturales¹.

1 Un dato relevante a considerar en las cuentas nacionales lo constituyen los resultados de las mediciones efectuadas por el INE el año 1987 para definir la Canasta Básica con la cual medir las fluctuaciones en la inflación o Índice de Precios al Consumidor (IPC), se detectó que en esas fechas el 18,3% del gasto familiar se derivaba al rubro “tiempo libre y entretención”. No es arriesgado señalar que a la fecha actual dicha cifra debe estar cercana al 25% del ingreso familiar, lo cual indica la importancia que dicho espacio de consumo potencial tiene para la economía nacional (Cfr. CNCA, 2013).

2.4 Las transformaciones del negocio de la exhibición cinematográfica

Sin considerar aspectos como la masificación de la televisión de libre recepción y las cadenas de alquiler de videos caseros en los años 80-90, lo cual se tradujo en una baja sideral de asistentes a las salas, la cantidad total de salas de cine se había reducido de cerca de 400 a mediados de los años setenta, a un poco más de 100 en año 1990. Por otro lado, en exhibición se constataba un virtual monopolio de la cadena CONATE (subsidiaria de Chile Films), propietaria de cerca del 70% de las salas de estreno del país. Junto a ello, la distribución comercial estaba controlada por dos empresas subsidiarias de las *majors* norteamericanas: CONATE (distribuidora de Disney/BuenaVista, Warner y Fox); y la UIP (distribuidora de Columbia, Universal y MGM).

La situación comienza a cambiar con el ingreso de las cadenas transnacionales de multisalas a mediados de los años 90, que trajo a aparejado un aumento de oferta de pantallas, un incremento de los estrenos anuales y una mayor cobertura geográfica del consumo cinematográfico. Es decir, se produjo una ampliación del capital cinematográfico por la vía del crecimiento de la oferta de productos.

Pero tal vez lo más importante para comprender las transformaciones en el mercado cinematográfico local durante los noventa lo constituye el hecho que con el ingreso de transnacionales de la exhibición (Cinemax, Showcase y Hoyts Cinemas) se modifica del modelo de negocios o sistema de producción de plusvalía de los exhibidores. Frente al modelo tradicional de gestión de la exhibición, asociada a una pantalla por sala de cine, se pasó al sistema de variadas pantallas por sala de exhibición.

Cuadro N° 6. Evolución de las salas de cine en Chile

AÑO	PANTALLAS
1980	180
1985	177
1990	163
1995	142
2000	260
2005	292
2010	312
2015	382

Fuente. CAEM (2016)

En este nuevo modelo de negocios los complejos de multisalas se asocian a grandes conglomerados inmobiliarios ligados a la administración de grandes espacios o centros comerciales (*malls*), lo cual transforma el negocio de la exhibición cinematográfica en un complejo comercial de servicios de entretenimiento.

Así, los servicios de cafetería, gastronomía, entretención, inmobiliarios y financieros pasan a ser el eje de estos nuevos complejos, donde la exhibición de películas no pasa de ser sino el gancho comercial para la asistencia de los diversos públicos².

Este proceso de renovación y construcción habrá de tener un hondo impacto en el funcionamiento del propio mercado cinematográfico y en sus procesos de creación de valor agregado. Se establecerán nuevas formas de vinculación entre los exhibidores y los distribuidores, donde los intereses comerciales contradictorios de cada uno, se transformarán en una oportunidad comercial para el cine chileno de fines de los años noventa y comienzos de la década pasada.

Pero lo central de este nuevo esquema de gestión comercial es la comprensión definitiva que los productos cinematográficos son sólo una mercancía que se rige por las dinámicas de la nueva fase de desarrollo del mercado capitalista, sino que también son sólo un eslabón en la cadena de creación de valor agregado de una industria altamente globalizada.

2.5 La organización industrial del sector cinematográfico: producción globalizada y precariedad laboral

El desarrollo de la industria audiovisual chilena y de su producción cinematográfica ha debido bregar constantemente con un mercado interno reducido y con una base empresarial que presenta un desarrollo muy desigual.

Desde los años 80, las medianas y pequeñas empresas que operan en este campo muestran bajos niveles de productividad y una insuficiente profesionalización empresarial. En efecto, mientras por un lado su producción –de alto valor agregado y predominantemente orientada a satisfacer las necesidades del pequeño mercado interno– requiere de procesos técnicos, normas de producción y costos crecientemente internacionalizados, afectando sus costos, volúmenes y calidades; por otro lado, el acceso a mercados o territorios de exhibición externos está frecuentemente limitado por la dificultad de responder a nuevos requerimientos de calidad, cumplimiento de especificaciones técnicas, plazos de entrega y volúmenes mínimos de producción.

Muchos productores se ven excluidos de estos mercados debido a su reducida escala de operaciones, a la carencia de infraestructura tecnológica adecuada para elevar la calidad de sus producciones, así como insuficiencias en su capacidad organizativa y gerencial. En tal sentido, organismos como CORFO han indicado en variados documentos oficiales que desde mediados de los años 90 se observa que el reducido tamaño de las empresas productoras de cine y televisión, así como la insuficiente profesionalización de su producción, está

2 Según conversaciones sostenidas por el autor con los directivos de dichas cadenas, en la actualidad no más del 35% de los ingresos de los complejos salas de cine provienen de la venta de entradas en boleterías. El resto de sus ingresos provienen –más o menos en partes iguales– de los servicios de alimentación, servicios inmobiliarios y la especulación financiera. Para mayores antecedentes sobre cómo funciona este negocio en EE.UU. ver Joel Augrós (2000, p. 187-206).

limitando considerablemente sus posibilidades de sobrevivencia en un contexto de liberalización del comercio exterior y de globalización de la industria audiovisual.

Al contar con menos recursos, las pequeñas y medianas empresas audiovisuales tienen dificultades para mejorar la gestión de sus procesos productivos, financiar la renovación de sus equipos, acceder a servicios ofrecidos por el mercado, capacitar a su personal, etc. Por definición, las pequeñas y medianas empresas audiovisuales tampoco pueden aprovechar las economías internas de escala y de ámbito, y enfrentan elevados costos de transacción en sus interacciones con otros agentes económicos.

El problema de las empresas audiovisuales, sean estas productoras o proveedoras de servicios asociados a la producción, es que no pueden desempeñar una serie de funciones que resultan decisivas para elevar su productividad y asegurar su sobrevivencia en el nuevo contexto económico que propone el capitalismo globalizado. En tal sentido, se ha estructurado un campo de competencia comercial donde las pequeñas empresas locales compiten en desigualdad de condiciones con las empresas de mediano tamaño, con fuertes lazos con productoras extranjeras y agentes de ventas internacionales. Su posición dominante en el mercado les permite vínculos privilegiados en el campo de la producción para televisión y la producción publicitaria.

Dicho de otro modo, como el reducido tamaño de nuestro mercado impide sostener un volumen importante y competitivo de producciones de presupuestos relevantes. Ha surgido como estrategia empresarial una integración subordinada y dependiente a la globalizada cadena multimedia, que es tanto la condición de posibilidad como el límite para el desarrollo de las capacidades productivas nacionales. De lo anterior se ha desprendido que casi el 30% de las producciones de mayores costos en el período 2000-2015 han sido realizadas bajo la modalidad de co-producciones internacionales con empresas de Argentina, España, Brasil y México.

De forma complementaria con lo anterior, los altos niveles de producción de cine en nuestro país se han visto favorecidos por una tercerización creciente de servicios por las productoras y canales de televisión, así como por la precariedad laboral en la relación capital-trabajo del campo cinematográfico. Así pues, no se podría comprender el crecimiento de la actividad cinematográfica si no incorporáramos en nuestro análisis la *súper-explotación de la fuerza de trabajo* que allí predomina. Técnicos y talentos sin contratos, directores que laboran gratuitamente, gestión de canjes comerciales para sustentar ítems diversos (catering, vestuario, ambientación, etc.), se han hecho tan normales que muy pocos cuestionan esta modalidad de gestión. Eso es sobre todo más dramático en las “óperas primas” de los realizadores –que son el 70% de las películas del período analizado.

Así, mientras los medios de producción y las nuevas tecnologías presentan una tendencia a la baja en su valor de cambio, el valor de cambio de la fuerza de

trabajo del sector audiovisual presenta una tendencia al alza, lo cual avizora algo propio del sistema de reproducción del capital: la agudización de las contradicciones entre los medios de producción y las relaciones sociales de producción generadas por esta nueva fase de desarrollo del sector.

En suma, la carencia de servicios financieros y no financieros antes señalados, así como las fallas estructurales del mercado para proveerlos eficientemente, obligó a los actores públicos a adoptar medidas específicas de apoyo industrial que promovieran tanto la producción como la distribución audiovisual, así como la formación de profesionales capaces de gestionar eficaz y eficientemente la economía del cine y el audiovisual; esto, en un capitalismo altamente competitivo y globalizado.

De lo anterior se desprende uno de los aspectos centrales para comprender la economía política del sector: el papel jugado por el Estado chileno en la economía cinematográfica durante los años de gobiernos concertacionistas.

2.6 Estado y desarrollo del mercado cinematográfico

Las reformas económicas neoliberales no sólo se tradujeron en un cambio en la matriz productiva nacional, sino que alteraron las propias formas en que el Estado participaba de la actividad económica. Habiendo sido reducido a un mero carácter subsidiario, su misión a comienzos de los años noventa era asegurar un orden legal que garantizara el interés general del capital y la apropiación particular de la plusvalía socialmente producida. Por tal motivo –más allá de alguna particular voluntad política gubernamental– el conjunto de diseños, planes y programas públicos en este campo se orientó durante este período a dotar de coherencia a las políticas de fomento cinematográfico junto a la política económica general del modelo neoliberal. Sin lugar a dudas, lo más relevante ha sido el cambio de enfoque del Estado en el diseño y formulación de sus políticas públicas. Sostenemos que la expansión de la producción y el consumo cinematográficos no se explican completamente si no se analizan los cambios en la política estatal sobre la economía del cine y el audiovisual durante los últimos diez años.

Las visiones tradicionales sobre políticas públicas, ligadas a las políticas desarrollistas de los años sesenta, enfatizaban principalmente las ayudas para desarrollar un componente de creación artística. Sin embargo, producto de la nueva fase de desarrollo del capitalismo, unido a la influencia ideológica de la tecnocracia neoliberal enquistada en la administración del Estado, el sector público comenzó a privilegiar desde fines de la década pasada una visión renovada: políticas de fomento y desarrollo muy ligadas al fomento productivo y de profesionalización empresarial, a fin de dotar de competencias y habilidades que consoliden una sofisticada industria nacional: una industria productora de contenidos audiovisuales, para globalizadas cadenas de distribución transnacionalizadas.

Los esfuerzos estatales dejaron de ser concebidos exclusivamente como gasto y comenzaron a ser rediseñados como “inversión”. En este sentido, se hicieron funcionales al modelo económico vigente y privilegiaron el desarrollo de mercados por sobre el desarrollo de sectores industriales. Tal es así que, “pragmáticamente”, desde el año 1999 los subsidios estatales comenzaron a ser asumidos como una inversión de capital de riesgo en proyectos de dudoso destino comercial.

Por su parte, el sector empresarial privado desarrolló formas innovadoras para participar de esta oportunidad de negocios brindada por el accionar fiscal; asumiendo la forma de inversiones directas, donaciones, patrocinios, canjes publicitarios, *placement* o branding. Lo cierto es que para el capital privado la inversión pública inicial se ha transformado en un factor que disminuye el riesgo de la inversión.

Podemos proyectar que en período 2000-2015 se invirtieron alrededor de US\$ 126 millones para lograr un volumen de producción de 280 películas. Si proyectamos que, de acuerdo a las propias cifras oficiales del Fondo de Fomento Audiovisual (CNCA, 2016) aproximadamente el 70% de los costos de producción del cine chileno son co-financiados por el Estado, es claro que el riesgo de las inversiones disminuye ostensiblemente al incrementarse los fondos públicos. Más aún, el cálculo de los retornos de capital deben considerar los aportes de las ayudas públicas no reembolsables, que al disminuir el riesgo de la inversión aumentan las tasas de apropiación privada de la plusvalía social que produce el cine nacional.

Analizando la inversión público-privada en el sector cinematográfico nacional en la última década, puede desprenderse que la inversión pública de los últimos veinte años en el sector cinematográfico y audiovisual aceleró la actividad económica de tales industrias y, al aumentar el stock de capital, se contribuyó a alcanzar las tasas de inversión privada necesarias para su sustentabilidad en el actual modelo de desarrollo, donde la acumulación y apropiación privada de la plusvalía es el eje de las nuevas formas de vida social y cultural.

Si a ello sumamos que alrededor del 10% de las producciones acumulan un 65% del total de retornos del capital cinematográfico, quedan en evidencia los niveles de concentración e integración vertical de las casas productoras chilenas a redes globales de distribución.

No obstante, corresponde señalar que esa dinamización de la actividad a corto plazo por el capital no significa necesariamente que se sostenga en el futuro. Esto se encuentra directamente asociado a las modalidades utilizadas por el Estado para asignar sus recursos. Hemos señalado anteriormente que la administración de la Concertación ha privilegiado las transferencias monetarias netas al sector privado a través del mecanismo de fondos concursables y para proyectos específicos cuya duración no supere los plazos de la ejecución presupuestaria fiscal. Los problemas que genera esta metodología de intervención pública en la economía del cine y el audiovisual chileno son variados:

a) *Disciplinamiento de la economía del cine al ciclo financiero estatal.* El primer problema de esta modalidad de asignación de recursos públicos resulta del ordenamiento de la programación financiera de los proyectos audiovisuales a las temporalidades del año fiscal chileno. Esto significa que parte importante de los proyectos de realización cinematográfica deben ajustarse a las normas de inversión que tiene un Estado funcional a la reproducción del modelo neoliberal, a la vez que su carácter de subsidios anuales impiden proyectos de realización de mediano plazo.

b) *Distribución de recursos y relaciones sociales de producción.* Complementario con lo anterior, la segunda dificultad de este mecanismo está asociada a los montos en competencia –entre US\$120 mil y US\$180 mil por proyecto de largometraje– que no aseguran necesariamente su finalización, lo cual se ha traducido en que varios filmes han recibido en varias ocasiones y años diferentes recursos para su realización como mercancías. Eso se ha traducido en una ilusión de concursabilidad, ya que los proyectos cuyo rodaje se ha efectuado tienen mayores posibilidades de ser nuevamente apoyados que aquellos que están sólo en fase de pre-inversión. Del mismo modo, los capitales –simbólicos y materiales– en competencia son desiguales, lo cual se traduce en que las esferas de la reproducción social ampliada y las relaciones sociales de producción también se hacen presentes en el momento de efectuar las transferencias fiscales a la economía del cine chileno.

c) *Privilegio de factores cuantitativos por sobre cualitativos.* El tercer aspecto regresivo para la economía del cine chileno se encuentra en el sistema mismo de evaluación y definición de los proyectos beneficiados por el sector público. Si bien la inspiración de los mismos era el privilegio de la “calidad artística” y un sistema de definición “por los pares profesionales”, lo concreto es que la definición de factores asociados a la representación corporativa en los jurados ha significado la introducción de una serie de variables –como las acciones de “discriminación positiva” a regiones, a jóvenes, mujeres e inclusive a formatos electrónicos–, que se han traducido en un privilegio de factores cuantitativos y extra cinematográficos por sobre la inspiración original de “obras de calidad”. De aquello se desprende una política donde lo relevante es la negociación de cuotas de recursos y proyectos entre los sectores del medio audiovisual representados cada año, en lugar de la “calidad” o proyección de los proyectos en concurso. Si a ello sumamos el hecho que todos los años se entregan la totalidad de los recursos asignados, queda más en evidencia esa mutación de los sistemas de asignación desde lo cualitativo a lo cuantitativo.

d) *Interés social e interés corporativo en la economía del cine chileno.* El sistema de asignaciones vía concursos públicos anuales ha supuesto la constitución en cada período de jurados evaluadores y asignadores distintos. El resultado de este mecanismo es la modificación año a año de los criterios políticos a través de los cuales el Estado interviene en la economía del audiovisual. Junto a ello, dado el carácter multifacético de la actividad audiovisual en Chile, el

gobierno ha resuelto fortalecer la representación corporativa en dichos jurados –directores, guionistas, productores, críticos, cortometrajistas, documentalistas, técnicos, profesores–, lo que, en última instancia, niega la posibilidad de establecer una línea estratégica de intervención estatal coherente y consistente. O, lo que es lo mismo, se ha consolidado institucionalmente la apropiación particular de la plusvalía social, por sobre el interés social general. De esta manera, se consolida el papel de un Estado que –por la asegurar el ordenamiento jurídico y un procedimiento de asignación fragmentario–, se abstrae de un papel de orientación estratégica del mercado, incentivando la integración de las nuevas producciones a los circuitos de circulación de mercancías cinematográficas y se transforma en representante del interés general del gran capital transnacional que opera en estos mercados.

e) *Las obras primeras (“operas primas”) y la economía del cine chileno.* Por otra parte, complementario con los puntos anteriores, la expresión del interés corporativo social y del capital simbólico que opera en la esfera de la reproducción social, ha generado un impacto directo en la fisonomía de las producciones apoyadas estatalmente. Sin referirnos específicamente a las temáticas, narrativas o contenidos de las obras apoyadas por el FONDART o por el Fondo Audiovisual, lo cierto e innegable es que la configuración de jurados ha introducido un privilegio ideológico de producciones de bajo presupuesto (factor cuantitativo) y de realizadores nuevos (factor ideológico).

Si se considera que en el período 1990-2015 se estrenaron un total de 308 largometrajes en los circuitos de valorización económica cinematográfica, al analizar los realizadores de las mismas obras nos encontramos con el hecho sobresaliente que sólo 21 directores estrenaron más de una película³, quienes acumulan un total de setenta y ocho producciones entre todos ellos. Por eso, uno de los resultados concretos de esta forma de articulación entre el Estado y la economía del cine nacional es la “producción” de 220 directores de cine con sólo una realización en el cuerpo. Más aún, la política estatal de apoyo a la cinematografía chilena se ha sustentado sobre la base de producir “operas primas”, y la formación de directores que engrosan las filas de empresas de producción publicitaria o televisiva.

Esto es particularmente relevante, toda vez que en el análisis concreto de esta realidad hay que obviar las declaraciones de interés, los discursos oficiales, las voluntades expresas de los actores públicos o privados, enfocando más la mirada en los resultados estructurales y estructurantes objetivos.

3 Los realizadores chilenos más “prolíficos” han sido Gonzalo Justiniano (7 filmes estrenados); Pablo Larraín y Andrés Wood (5 filmes); Matías Bize, Nicolás López y Miguel Littin (4 filmes); Silvio Caiozzi, Sebastián Lelio, Matías Silva, Ernesto Silva, Ricardo Larraín, Edgardo Vierck, Jorge Olguín, Ignacio Aguero y Boris Quercia (3 filmes); Sergio Castilla, Sebastián Alarcón, Alicia Scherson, Tatiana Gaviola, Alex Bowen, Nicolás Acuña, Pablo Perelman, Ricardo Carrasco, Alejandro Fernández, Che Sandoval y Gustavo Letelier (2 filmes). Todos los restantes han realizado sólo una película.

3. A modo de conclusiones

Hasta el momento hemos utilizado la categoría abstracta de “cine chileno” para condensar en su interior diferentes sistemas de creación, producción y distribución comercial, así como a agentes económicos con intereses contradictorios. Más aún, desde el punto de vista de la dimensión artístico cultural, lo que hemos denominado como “cine chileno” no pasa de ser un territorio diverso y plural, sin tradición y referencias propias socialmente compartidas; donde salvo la nacionalidad de los realizadores cuesta encontrar elementos comunes. Es decir, en estricto rigor no existe un “cine chileno”, sino chilenos que producen o realizan películas cinematográficas.

Valga esa observación para clarificar, entonces, el sector o espacio cinematográfico nacional. Multiplicidad de propuestas, actores, intereses, circuitos, configuran un mercado donde se construye el valor de cambio de las mercancías cinematográficas. La ausencia de intereses comunes en el campo cinematográfico (salvo que el Estado entregue mayores recursos a los privados) ha significado la construcción de un modelo de desarrollo cinematográfico en Chile que no difiere sustantivamente de lo que ocurre en otras latitudes; a saber, que los productores locales desarrollan una actividad estructuralmente funcional a la acumulación ampliada del gran capital audiovisual globalizado.

Así, porque la producción de cine no vive en una «burbuja» económica, industrial o comercial, ajena al modelo económico-social que lo hace posible; es un producto histórico, es un producto de una época. El “cine chileno” es parte consustancial del régimen de producción capitalista contemporáneo, donde las permanentes innovaciones tecnológicas de producción deprecian rápidamente las inversiones. Donde la globalización de las relaciones sociales de producción y reproducción cultural, se traducen en casas productoras precarias y tercerizadas que –al mismo tiempo– sobreviven en base a explotación y fragilización laboral de técnicos y creativos. Lo paradójico de esta situación es que ha sido “naturalizada” al punto de transformarse en un aspecto solidario con la estrategia de desarrollo cinematográfica nacional, abrazada eufóricamente por los empresarios y apoyada fervorosamente por el Estado.

Por eso, sostengo que el modelo cultural del neoliberalismo se ha transformado en el nuevo referente socio-cultural del cine chileno. Es un cine que puede ser definido estético, ético, conceptual y teóricamente desde el propio régimen de producción cultural que lo hace posible. Es un cine que como tal puede ser definido estéticamente como anodino, culturalmente conservador, éticamente individualista, ideológicamente de derecha y discursivamente “progresista” (Trejo, 2014).

Por eso, no se puede finalizar una reflexión crítica sobre el desarrollo histórico de la economía política del cine y la producción audiovisual en el Chile contemporáneo sin referirnos a los impactos ideológicos del modelo económico-

social y cultural que llamamos neoliberalismo en las propias miradas y narrativas que desarrollan los cineastas.

Si bien ese esfuerzo trasciende este trabajo, como primera aproximación podemos observar que en el campo cinematográfico se han verificado similares procesos de “fetichización” y “enajenación” de los sujetos creadores-productores que en el resto de la economía capitalista. Eso refiere tanto al proceso de cosificación o naturalización de los medios tecnológicos de producción (dándole propiedades casi mágicas), como a la alienación de los hombres y el producto de su trabajo.

Lo anterior nos permite identificar en la actualidad dos formas de *fetichización* y *enajenación* en el medio chileno. La primera, más evidente, es la exaltación del valor de las nuevas tecnologías audiovisuales como forma de acceder a la producción de mercancías y al mercado audiovisual global. Esta visión idílica parte de considerar a las diversas innovaciones tecnológicas en el campo audiovisual al margen del régimen social, y de otorgarles cualidades especiales: una capacidad autónoma para generar por sí mismas un progreso permanente de la producción, al margen inclusive de las capacidades creativas de los autores. La segunda es la consideración de toda producción cinematográfica como una obra de arte que, por lo mismo, requiere de apoyos públicos. Esto ha llevado a una mayor fetichización de la obra fílmica y audiovisual, profundizando el proceso de alienación entre el creador y la obra de arte mutada en mercancía por los dispositivos tecnológicos desarrollados por la propia industria cultural. Ambos aspectos no sólo profundizan el proceso de fetichización de la mercancía fílmica y audiovisual, sino que fortalecen los dispositivos de enajenación de los cineastas como productores de valor-de-uso y partes de una relación social de explotación/dominación.

Así, observamos películas sin mayor interés para las audiencias o para la crítica especializada; políticamente correctas e ideológicamente funcionales al modelo de acumulación económica; epistemológicamente, nihilistas, individualistas, hedonistas y complacientes; orientadas a círculos estrechos y sin vocación de masividad. Y sus socios principales han sido los medios de comunicación y el Estado que han hecho propios el discurso fetichista de las nuevas tecnologías de registro.

En la dialéctica de este proceso de enmascaramiento de la mercancía audiovisual como valor de uso y valor de cambio, como producto comercial y como audiencia, también está jugando un papel principal la progresiva pérdida de ese “aura” o prestigio (romántico, idealista) del “cine chileno”. Ya los medios y las audiencias no consideran el estreno de un filme nacional como un hecho extraordinario y los “cineastas” chilenos no gozan del prestigio social o político de antaño.

La reacción adolescente y pequeño burguesa ha sido el refugio en los discursos del “artista incomprendido por las masas incultas e ignorantes”, en esconderse en la figura del “cine por el cine” o en la experimentación de nuevos

formatos técnicos. Siguen creyendo que los directores, guionistas, documentalistas o profesionales del sector audiovisual son poseedores de una genialidad y de valores naturales superiores al resto de la sociedad, la cual debería inclinarse ante ellos. Es el mismo movimiento que no les permite asumir en toda su radicalidad que el cine contemporáneo es una forma-mercancía que genera su valor de cambio en procesos de circulación mercantil hegemonizados por cadenas transnacionales de distribución audiovisual.

Dicho proceso ideológico de alienación o extrañamiento, refuerza el enmascaramiento de fetiche-cine e impide observar la tendencia a la baja en la cantidad de espectadores de películas chilenas, y un desvío de la atención de esas audiencias hacia películas de otras latitudes que llenan sus expectativas. Así, mientras se observa un estancamiento del mercado, los directores, guionistas, técnicos y profesionales de la producción audiovisual siguen impulsando políticas voluntaristas basadas en ese individualismo egoísta que promueve el modelo neoliberal y en el nihilismo epistemológico que estimula una visión romántica de los nuevos formatos tecnológicos, sin comprender que sólo son un sector subordinado y periférico de una cadena de medios globales que hoy son “los nuevos misioneros del capitalismo corporativo” (Hermann & McChesney, 1999).

Referencias bibliográficas

- Augrós, J. (2000). *El Dinero de Hollywood. Financiación, producción, distribución y nuevos mercados*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Barril, C. & Santa Cruz, J.M. (Edit.) (2011). *El Cine que Fue: 100 años del Cine Chileno*. Santiago: Editorial ARCIS.
- Caloguerea, A. (2016). *El Cine Chile Año 2015: Informe de la Cámara de Exhibidores Multisalas AG*. Santiago: CAEM.
- CNCA (2004). *Impacto de la cultura en la economía chilena. Participación de algunas actividades en el PIB*. Santiago: Editorial Convenio Andrés Bello – Universidad ARCIS – Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- CNCA (2013). *Resultados Cinematográficos 2012. Informe de Oferta y Consumo de Cine en Chile*, Santiago: Consejo Nacional de las Artes y la Cultura.
- CNCA (2016). *Resultados Cinematográficos 2015. Informe de Oferta y Consumo de Cine en Chile*, Santiago: Consejo Nacional de las Artes y la Cultura.
- French-Davis, R. (2007). *Entre el Neoliberalismo y el Crecimiento con Equidad. Tres décadas de política económica en Chile*. Buenos Aires: Editorial Siglo XXI.
- Getino, O. (2005) *Cine argentino. Entre lo posible y lo deseable*. Buenos Aires: Ediciones Ciccus.
- Hermann & McChesney (1999). *Los medios globales: los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*. Cátedra, Madrid.
- Mouesca, J. (1997). *El Cine en Chile: Crónica en tres tiempos*. Santiago: Editorial Planeta.

- Pelaz, J-V. & Rueda, J. (2002). *Ver Cine. Los públicos cinematográficos en el siglo XX*. Madrid: Editorial RIALP.
- Trejo, R. (2009). *Cine, neoliberalismo y cultura: crítica de la economía política del cine chileno contemporáneo*. Santiago: Editorial ARCIS; pp. 15-29.
- Trejo, R. (2014). Cambios Culturales, Imaginarios Colectivos y Cine Chileno Actual, en Barril, C., Corro, P. & Santa Cruz, J.M. (Ed.) *Audiovisual y Política en Chile*. Santiago: Editorial Instituto de Estética PUC.

Celso Furtado. Cultura e política cinematográfica

Celso Furtado. Culture and film policy

Celso Furtado. Cultura y política cinematográfica

Anita SIMIS

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil /
anitasimis@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Monográfico, pp. 101-112)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 26-07-2016 / Aprobado: 24-10-2016

Resumo

Este trabalho tem por objetivo compreender o descompasso da política cultural dos anos 1980 a 1990 – chamado momento da transição política no Brasil – e as ideias e políticas culturais de Celso Furtado, ministro da Cultura entre 1986 e 1988. Como passamos de uma política cultural forjada durante a ditadura para a de transição? Quais ideias nortearam Celso Furtado em uma conjuntura de abertura democrática? Neste sentido, a política cultural implementada por Celso Furtado, particularmente a política cinematográfica e seu marco singular, constitui-se como foco prioritário de investigação.

Palavras-chave: políticas culturais; Celso Furtado; cinema; Brasil.

Abstract

This paper aims to understand the gap of cultural policy of the years 1980-1990, called time of transition, and the cultural and political ideas of Celso Furtado, minister of culture from 1986 to 1988. How we move from a forged cultural policy during the dictatorship to another? What are the ideas that guided Celso Furtado in this change to a democratic opening situation? In this sense, the cultural policy implemented by Celso Furtado, particularly the film policy, by presenting itself as a unique landmark, is the primary focus of research.

Keywords: cultural policy; Celso Furtado; cinema; Brazil.

Resumen

Este documento tiene como objetivo comprender el desorden de la política cultural de los años 1980 a 1990 –el llamado momento de transición en Brasil– y las ideas y política culturales de Celso Furtado, ministro de Cultura entre 1986 y 1988. ¿Cómo se pasó de una política cultural forjada durante la dictadura a otra de la transición? ¿Cuáles son las ideas que guiaron a Celso Furtado en este cambio hacia una situación de apertura democrática? En este sentido, la política cultural implementada por Celso Furtado, en particular la política cinematográfica y su marco particular, se constituye en el eje prioritario de investigación.

Palabras clave: política cultural; Celso Furtado; cine; Brasil.

A nossa é uma difícil área de ação, pois tudo o que fazamos sempre será insuficiente e objeto de crítica. Mas nenhuma cultura se renova senão pelo debate e pela crítica.

Celso Furtado (2012, p. 13)

O desenvolvimento, e particularmente a necessária dimensão cultural do desenvolvimento, central na análise de Furtado, se associa à sua nomeação como ministro da Cultura, em fevereiro de 1986 (Simis¹, 2015), momento em que Furtado se encontra na fase da crítica renitente, conforme Cepêda (2003), uma era das suas reminiscências, na qual organiza seu passado e ajusta as contas com a memória, a sua e a da geração desenvolvimentista.

Entre suas reflexões, ter ou não direito à criatividade foi uma preocupação que o ocupou por ao menos 15 anos. E assim como sua obra pode ser repartida e diferenciada em fases, Furtado buscou periodizar os momentos diferenciados da nossa trajetória cultural, sem que resultassem de um movimento ascendente ou que avança progressivamente. Nestas descontinuidades nos interessa justamente aquela em que surge um novo ator social, as classes médias, “demasiado próxima do povo para ignorar o significado cultural deste.” E, no entanto, esse envolvimento – classe média, cultura de massas, povo – não ocorreu sem mácula. Para Furtado significa o “começo da descaracterização de sua força criativa.” Isto porque, para o autor, o crescente papel da indústria transnacional da cultura e o instrumento primordial da modernização dependente dificultou a emergência de uma consciência crítica.

Estas reflexões, escritas desde 1984, antes portanto da queda do muro de Berlim, já prenunciavam o avanço da globalização, chamado de “processo de globalização do sistema de cultura” (Furtado, 1984, p.25). A classe média atraída pelos valores veiculados por essa indústria cultural, o povo sob crescente descaracterização, tudo combinado no contexto de uma crescente globalização requerem uma política cultural que contribua para o desenvolvimento da cultura, isto é, que sinalize um movimento em prol da criatividade, impedindo que esse processo nos relegue ao papel de simples consumidores de bens culturais adquiridos nos mercados. E como assinala Esteves (2013, p.99), criatividade aqui é entendida como “um processo social, a técnica (aqui interpretada como *tekne* grega) como um valor coletivo e a inovação como resultado do labor cultural”, recolocando a discussão sobre o desenvolvimento como emancipação humana, mas muito distante de conceitos como “economia criativa”, “cultura criativa”, etc.²

Trata-se de uma visão que avança sobre o que tínhamos até então. Conforme nota Cohn (1987, p.7 apud Esteves, 2013, p.136),

1 A autora deste artigo é professora do Departamento de Sociologia da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Campus de Araraquara, e pesquisadora do CNPq.

2 Sobre o conceito de criatividade em Furtado, ver também D’Águar, 2013.

A tendência mais geral nas redefinições da concepção oficial de cultura no período pode ser formulada desde logo nos seguintes termos: parte-se em meados da década de 70 (...) de uma concepção de cultura como 'somatória das criações do homem', vale dizer, como herança e patrimônio, para acrescentar que essa somatória se dá no processo de criação do próprio homem, com o que se introduz um componente 'humanista' ainda abstrato, que constituirá um dos temas básicos a serem reelaborados ao longo do período. Já no final da década de 70, (...) a ênfase recairá sobre a cultura como modo de ser, como vivência de determinadas parcelas da sociedade. Mais recentemente (já na vigência do ministério da cultura, na gestão Aluísio Pimenta) passa-se a vê-la em seu papel de resistência à dominação hegemônica. Finalmente, na etapa mais recente (nas formulações de Celso Furtado) realça-se a sua condição de fonte de criatividade.

Na última linha de Formação Cultural do Brasil, de 1989, um artigo sucinto, mas denso, resultado de outro, de 1984, intitulado Reflexões sobre a cultura brasileira, veremos que Furtado conclui: “ter ou não direito à criatividade, eis a questão” (Furtado, 1984, p. 25 e Furtado, 1999, p.67). Certamente esta conclusão se tornou a linha mestra de sua gestão no Ministério da Cultura, no período de fevereiro de 1986 a julho de 1988. E é interessante notar em Que somos? (Furtado, 2012, p.29), o sugestivo título de uma conferência de 1984, que Furtado descarta na sua segunda parte, intitulada Sete teses sobre a cultura brasileira³, a frase final: “ter ou não direito à criatividade, eis a questão”, mas em compensação, anexa uma parte nova: Política Cultural. Nela Furtado esclarece mais sobre o que propõe: apropriar-se de novas técnicas envolve um processo contraditório, pois se desenvolvem nossa capacidade produtiva, “não são neutras” (Furtado, 2012, p.40), lembrando o que dizia o isebeano Corbisier (1960, p. 69 e 70):

Importar o produto acabado é importar o ser, a forma, que encarna e reflete a cosmovisão daqueles que a produziram. Ao importar, por exemplo, o cadillac, o chicletes, a coca-cola e o cinema não importamos apenas objetos ou mercadorias, mas também todo um complexo de valores e de condutas que se acham implicados nesses produtos.

Não possuímos o instrumento que nos tornaria capazes de triturar o produto cultural estrangeiro a fim de utilizá-lo como simples matéria-prima, como suporte de uma forma nossa, original. Exportamos o não ser e importamos o ser.

Para deixarmos de exportar o não ser, para deixarmos de importar o ser, para deixarmos de ser simples consumidores, e superar o subdesenvolvimento, os países periféricos devem romper com a lógica imitativa e buscar o que Furtado chama de “desenvolvimento endógeno”, isto é, a liberação das forças criativas próprias ao sistema cultural e a superação da “heterogeneidade social”. É da maioria, em contraposição à dependência, que se trata.

3 Embora com o mesmo título daquela publicada em Cultura e Desenvolvimento em época de crise.

Furtado parte do pressuposto de que pode existir uma única e verdadeira identidade nacional e sua preocupação é justamente em saber como podemos preservar nossa identidade cultural. Para tanto é preciso saber formular as perguntas, daí o título do artigo, *Que somos?*, e fica evidente e clara a resposta, pois só é capaz de formular uma política cultural quem tem clareza sobre para quem ela será dirigida. A transformação ou a criatividade pressupõe esse conhecimento, pois sem sabermos a quem nos dirigimos, como impulsionar a criatividade?

Naquele momento, ainda anterior à sua experiência como ministro, essa reflexão sobre o tema era um avanço significativo e distante do jogo da “solicitação-pressões-outorga”. Suas frases são contundentes: “A política cultural que se limita a facilitar o consumo de bens culturais tende a ser inibitória de atividades criativas e a impor barreiras à inovação.” (Furtado, 2012, p.41)

A política cultural proposta por Furtado diz respeito a um contexto em que a criação de valor migra para o imaterial, ampliando e atingindo todas as esferas sociais, mas permanece a questão principal: “liberação das forças criativas da sociedade”, “de instrumentos para remover os obstáculos à atividade criativa”, sem desmerecer qualquer origem, privada ou pública.

A cultura não era mais um fim, mas um meio e sobre isso Furtado também refletiu. Em *Desenvolvimento e cultura*, capítulo que dá sequência ao *Reflexões sobre a cultura brasileira*, Furtado (1984, p.32) afirma, “(...) a questão central se cinge a saber se temos ou não possibilidade de preservar nossa identidade cultural. Sem isso seremos reduzidos ao papel de passivos consumidores de bens culturais concebidos por outros povos.”

Em fevereiro de 1986, com apenas 0,4 do orçamento federal, Furtado assume o Ministério da Cultura, “um amontoado de repartições públicas (...) com pouca organicidade” (Rosa Furtado, p.11), após as gestões relâmpagas de José Aparecido de Oliveira (15 de março a 29 de maio de 1985) e Aluísio Pimenta (30 de maio de 1985 a 13 de fevereiro de 1986), e projeta-o como um Ministério de fato, sem se intimidar com os poucos recursos, pois “se algo pode ser feito que qualitativamente tenha uma significação no Brasil hoje em dia - com pouquíssimo dinheiro - é no campo da cultura.” (Furtado, 1987).

Seguindo os passos teórico-metodológicos de Furtado, que valorizam a recuperação da história para compreender o processo multidimensional do desenvolvimento, podemos considerar que, em meados dos anos 80, quando Furtado assume o Ministério, temos um período de transição com marcantes e profundas mudanças em todos os níveis. Não apenas é o momento em que um presidente civil assume o governo depois da longa ditadura civil militar, da instalação da Assembleia Nacional Constituinte (1987), do plano cruzado⁴ que, depois seguido pelo cruzado novo, com realinhamento de preço, gatilho, descongelamento, recessão, estagflação⁵ produziu consequências na economia

4 O plano de estabilização econômico, denominado “Plano Cruzado”, foi instituído por Dilson Funaro, ministro da Fazenda entre 1985 e 1987.

5 Em fevereiro de 1985 chegamos a uma inflação de 400% ao ano, que depois baixa para zero durante

como um todo (e, particularmente, no cinema), mas é também o momento em que, com José Sarney, criador do Ministério da Cultura⁶, se introduz um novo contorno à política cultural, pois se alteram as relações Estado e setores organizados da cultura, pendendo para os interesses em prol do avanço do complexo industrial-audiovisual.

Esse avanço do complexo industria-audiovisual é notável em relação às outras esferas da cultura que, só a partir dos anos 60-70, passam a ter um apelo mais mercantil e se incorporam à indústria do entretenimento com uma gestão racionalizada. Neste sentido, se a indústria de televisão já é uma “indústria madura” (Bolaño, 2004, p. 24), no cinema a experiência relatada por Roberto Faria, ex-presidente da Embrafilme (1974-1979) e do Concine (1987-1990) é emblemática:

Quando voltamos ao regime democrático, a influência do cinema estrangeiro passou a ser muito mais forte. A indústria de liminares favoreceu o cinema estrangeiro contra o cinema brasileiro. Questionaram na Justiça os recursos da Embrafilme, a cota de tela, o ingresso padronizado, enfim..., fecharam o cerco em torno da empresa. E asfixiando a Embrafilme, impedindo-a de dispor dos recursos para o desenvolvimento do cinema brasileiro, o nosso concorrente ficou muito mais livre, mais forte, à vontade para esmagar o filme brasileiro (Farias, 2005, p. 16-7).

Para fazer frente a esta conjuntura, Furtado atualiza as políticas culturais ajustando-as com o novo papel do Estado, em debate no Congresso Constituinte. O Ministério deveria

atuar como elemento integrador, de inclusão social, capaz de dar voz à diversidade cultural em âmbito nacional, inclusive àquelas manifestações culturais que se restringiam a pequenos grupos (como, por exemplo, os barqueiros do rio São Francisco). Ampliou as ações de proteção ao patrimônio cultural e desenvolveu projetos junto a comunidades com o objetivo de fortalecer tradições culturais ameaçadas (idiomas indígenas, práticas religiosas regionais, história oral das comunidades quilombolas, entre outras). Interessou-se pelo fomento às artes, atento às novas linguagens, outra tarefa difícil para o poder público, pois significava conseguir que a burocracia aprenda a lidar com a transgressão, fundamental para a criação artística. (Magalhães in Furtado e D'Aguiar Furtado, 2012, p.179)

E não por acaso na Exposição de Motivos sobre o Decreto 92.489/86, que trata da Estrutura básica do MinC, Furtado enfatiza a necessidade de uma ação visando ampliar o acesso à cultura:

alguns meses, mas um ano depois a inflação está em 17%, segundo o ministro Funaro, ou em 25% segundo os banqueiros internacionais. Estagflação, termo de economia que significa situação em que há simultaneamente estagnação e inflação.

⁶ Anteriormente, a cultura foi pensada no DIP, seguido do Ministério de Educação e Saúde que, em 1953, mudou para Ministério da Educação e Cultura, sendo que somente em 1981 foi instalada uma Secretaria da Cultura neste Ministério.

A ação do Ministério centra-se precipuamente na conservação e preservação da herança cultural, mas também lhe cabe estimular a produção de bens culturais e, mais ainda, empenhar-se para que esses bens se difundam mais amplamente, de forma a democratizar o acesso à cultura.

Em “A Economia da Cultura” (Furtado e D’Aguiar Furtado, 2012, p.57) Furtado acentua o problema da padronização: “cultura de massa, uniformizadora dos gostos e transformadora de populações inteiras em passivos consumidores de produtos culturais fabricados em grande escala” e, em “Política Cultural e Criatividade” (Furtado e D’Aguiar Furtado, 2012, p.95-6), enfatiza o papel do Ministério frente as distorções da indústria cultural:

(...) temos necessidade de afirmar nossa identidade, de preservar sua integridade, em face da multiforme ofensiva da indústria cultural. Portanto, o Estado para nós é essencialmente o instrumento de um projeto de difusão de valores, de abertura de novos canais de comunicação, de descoberta de fontes de criatividade e de preservação da identidade de nossa cultura. É assim que pensamos aqui no Ministério.

Durante a gestão de Furtado à frente da pasta da Cultura ele introduz a primeira lei de incentivo à cultura. Considerada uma inovação na política cultural brasileira, incentivou a participação da iniciativa privada no financiamento da produção cultural. Mas, como incentivar as empresas a financiar, como equilibrar o fomento à produção cultural que visa o lucro (a chamada indústria cultural) e como incentivar e fortalecer o desenvolvimento da autonomia criativa da cultura de raízes populares? Conciliar as duas vertentes era difícil e Furtado tinha consciência do desafio.

Em relação ao cinema, os anos 80 foram também os anos em que o público massivo abandonou as salas de cinema e que, quando as procura, prefere as que exibem filmes norte-americanos (cai o público no final dos anos 70 e cai o número de salas a partir dos anos 80)⁷. Mesmo assim, de 1979 a 1984, nossa produção cinematográfica ainda conseguiu manter uma porcentagem do mercado cinematográfico (entre 29 e 36%) e levando em conta os dados referentes à média entre o número de filmes lançados e o número de espectadores, até 1985, o público brasileiro preferia o produto nacional. Particularmente, de 1985 a 1988, a produção brasileira acompanhou a recuperação do mercado como um todo, cujo topo foi alcançado significativamente em 1986, ano em que o governo decretou o chamado Plano Cruzado com o objetivo de conter a inflação e estabilizar a

7 Essa queda se deu em parte por causa de uma reestruturação do setor exibidor que ocorreu: a) com a transferência das salas, das áreas centrais e periféricas das grandes cidades – que sofreram um processo de deterioração – para os shopping centers; b) por causa da concorrência com outras formas de ver filmes (videocassete, DVD, TV por assinatura, internet), tal qual já havia ocorrido quando da generalização dos aparelhos de TV, mas em grande medida; c) em consequência da recessão econômica, que repercutiu até mesmo no setor de vídeo. (SIMIS, 2010)

economia, cujo pilares principal era o congelamento de todos os preços por um ano. Mas daquele ano em diante a crise econômica transformou o espetáculo cinematográfico em produto supérfluo e, provavelmente em 1991, o público de cinema não tenha ultrapassado os 60 milhões. Até mesmo o setor de vídeo foi atingido pela recessão.

E no entanto essa preferência pelo filme nacional no início dos anos 80 é logo atingida seja pelas ações acima referidas por Roberto Farias, seja pela campanha feita na imprensa.⁸

Retornemos à exposição do contexto que aponta os ajustes entre o caminho democrático que se abria após mais de 20 anos de ditadura e os interesses mercantis.

Como se sabe, depois de uma fase de grande sucesso a Embrafilme desace-lera. Ao final de 1986, após um ruidoso embate entre o ministro Celso Furtado e Carlos Augusto Calil, então presidente da Embrafilme, o Ministério é reestruturado e assentado numa política mais centralizadora com a aprovação de um projeto de lei que cria três fundações: a Pró-Leitura, a Funacem e a Fundação do Cinema Brasileiro, desmembradas da Pró-Memória, da Funarte e da Embrafilme, respectivamente. A maior mudança refere-se à Empresa Brasileira de Cinema, que é desmembrada em duas: Embrafilme-Distribuidora de Filmes e a Fundação do Cinema Brasileiro. Assim, reestruturar a Embrafilme significou separar os setores comercial-industrial do cultural-técnico. O setor comercial-industrial passa a ser a distribuidora, a Embra Distribuidora, e o cultural-técnico, a Fundação do Cinema Brasileiro.

Na verdade, a mudança fragilizou a Embrafilme e abriu caminho para que, conforme previsto, mas a longo prazo, o MinC privatizasse a parte de comercialização e distribuição. A partir de então a Embra não consegue mais se equilibrar, perde funcionários, e passa a ser acusada de inoperância, má gestão administrativa, favoritismo e não cumprimento de compromissos até que a derradeira pancada fosse dada no início do governo Collor.

Mas seria esta a primeira tacada na cultura, o primeiro arremesso para o desmanche cultural? Como entender esse momento?

Uma pista talvez esteja na afirmação daqueles que atribuíram a palavras do próprio ministro a justificativa dele pretender esvaziar a Embrafilme pelo fato de ser uma empresa criada durante a ditadura militar. De fato, a Embrafilme, entre outras instituições culturais, era a contrapartida do Estado autoritário à emergência de um mercado de bens culturais desabrochado nos anos 70-80, exprimia a face de um Estado que reprimia, mas também promovia a produção cultural, ainda que com a censura, o que muitas vezes resultou numa cultura despolitizada. A Embra nascia no contexto em que o mercado cultural local passou ao nacional, mas sem participação da maioria da população, e procurando

8 Em 1986, o jornal Folha de S. Paulo publicava uma série de artigos no qual acusava o cinema brasileiro de irresponsabilidade política junto ao seu principal investidor, o Estado. Ver em Estevinho (2003, p.2).

pontos de apoio entre as reflexões de Furtado e sua gestão, arriscamos sugerir que Furtado, que insiste nas diferenças de desenvolvimento entre o nordeste e o sul, não pode deixar de pensar em uma política cultural que integrasse esses excluídos.

O intelectual de Cultura e Desenvolvimento/1984 não está só na sua empreitada e não dialoga nos limites de um único partido, podendo ser acompanhado, no seu combate ao colonialismo cultural, por Brizola, Darci Ribeiro e parte consistente do PMDB.

Possivelmente associou a Embra a um reduto apropriado por uma elite que passou a utilizá-lo como instrumento facilitador de suas práticas culturais em detrimento daquelas existentes nas áreas carentes, dos espaços culturais de pequenas cidades. Esta talvez seja a chave para as palavras de Dahl sobre Furtado:

Foi o Professor Celso Furtado – e disto sou testemunha direta – que iniciou, em 1987, o desmonte do sistema de informações de mercado criado na década de sessenta no antigo Instituto Nacional de Cinema, posteriormente herdado pela Embrafilme. O ilustre economista pátrio estava então ministro da Cultura, de olho numa maior participação na formulação da política economia e eu dirigente de um órgão de representação e administração estatal de cinema, a ele subordinado, o Conselho Nacional de Cinema.

(...) Quando reivindiquei para a administração direta a política de informações econômicas, recebi na lata de que essa era uma tarefa é obrigação da própria indústria cinematográfica. Desativou-se o esquema existente, desembarcou-se o dirigente disciplinado porém impertinente, e desde então a situação só fez involuir. Atualmente existem tentativas desarticuladas de retomar a descrição econômica do mercado, mas transparência que é bom, nada. Compreende-se, ela não convém. (DAHL, G. Cinemateca, manuscrito, agd PI 00044)

Embora a Embra fosse alimentada em grande parte por uma porcentagem do imposto de renda devido pelas empresas estrangeiras, seus gastos, suas despesas, num momento de grande instabilidade financeira, alta diária da inflação, não correspondiam à racionalidade exigida. Alguns filmes, inclusive, não conseguiam ser finalizados sem um aporte. No escopo deste trabalho não foi possível adentrar nos meandros deste pantanoso terreno, mas, como argumentava Roberto Farias, atividades muito mais previsíveis que o cinema apresentavam duas, três correções de orçamentos ao governo durante as obras e não eram (ou são) criticadas.

No entanto, no que diz respeito à política cinematográfica, não podemos deixar de lembrar de outro movimento importantíssimo nesse momento. Desde 1985 apenas cineastas (Gustavo Dahl e Roberto Farias) ocuparam o Concine, principal órgão de formulação da política de desenvolvimento do cinema nacio-

nal que, por meio de suas atribuições de orientação normativa e de fiscalização, passou a disciplinar as atividades cinematográficas em todo território nacional, estas, posteriormente, definidas como a produção, reprodução, comercialização, venda, locação, permuta, exibição, importação e exportação de obras cinematográficas. Mas, talvez mais importante, seja o fato de que, em 1986 a corporação amplia sua participação no Concine em mais um movimento de expansão iniciado dez anos antes, ou seja, 1986 é o momento em que a composição de seu colegiado passou de 13 para 23 membros, sendo 11 representantes da sociedade civil e 12 do governo (decreto, n. 93.881, de 23/12/1986). Em outro trabalho (SIMIS, 2008) explicitamos inclusive porque entendemos que há uma ruptura importantíssima aqui: há um Concine de 1976-1986 e outro de 1987-1990. Resumidamente podemos dizer que a partir deste mesmo decreto há uma redefinição das funções do Concine que lhe deu autonomia pessoal e orçamentária. Esta autonomia orçamentária estava relacionada à transferência da codificação, fornecimento e fiscalização dos selos de controle para videocassetes da Embrafilme para o Concine, afora a arrecadação própria de todas as receitas inerentes ao órgão que antes estavam dispersas e sem repasse para o Concine. Com isso, em 1987, foi aprovado um novo estatuto do Concine, o quarto desde a sua criação, e com ele, já na gestão de Roberto Farias, a prioridades passaram a ser:

1. regularizar os pagamentos devidos à receita federal e à Embrafilme por parte da comercialização de filmes/vídeos importados, inclusive buscando instrumentos para acabar com as fraudes. Com isso o Concine previa que a partir de 1991 poderia desempenhar todas suas funções no mercado sem recursos da União;
2. informatizar a legislação, diversos dados e elaborar relatórios. Nos anos 1988 e 1989, o Concine publicou dois relatórios sobre o mercado cinematográfico e dois livros (ver nas referências) com a íntegra da legislação;
3. aumentar a fiscalização.

Além disso, houve um incremento considerável da arrecadação por meio da regularização dos pagamentos devidos à Embrafilme. Conforme a Tabela 1 abaixo, se, de 1987 a 1988, há uma redução de 4.551.608 para 3.530.475, a partir de junho/88, quando se introduziram mecanismos de controle mais eficazes, a arrecadação evoluiu consideravelmente para 7.190.357,90.

Tabela 1. Pagamentos devidos à Embrafilme (valores em dólares)

	1987	1988	1989	1990 (janeiro)
Total	4.551.608,68	3.530.475,56	7.190.357,90	999.873,11

Fonte: Concine (1988)

Quanto às remessas de lucros enviadas pelos representantes das empresas estrangeiras, se há um decréscimo nos valores de 1986 a 1988 (Tabela 2), quando o Concine foi eliminado as remessas sofreram um aumento significativo do volume (Tabela 3) possivelmente em decorrência da falta de fiscalização de órgãos como a Receita Federal, não preparados para esse tipo de função.

Tabela 2. Remessas para o exterior – Decreto-Lei n. 862/1969

	Valores remetidos (US\$)	Varição % sobre o ano anterior
1986	21.641.326,97	-
1987	17.840.915,08	17,56
1988	13.038.572,16	26,85

Fonte: Concine (1988)

Tabela 3. Aluguel de Filmes Cinematográficos - Remessas

unidade: mil US\$	
1989	30.172,1
1990	43.255,9
1991	42.559,3
1992	36.721,8
1993	37.339,3
1994	49.346,6
1995	74.681,8
1996	75.889,9

Fonte: Banco Central do Brasil, Departamento de Câmbio.

Por outro lado, como já afirmamos, nos anos 80, no período de transição, na contramão das ideias de Furtado, a hegemonia do liberalismo econômico avança e embaça os princípios do desenvolvimentismo em economia. Era o início da onda liberalizante que ficou conhecida como Consenso de Washington. Também é partir dos anos 1980, não por acaso, com o advento da hegemonia neoliberal, que a cena artístico-cultural é tomada por um fenômeno sem precedentes: as grandes empresas, bancos e corporações se voltam para a arte, “não somente como investimento financeiro, mas também como instrumento de realce da imagem, num setor da sociedade que antes era visto como, se não filisteu, pelo menos fortemente ignorante e indiferente à arte” (Chin-Tao Wu, 2006). A cultura não era mais um fim, mas um meio e sobre isso Furtado também refletiu. Talvez a melhor distinção do que deformou a Lei Sarney seja o fato de que

com a Lei Rouanet, e de forma mais intensa na Lei do Audiovisual, a sociedade substituiu o Estado. Não era essa a intensão de Furtado. Sua pretensão era coibir o patrimonialismo.

Referências bibliográficas

- Bolaño, C. (2004). *Mercado brasileiro de televisão*. São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe, São Paulo: EDUC.
- Cepêda, V. A. (2003). O pensamento político de Celso Furtado: desenvolvimento e democracia. *Gramsci e o Brasil*. Recuperado de <http://bit.ly/2fcbvEd>.
- Corbisier, R. (1960). *Formação e problema da cultura brasileira: textos brasileiros de filosofia*. Rio de Janeiro, Instituto Superior de Estudos Brasileiros (MEC).
- D'Aguiar, R.F. (2013). *Celso Furtado e a dimensão cultural do desenvolvimento*. Rio de Janeiro: E-papers, Centro Internacional Celso Furtado.
- Dahl, G. *Cinemateca*, manuscrito, AGD PI 00044.
- Esteves, C.R. (2013). *Celso Furtado, intérprete do Brasil: desenvolvimento como cultura no pensamento social brasileiro*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro: Rio de Janeiro.
- Estevinho, T.A.D. (2003). *Este milhão é meu. Estado e cinema no Brasil (1984-1989)*. Dissertação de Mestrado defendido no Programa de Estudos Pós-graduados em Ciências Sociais, PUC: São Paulo.
- Farias, R. (2005). Embrafilme, Pra Frente, Brasil! e algumas questões. En: Simis, A. (Ed.). *Cinema e televisão durante a ditadura militar: depoimentos e reflexões* (pp. 11-25). Araraquara: Laboratório Editorial FCL/UNESP.
- Furtado, C. & D'Aguiar Furtado, R.F. (Eds.) (2012). *Ensaaios sobre cultura e o Ministério da Cultura*. Rio de Janeiro: Contraponto, Centro Internacional Celso Furtado.
- Furtado, C. (1984). *Cultura e Desenvolvimento em época de crise*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Furtado, C. (1987). *Entrevista ao programa Roda Viva*, TV Cultura, 09/02/1987.
- Furtado, C. (1999). Formação cultural do Brasil. En: *O longo amanhecer: reflexões sobre a formação do Brasil* (pp. 57-68). Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Ortiz, R. (2008). Cultura e desenvolvimento. *Políticas Culturais em Revista*, 1(1), 122-128. Recuperado de <http://bit.ly/2e36azo>.
- Simis, A. (2008). Concine – 1976 a 1990. *Políticas Culturais em Revista*, 1(1), 36-55. Recuperado de <http://bit.ly/2fiWAK2>.
- Simis, A. (2010). Cinema e política cinematográfica. *Economia da Arte e da Cultura*. São Paulo: Itaú Cultural, 137-164.
- Simis, A. (2015). Uma releitura de “Formação Cultural do Brasil”. En: Marques De Melo, J. e Moreira Fernandes, G. (Eds.). *Pensamento comunicacional brasileiro: o legado das ciências humanas*. Volúmen II: Cultura E Poder. São Paulo: Paulus.

Breve caracterización del Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos como industria cultural

*Brief characterization of the Cuban Institute of Film Art
and Industry as cultural industry*

*Breve caracterização do Instituto Cubano de Arte e Indústria
Cinematográfica como indústria cultural*

Hansell Pavel ORO ORO

Agencia Informativa Latinoamericana Prensa Latina, Cuba /
hoo@pltv.prensa-latina.cu

Dasniel OLIVERA PÉREZ

Universidad de La Habana, Cuba / *dasnieloliveraperez@gmail.com*

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Monográfico, pp. 113-126)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 14-06-2016 / Aprobado: 23-10-2016

Resumen

La Economía Política de la Comunicación proporciona la plataforma teórica para comprender el movimiento cinematográfico cubano desde el concepto de industria cultural. La concepción fundacional del ICAIC respecto al cine como un hecho artístico más que económico resulta coherente con la condición improductiva del trabajo y el alto valor social que caracteriza su actividad. Se constatan, no obstante, contradicciones y tensiones críticas en relación con la finalidad social y la sostenibilidad económica, la producción de autor y las fuentes de financiamiento, la defensa de la identidad nacional y la necesidad de inserción en circuitos comerciales a nivel global.

Palabras clave: Economía Política de la Comunicación; cine cubano; política cultural.

Abstract

The Political Economy of the Communication provides the theoretical platform to understand the film Cuban movement from the concept of cultural industry. The initial conception of ICAIC regarding the cinema like an artistic more than economic fact is coherent with the unproductive condition of the work and the social high value that characterizes its activity. They are verified, nevertheless, contradictions and critical tensions in connection with the social purpose and the economic sustainable, author's production and the financing sources, the defense of the national identity and the insert in commercial circuits at global level.

Keywords: Political Economy of Communication; Cuban cinema; cultural policy.

Resumo

A Economia Política da Comunicação proporciona a plataforma teórica para compreender o movimento cinematográfico cubano a partir do conceito de indústria cultural. A concepção fundacional do ICAIC sobre o cinema como realização artística mais do que econômica resulta coerente com a condição improdutiva do trabalho e o alto valor social que caracteriza essa atividade. Constata-se, não obstante, contradições e tensões críticas em relação à finalidade social e a sustentabilidade econômica, a produção do autor e as fontes de financiamento, a defesa da identidade nacional e a necessidade de inserção nos circuitos comerciais globais.

Palavras-chave: Economia política da Comunicação; cinema cubano; política cultural.

1. Planteamiento de un desafío: dinámica económica y producción cultural

Las industrias culturales se encargan de la producción y distribución de bienes y servicios culturales como resultado del trabajo creativo y la organización regulada de la reproducción/ transformación ideológica y social¹.

La emergencia de los nuevos medios y los procesos transnacionales de globalización ha potencializado este sector productivo, a la vez que ha reactualizado las preocupaciones de gobiernos, productores y académicos respecto al peligro de diluir la cultura bajo fundamentos económicos.

Según Zallo (2011) el sistema capitalista de hoy muestra una gran capacidad de auto-transformación y sigue basándose en la mercancía, la explotación del trabajo y la acumulación cada vez más privada del capital. Razón por la cual “la economía crítica, desde su propia metodología, necesita complementarse con una teoría social y con una teoría del poder” (Zallo, 2011, p. 20).

En el caso de Cuba, la política cultural desarrollada por la Revolución ha priorizado el valor social en lugar del económico en la producción simbólica. No obstante, en los últimos años el rumbo socialista cubano ha incorporado visiones económicas que pretenden garantizar la riqueza necesaria para sostener los avances sociales alcanzados en los últimos lustros y a la vez superar los efectos aún persistentes de la crisis económica de la década de los noventa del siglo XX. Vale señalar que como resultado las relaciones de propiedad sobre los medios de producción se han reconfigurado paulatinamente, y con ello, las formas de organización de la producción.

Este contexto plantea nuevas interrogantes que giran sobre el sector de la cultura, debate académico impulsado fundamentalmente por el Centro de Investigaciones para la Cultura Cubana “Juan Marinello”. Al respecto, la investigadora Tanía García señala que considerar la cultura como un sector más de la economía nacional supone para el Estado la proclamación de políticas públicas que “contrarresten las consecuencias que le imponen las dinámicas y las lógicas del capital a la creación artística y literaria” (García, 2002, p. 2).

El Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC) constituye la primera institución cultural creada por la Revolución Cubana, y como tal es viva expresión económica y cultural de las contradicciones y retos del país en el siglo XXI. El propósito del presente trabajo es comprender los aspectos fundamentales tanto del ciclo económico como de las políticas que regulan a esta institución, la cual integra a la vez industria y acción política.

En ese sentido, empleamos una perspectiva metodológica predominantemente cualitativa en un estudio de corte empírico-exploratorio destinado a obtener información preliminar de un fenómeno poco conocido. Se emplean como técnicas de investigación el análisis de contenido y la entrevista personal,

1 Concepto basado en la definición de Zallo (2011).

a partir de la selección de una muestra intencional de productos científicos (5 tesis) y documentos institucionales y políticos relativos a la actividad cinematográfica en el país; así como de sujetos directivos (9), expertos (8) y realizadores audiovisuales (8).

2. Reconociendo el sentido de un concepto: industria cultural

Los referentes teóricos internacionales adscritos al estudio de la Economía Política de la Comunicación (EPC) y las Industrias Culturales, así como las indagaciones sobre Economía de la Cultura que han sistematizado las investigadoras cubanas Tania García y Beatriz Pérez² sirvieron como sustento conceptual al análisis desarrollado.

Vale destacar la adscripción al concepto de Industria Cultural en lugar de otras definiciones como Industria Creativa o Industria de Contenidos derivadas de los procesos de digitalización y “descentralización” de la producción de bienes simbólicos. En este sentido se suscribe la crítica que realizan Tremblay (2011, p. 133) y Bustamante (2009, p. 11).

Las grandes transformaciones de la economía mundial en las últimas décadas han estado relacionadas con el crecimiento de las industrias culturales. “Este fenómeno permite afirmar que el sector cultural ha alcanzado una definitiva madurez económica y una plena mercantilización” (Becerra & Mastrini, 2006, p. 118).

Las industrias culturales no pueden ser estudiadas solo a partir del modelo clásico de la economía industrial (como productores de mercancías), “sino que son productores y difusores del entretenimiento. Son igualmente fuentes de información y lugares de elaboración de la opinión pública” (Tremblay, 2006, p. 223).

La creciente mercantilización de los productos culturales se muestra como un potente impulso de la economía de varios países, a la vez que la competencia entre mercados tiende a estimular los niveles de creación. Sin embargo, también evidencian el peligro de la invisibilidad de la cultura local, la identidad nacional y las voces de los sectores populares.

La propuesta de análisis consideró, entre otros indicadores, las políticas y condiciones de regulación de la actividad cinematográfica, la propiedad y los procesos de apropiación, el patrón de acumulación, la concepción del consumo y la condición del trabajo productivo e improductivo.

Desde la perspectiva planteada la cultura, y el cine específicamente, no es solo un medio para la diversificación, reconstrucción, mantenimiento, consolidación o desarrollo de los espacios sociales, la expresión artística y la economía, constituye también “herramienta de gestión de los cambios sociales, un compo-

2 Obtenidas a través de entrevista personal.

nente transversal de las sociedades innovadoras que aportan identidad, cohesión y visibilidad de las comunidades reconocidas” (Zallo, 2011, p. 41).

3. Política y regulación del ICAIC

De acuerdo con el investigador Schlesinger “las políticas culturales se forman en la encrucijada entre lo político y lo cultural, entre los diversos modos de vivencia y la forma altamente institucionalizada del Estado” (2011, p. 94). En este sentido la Revolución Cubana resaltó desde sus inicios la necesidad de salvaguardar la cultura como expresión de modo de vida, valores, conocimientos e identidad de la nación.

La investigadora Yanet Toirac (2009) señala enfáticamente tres textos fundacionales que abordan el tema: *Palabras a los Intelectuales* (1961), *la Declaración del I Congreso de Educación y Cultura* (1971) y *la Resolución “Sobre la Cultura Artística y Literaria”* (1975) derivada del I Congreso del Partido Comunista de Cuba. En base a estos documentos la autora señala cuatro pautas fundamentales que han guiado a la política cultural cubana: la socialización del acceso de la cultura como derecho universal, el ideal de compromiso social de la cultura, el papel del Estado como responsable de guiar la política a través de una planificación centralizada y la posición del Partido Comunista como orientador y supervisor de la producción cultural.

El 24 de marzo de 1959 se constituyó el Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC) con la Ley No.169 publicada en la *Gaceta Oficial*, convirtiéndose en la primera institución cultural establecida por la Revolución. En los inicios de ese movimiento artístico aparecen suscritos los nombres de Tomás Gutiérrez, Alfredo Guevara y Julio García Espinosa, cuyas creaciones posteriores acuñan la apuesta por una política que defendía al creador y su obra.

El ICAIC es una industria cultural creada como parte de ese proceso histórico, involucrada directamente en las transformaciones político-sociales y culturales del país, conducentes a la construcción de un nuevo sujeto y nuevas relaciones sociales. A 58 años de su fundación, la Ley 169 permanece vigente para el cine. Según Douglas (*citado por* Guerra, 2014, p. 43) entre sus postulados se reconoce:

- “El cine es un arte”.
- “El cine constituye por virtud de sus características un instrumento de opinión y formación de la conciencia individual y colectiva y puede contribuir a hacer más profundo y diáfano el espíritu revolucionario y a sostener su aliento creador”.
- “La estructura de la obra cinematográfica exige la formación de un complejo industrial altamente tecnificado y moderno y un aparato de distribución de iguales características”.

- “El cine como todo arte notablemente concebido debe constituir un llamado a la conciencia y contribuir a liquidar la ignorancia, a dilucidar problemas, a formular soluciones y a plantear, dramáticamente y contemporáneamente, los grandes conflictos del hombre y la humanidad”.
- “La Industria Cinematográfica y la distribución de sus productos constituyen una permanente y progresiva fuente de divisas, tanto por la venta o explotación directa de los films como por el extraordinario impacto publicitario y de sugestión que posee la imagen cinematográfica sobre el espectador, y la consecuente oportunidad que se tiene de popularizar a nuestro país y favorecer el turismo”
- “Es el cine el más poderoso y sugestivo medio de expresión artística y de divulgación y el más directo y extendido vehículo de la educación y popularización de las ideas”.

De acuerdo con la investigadora Sandra del Valle (2007), la Ley redactada por Alfredo Guevara carece de reglamentos y regulaciones. Sin embargo, establece posiciones políticas con relación a la cultura, preponderando la intención de producir *arte*.

Alfredo Guevara (1960) en uno de los textos fundacionales del cine cubano y del llamado nuevo cine latinoamericano resumió algunas de sus premisas, relativas a la intención de producir un cine *artístico, nacional, inconformista, barato*; pero además, *comercial y técnicamente terminado*.

Para el destacado cineasta cubano Fernando Pérez la política “siempre fue la de hacer un cine que complejizara nuestra realidad y siempre tratando de ser un hecho artístico y no económico” (entrevista personal, 2015), consideración que de acuerdo con Roberto Smith (entrevista personal, 2015), actual presidente del ICAIC, continúa siendo un principio básico de la institución.

“Se apostó porque el cine no fuera comercial”, sin embargo en las circunstancias presentes “debe replantearse”, según el presidente del Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano, Iván Giroud (entrevista personal, 2015). El balance entre arte e industria continúa siendo una apuesta para los realizadores, una búsqueda contradictoria y en muchos casos pendiente.

Las principales rutas de financiamiento del ICAIC lo constituyen el presupuesto o subsidio estatal, los ingresos por servicios y las coproducciones, si bien no todos los géneros cinematográficos resultan priorizados en estos esquemas. Vale suscribir que tanto directivos como realizadores entrevistados coinciden en señalar que independientemente de las formas de financiamiento se produce un cine crítico y de identidad nacional. A pesar de ello, también reconocen que en los últimos años se ha venido apostando por realizar obras con menor presencia de localismos, más ajustadas a conflictos universales, para facilitar su comercialización internacional.

Otra vertiente de las estrategias de trabajo del ICAIC ha sido *formar un público crítico*. No obstante, la intención de brindar una programación *variada*

y de mantener confortables las salas de cine en todo el país es incosteable, dado el pago de los derechos de exhibición de los filmes extranjeros y la obsolescencia de la tecnología para su proyección.

Según el director de la Distribuidora Nacional de Películas (DNP), Roy Villanueva, se necesitan grandes esfuerzos monetarios. De tal modo que se han seguido estrategias de programación orientadas a la *cooperación cultural* como la creación de festivales de acuerdo con los diferentes géneros (documentales, ficción, animados) y exhibición de muestras de cine de autor, país o región (francés, inglés, del caribe, etcétera).

Vale destacar que el acceso a las salas de cine se rige por un principio socio-cultural y no económico (Tab. 1), “realmente es un precio simbólico en comparación con los gastos de producción de cualquier producto audiovisual”, afirma Roy Villanueva (entrevista personal, 2015).

Tabla N° 1: Precios de acceso a las salas de cine, video y video-club.

Valor	Precio (CUP)*
Máximo	2.00 CUP
Medio	1.00 CUP
Mínimo	0.30 CUP
* 1 CUP equivale aproximadamente a 0.04 centavos de dólar	

Fuente: Elaboración propia

Otro asunto significativo, e igualmente en discusión, es la participación creativa-profesional y de los públicos en la definición de las obras en producción. El Centro de Información del ICAIC tiene un Departamento de Investigaciones que ha realizado encuestas e indagaciones asociadas a las preferencias del público. Sin embargo, sus resultados solo son tomados en cuenta en la distribución y exhibición, “quien determina qué película quieren hacer, son los creadores” (Benigno Iglesias, entrevista personal, 2015).

Durante la década de los ochenta del siglo XX se constituyeron tres Grupos de Creación dirigidos por reconocidos cineastas, en los cuales los demás autores se inscribían de acuerdo con sus intereses profesionales. Luego, se conformó el Comité de Proyectos constituido por directores electos por los propios cineastas. Actualmente las obras se presentan directamente a la presidencia del ICAIC, la cual encarga su evaluación a un grupo de asesores. Para el reconocido creador audiovisual Fernando Pérez (entrevista personal, 2015) se han ido perdiendo los procesos de decisión productiva que ponían “en el centro la creación artística como hecho fundamental”.

El cine y el audiovisual cubano en general se encuentran en un proceso de reestructuración, el cual está liderando el ICAIC y un grupo de cineastas quienes desde la diversidad se han organizado en asamblea bajo la denominación

“g-20”. La agenda temática de las demandas comprende la creación de un Fondo de Fomento para el Cine; el reconocimiento y legalización de las productoras audiovisuales no institucionales; la aprobación del Decreto de Reconocimiento del Creador Audiovisual con su reglamento y registro; entre otros (Lourdes de los Santos, entrevista personal, 2015). De los resultados de este proceso mucho dependerá la vitalidad económica, la congruencia y diversidad estética y en general, el desarrollo de la industria cinematográfica cubana.

4. Patrón de acumulación y condiciones del trabajo ¿improductivo?

El ICAIC es de propiedad estatal, caracterizado por la concentración vertical, dado que comprende todas las fases y ciclos de producción de una misma línea de industria y cierra su ciclo económico. Además, posee un alcance local, nacional e internacional, lo cual está dado por:

- a. Dos productoras: la Productora de Audiovisuales de filmes de ficción y documental, y los Estudios de Animación para realizar obras animadas.
- b. Una distribuidora internacional que se encarga de promover la película en los Festivales Internacionales y comercializarla con otros países.
- c. La Distribuidora Nacional de Películas (ICAIC), quien mueve las copias por las 250 salas cines del país y zonas rurales.
- d. La red exhibidora de los cines del Proyecto 23.

La Casa Productora de Audiovisuales ICAIC y los Estudios de Animación ICAIC son las entidades subordinadas a la Oficina Central que se encargan de la realización de productos cinematográficos. Ambas estructuras crean bienes y ofertan servicios culturales. Pero en el caso de la exportación de servicios solo funciona en la primera (Guillermo Blaya, entrevista personal, 2015).

La Resolución 509 del 2006 del Ministerio de Economía y Planificación especifica los tipos servicios que el ICAIC realiza. Vale señalar que entre estos también se reconocen aquellos ofrecidos por la Distribuidora Nacional de Películas (DNP) y los vinculados a la actividad patrimonial del audiovisual cubano.

En general, además de la producción, distribución y exhibición audiovisual, entre los servicios específicos del ICAIC –32 en total– se destacan el casting y búsqueda de locaciones para producción, la cámara, el sonido de filmaciones, el transfer de música, las grabaciones musicales, el apoyo a la producción audiovisual, la iluminación, el doblaje, traducción y subtitulaje, la representación de autores, el corte, montaje y empalme de negativos, la consultoría técnica, la información cultural, el alquiler de materiales audiovisuales, de bóvedas para el almacenamiento de películas, locales y laboratorios cinematográficos, entre otros.

Tabla N° 2: Proyectos terminados Casa Productora de Audiovisuales 2008-2014

Proyectos	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TOTAL
Largometrajes Nacionales	5	4	5	6	5	3	4	32
Coproducciones	1	5	46	26	4	4	4	90
Cortometrajes Nacionales	1	1	0	2	5	4	3	16
Servicios a Largometrajes	2	4	6	4	5	4	2	27
Servicios a Cortometrajes	9	14	14	18	11	9	18	93
Documentales Nacionales	12	12	4	6	10	7	10	63
Otros Proyectos y Eventos	6	15	7	4	14	13	2	61
Colaboraciones	0	0	7	28	38	45	43	161
Otros Servicios	0	0	0	2	5	8	5	20
Videoteca Contracorriente	12	27	51	39	40	28	4	201
TOTAL	48	82	140	135	137	125	95	764

Fuente: Informe del resumen comparativo 2008 al 2014. Producción terminada

La cantidad de bienes y servicios terminados por la Casa Productora de Audiovisuales entre el año 2008 y 2014 evidencia la realización como promedio de 3 a 4 largometrajes anuales, así como la fluctuación-estancamiento en cuanto al número de servicios y su tipología (Tab. 2).

En la industria de animación que incluye servicios en 2D y 3D, los productos se contabilizan por la cantidad de minutos realizados. “Para el año 2014, los Estudios de Animación ICAIC se propusieron un Plan de Producción de 260 minutos (...), manteniendo un enfoque principal en el público infantil y juvenil. Se terminaron 312 minutos” (Aramís Acosta, entrevista personal, 2015).

A pesar de la diversidad de servicios descritos el cine producido o coproducido por el ICAIC comprende un componente fundamental de subsidio estatal, y como consecuencia, no es posible cubrir las necesidades de todos los creadores de la isla, quienes incursionan cada vez más en proyectos independientes en alianza con productoras internacionales.

Por otra parte, la obsolescencia tecnológica y las reglas de comercialización internacional –incluso en festivales– constituyen un obstáculo para sostener la industria nacional de cine. A modo de ejemplo, generalmente los acabados de los filmes (corrección de color, luces, mezcla de sonido) se realizan en países como México, pues Cuba no cuenta con la licencia de los programas.

Según Susana Molina, Vicepresidenta de Relaciones Internacionales del ICAIC, realizar un DCP (Digital Cinema Package) a cada filme cuesta aproximadamente 20 mil dólares. “Sin un DCP corremos el riesgo de que la película se piratee y, por otra parte, los festivales de categoría A solo aceptan las películas en este soporte” (entrevista personal, 2015). A ello añade que los fabricantes autorizados para hacer el DCP son cuatro empresas, una de ellas europea y las otras tres norteamericanas, lo cual trae consigo que se deban emplear terceros países para solicitar este tipo de servicios.

En resumen, el proceso productivo del ICAIC se encarece extraordinariamente debido a la baja competitividad de su equipamiento tecnológico (escaso, insuficiente, deteriorado y obsoleto), los elevados parámetros de imagen/sonido y estándares técnicos internacionales para la producción y comercialización audiovisual actualmente, así como la necesidad de subcontratar servicios especializados fuera del país. Por otra parte, el proceso de distribución internacional está sujeto a las condiciones y posibilidades de acceso a circuitos internacionales, en muchos casos copados por transnacionales; mientras que a nivel nacional no se cuenta con soportes adecuados para la proyección y exhibición dado el elevado costo de este equipamiento.

Entre las vías para obtener el finamiento de una película tanto para la Productora de Audiovisuales como los Estudios de Animación se encuentran: el presupuesto estatal, la coproducción, búsqueda de los propios directores de las obras, apelación a fondos nacionales o multinacionales y la preventa.

Para el primer especialista en ventas internacionales del ICAIC, Gustavo Fernández (entrevista personal, 2015), el producto cinematográfico es un producto cultural, lo cual indica que tiene dos vertientes fundamentales: una es la realización como objeto de cultura hasta el consumo cultural, y la otra, es el hecho de ser una producción de carácter industrial que tiene por lógica la posibilidad de ser recuperado o parcialmente recuperado desde el punto de vista de su comercialización.

El Plan sobre el Estado del Rendimiento Financiero General del ICAIC propuesto para el año 2015 muestra que la institución deberá ingresar entre ventas netas y otros ingresos alrededor de 7 298 698,52 en moneda total³. Como el ICAIC es una unidad presupuestada con tratamiento especial el presupuesto total anual, según la planificación 2015, es igual al presupuesto estatal más el total de ingresos (Fig. 1).

Fig. Nº 1: Presupuesto del ICAIC para el año 2015

Presupuesto Estatal Asignado + Total de Ingresos = Total del Presupuesto Anual
31.399.100 + 7.298.698,52 = 38.697.798,52 pesos en Moneda Total

De acuerdo con esta proyección solo se recauda aproximadamente el 19% de los gastos de la institución. Por tal razón, en términos de productividad el ICAIC es improductivo económicamente. Sin embargo, desde el punto de vista social es productivo por la labor de formación cultural que desempeña para el pueblo como parte de su política cultural. De igual manera, este sector como parte de la

3 Este cálculo incluye ingresos en CUP (Peso Cubano) y CUC (Peso Cubano Convertible), donde 1 CUP = 1 CUC. Sin embargo, de acuerdo con la tasa de cambio oficial 25 CUP = 1 CUC. La circulación de dos monedas y la presencia de diferentes tasas de cambio constituyen una de las mayores complejidades financieras de Cuba desde la década final del siglo XX, cuando se instauró este esquema monetario con el objetivo de amortizar el impacto social de la crisis económica.

esfera no productiva ayuda a satisfacer las necesidades espirituales de la sociedad, incluyendo a los trabajadores de la esfera productiva (Carballo, 2013).

Desde sus inicios, el ICAIC asumió la producción, distribución y exhibición de sus productos o bienes culturales. Asimismo se convirtió en una industria de cine que abarcaba en su conjunto tanto la producción de filmes de ficción y documentales como de animados. Por otra parte, desarrolló una escuela de carteles cinematográficos que devinieron en obras plásticas, generó una producción editorial, etcétera. Todo este accionar le imprimió al cine cubano un carácter de movimiento cultural.

La producción cinematográfica cubana cuenta con una rica tradición expresiva con alto compromiso social y calidad técnico-estética. El ICAIC continuará constituyendo su referente⁴, pero deberá confrontar el reto de maximizar sus potencialidades creadoras en un contexto en el cual ha perdido centralidad en relación con la producción audiovisual que se desarrolla en el país. Por consiguiente, requerirá no solamente diferenciar funciones gubernamentales-administrativas y empresariales, sino también, reactualizar la propia concepción de las relaciones entre política, arte e industria cultural de cara a la sociedad cubana del siglo XXI.

5. Apuntes finales para un contexto de (re)-estructuración del cine cubano

La Economía Política de la Comunicación ha aportado un sistema categorial e instrumental útiles para el análisis de las relaciones sociales y la producción de bienes simbólicos, que en las condiciones de transición al socialismo requieren paulatinos ejercicios reflexivos y críticos para establecer sus fundamentos teóricos y metodológicos. En esta ruta consideramos más apropiado para el contexto cubano el concepto de industrias culturales, toda vez que parte de reconocer la dimensión política y económica de los procesos culturales.

La política cultural se materializa para el cine a partir de los referentes históricos de propio ICAIC y se basa en el pensamiento intelectual de Alfredo Guevara y de la Ley 169 de 1959, legislación fundacional del cine, la cual carece de reglamentos. De acuerdo con estos documentos y con los entrevistados los principios fundamentales a partir de los cuales se rige la cinematografía nacional son:

4 La estructuración socio-institucional del cine cubano cuenta con la Facultad del Arte y los Medios de Comunicación Audiovisual radicada en el Instituto Superior de Arte, la Facultad de Artes y Letras de la Universidad de La Habana y sus homólogas en otras universidades del país, así como la Escuela Internacional de Cine de San Antonio de los Baños, instancias de formación, certificación y reproducción de cognoscitiva de la cinematografía nacional. Varios egresados y realizadores advierten la tensión teoría-práctica entre la formación recibida y la organización de la producción audiovisual en el país, la cual comprende igualmente al Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT).

- a) la concepción del cine como un hecho artístico más que económico, si bien se reconoce la importancia de apostar por la calidad de la obra audiovisual para favorecer su comercialización.
- b) el fortalecimiento de la identidad nacional dada su importancia para dotar de personalidad propia a la cinematografía.
- c) la producción de un cine barato pero comercial, acorde con las condiciones del país.
- d) la realización de un cine técnicamente terminado y planificado.
- e) la formación crítica de los públicos a través de la garantía de acceso social a la mejor cinematografía (exhibición), representativa de la complejidad y diversidad cultural.
- f) la participación, dada por el diálogo entre cineastas y directivos, el cual no en todos los periodos ha sido sistemático.
- g) la autonomía creativa en cuanto a las maneras de hacer y la defensa del cine de autor; si bien actualmente también se debate en torno a la autonomía y pluralidad en las formas de gestión económica.

La valorización del capital en las industrias culturales se hace partiendo de dos dimensiones: la económica y la social. Desde el punto económico, el ICAIC es una entidad subvencionada por el Estado, representa un gasto millonario para el presupuesto estatal, del cual solo se recuperan aproximadamente una sexta parte. La condición del trabajo es improductiva. Sin embargo, desde la dimensión social el ICAIC posee un significativo valor cultural y político a nivel nacional e internacional. Su finalidad es formar culturalmente al pueblo cubano, de ahí que se trata de una significativa inversión social.

Las contradicciones entre calidad profesional, producción de autor, finalidad social y sostenibilidad económica tienen potencialidades de solución en el contexto de relaciones de producción de Cuba. En las condiciones actuales, el ICAIC y los creadores se plantean la necesidad de dotar de mayor coherencia la relación entre la política cultural y una eficiente gestión económica y financiera del sector que permita contrarrestar las consecuencias de las lógicas comerciales en la creación, producción y distribución de comunicación y a la vez, apostar por el valor artístico de la obra cinematográfica y favorecer la formación de un sujeto crítico para el consumo.

Referencias bibliográficas

- Becerra, M. & Mastrini, G. (2006). Senderos de la economía de la comunicación: un enfoque latinoamericano. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*. Vol. 11. Disponible en <http://bit.ly/2eAWV5L>.
- Bustamante, E. (2009). De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación... Viejos y nuevos señuelos para la investigación de la cultura. *Diálogos de la Comunicación*. N°78, Madrid.

- Carballo, A. (2013). *Contribución a los estudios sobre la relación entre Economía y Cultura desde las condiciones de Cuba*. Tesis presentada con opción al Grado Científico de Doctor en Ciencias Económicas. La Habana: Facultad de Economía, Departamento de Desarrollo Económico, Universidad de la Habana.
- Del Valle, S. (2007). *ICAIC: política cultural y praxis revolucionaria*. Tesis de licenciatura en Periodismo. La Habana: Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- García, T. (2002). Reflexiones a propósito de la economía de la cultura. *Perfiles*, mayo-diciembre. La Habana: Centro de Investigación Juan Marinello. Disponible en <http://bit.ly/2eeR2Kd>.
- Guevara, A. (1960). Realidades y perspectivas de un nuevo cine. *Revista Cine Cubano*, 1. (Consultado 15 de mayo del 2016) Disponible en <http://bit.ly/2eoLq3E>.
- Guerra, H. (2014). *¡¡¡Corteeen!!! Informe del proceso de realización de un documental audiovisual sobre las características de la actual producción cinematográfica*. Tesis de Licenciatura en Periodismo. La Habana: Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.
- Schlesinger, P. (2011). Intelectuales y políticas culturales. En A. Albornoz, *Medios, poder y cultura* (93-108). Madrid: Paidós Estudios de Comunicación.
- Toirac, Y. (2009). *Política cultural: una propuesta de enfoque comunicológico para su estudio*. Tesis presentada en opción al Grado Científico de Doctor en Ciencias de la Comunicación Social. La Habana: Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- Tremblay, G. (2006). Economía Política del espacio público y mutaciones mediáticas. En A. Segovia, *Cincuenta años de Economía Política de la Comunicación* (pp. 223-240). *Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 11.
- Tremblay, G. (2011). Industrias culturales, economía creativa y sociedad de la información. En A. Albornoz, *Medios, poder y cultura* (pp. 109-138). Madrid: Paidós Estudios de Comunicación.
- Zallo, R. (2011). Retos actuales de la economía crítica de la comunicación y la cultura. En A. Albornoz, *Medios, poder y cultura* (pp. 17-59). Madrid: Paidós Estudios de Comunicación.

Listado de entrevistados

- Acosta, Aramis. Productor de los Estudios de Animación ICAIC. Doctor en Bellas Artes de la Universidad Politécnica de Valencia en España. Lugar: Departamento de Producción de los Estudios de Animación ICAIC. Fecha: 21 de abril del 2015. Duración: 01:00:02.
- Blaya, Guillermo. Subdirector económico de la Productora de Audiovisuales ICAIC. Lugar: Subdirección económica de la Productora de Audiovisuales ICAIC. Fecha: 6 de mayo del 2015. Duración: 45:01:38.
- De los Santos, Lourdes. Realizadora de documentales. Licenciada en Historia

- del Arte. Lugar: Su casa. El Vedado, La Habana. Fecha: 5 de abril del 2015. Duración: 00:52:16.
- Fernández, Gustavo. Especialista en Ventas Internacionales del ICAIC. Licenciado en Historia del Arte. Lugar: Oficina de la Unidad de Producción de la Productora de Audiovisuales ICAIC. Fecha: 9 de abril del 2015. Duración: 01:13:27.
- Giroud, Iván. Presidente de la Casa del Festival del Nuevo Cine Latinoamericano. Lugar: Oficina de la presidencia la Casa del Festival del Nuevo Cine Latinoamericano. Fecha: 8 de abril del 2015. Duración: 00:54:25.
- Iglesias, Benigno. Vicepresidente de Programación del ICAIC. Economista. Lugar: Oficina de Vicepresidencia de Programación en el ICAIC. Fecha: 31 de marzo del 2015. Duración: 01:04:07.
- Molina, Susana. Vicepresidenta de Relaciones Internacionales del ICAIC. Lugar: Oficina de la vicepresidencia de Relaciones Internacionales. Oficina Central del ICAIC. Fecha: 20 de abril del 2015. Duración: 00:43:08.
- Pérez, Fernando. Realizador. Licenciado en Lengua y Literatura Hispánica. Lugar: Parque de entrada de su edificio, Municipio Cerro, La Habana. Fecha: 12 de abril del 2015. Duración: 01:16:05.
- Smith, Roberto. Presidente del ICAIC. Lugar: Oficina de la Presidencia del ICAIC. Fecha: 21 de abril del 2015. Duración: 00:46:47.
- Villanueva, Roy. Director general de La Distribuidora Nacional de Películas (DNP). Lugar: Oficina de la Presidencia del ICAIC. Fecha: 20 de abril del 2015. Duración: 00:59:50.

Países de Unasur: exhibición y nuevas pantallas de cine para una producción creciente

*Unasur countries: exhibition and new screens
for a growing film production*

*Países da Unasur: exibição e novas plataformas de cinema
para uma produção crescente*

Diego ROSSI

Universidad de Buenos Aires, Argentina / dondiegorossi@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Monográfico, pp. 127-145)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 17-07-2016 / Aprobado: 21-10-2016

Resumen

El desarrollo de una industria audiovisual nacional con mercado interno y proyección iberoamericana en múltiples pantallas de exhibición, para los diez principales países de Unasur, enfrenta limitaciones y nuevas posibilidades en un entorno digitalizado y global. Se realiza un análisis de los resultados del quinquenio 2010-2014 en materia de estrenos filmicos, de asistencia a salas, y la relación entre materiales exhibidos según país de origen de su producción. Asimismo, se aborda la disponibilidad de diversas pantallas, más allá de la sala cinematográfica, las políticas ante el Virtual Print Fee y las cuotas de pantalla, en una irresuelta integración de mecanismos de cooperación y regulación conjunta que incidan efectivamente en la diversidad ofrecida y los hábitos de consumo.

Palabras clave: audiovisual; cuotas de pantalla; regulación; multipantalla.

Abstract

The development of a national audiovisual industry into a domestic and Ibero-American market scope in diverse exhibit screens, for the main ten countries of Unasur, faces new limitations and possibilities in a digitized and global environment. This is an analysis on the results of the five-year period 2010-2014, in terms of film premieres, public assistance, and the relationship among exhibited films by country of origin. The availability of various formats is addressed, and also the policies about Virtual Print Fee and screen quotas, in an unresolved integration of mechanisms for cooperation and joint regulation that effectively impact on the diversity offered and the consumption habits.

Keywords: audiovisual; screen shares; regulation; multiscreen.

Resumo

O desenvolvimento de uma indústria audiovisual nacional com mercado interno e projeção iberoamericana em múltiplas plataformas de exibição, nos dez principais países da Unasur, enfrenta tanto limitações quanto apresenta novas possibilidades em um ambiente digital global. Neste artigo procederemos a uma análise do quadriênio 2010-2014 em matéria de estréias cinematográficas, afluência de público e a relação entre materiais exibidos e país de origem e produção. Da mesma forma serão abordadas a disponibilidade de múltiplas plataformas para a exibição, para além da sala de cinema, as políticas frente ao Virtual Print Free e as cotas de plataformas, desde uma integração não definitiva no âmbito dos mecanismos de cooperação e regulação conjunta que buscam incidir efetivamente na diversidade oferecida e nos hábitos de consumo.

Palavras-chave: audiovisual; cotas de plataformas; regulação, multiplataforma.

1. Introducción

¿Cuáles son los límites, las tensiones y las posibilidades para el desarrollo de una industria audiovisual nacional con mercado interno y proyección iberoamericana en múltiples pantallas de exhibición?

En torno a este interrogante, los principales países de la Unión de Naciones Suramericanas (Unasur) han desplegado estrategias público-privadas de incremento de la producción de largometrajes y formatos televisivos, de la mano de distintas políticas de fomento. Pero la digitalización y la confluencia de circuitos de distribución y exhibición del audiovisual y el cine en infraestructuras convergentes, tienden a neutralizar los resultados de esos esfuerzos, al menos en las “primeras pantallas” de exhibición.

Un análisis de los resultados del quinquenio 2010-2014 en materia de estrenos filmicos, de asistencia a salas, y la relación entre materiales exhibidos según país de origen de su producción, permite señalar rasgos comunes de matriz histórica: concentración por conglomerados y geográfica, especialmente en los tramos de distribución, empaquetamiento y exhibición; debilidad estructural de distribución de producciones locales; carencia de reconocimiento de terceros países en las pantallas latinoamericanas. Las particularidades, de acuerdo a cada país, provienen de las medidas de protección preexistentes y flexibilizadas, como las cuotas de pantalla y medias de continuidad, así como la de anclajes entre los *star system* locales de ciertas proyecciones de éxitos televisivos.

Como tendencia general, se identifican corrimientos de las “primeras ventanas o pantallas” cinematográficas, y su articulación con actores emergentes y/o entrantes, ya sea a escala regional, o en los principales mercados nacionales de la región, a través de las estrategias de programación y la gestión de derechos de exhibición en emisoras de TV abierta, la TV por cable y las señales Premium; y las plataformas digitales de video bajo demanda en Internet.

Ante este panorama, concluimos analizando algunos encuadres normativos a nivel nacional, y la irresuelta integración de mecanismos de cooperación y regulación conjunta que incidan efectivamente en la diversidad ofrecida y los hábitos de consumo de las comunidades de los países de Unasur.

2. Marco teórico y metodología

En los países más poblados de América Latina (Brasil, México, Argentina y Colombia) la industria cinematográfica ha intentado a lo largo de su desarrollo constituirse como un sector industrial con lógicas propias y fondeos específicos, aunque siempre dependiente de las políticas globales de las *majors* norteamericanas, que las han incidido principalmente en el ámbito de la distribución y la exhibición en salas comerciales.

Para la actualización del abordaje del audiovisual latinoamericano –con foco en los largometrajes de producción local o en coproducción– retomamos las caracterizaciones como proto-industrias culturales articuladas en tres eslabones principales que constituyen la cadena del valor: la producción, la distribución y la exhibición (Getino, 2009 & 2012), además de las acciones transversales de proyecto y marketing. La imposición del denominado “ecosistema de la economía digital de las industrias culturales” (Katz, 2015), incorpora a nuevos intermediarios –a partir del desarrollo de aplicaciones digitales, los agregadores de contenidos y las empresas integradoras–, lo cual incidió en una reformulación de las incidencias de costos relativos y reapropiación de la renta en el negocio del cine en particular y el audiovisual en general.

De la aplicación de estudios de concentración de propiedad, sobre la base del indicador CR3 (Hindman, 2009), y el estudio de las vinculaciones entre los principales actores país por país (Fsoc-UBA, 2016) surge que los actores preponderantes previos al proceso de digitalización acaecido entre 2011 y 2014 han mantenido o aún incrementado su posición dominante frente a otras empresas emergentes, productoras o distribuidoras independientes, en virtud de fusiones, adquisiciones, y/o su expansión geográfica.

El análisis de políticas audiovisuales comparadas, a partir de una matriz sociopolítica y una mirada crítica de los estudios culturales, nos indica que aún con disímiles orientaciones de políticas de gobierno, en todos los casos las agencias nacionales han cumplido roles de fomento de producción nacional, con recursos afectados a tal fin, y aliento a las coproducciones –con otros países latinoamericanos, y principalmente España–. Las medidas de regulación, como cuotas de pantallas y medias de continuidad han sido encabezadas y actualizadas por Brasil, Argentina y en menor medida, Venezuela, Uruguay y Ecuador, como se desarrollará más adelante.

Al relevamiento de primeras fuentes estadísticas dinámicas de Ultracine, y de estudios de Unesco (2016) y Business Bureau (2016), se complementó con información de los entes oficiales de fomento y entrevistas a informantes clave del sector a escala nacional y regional.

Tabla 1. Concentración: tres principales exhibidoras por país, 2014.

Concentración por país	% de espectadores	% de taquilla	% de salas
Argentina	49,10	S/D	28,95
Bolivia	S/D	S/D	65
Brasil	45,90	S/D	36
Colombia	72,80	73,50	65
Chile	95,50	95,30	90,86

Ecuador	S/D	S/D	87
Perú	85,85	84,17	77,53
Paraguay	73,15	78,10	55
Uruguay	97,06	96,70	82,60
Venezuela	S/D	S/D	74,40

Fuente: Fsoc-UBA, 2016.

3. Pantallas cinematográficas y concentración de distribución de largometrajes

El proceso de digitalización de salas de cinematografía comerciales que se desplegó en cada país latinoamericano principalmente entre 2011 y 2014¹, en algunos casos fue apoyado por las agencias estatales a través de subsidios o líneas de créditos blandos (Argentina, Brasil y Colombia). Sin embargo, tras esta reconversión, la disponibilidad de pantallas de exhibición sigue siendo el principal escollo para la circulación de producciones nacionales y de terceros países de América Latina, que no ha evolucionado favorablemente durante el quinquenio.

Una investigación realizada entre 2015 y 2016 por un equipo de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, en diálogo con el Instituto Nacional de Cines y Artes Audiovisuales, analizó que la exhibición comercial de películas se ha incrementado con la apertura de nuevas salas, en su amplia mayoría articulada dentro de *malls* y grandes superficies comerciales, en los cuales predomina el modelo de negocios de multisala o complejo que complementa la venta de tickets con los servicios gastronómicos y de entretenimientos en el entorno de los paseos de compras.

Pero en el quinquenio 2010-2014 no se verifica una relación causal directa entre la evolución de los porcentajes de incremento de salas, de taquilla y la asistencia de público. Agrupados los países de acuerdo al análisis de los porcentajes de crecimiento de salas, Perú y Colombia tuvieron una variación positiva muy pronunciada (58% y casi 50% respectivamente); Brasil y Ecuador un crecimiento moderado (28,4% y 25% respectivamente); Bolivia, Chile y Paraguay un crecimiento leve (entre el 19% y el 12%); y Argentina, Venezuela y Uruguay una variación de menos del 10%. (Fsoc-UBA, 2016).

1 El porcentaje de salas digitalizadas en Latinoamérica representa un 75%, sobre el número total de salas, estimado en 9.675 en 2015 (MPAA en Egeda, 2015).

Tabla 2. Cantidad de salas (pantallas): evolución por país, 2010-2014.

País	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	S/D	792	829	866	867
Bolivia	S/D	S/D	51	53	76
Brasil	2.206	2.352	2.517	2.678	2.833
Chile	310	303	306	347	350
Colombia	587	647	698	815	879
Ecuador	225	225	225	260	300
Paraguay	40	40	42	44	44
Perú	300	388	424	431	475
Uruguay	S/D	40	S/D	S/D	46
Venezuela	S/D	S/D	475	468	461

Fuente: Fsoc-UBA, 2016.

Tabla 3. Cantidad de asistentes a salas, por país por año (en millones de espectadores).

País	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	38,6	43,1	47,3	48,4	45,6
Bolivia	S/D	S/D	3,2	3,5	3,7
Brasil	134,8	143,2	146,6	149,5	155,6
Chile	14,7	17,3	20,1	21,2	22
Colombia	33,7	38,4	41,4	43,7	46,9
Ecuador	13,0	11,0	14,0	13,4	14,5
Paraguay	S/D	0,7	1,1	1,1	1,1
Perú	23,1	28,7	31,2	34,5	37,1
Venezuela	S/D	S/D	29,1	30	29,8

Fuente: Fsoc-UBA, 2016.

Tabla 4. Evolución de cantidad de salas y de cantidad de espectadores, por país (variación interanual).

País	Aumento de cantidad de salas (años 2010/2014)	Aumento de cantidad de espectadores (años 2010/2014)
Bolivia	19%	18%
Brasil	28,42%	15,40%
Chile	12%	49%
Colombia	49,75%	39%
Ecuador	25%	11,50%
Paraguay	18,40%	10%
Perú	58%	61%
Uruguay	8,40%	22,50%
Venezuela	-1,31%	2,40%

Fuente: Fsoc-UBA, 2016.

El fortalecimiento de posiciones dominantes dentro del mercado concentrado de la exhibición, en el marco de una creciente economía de escala, resuelve a los mayores jugadores del sector no sólo la reserva de pantallas para estrenos simultáneos (mayor poder relativo de mercado), sino la posibilidad de optimizar las inversiones de marketing y posicionamiento de cada lanzamiento (eficiencia en la administración de recursos).

Se verifica una política consolidada de estrenos globales, que se articulan en cada país a través de las distribuidoras *majors* con acuerdos con las grandes exhibidoras para la planificación de reserva de pantallas (en la jerga, cuadros de *competitives* x país). Esta limitación estructural del mercado exhibidor marca calendarios prefijados (vacaciones de invierno, estrenos programados por género o por película), que bloquean a terceros distribuidores, las mejores fechas y pantallas.

En ciertos países, la economía de escala está articulada directamente con una concentración vertical entre distribuidoras y exhibidoras. En todos los casos, la concentración geográfica de salas instaladas en las capitales o principales conglomerados urbanos, supera a los índices de densidad de habitantes de los países de la región.

Y respecto del control de la propiedad de los complejos multisalas, el estudio mencionado verificó una deriva –inclusive dentro del quinquenio 2010 a 2014– de formas de propiedad aún enraizadas en empresas familiares dedicadas tradicionalmente a la exhibición cinematográfica, hacia una mayor proporción de complejos en manos de consorcios trasnacionales vinculados directa o indirectamente con capitales concentrados del sector norteamericano, o bien con capitales nacionales conglomerados, con inversiones en real estate, servicios o finanzas.

La diferencia entre la diversidad ofrecida por las pantallas, y la diversidad consumida de acuerdo a los resultados de taquilla –verificable en todos los países de los que se dispone información comparable– afecta a la exhibición de películas del país de origen o de terceros países latinoamericanos por la desigual disponibilidad de pantallas y las escasas capacidades de realizar campañas de marketing y posicionamiento por parte de las distribuidoras independientes.

Las prácticas comunes de distribución concentrada proveen un promedio muy superior de copias por film para los estrenos de películas norteamericanas, respecto del promedio de las europeas, las argentinas o del resto de Latinoamérica.

Para el caso de la Argentina el año 2015 muestra, con un porcentaje de espectadores de cine local del 15,11% sobre el total de la taquilla, una interesante estabilidad. Sin embargo, al igual que los años anteriores, la industria cinematográfica autóctona no puede resolver una cuestión de fondo: la concentración de público en algunas películas. Solamente los diez largometrajes más vistos de los primeros ocho meses de 2016 acumularon el 89% del total de las entradas vendidas, y todos fueron distribuidos por multinacionales: ocho de Disney, una

de Fox Internacional y otra de Warner Bros. El reparto de salas de exhibición es terriblemente desparejo, a pesar del sistema de cuotas de pantalla vigente: mientras más de cien películas tienen entre una y cinco salas de estreno, otras llegan a tener 250 y hasta 300 pantallas en el circuito comercial².

Las películas más taquilleras norteamericanas estrenadas en los países de la región son las mismas en todos ellos. Esto indicaría que la penetración de las *majors* es similar, tanto en sus estrategias de programación y disponibilidad de salas de proyección, como en el desempeño de los estrenos ante públicos que consolidan una comunidad de preferencias de consumos cinematográficos mayoritarios replicables en cada país.

Un análisis de fuentes primarias de 4 países de Sudamérica utilizadas en un estudio mundial (Unesco, 2016) muestra que durante el periodo 2010-2014, más de tres cuartas partes de los espectadores de Brasil, Chile, Colombia y Venezuela asistieron a películas de origen estadounidense, oscilando los porcentajes entre el 78% y el 90% de espectadores según el año y el país analizado. En la mayoría de los casos, los segundos lugares corresponden al conjunto de los films locales. Las únicas excepciones son los casos de 2010 y 2011 de Chile, en donde el segundo lugar lo obtienen películas del Reino Unido, relegando a las locales al tercer lugar.

La evolución quinquenal de la asistencia de público a películas de origen local, sobre el total de la taquilla muestra resultados dispares de acuerdo a cada país, lo que implica serios problemas de exhibición, marketing y alineación con los gustos de las mayorías de espectadores.

Tabla 5. Porcentaje de espectadores de cine local sobre el total de taquilla.

País	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	9,30	8,24	9,73	15,43	17,84
Bolivia	S/D	S/D	0,87	0,99	0,87
Brasil	19,05	12,35	10,67	18,58	12,25
Chile	2,37	5,20	12,70	8,10	2,70
Colombia	4,50	7,80	8,20	4,90	4,70
Ecuador	2,19	2,39	1,21	0,16	0,57
Paraguay	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D
Perú	3,74	3,81	4,46	6,14	7,02
Uruguay	S/D	5,84	2,85	2,44	2,47
Venezuela	7	5	6	8	15

Fuente: Fsoc-UBA, 2016. Sobre información relevada de organismos oficiales, de Ultracine (Bolivia, Perú, Uruguay) y de Unesco 2015 (Colombia).

Ya sea por escasa penetración geográfica de los complejos (lejanía física de los potenciales espectadores), como por cuestiones socioeconómicas o de insu-

² Datos extraídos de consultora Ultracine, 2016.

ficiencia de ingresos, permanece vigente una histórica situación de exclusión social del consumo de cinematografía en salas de cine a sectores poblacionales que derivan su consumo de películas hacia otras pantallas o formatos.

Además de la consolidación de proto-industrias cinematográficas en diversos países, la evolución de la taquilla de cine local en Colombia, Perú, Chile, Paraguay y Venezuela muestra comportamientos asociados a casos especiales de películas únicas de alto impacto en el estadístico anual. (Fsoc-UBA, 2016.)

4. Creciente incidencia de otras pantallas o ventanas de exhibición

El negocio cinematográfico actual –especialmente para productoras y distribuidoras– excede a las salas de cines, las pantallas gigantes y los *candy bars*. También integra en forma creciente los servicios de televisoras comerciales, nuevas televisoras públicas, señales o plataformas de pago *on demand* u OTTs.

A través de la integración de cadenas de valor de distribución de contenidos, la tradicional relación entre la pantalla grande (cinematografía) y la “pantalla chica” (televisión analógica de recepción gratuita) fue interpelada por el consumo de televisión por abonos o *pay-per-view*, de la mano de la digitalización de las transmisiones del audiovisual por cable y satelital.

El entorno digital sobre plataformas de Internet permitió mayor variedad de plataformas y modelos de negocios, alterando las tipologías de intermediarios en la cadena de distribución, y habilitó al espectador a saltar o elegir entre diversas formas de consumo audiovisual (Katz, 2015).

Frente a esta actividad cinematográfica que atraviesa la experiencia filmica, la electrónica y la digital,

[...] se ha erigido un espectador particularmente problemático que ha sido pensado bajo el signo de lo audiovisual electrónico, primero bajo el paradigma de lo televisivo y videográfico y, a partir de la revolución digital, en términos que adoptan cada vez más el perfil de aquél que se prefiere designar como usuario, [...] de acuerdo a un modelo que amenaza con transformar las prácticas ligadas a la circulación y fruición de lo cinematográfico. (Russo, 2016)

La diversidad de ventanas existentes está redefiniendo los tradicionales modos de visionado y de explotación comercial, en cuanto a la sucesión temporal de estrenos y lanzamientos por plataformas, y en cuanto a las dimensiones de territorialidad (venta de derechos de exhibición a nivel nacional, continental, global por ventana o plataforma).

Como ya se ha referido, el orden preestablecido por el mercado para la exhibición dispone de un cronograma y una distribución de territorios del mundo en que se exhiben los largometrajes, cuyas prioridades han sido fuertemente

incididas por las distribuidoras *majors* (que prevén el diseño de *competitives* sincronizados en cada país con antelaciones de hasta dos años de las fechas de estreno). Pero ahora, también por los programadores de señales de cable de alcance continental, y los principales operadores OTT (Netflix, Amazon, entre otros, ahora inciden como ventanas privilegiadas, en las expectativas de los productores de largometrajes).

En los últimos años se ha producido una relativa disrupción del orden preestablecido de ventanas (salas de cine, TV de pago, resto de las ventanas). Se viene acelerando la superposición en la exhibición de las películas en ventanas en paralelo, con tendencia a la globalización desterritorializada.

5. “Sociedad de las cuatro pantallas” del circuito exhibidor³ (más plataformas de redes sociales o sitios de intercambio de videos)

De acuerdo a la sistematización utilizada en un reciente informe regional (Hendrickx, 2015), la primera ventana de exhibición de una película producida localmente se da normalmente en salas de cine comerciales *theatrical* en su país de origen, para luego comercializarse en salas de otros países de la región o del mundo.

Como segundas ventanas, se identifican a plataformas digitales de video bajo demanda en internet; las más comunes son SVoD (*Subscription Video on Demand*), TVoD (*Transactional Video on Demand*) y FVoD (*Free Video on Demand*); los circuitos cerrados de líneas aéreas o complejos hoteleros, y los circuitos de DVD y Blu-Ray. Estas posibilidades marchan en paralelo, y el estreno de la película en salas está programado cada vez más cercano o en paralelo con estas plataformas digitales.

La tercera ventana (generalmente seis meses después del lanzamiento en plataformas digitales y DVD/Blu Ray) es la TV por cable premium, cuyos derechos de exhibición se segmentan por territorios y se negocian mayoritariamente con exclusividad de distribución.

Las cuartas ventanas, quedan constituidas por las señales de TV por cable abierto –derechos no exclusivos–, y los canales de TV abierta. Ciertas legislaciones europeas y en Argentina, caídas en desuso, preservaban un espacio de dos años posteriores a su estreno en salas, para la exhibición de una película en TV.

Dependiendo del tipo de película, el distribuidor podría hoy optar por cuatro caminos: a) Estreno tradicional, primero en salas y luego en VoD (segunda ventana); b) Estreno en salas y VoD en simultáneo; c) Estreno en salas, y combinaciones de señales de TV de pago y/o abierta (tercera y cuarta ventana), más

3 Aludimos a “las cuatro pantallas” como integración creciente de la gran pantalla de la sala de cine, la pantalla televisiva hogareña, las computadoras personales y la telefonía celular (Artopoulos, 2011).

VoD; d) Estreno exclusivo sólo por VoD, y luego comercialización en salas y otras ventanas.

De la mano de estrategias más agresivas de comercialización para películas independientes, se registra un número creciente de casos de estrenos en salas de cine y, al mismo tiempo, online.

6. Ventanas no cinematográficas para largometrajes de producción local

6.1 Canales de TV abierta o señales operados por emisoras privadas comerciales.

Los grandes grupos televisivos comerciales de la región, como Globo (Globo Play, Brasil), Televisa (Blim, México), Caracol (Caracol Play, Colombia) también han desarrollado servicios de video a demanda o en *streaming* gratuito o de pago, aunque priorizan más su programación y series que películas de largometraje de terceros países latinoamericanos.

6.2 Sistemas o señales de TV de pago.

Por fuera de los circuitos de salas de cine, la mayor visibilidad del cine latinoamericano se da en la televisión por cable de alcance regional, que consisten ventanas a considerar para la comercialización de películas.

A 2015, el 52% de la población de América Latina cuenta con TV de paga y se proyecta que para 2019 su porcentaje ascendería a más del 60%. Movistar, Claro y DirectTV son los principales operadores en la región.

De los países que conforman Unasur, Argentina es el país con mayor penetración de TV paga en la población, con un 82%; continúan Venezuela con 81%, Uruguay con 67%, Chile con 62%, Colombia con 61%, Ecuador con 46%, Brasil con 40%, Perú con 35% y Bolivia con 22% (Business Bureau, 2016, datos correspondientes a 3Q 2015).

Si bien diversos estudios prospectivos indican que los hábitos de pago para ver televisión tenderían a aumentar en la mayoría de la población, esto no implica que el público quede cautivo de las ofertas de televisión por cable o satélite.

Las tendencias de los jóvenes “cord cutters” (quienes tenían TV paga y decidieron dar de baja el servicio) y los hábitos de los “cord nevers” (quienes decidieron nunca disponer de TV Paga) llevan a los grandes empaquetadores de señales de contenidos de pago, a tener presencia en todas las pantallas, y hacer disponibles cada señal a través del VoD para su consumo a través de computadoras o celulares.

Así, dentro de la tendencia creciente a identificar señales por fuera del sistema de distribución de pago o plataforma utilizados, las primeras posiciones en

un ranking de preferencias a nivel panregional corresponden a HBO, Fox, Fox+ (LAPTV), History Channel, TNT y Discovery Channel (Business Bureau, 2015).

6.3 Otras plataformas On Demand comerciales, integradas regionalmente.

El consumo de video bajo demanda (*on demand*) permite el acceso al público vía *streaming* (o descarga continua por banda ancha de Internet) a través de dispositivos conectados a Internet como computadores, smartphones, tablets, o Smart TVs.

Por OTT (*over the top content*), referimos a la plataforma online que contiene contenidos propios, o de otra empresa o programador no vinculado a los sistemas de distribución o transmisión de Internet, y está disponible para los servicios multipantallas.

Entre las 138 plataformas que reconocen derechos de propiedad intelectual en la región, Netflix es la plataforma digital con mayor participación en el mercado de América Latina, con 15%, seguida por Claro Video, con 4,80% y Plataforma de Telefónica, con 1,40% (Business Bureau, 2016), y otras como Mubi, Crackle, iTunes, Vudu, Veo, Cineclick, Google Play, la argentina Qubit.TV o Amazon, además de los canales generalistas o de películas en YouTube.

Se prevé que los mercados de servicios OTT Premium de video en Argentina, Brasil y México se duplicarán entre 2015 y 2018.

6.4 Plataformas Públicas Latinoamericanas.

Lanzada en noviembre de 2015, Odeón es la plataforma pública argentina de contenidos a demanda que integra 700 horas de películas y series de acceso gratuito, hasta el momento, con formatos y géneros variados. Gestionada por el INCAA y operada a través de ArSat, utiliza derechos de emisión acordados a partir de las gestiones de películas que hayan recibido subsidios o créditos para su producción.

Entre los países de Unasur, otra novedad es la plataforma Retina Latina. Como emprendimiento asociado de seis países comenzó a operar en marzo de 2016 de forma gratuita en todo el continente. Financiada por el BID, participan en la iniciativa los entes oficiales cinematográficos de Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, México y Uruguay, coordinadas desde la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia y el apoyo de la CACI a través de DocTV. Retina Latina prevé seguir incorporando socios para alcanzar la integración latinoamericana en la dimensión digital. Hacia diciembre de 2016 se prevé que el catálogo integre 106 títulos, conforme a la capacidad de negociación de cada uno de los institutos nacionales de cine, para asegurar la actualización y el dinamismo de la plataforma, con un objetivo modesto y complementario a las dinámicas del cine comercial.

7. Nuevas incidencias de distribuidores y exhibidores en las políticas públicas. Imposición del VPF y flexibilización de medidas regulatorias

Las medidas de política pública a nivel nacional, aún no suponiendo inyección económica directa por parte del Estado al entramado cinematográfico, conllevan un posicionamiento proteccionista de la producción (en ocasiones genéricamente nacional, en otras como el caso de Brasil y la Ley de Acceso Condicionado de 2011, discriminando positivamente a las producciones independientes). Los países que disponen de regulación de pantallas, han debido actualizar su marco al calor de las presiones de los agentes más importantes de la distribución y la exhibición internacional y de las redefiniciones de formatos de proyección digital.

7.1 Gestión y cobro del Virtual Print Fee como nueva imposición con impacto en los distribuidores más vulnerables

El *Virtual Print Fee* (VPF) es un polémico canon que los exhibidores cobran a los distribuidores por la digitalización, para amortizar la inversión inicial de los exhibidores sobre el equipamiento y la adecuación de las salas. Sin embargo, el costo de este canon, cuya duración de cobro es incierta, también cumple indirectamente la función de barrera de ingreso al circuito comercial del cine de distribuidores y productores menores.

El VPF surgió inicialmente del acuerdo en los Estados Unidos entre distribuidores y exhibidores: así establecieron un sistema de pago que se extendió al mercado mundial como una regla establecida, generalmente en forma de canon por película exhibida. El costo del VPF es de 600/700 dólares por copia o sala, de acuerdo al país, negociándose en ocasiones por un período determinado de tiempo de exhibición.

Si bien la digitalización de las salas ha resultado una reducción de los costos de las copias de las películas –antes en 35 mm y hoy digitales–, de los costos de flete y transporte, y elimina el coste de destrucción posterior de las viejas “latas” de celuloide que tenían material contaminante, su lado turbio es la complicación de las ecuaciones de negocios a los distribuidores independientes, y por transitividad a las producciones no vinculadas al circuito de las *majors*.

El sistema de gestión se completa con nuevos actores: las empresas integradoras, que median la provisión de soluciones tecnológicas de seguimiento y de cobro a las distribuidoras. Las principales son GDC Technology, AAM (Arts Alliance Media) y Christie.

7.2 Intervención estatal para facilitar el pago a distribuidoras: dos modalidades

En Argentina, el decreto 2384/15 dispuso el reconocimiento de costos de VPF y su cobertura con recursos públicos para los distribuidores nacionales que comercializan cine nacional y cine extranjero independiente. Establece una cuota

destinada a financiar, en forma de devolución contra factura a las exhibidoras y previo contrato entre distribuidora y exhibidora, a las películas nacionales que no sean distribuidas por las *majors* y las películas independientes. Los montos de la devolución establecen hasta 40 cuotas VPFs para las películas nacionales que se estrenen entre 3 y 120 pantallas digitales y hasta 15 cuotas VPFs para las extranjeras que se estrenen entre 3 y 40 pantallas digitales. El sistema comenzó a ser operativizado por el INCAA en julio de 2016.

En Uruguay se acordó en el año 2014, y en el marco del Compromiso Audiovisual 2015-2019, exonerar a las películas nacionales del pago del VPFs. El acuerdo se realizó con las tres cadenas de cine Grupo Cine, Life Cinema y Movie Center con el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Industria, Energía y Minería, con colaboración del Centro Cinematográfico del Uruguay, Buen Cine, la Asociación de Productores y Realizadores del Uruguay y el Instituto del Cine y el Audiovisual del Uruguay. Con este acuerdo quedan exoneradas del pago del VPF todas las películas nacionales, y algunas películas extranjeras independientes y de festivales. Para las películas nacionales no hay un límite en la cantidad de películas, pero en el caso de las distribuidoras de títulos internacionales el máximo son 3 títulos por productora.

8. Políticas de cuota de pantalla y media de continuidad. Tendencia a la flexibilización en el marco de la digitalización de salas de exhibición.

La cuota de pantalla, como medida proteccionista en la fase de exhibición, a modo de reserva de semanas de proyección (o unidades menores de medida) está destinada genéricamente a la inclusión obligatoria de un mínimo de contenidos nacionales en las proyecciones cinematográficas. Criterios similares de reserva obligatoria de tiempos de emisión se usan en la televisión abierta, y forman parte de garantías de participación en la comunicación masiva (Rossi, 2016).

8.1 Las cuotas de pantalla en Argentina

En Argentina, el INCAA dispone de tres mecanismos que regulan la programación de pantallas:

1. Obligatoriedad de proyección de un número mínimo de películas nacionales, en módulos trimestrales (Resolución N° 1076/2012 y siguientes).
2. Sistema gradual de precios para la emisión de los certificados de calificación cinematográfica, que incrementa conforme al número de pantallas en las que se habrán de exhibir las películas (Resolución 2114/2011).

3. Seguro de sala: para mejorar el desempeño de las películas nacionales y garantizarles al menos dos semanas de exhibición, se garantiza que el exhibidor recupere la pérdida eventual por no alcanzar la proyección un número mínimo de espectadores (Resoluciones 1963/2009 y 1076/2012).

En Argentina se define como cuota de pantalla (Ley 17.741, art. 9º) a la cantidad mínima de películas nacionales que deben exhibir obligatoriamente las empresas que por cualquier medio o sistema exhiban películas en un período determinado. El Decreto N° 1405/73 fija la cuota de pantalla en una película que deben cumplir, por trimestre calendario, las salas cinematográficas clasificadas de estreno (aunque se denominan “salas de estreno” a todas las salas cinematográficas del país (Resolución 1076/2012, INCAA).

Media de Continuidad, es la cantidad mínima de espectadores que presencian exhibiciones de películas nacionales a las que se les haya asignado el beneficio de cuota de pantalla, en cada sala de exhibición cinematográfica de jueves a domingo, y que generan la obligación de continuar en la semana cinematográfica siguiente con la exhibición de la película en la misma sala (Resolución 1076/2012).

En los últimos años, se efectuaron precisiones normativas ante la digitalización de las salas: surgieron los criterios de “vueltas”⁴, pantalla dividida, horario central y tope de estrenos por salas en cada complejo.

En todos los casos, las películas a utilizarse para cumplir con la cuota de pantalla y la media de continuidad, deberán exhibirse en la misma sala, en la totalidad de las funciones previstas para la semana cinematográfica de que se trate. (Resolución 1076/2012 art. 4º)

Sin embargo, en el caso de acuerdos especiales entre empresas exhibidoras y distribuidoras, con la conformidad de la empresa productora, sólo podrán utilizar estos títulos para el cálculo de cumplimiento de la cuota de pantalla de un trimestre, cuando la cantidad sea, como mínimo, el 50% del total habitual de funciones que ofrece la sala que se trate (Resolución 2740/2014).

A efectos de la restitución del pago de VPF, se incorporan en la normativa dos definiciones (Res INCAA 2834/2015, art. 2):

Pantalla Dividida: la proyección de una Película Digital durante una Semana de Exhibición, en al menos, el 60% del total de las funciones diarias programadas en esa Pantalla Digital.

Pantalla de Horario Central: Las proyecciones de una Película Digital que tengan su hora de inicio entre las 17 y las 22:30 horas. En caso de películas destinadas a públicos infantiles, las proyecciones que inicien entre las 15 y las 20 horas.

4 Cada función de la programación diaria es denominada “Vuelta” en la jerga de los distribuidores independientes argentinos.

8.2 Brasil. Cuota de pantalla y flexibilización al calor de la digitalización

La cuota de pantalla, como mecanismo de regulación, dispuesto en el artículo 55 de la Medida Provisional N° 2228-1/2001, busca garantizar una reserva de mercado para el producto nacional frente a la presencia masiva de productos extranjeros en salas de cine. Al permitir un caudal mínimo de la producción brasileña, amplía el acceso al público y promueve la diversidad de títulos en exhibición. En Brasil, los “días de reserva” se utilizaron por primera vez en la década de 1930.

Los requisitos y las condiciones de validez para el cumplimiento de la cuota de pantalla se establecen por la Instrucción Normativa 88 de Ancine, actualizada por sucesivas instrucciones reguladoras anuales.

Los complejos de una sala deben exhibir películas brasileñas durante al menos 28 días al año - y al menos tres títulos diferentes.⁵

Ya para 2015, la Instrucción Normativa Ancine 117, de 31 de diciembre de 2014, establece la posibilidad de cómputo de pantalla dividida entre salas del mismo complejo, con la obligatoriedad que en cada caso sea al menos la mitad de las funciones en cada sala.

Para 2016, la Instrucción Normativa Ancine 122, precisa la posibilidad de dividir las sesiones de las salas de cine para cumplir con la cuota establecida para la visualización de la misma película, de cualquier nacionalidad, en varias salas de un mismo complejo.

8.3 Venezuela

La Ley de la Cinematografía Nacional establece que toda obra cinematográfica venezolana tendrá garantizado su estreno. La cuota mínima de pantalla anual para las obras cinematográficas venezolanas de estreno (incluidas las coproducciones), está escalonada de acuerdo a las pantallas por complejo⁶.

8.4 Proyección focalizada

No registramos obligaciones de cuota de pantalla en Colombia, Chile, Paraguay, Perú, Uruguay. En países sin cuota de pantalla, se han desarrollado experiencias de exhibición en ciertos días y horarios acordados entre productor/distribuidor y exhibidor (ejemplo: viernes y domingos solo a las 20 horas), a efectos de apelar

5 En Brasil, la cuota varía según el tamaño del complejo, hasta un máximo de 63 días (en promedio) por sala, para complejos de 7 salas - que debe mostrar al menos 11 películas nacionales. El número mínimo de diferentes títulos brasileños también aumenta gradualmente hasta llegar a 24 para los complejos con 16 o más salas.

A través de un Compromiso Público firmado por exhibidores y distribuidores con ANCINE, se estableció un nuevo parámetro en 2015: la cantidad máxima de salas de un complejo que exhiben el mismo título. La medida está destinada a la diversificación de las películas brasileñas y extranjeras para el espectador.

6 En Venezuela, para los complejos cinematográficos que cuenten con más de cinco pantallas, el equivalente a doce semanas cine; para los complejos entre dos y cinco pantallas, seis semanas cine; y para los complejos con una pantalla, el equivalente a tres semanas cine.

La permanencia mínima de exhibición de las obras cinematográficas es de dos semanas cine. El exhibidor, el distribuidor y el productor podrán, conjuntamente, acordar el traslado de una pantalla a otra de una película venezolana determinada sin que esto se considere falta a la norma.

a cierto nicho de público y/o para certificar el requisito de estreno comercial estipulado por autoridad competente⁷.

En Bolivia, las películas nacionales pueden acceder a la cuota de pantalla estipulada en la Ley del cine 1302/91, y reglamento elaborado por el Consejo Plurinacional de Cine y Artes Audiovisuales –CPCAA–. En Ecuador: no existe cuota de pantalla para salas comerciales de cine. En TV sí, aunque se registran serios problemas de control o eficaz cumplimiento.

9. Promoción normativa de exhibición de cine latinoamericano

Si bien a través del mecanismo de coproducción se aplican a los segundos países los beneficios de protección dispuestos para las películas de origen, casi ninguna legislación en los países latinoamericanos promueve la exhibición de cine latinoamericano de terceros países no coproductores.

Más allá del Acuerdo Iberoamericano de Coproducciones y los acuerdos bilaterales vigentes, que potencian las producciones compartidas especialmente a través del sistema Ibermedia, en el aspecto de exhibición no se han hecho operativos los principios del convenio suscrito en Caracas, el 11 de noviembre de 1989, para la Creación del *Mercado Común Cinematográfico Latinoamericano*, que establece como objeto

Implantar un sistema multilateral de participación de espacios de exhibición para las obras cinematográficas certificadas como nacionales por los Estados signatarios del presente acuerdo, con la finalidad de ampliar las posibilidades de mercado de dichos países y de proteger los vínculos de unidad cultural entre los pueblos de Iberoamérica y el Caribe.

Los casos de Argentina y de Uruguay respecto de normas de eximición del pago de VPF para distribuidoras locales y/o independientes, son en este marco una excepción a tener en cuenta.

Varios consultores promueven la inclusión en las legislaciones nacionales de normas que posibiliten un trato preferencial a las películas latinoamericanas. En foros sobre el tema sostenidos en la Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica (CACI) y en las reuniones anuales de la Federación Iberoamericana de Productores Cinematográfico y Audiovisuales (FIPCA), se ha llegado a proponer que las películas latinoamericanas reciban un trato similar al de las películas nacionales en sus respectivos países. Otra alternativa sería la formulación de incentivos a los exhibidores por la exhibición de cine latinoamericano.

7 Caso de película nacional en Complejo Cineplex, Colombia, referido por Elba Macallister, panelista en Ventana Sur, Buenos Aires 2/12/2015

En cuanto a la distribución de películas a salas, tras el paso del soporte filmico a digital, la emisión regional vía satélite de películas resulta un aspecto de creciente importancia. El proyecto de creación de un Ente Nacional de Programación Regional (ENRP) con intervención de organismos audiovisuales de los gobiernos de la Región, aportaría al desarrollo de una red de distribución y exhibición regional para salas digitales, con la programación de hasta 45 salas digitales a instalarse en los países de la Cuenca del Plata y miembros asociados de la Unasur (Direse, *et al.*, 2012). Iniciativas de este tipo, al calor del despliegue de enlaces de banda ancha tanto por fibra óptica como satelital, podría concentrar desde la distribución y el intercambio de contenidos, hasta los procesos de fiscalización de entradas en una red que integrará tanto a salas públicas como privadas.

Si durante la pasada década, la evolución de políticas supranacionales estuvo referenciada en articulaciones relativamente novedosas de política exterior, que mediará entre los bloques del Mercosur, el Pacto Andino, una naciente Unasur y el diálogo Iberoamericano a través de los 21 países (incluyendo a España) en la CACI, las tensiones políticas y recambios en gobiernos de la región, como el caso de Argentina y Brasil, tornan impredecible la incompleta concertación necesaria para una trama político-legal que encuadre el flujo de películas en contrapunto como las redes de cine y televisión incumbentes y las formas globales de nuevos actores entrantes.

Referencias bibliográficas

- Artopoulos, A. (ed.) (2011). *La sociedad de las cuatro pantallas. Una mirada latinoamericana*. Buenos Aires: Fundación Telefónica.
- Business Bureau (2016). *BB-New Media Book 2016*. Buenos Aires: Business Bureau. Disponible en <http://bit.ly/2eMY9e5>.
- Direse, A. *et al.* (2012). *Estudio y Análisis de los Aspectos Técnicos, Jurídicos y Comerciales necesarios para el diseño de una Entidad de Programación Regional que trabaje con la Red de Salas Digitales del MERCOSUR*. Buenos Aires: Recam, Programa MERCOSUR Audiovisual. Mimeo.
- Fsoc-UBA [Facultad de Ciencias Sociales – Universidad de Buenos Aires] (2016). *Estudio para la Optimización de Estrategias e Identificación de Plazas para la Exportación de Films Argentinos en la UNASUR*. Informe final. (Mimeo)
- Getino, O. (2009). *Industrias del audiovisual argentino en el mercado internacional -el cine, la televisión, el disco y la radio*. Ediciones CICCUS: Buenos Aires.
- Getino, O. (2012). *Cine Latinoamericano. Producción y Mercados en la primera década del siglo XXI*. Ed. CICCUS: Buenos Aires.
- Hendrickx, N. (2015). *Proyecto Plataforma de Coordinación Regional para la Distribución Audiovisual. Diagnóstico del Mercado Theatrical, Televisión, Dvd y Blu-Ray, y Plataformas Digitales VoD en América Latina*. Informe Final 01. BID – Proimágenes. Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia.

- Hindman, M. (2009). *The Myth of Digital Democracy*. New Jersey: Princeton University Press.
- Katz, R. (2015). *El ecosistema y la economía digital en América Latina*. Barcelona: Fundación Telefónica, CEPAL, CAF y CETLA. Ed. Ariel.
- Rossi, D. (2016). *Acceso y participación: el desafío digital entre la garantía de derechos y la restauración desreguladora*. Material de cátedra actualizado, Centro de Estudiantes de Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias Sociales U.B.A.
- Russo, E. (2016). Dinámicas de pantalla, prácticas post-espectatoriales y pedagogías de lo audiovisual. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*. N° 56 Año XVI. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Unesco [Unesco Institute for Statistics - UIS] (2016). *Diversity and the film industry. An analysis of the 2014 UIS Survey on Feature Film Statistics*. Information Paper N° 29. Montreal. Disponible en <http://bit.ly/2fvMCjf>.

Adentro y afuera del multiplex. Los estudios comerciales de audiencias del cine en América Latina

Inside and outside the multiplex. Business studies on cinema audiences in Latin America

Dentro e fora do múltiplex. Os estudos comerciais de audiências de cinema na América Latina

Juan Carlos VALENCIA

Universidad Javeriana, Colombia / hjung8@yahoo.com

María Alejandra BELTRÁN LÓPEZ

Señal Institucional, Colombia / beltran870@hotmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Monográfico, pp. 147-164)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 28-05-2016 / Aprobado: 28-09-2016

Resumen

Las maneras en que son investigadas las audiencias del cine por las industrias culturales asociadas son poco conocidas más allá de los círculos de expertos. Sin embargo, las cifras usadas por los productores, distribuidores y exhibidores tienen impactos contundentes sobre los espectadores, las políticas públicas de fomento de la cinematografía, e incluso, la investigación académica. ¿Cómo se miden las audiencias de cine en América Latina? ¿Son confiables las cifras? Se concluyó que los sistemas de medición de audiencias en América Latina y el mundo solo contabilizan las cifras de taquilla en salas y no tienen realmente en cuenta ni las otras modalidades de consumo cinematográfico, ni las ricas y complejas apropiaciones y relaciones de la gente con el cine.

Palabras clave: cine; audiencias; Latinoamérica; Rentrak; Cadbox; Ultracine

Abstract

Current systems to research cinema audiences inside contemporary cultural industries are little known beyond insider circles. Nevertheless, the quantitative data used by producers, distributors and exhibitors have significant impacts on moviegoers, public policy agents and even on academic researchers. ¿How are cinema audiences quantified and researched in Latin America? Is the data reliable? The article concludes that commercial audience research in Latin America and the world basically measures tickets sold in theaters but does not study other forms of cinema consumption, not even the rich and complex appropriations and relations that people establish with films.

Keywords: cinema; audiences; Latin America; Rentrak; Cadbox; Ultracine

Resumo

O modo pelo qual as audiências de cinema são compreendidas desde o referencial teórico das indústrias culturais permanece ainda pouco conhecido para além de um círculo de especialistas. No entanto, as cifras utilizadas pelos produtores, distribuidores e exibidores têm impactos contundentes sobre espectadores, nas políticas públicas de fomento à cinematografia e, incluso, na investigação acadêmica. Como são mensuradas as audiências de cinema na América Latina? Tais cifras são confiáveis? Conclui-se que os sistemas de medição de audiências na América Latina e no mundo somente contabilizam as cifras das bilheterias, sem levar em consideração outras modalidades de consumo cinematográfico e as ricas e complexas apropriações e relações estabelecidas entre público e cinema.

Palavras-chave: cinema; audiências; América Latina; Rentrak; Cadbox; Ultracine.

1. Introducción

Tal como ocurre con los estudios comerciales de audiencias de los otros medios de comunicación, las maneras en que son estudiadas las audiencias del cine parecen pertenecer a una caja negra, son un sistema poco conocido al que se le atribuye el aura científicista que emana de las estadísticas pero sobre el que siempre pesan sospechas e incógnitas. ¿Cómo se miden las audiencias de cine en el mundo digital contemporáneo? ¿Cómo se miden las audiencias de cine en América Latina? ¿Son confiables las cifras suministradas, tan decisivas sobre los géneros, rutinas y productos específicos que se exhiben? ¿Existe el mismo manto de duda sobre las cifras de audiencia de cine, que aquel que existe sobre las mediciones de *rating* de los demás medios de comunicación electrónicos? ¿Abarcan las mediciones comerciales de las audiencias cinematográficas esos otros espacios de consumo y pasión por las imágenes como son las descargas legales e ilegales por internet o los DVD piratas que siguen proliferando en las ciudades latinoamericanas, o incluso los cineclubes que perduran en la región? Este artículo intenta responder todas estas preguntas a partir de un trabajo investigativo realizado por un equipo de profesores y estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana entre 2014 y 2015. La investigación se llamó “Contando colombianos: Medición y mercantilización de audiencias mediáticas, conocimiento científico y biopolítica”. La investigación buscaba mapear el estado actual y las controversias alrededor de la investigación comercial en lo que tiene que ver con índices de sintonía radial y televisiva, lectura, consumo de cine y visitas a páginas en internet, así como el alcance del data-mining en los nuevos medios. También quería comprender el papel que juegan los principales actores de las industrias mediáticas contemporáneas en la construcción de regímenes de verdad sobre las audiencias y la visión que tienen múltiples actores (*stakeholders*) sobre la validez, utilidad y limitaciones de estos estudios en Colombia. Se buscaba describir desde una perspectiva crítica los procesos actuales de construcción de las audiencias de textos, radio, cine, televisión e internet en Colombia como *currencies*, enfocándose en los compromisos y sesgos en que incurrían, así como en los relatos de legitimación o descalificación que los rodean y los usos biopolíticos que permiten a las industrias mediáticas hegemónicas. Para el tema específico del cine se revisó bibliografía especializada y se realizaron entrevistas a personas de la industria del cine en Colombia, Argentina, España y los Estados Unidos.

2. El principal producto de los medios son las cifras de audiencia

Los estudios comerciales de audiencias nacieron con y hasta el día de hoy mantienen un sesgo particular: analizan los públicos pero no para evaluar sus múltiples apropiaciones de los contenidos, ni sus complejos procesos de recepción

(Ang, 1991) ni tampoco las diversas e incluso, a veces inesperadas y sorprendentes decodificaciones efectuadas, sino para cuantificar, resumir e instrumentalizar a las audiencias (Smythe, 1977), y así, detectar oportunidades de mercadeo, especialmente entre aquellos espectadores con suficiente capacidad adquisitiva (Spaulding, 2005). La investigación de audiencias rara vez ha explorado los complejos, dinámicos y muy subjetivos procesos de recepción y ha optado por concentrarse en la cuantificación de lo que se supone son grupos de personas estables, predecibles y controlables (Ang, 1993). No se preocupan de los detalles ni las particularidades individuales, sino que crean un conocimiento abstracto, un objeto de estudio bajo su control, unas cifras supuestamente reveladoras, totalizantes e incuestionables. Crean un saber institucional que permite cosificar a las audiencias, simplificar sus comportamientos y emplear un lenguaje común para ejecutar transacciones, segmentar nichos de mercado, negociar pauta publicitaria, establecer criterios de éxito o fracaso comercial (Ang, 1991 ; 1993) y finalmente, bloquear innovaciones radicales. Según Smythe (1977) y sus seguidores (Bratich, 2005; Meehan, 2005), las industrias culturales, tanto públicas como privadas investigan a las audiencias con el fin primordial de construirlas como una mercancía que se le vende a los anunciantes. La consolidación de la investigación comercial de audiencias no fue entonces “un símbolo de progreso desde la ignorancia hacia el saber, desde la especulación hacia los datos empíricos, desde las creencias hacia la verdad. Lo que se puso en juego fue la política del saber” (Ang, 1993, p.). Es decir, el saber construido por la investigación es naturalizado sin tener en cuenta que fue producido de acuerdo a intereses y relaciones de poder, y movilizado para controlar, objetivar, simplificar y mercantilizar a los públicos.

Algunos investigadores del cine en América Latina se han acercado a esta perspectiva crítica. Hinojosa (2012), por ejemplo, considera que “el término ‘audiencia’ no es una categoría analítica, como clase, género o raza, sino un producto de la industria cultural que usa este término para identificar mercados y definir un producto cultural para su consumo” (p. 95). Pero como ya señalaron Guback (1978) y Wasko (2006), los estudios sobre cine en general descartan la investigación de este medio como institución económica e incluso, como medio de comunicación. La academia prefiere concentrarse en otras dimensiones del cine: la creatividad, los contenidos, las técnicas, la historia, las políticas de creación de públicos y de fomento de la producción a escala nacional (Copertari & Sitnisky, 2015). Por otro lado, los estudios sobre cine realizados desde una perspectiva de economía política de la comunicación (Getino, 1987; Mastrini & Becerra, 2006), se centran “sobre todo en la vertiente económica o en los aspectos productivos del proceso de comunicación, olvidándose de los textos, las audiencias y el consumo” (Wasko, 2005, p. 99). Pero las audiencias son dadas por sentadas. Aunque a diferencia de los otros medios de comunicación (radio, impresos, televisión e incluso, internet) el principal rubro de ingresos no está en la publicidad, sino en la taquilla y la venta de objetos asociados a las películas

y comestibles, la industria del cine totaliza cifras de audiencia y no se enfoca en la relación de la gente con las películas. La intensa e interesante relación de los públicos con el cine no ha sido explorada a profundidad, más allá del análisis instrumental de las cifras de taquilla y algunos esfuerzos académicos (Baecque, 2003; Staiger, 2000; 2005; Jullier & Leveratto, 2012; Akpabio, 2007; Allen, 2011). Los llamados a repensar el rol de las audiencias en la investigación académica sobre cine (Bowles, 2007) no han prosperado a pesar de evidencias que señalan comportamientos inesperados (Collins, Hand & Linnell, 2008) o profundamente significativos, que abren ventanas a prácticas cotidianas y formas de socialidad complejas (Allen, 2011). Las investigaciones desde la economía política del cine (Sánchez, 2006) solo abordan tangencialmente el tema de los públicos (Hinojosa, 2012) y lo hacen desde miradas fundamentalmente cuantitativas que se basan en cifras producidas por la industria, reincidiendo en la invisibilización de las prácticas cotidianas y la agencia de la gente. Suponen que el estudio de la industria, de su creciente concentración monopólica y sus dinámicas de producción pueden dar cuenta de lo que ocurre con los públicos, una perspectiva muy criticable que pasa por alto la agencia y la creatividad de las gente (Couldry, 2004, p. 118). Consideramos, como ya sugería Wasko (2006, p. 106), que aproximaciones desde los Estudios Culturales (Stacey, 1993; Stacey & Skeggs, 1995) y los estudios de recepción en Comunicación (por ejemplo, Wortman, 2006) tienen mucho que decir sobre la apropiación creativa del cine por parte de sus públicos. Como explican Jullier y Leveratto (2012), “existe una cinefilia ordinaria, que no sale del marco de la conversación amistosa e íntima” (p. 11). El cine es para la gente una reserva de conductas ejemplares y de afectos constantemente renovados, una fuente de conocimientos sobre el mundo y sobre sí mismos. Los recuerdos familiares y personales, las referencias a las películas en la cultura popular y en la vida cotidiana, la apropiación identitaria, la construcción de sentidos de pertenencia etaria, de género, regional o nacional están a nuestra vista constantemente. No se debería reducir la cinefilia a las cifras de taquilla ni tampoco a discursos eruditos sobre el cine y sobre ciertas películas. Este artículo intenta contribuir a las propuestas de Wasko, Jullier y Leveratto ilustrando cómo las cifras de audiencia que emplean la industria del cine y la academia que la analiza desde la perspectiva economía política de la comunicación, impiden ver la complejidad y multiplicidad de modalidades de consumo del cine actual, cómo se quedan en la superficie y cada vez revelan menos sobre la relación profunda de la gente con las películas y sus maneras tan diversas de disfrutarlas.

3. Las variopintas modalidades de consumo de cine

La modalidad de consumo cinematográfico actual más evidente (y el principal foco de la industria) es el de las salas multiplex, las cuales han proliferado en

todo el mundo (Athique, 2011, p. 147) de la mano del incremento de los centros comerciales. El concepto norteamericano de multiplex

[...] se instaló en toda América Latina a partir de la segunda mitad de la década de 1990, en la mayoría de los países de la región los parques exhibidores más que se duplicaron, mientras que en Argentina la cantidad de salas se mantuvo constante desde 1997 hasta nuestros días (González, 2014, p. 608).

Las salas hoy en día son mucho más pequeñas y hay varias dentro de un mismo centro comercial, diversificando la oferta (García, 2012). Recientemente, para ofrecer algo que la piratería no puede, las salas están incorporando nuevos formatos como el 3D y ahora el 4D, los cuales permiten que las personas disfruten de una nueva experiencia, más corporal y vean la necesidad de seguir asistiendo a las salas. Sin embargo, el promedio de asistencia a salas actual está lejos de sus épocas de esplendor—desde mediados del siglo XX hasta comienzos de la década de 1980—, cuando según González en América Latina “sus habitantes asistían a las salas, en promedio, entre 2 y 5 veces por año. Desde hace casi tres décadas, las estadísticas muestran que los latinoamericanos concurren al cine menos de una vez al año” (2014, p. 610).

En Colombia existen seis grandes compañías exhibidoras:

Tabla N° 1

Exhibidor	Teatros	Pantallas	Sillas
Cine Colombia	41	268	52.566
Cineland	6	30	5.075
Cinemak	28	145	30.220
Cinépolis	5	43	7.156
Procinal	25	124	18.817
Royal Films	38	188	29.807
Independientes	40	75	12.304

Fuente: Cadbox. 2015

En el 2014, Colombia tenía 870 pantallas de exhibición que permitieron el estreno de 274 películas a las que asistieron un total de 46.526.192 personas. En las taquillas se recogieron 384 miles de millones de pesos colombianos, cerca de 200 millones de dólares. (Proimagenes Colombia, 2014)

La digitalización ha facilitado la logística. Anteriormente se manejaban grandes rollos de películas que pesaban de 22 a 30 kilos y un formato de 35 mm (Peña, W. Cadbox. Entrevista personal N° 4. Abril de 2015) cuyo alquiler podía costar hasta 1.500 dólares, por lo que se prefería (en el caso de Colombia) conseguirlos en México por la mitad del precio. Sin embargo, la espera era dema-

siado larga y para cuando la película llegaba al país ya circulaban muchas copias piratas (Peña, W. Cadbox. Entrevista personal N°4. Abril de 2015). Para controlar la piratería, la industria impulsó lo que se conoce como DCI (*Digital Cinema Initiative*), un complejo sistema tecnológico de proyección basado en un microcircuito desarrollado por Texas Instruments que solo permite proyectar copias legales en las salas y hace imposible la duplicación de las películas (Peña, W. Cadbox. Entrevista personal N°4. Abril de 2015).

Pero el cine se sigue consumiendo todavía en pequeñas salas y cineclubes urbanos, y todavía sobreviven algunas compañías de alquiler de películas. Adicionalmente proliferan los festivales que usan salas no convencionales y el fenómeno de los cine-foros, las exhibiciones de películas en territorios indígenas, afro o campesinos se sigue extendiendo (Villanueva, 2015). También están los servicios en línea legales como Netflix, Redbox, iTunes, Filmin y Google Play. Dentro del mercado de video por pago, una de las compañías más importantes y con mayor expansión a nivel global es Netflix. En general, la entrada de esta compañía multinacional a Latinoamérica tuvo complicaciones tales como las dificultades para el pago con tarjetas de crédito, y el acceso y cobertura de la banda ancha. Sin embargo, gracias a la expansión de la infraestructura de internet y el aumento de las velocidades disponibles, así como las nuevas facilidades de pago como tarjetas prepagadas, Netflix cuenta con más de 5 millones de usuarios en América Latina y más de 80 millones de usuarios a nivel mundial, en el momento de escribir este artículo.

Por otra parte, en el campo de la oferta ilegal, encontramos diferentes modalidades de consumo como la piratería casera, las descargas ilegales de internet y las ventas callejeras de películas en DVD (Gil, 2006). Joe Karaganis define la piratería como todas las prácticas oblicuas de copiado, cada vez más digitales, que se desarrollan al margen de las leyes de propiedad intelectual (Karaganis, 2012). Una definición más precisa sería la que considera a la piratería como el acto de copiar o descargar sin pagar un contenido protegido con *copyright*. Realmente los límites de estas prácticas son cada vez más borrosos, lo que dificulta enfrentarlas de manera eficaz. Además, la legislación de cada país varía mucho y esto hace que lo que es piratería en uno no sea igual en otro país. La industria cinematográfica estadounidense calculó en el 2013 que sus pérdidas por la piratería superaron los 20.000 millones de dólares. La consolidación y expansión de internet en todo el mundo permitió el establecimiento de sitios de descargas ilegales de películas. La *Motion Picture Association of America* (MPAA) reveló un listado de los sitios ilegales más difundidos en el mundo, el cual se incluye en la siguiente tabla.

Tabla N° 2

Sitios de descarga o streaming directo
VK.com – Rusia
Uploaded.net – Holanda
Rapidgator.net – Rusia
Firedrive.com – Nueva Zelanda
Nowvideo.sx – Panama/Suiza/Holanda
Netload.in – Alemania
Redes Peer-to-Peer & portales BitTorrent
Kickass.to – Múltiples lugares
Thepiratebay.se – Suecia
Torrentz.eu – Alemania/Luxemburgo
Rutracker.org – Rusia
Yts.re – Múltiples lugares
Extratorrent.cc – Ucrania
Xunlei.com – China
Sitios web con enlaces
Free-tv-video-online.me – Canadá
Movie4k.to – Rumania
Primewire.ag – Estonia
Watchseries.lt – Suiza
Putlocker.is – Suiza
Solarmovie.is – Latvia
Megañimeshd.net – Brasil
Filmesonlinegratis.net – Brasil
Watch32.com – Alemania
Yyets.com – China
Viooz.ac – Estonia
Cuevana.tv – Argentina
Degraçaemaisgostoso.org – Brasil
Telona.org – Brasil

Fuente: MPAA, 2014

Otra forma de consumo de cine ilegal en América Latina es la posibilitada por la proliferación de las ventas callejeras de DVDs. No se conocen cifras confiables sobre esta modalidad de consumo, pero en varios países de la región se habla de una industria muy lucrativa con cercanía con redes delincuenciales. El estupendo documental ecuatoriano “Más allá del Mall” (2010) del director Miguel Alvear descubre un universo paralelo al de la industria y los multiplex, en el que proliferan películas de acción y melodramas realizados por cineastas

autodidactas con bajísimos presupuestos, pero que se venden como pan caliente en los mercados piratas (Alvear & León, 2009). En este otro universo son los actores que quieren alcanzar renombre quienes pagan por participar en las películas. Las cifras de venta de esos DVD piratas que se mencionan en dicho documental llegan a veces a superar a las de la asistencia a salas multiplex en Ecuador. Algo similar ocurre en México donde existe un mercado de consumo amplio de las llamadas *video homes*, películas hechas en video, generalmente de bajo presupuesto y temática de narcotraficantes que salen directamente al mercado de tiendas de video sin pasar por salas de cine. Estas películas van dirigidas al mercado hispano de Estados Unidos y a la población del norte de México. El gobierno recibe fuertes presiones de las grandes industrias cinematográficas estadounidenses (los llamados *majors*) pero teme la “crisis social” que podría causar enfrentar con decisión a los piratas. Tepito, en el centro de Ciudad de México, es el mercado de piratería más grande del mundo, según Dan Glickman, presidente de la MPAA quien lo visitó en el 2005 junto al Presidente de México Vicente Fox (Lobato, 2012). Se calcula que en México entre 30.000 y 70.000 personas se dedican a la venta de CD piratas. En Colombia la piratería es muy grande, un estudio calculó que en el año 2006 el consumo de cine pirata podía alcanzar el 80% del consumo total (Peña, W. Cadbox. Entrevista personal N°4. Abril de 2015).

Otra modalidad de consumo de cine es el visionado por televisión sea abierta o por cable o satélite. Este consumo es medido por los sistemas convencionales de *rating* empleando dispositivos llamados *people meter*, que se instalan a un panel de hogares que conforman una muestra probabilística. La investigación “Contando colombianos: Medición y mercantilización de audiencias mediáticas, conocimiento científico y biopolítica” encontró toda una serie de cuestionamientos a este tipo de mediciones que van desde la representatividad de las muestras a su alcance limitado (solo se cubren algunos centros urbanos y se sobrerrepresenta a los sectores pudientes) pasando por limitaciones tecnológicas (solo se mide el consumo en el hogar y en muchos casos no hay certeza de cuantas personas hay frente al televisor ni de si se le prestaba atención a los contenidos). Nuevamente, este tipo de mediciones no explora las apropiaciones del cine que realiza la gente.

4. Cómo se mide el consumo de cine

Para entender los procesos por medio de los cuales se mide actualmente a las audiencias, debemos entender primero cómo opera la industria. El cine comercial occidental es dominado por seis grandes estudios norteamericanos: Sony, Paramount, Universal, Warner, Disney y Fox. Se conocen como los *majors*. Se encargan de la producción de las películas y a veces también de su distribución, del diseño toda la parafernalia de productos asociados (muñecos, juguetes, etc.)

y de las campañas publicitarias globales para promover las películas de las que esperan extraer mayores ganancias, los *blockbusters*. Por otro lado están las empresas distribuidoras y finalmente las exhibidoras que manejan las salas. Son las que recaudan la taquilla y deciden los horarios de exhibición así como la rotación de las películas. Tienen ingresos adicionales por venta de pasabocas y de la publicidad antes de las películas. Los *majors* reciben un porcentaje de la taquilla recaudada por los exhibidores.

Por otro lado, los gobiernos latinoamericanos cobran impuestos a los exhibidores basados en las cifras de taquilla. A veces los usan para financiar la producción cinematográfica nacional, ya que

[...] la conformación y el desarrollo de la actividad cinematográfica y audiovisual sólo pueden llevarse a cabo con el firme apoyo del Estado, debido a las altas y riesgosas inversiones necesarias que este sector requiere y a la concentración oligopólica de la distribución y la exhibición —básicamente, en manos de los majors. (González, 2014, p. 608).

Esta forma de operación demanda la existencia de estudios serios y confiables que permitan establecer con precisión la asistencia de público a salas y los ingresos por taquilla. Datos adicionales sobre las audiencias serían interesantes pero no primordiales para la industria, ya que a diferencia de los otros medios de comunicación, el cine no depende de los ingresos por publicidad. La televisión, la radio, los medios impresos e internet dependen de la publicidad y requieren la mayor cantidad de datos (demográficos e incluso psicográficos) sobre las audiencias para perfilar nichos de mercado y estrategias adecuadas de mercadeo.

A nivel global, una empresa multinacional con sede en los Estados Unidos tiene el monopolio de las mediciones de asistencia a salas en más de cuarenta países. Se trata de Rentrak. Mide aproximadamente el 99% de las salas de cine en los Estados Unidos y un 95% de la taquilla mundial. Cada sala de exhibición tiene su taquilla conectada a una central de datos de Rentrak que va cuantificando en tiempo real la asistencia y la taquilla. La medición es de tipo censal, no se hace una muestra, por lo tanto, los datos no están sujetos a márgenes de error o niveles de confianza. Rentrak suministra resultados en tiempo real, es decir que se compra un boleto de cine y a los 10 segundos ya tienen la información (Center for Digital Strategies, 2012). Se puede ver la información en cualquier momento, a cualquier hora, se puede agrupar por geografía, ver el país entero o solo algunas salas, también pueden determinar cómo le está yendo a una película en otras partes del mundo.

Los clientes de Rentrak no son solo los *majors*, los distribuidores y exhibidores, sino también anunciantes y empresas como Coca Cola, interesadas en conocer la asistencia en las salas donde se venden sus productos. También son clientes las compañías de televisión por suscripción que quieren entender cómo

están viéndose las películas ya que esto les ayuda a tomar decisiones de compra cuando las películas terminan su ciclo de exhibición en salas (Center for Digital Strategies, 2012).

Rentrak mide la asistencia a salas de cine en España por medio de una herramienta online llamada IBOE (*International Box Office Essentials*). Esta multinacional también tiene presencia en varios países de América Latina pero por múltiples razones no es el estándar de medición de audiencias (*currency*) de cine en varios países de la región. En el cono sur domina un sistema de origen local: Ultracine, que realiza los estudios de audiencia de cine en Argentina, Uruguay, Paraguay, Chile, Perú y Bolivia. Nació en 1997 en la Argentina y se expandió con el incremento de salas multiplex (Giandinoto, G. Ultracine. Entrevista personal N° 3. Abril de 2015). Ultracine es totalmente independiente de los *majors*, no son financiados por ellos sino por los distribuidores, exhibidores, investigadores, universidades y otros patrocinadores. Todas las empresas que quieran acceder a sus resultados deben pagar una cuota. No reciben ninguna clase de auditoría según lo explica Gabriel Giandinoto quien es el Director de Contenido de Ultracine:

Nosotros somos la auditoría. A través nuestro el estudio audita al exhibidor y a través nuestro el exhibidor audita a la distribuidora y el productor a su vez audita a la exhibidora. O sea que estando en el medio nosotros somos la palabra autorizada o válida para dar la información porque somos imparciales (Giandinoto, G. Ultracine. Entrevista personal NO 3. Abril de 2015).

En Argentina el cine nacional tiene mucha fuerza. En el 2014 se exhibieron en ese país 170 películas nacionales, una cifra superior a la de las películas producidas en Hollywood y exhibidas en la Argentina (Giandinoto, G. Ultracine. Entrevista personal N° 3. Abril de 2015). Esta destacada producción nacional ha sido impulsada por un impuesto del 10% a la taquilla que se destina al INCAA (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales); por la cuota de pantalla, que quiere decir que las exhibidoras tienen la obligación de presentar una proporción de cine argentino (Giandinoto, G. Ultracine. Entrevista personal N° 3. Abril de 2015); por el impuesto a la cantidad de lanzamientos (en Argentina hay aproximadamente 900 pantallas, cuando alguna película se presenta en más de 100 pantallas se cobra un impuesto, cuando sobrepasa las 200 es otro diferente y 300 o más pantallas se cobra un impuesto mucho más alto) (Giandinoto, G. Ultracine. Entrevista personal N° 3. Abril de 2015).

En Colombia y otros países latinoamericanos, un estudio grande, de origen español que mide todos los medios, el Estudio General de Medios (EGM) también tiene una sección sobre audiencias de cine. Pero la medición del EGM se hace a partir de una encuesta aplicada a una muestra probabilística y se basa en la recordación. Sus resultados son semestrales y por ello, y por otras razones, los distribuidores y exhibidores de cine en Colombia no emplean el EGM para

determinar sus audiencias. Cuando lo usan, lo hacen para conocer el impacto de la pauta publicitaria de sus películas en la radio y en la televisión, para determinar en qué momento del día es mejor pautar sobre sus películas y el cine en general (Bello, S. Cine Colombia. Entrevista personal N° 1. Diciembre de 2014).

El sistema estándar de medición de audiencias de cine en salas de Colombia es el operado por una empresa local llamada Cadbox, desde el año 2004. Antes de que este sistema se impusiera como estándar, a los *majors* les llegaban varios reportes manuales que tenían un margen de error de entre el 30 y 40%. Se trataba de reportes que no tenían un fundamento estadístico y que trabajaban con base a estimaciones, como lo explica William Peña:

Ellos decían yo fui a un cine que queda en la esquina de mi casa y le fue bien, entonces yo creo que en todo el país le fue bien. Luego se sentaba el gerente de ventas de cada compañía y miraba el reporte de espectadores del fin de semana y veía que las cifras no eran confiables. Pero este problema trascendía porque ya se estaban afectando las negociaciones estratégicas en el mercado (Peña, W. Cadbox. Entrevista personal N° 4. Abril de 2015).

El sistema de Cadbox actual opera de la siguiente forma: cuando una persona compra su boleta para entrar a una sala de cine, en la taquilla se registra la venta en un sistema de software de la compañía exhibidora (Cine Colombia, Cinemark, Royal Films, Cinépolis, etc). Ese sistema de software totaliza las ventas de boletas por función, pantalla, formato (2D o 3D), teatro y día. Cada software de exhibidor es distinto y produce reportes específicos para cada empresa. Cinemark tiene un software americano, Cinépolis uno mexicano, Cine Colombia uno argentino y Procinal uno colombiano. Cada uno de los exhibidores tiene un código diferente para cada película y este código sigue variando si la película viene subtitulada o doblada, en 3D o formato normal. Una vez llega la información de cada compañía exhibidora a Cadbox, una persona encargada y un software especial unifican la información en un solo lenguaje y se genera un reporte que solo estará disponible al día siguiente. Los exhibidores y distribuidores pueden acceder a él por medio de su usuario y contraseña. El informe de Cadbox discrimina por cada película y totaliza su taquilla en los diferentes formatos en que se está presentado. Los reportes miden las salas de cine de todo el país, incluyendo las salas independientes y otras pequeñas (Peña, W. Cadbox. Entrevista personal N° 4. Abril de 2015).

Cadbox realiza auditorías a todos los exhibidores del país las cuales pueden ser en modalidad de incógnito o en directo. En las auditorías de tipo incógnito una persona de Cadbox llega al cine, compra su boleta como si fuera un miembro más de la audiencia, entra a la sala y cuenta cuántas personas hay adentro. Luego verifica que la película inicie, mira que el horario sea el estipulado y se queda registrando más datos. Su informe es posteriormente comparado con la información reportada por el exhibidor en el software para determinar si con-

cuerda. El otro tipo de auditoría es en directo, un representante de Cadbox va con una carta y se la presenta al funcionario de la sala, se para en la entrada y cuenta las personas que entran. Una vez va empezar la función vuelve y realiza el conteo del público y revisa que el horario esté según lo estipulado. Cadbox reporta no solo el cine comercial sino también el cine independiente. Las pocas exhibidoras que no tiene el microcircuito DCI, no pueden reportar a Cadbox. Anteriormente las cinematecas se habían negado a adoptar esta tecnología, pero la presión del mercado y los productores terminó por hacerlas ceder (Peña, W. Cadbox. Entrevista personal N° 4. Abril de 2015).

Una vez se acaba la semana cinematográfica, se miran los resultados de cada película, cuánta gente entró a las salas y cuáles son los horarios y ubicaciones que están dando resultado. Los datos de Cadbox permiten a distribuidores y exhibidores percibir si una película está bien o mal programada en las diversas ciudades y salas de cine. La idea es que esta reunión se realice los viernes con el fin de alcanzar a reprogramar la cartelera, si es necesario, y obtener mejores resultados durante el fin de semana. El estudio es muy útil porque le va a permitir al exhibidor actuar rápidamente a lo que el consumidor está viviendo en las salas de cine (Rivera, K. Procinal. Entrevista personal N° 6. Noviembre de 2014).

Por otro lado este estudio también sirve para saber cuáles son los meses en que mejor se mueven las taquillas, cual es el promedio en precios de la boletería, los mejores días y cómo algunos eventos, por ejemplo, los campeonatos de fútbol, afectan la asistencia a cine (Flores, J. Babilla Films. Entrevista personal N°2. Diciembre de 2014).

La programación y rotación de las películas es otra cosa que depende mucho de los resultados que arroje Cadbox. El cine es un negocio que se mueve muy rápido, hay varios estrenos al mes y por eso si a una película le va mal en su primera semana, incluso en sus primeros días, es lógico que salga de cartelera o que se reduzca su participación en las pantallas. Aquí no hay tiempo para dudar, una película que no funciona le está quitando pantallas y espectadores a posibles estrenos o a películas que si pueden darle mucha más rentabilidad al exhibidor.

Otro tema a considerar es el de la publicidad. La cantidad de anuncios antes de las películas viene aumentando, pero es claro que lo que se ve antes de una película de niños no es lo mismo que se va a ver antes de una película de terror, el público es diferente. Las agencias de publicidad como tal no tienen acceso a Cadbox, pero los exhibidores sí y ellos se guían por este estudio para explicarle a las agencias cómo están organizadas sus salas y cuál es el público que asiste a cada película y así poder segmentar la publicidad de cada producto. Con las cifras de Cadbox las empresas de publicidad pueden conocer o proyectar cuantas personas verán los anuncios (Rivera, K. Procinal. Entrevista personal N° 6. Noviembre de 2014).

Hay entidades como Cine Colombia y Babilla Films que son tanto exhibidores como distribuidores. Para estas empresas en su papel de distribuidores, Cadbox es muy importante. Dentro de este estudio hay una sección que se llama *compe-*

titive en el que los distribuidores informan las fechas de estreno de las películas. Es obvio que un distribuidor no va a querer que su película aparezca en cartelera el mismo día en que se estrena una que ha sido muy exitosa en otros mercados y que viene respaldada por un gran esfuerzo publicitario. Competir con lo que los *majors* llaman un *Blockbuster* no tiene sentido y puede significar no tener un buen estreno (Peña, W. Cadbox. Entrevista personal N° 4. Abril de 2015).

Otra cosa que los distribuidores pueden vislumbrar por medio de Cadbox es el rendimiento de sus películas, así tienen argumentos sólidos para poder hablar con los exhibidores de por qué sus películas deben seguir en las carteleras del país (Flores, J. Babilla Films. Entrevista personal N°2. Diciembre de 2014).

A diferencia de la investigación de audiencias de otros medios como la televisión, el cine maneja unas cifras más confiables ya que los datos de Cadbox no son un estimado sino el total de ventas en las taquillas, no se apela a técnicas de muestreo sino que realizan investigaciones de tipo censal. Otro factor que contribuye a la buena opinión que tiene la industria sobre los informes de Cadbox tiene que ver con la periodicidad: los resultados no son semestrales como los del EGM sino diarios, y si se tiene alguna duda se consulta a Cadbox y se puede averiguar toda la información necesaria (Bello, S. Cine Colombia. Entrevista personal N°1. Diciembre de 2014).

El hecho de que Cadbox sea una entidad independiente de los exhibidores y que los informes sean manejados de forma confidencial, es decir que sin el usuario y contraseña no se tiene acceso a la información, es otro punto a favor de Cadbox (Rivera, K. Procinal. Entrevista personal N°6. Noviembre de 2014). La confianza en el sistema es del 100%, principalmente porque la información la envían los exhibidores directamente. Si hay errores en algunas de las cifras, al día siguiente Cadbox ya está comunicándose directamente con el exhibidor para que rectifiquen sus informes (Flores, J. Babilla Films. Entrevista personal N°2. Diciembre de 2014).

Los sistemas emergentes de medición de audiencias basados en minería de datos y análisis de sentimiento apenas están empezando a implementarse y utilizarse en América Latina en el momento de escribir este artículo. Rentrak ya lo hace en varios mercados alrededor del mundo. Por medio de sistemas de software se analizan *tweets*, publicaciones en *Facebook* y otras redes sociales, blogs o aplicaciones de chat, se determina por análisis lingüístico o semiótico el carácter positivo o negativo y se cuantifican las menciones (Sheth, 2015). Estos métodos más que dar cifras exactas de las audiencias de cine lo que pueden hacer es calcular estimativos del número de personas que pueden llegar a ver una película o que al menos han expresado curiosidad sobre ella o también determinar cuantitativamente la percepción favorable o desfavorable que se ha generado públicamente sobre ella. Por ejemplo, los distribuidores y exhibidores publican en redes sociales el afiche de una película que esta próxima a ser estrenada y los investigadores obtienen datos en tiempo real sobre la cantidad de *likes*, *retweets* y *shares*. En lo que respecta a las páginas *web*, algunos de los

exhibidores usan encuestas en línea que buscan un acercamiento a la audiencia frente a los próximos estrenos. Esto básicamente les ayuda a evaluar el impacto que puede llegar a tener la película y así mismo les da un estimado de más o menos cuantas pantallas van a necesitar para su exhibición.

5. Lo invisible en la medición comercial de audiencias del cine

Una de las cosas que no evalúan ni Rentrak ni Cadbox es la información demográfica de las audiencias: género, clase o edad. Estos datos le permitirían a la industria conocer más a fondo y puntualmente a las personas que son amantes al cine. También les podría servir a futuro para nuevos proyectos y a otras empresas que quieran hacer usos novedosos para sus estrategias de mercadeo a partir de estos estudios. Pero, la industria considera que puede generar suposiciones relativamente acertadas sobre la demografía de los espectadores:

[...] por la clasificación de las películas y por los horarios de las mismas nosotros nos podemos ir dando cuenta de la edad de las personas, además porque también sabemos que a los que les gustan las películas de terror no son los mismos que van a ver una familiar. Son pistas pequeñas, pero muy concisas que nos llevan a conocer a nuestro público (Rivera, K. Procinál. Entrevista personal N°6. Noviembre de 2014).

Otro punto débil de los estudios comerciales de audiencias de cine es que no miden las formas alternativas de verlo, como a través de Netflix y otras plataformas legales por internet. La excusa que ofrecen quienes realizan los estudios es que este tipo de plataformas no forman parte del segmento de negocio que ellos miden. Sin estas cifras se puede decir que el total de la audiencia de cine no es la que ellos expresan en sus resultados, pues es mucha la gente que prefiere ver películas por estas plataformas de internet que ir a las salas de cine, es decir que en estos estudios se está dejando de lado un público bastante amplio.

Sistemas como Cadbox, tal como están implementados actualmente, solo miden la venta de boletas para ver cine en salas, no tienen en cuenta el consumo legal de cine por internet, ni mucho menos el consumo de cine pirata tanto por internet como en formato de DVD. La piratería, se defienda o no, sigue siendo una importante modalidad de consumo de cine. Pero incluso, si se adoptan técnicas de minería de datos y análisis de sentimiento en internet para estudiar y cuantificar a las audiencias del cine por fuera de las salas multiplex, es dudoso que estas cifras puedan dar cuenta de las prácticas de recepción cinematográfica contemporáneas, de toda la pasión y de toda la afectividad que suscitan las películas. Por el ciberespacio circula la conversación cinéfila, cotidiana, ordinaria y anónima:

[...]las críticas de los últimos estrenos cinematográficos en sitios especializados, las conversaciones sobre las películas y las disputas sobre su calidad que se libran en los foros materializan los intercambios orales y las correspondencias escritas off line antes de internet, y on line después de internet, que suscitan entre todos aquellos que aman el cine las películas que han visto, y aquellas que van a ver. (Jullier & Leveratto, 2012, p. 37).

6. Conclusiones

Los sistemas de medición de audiencias de cine en América Latina y el mundo solo contabilizan las cifras de taquilla en salas multiplex y no tienen realmente en cuenta ni las otras modalidades de consumo cinematográfico (legal e ilegal, por internet, televisión, dvd), ni las ricas y complejas apropiaciones y relaciones de la gente con el cine.

Desde un punto de vista ajeno al negocio de los *majors* y más cercano a los estudios de recepción y al análisis cultural de la apropiación del cine que propone Wasko (2006), las investigaciones comerciales dejan mucho que desear. Los estudios producidos por Rentrak, Ultracine y Cadbox no evalúan la relación del público con las películas, no permiten comprender como se las apropia la gente, si prestaban atención a sus contenidos, ni siquiera si quienes compraron una boleta realmente ingresaron a la sala, y si permanecieron adentro viendo toda la película.

Resumiendo nuestras críticas a estos sistemas de cuantificación de las audiencias, concordamos con Jullier y Leveratto (2012) cuando afirman que pensar y comprender esas relaciones complejas pero cotidianas de la gente con el cine implica adoptar un punto de vista más radical: hay que pensar los procesos de recepción como un “arte de usar” (p. 34), como una multiplicidad de pequeños placeres y conflictos que son invisibles detrás de las cifras y los sesudos análisis de la crítica y la academia sobre las imágenes. El amor de la gente por el cine no puede ser reducido a la medición del dinero que gastaron en la taquilla de salas oscuras en centros comerciales.

Como explica Robnik (2005) la cinefilia “involucra casos extraordinarios de prácticas ordinarias: amor por películas extraordinarias; amor intenso por películas comunes, la capacidad de atribuirles cualidades extraordinarias; amor por el medio del cine en su totalidad, una totalidad amada que pasa de ser un medio a convertirse en un arte o en un recuerdo” (p. 55).

Referencias bibliográficas

- Akpabio, E. (2007). Attitude of Audience Members to Nollywood Films. *Nordic Journal of African Studies*. 16 (1), pp. 90-100.
- Allen, R. (2011). Reimagining the History of the Experience of Cinema in a Post-Movie-Going Age. *Media International Australia*. 139 (1), pp. 80-87.
- Alvear, M. & León, C. 2009. Cultura popular, videoesfera y geoestética. En Alvear, M. & León, C. (Ed). *Ecuador bajo tierra. Videografías en circulación paralela*. Quito: Ochoymedio.
- Ang, I. (1991). On the Politics of Empirical Audience Research. En: Gigi, M. & Kellner, D. (eds.) *Media and Cultural Studies. Keywords*. Malden: Blackwell Publishing.
- Ang, I. (1993). *Desperately Seeking the Audience*. London: Routledge.
- Athique, A. (2011). From cinema hall to multiplex: A public history. *South Asian Popular Culture*. 9 (2), pp. 147-160.
- Baecque, A. (2003). *La cinéphilie. Invention d'un regard, histoire d'une culture, 1944-1968*. Paris: Fayard.
- Bowles, K. (2007). 'Three miles of rough dirt road': towards an audience-centred approach to cinema studies in Australia. *Studies in Australasian Cinema*. 1 (3), pp. 245-260.
- Bratich, J. (2005). Amassing the Multitude: Revisiting Early Audience Studies. *Communication Theory*. 15(3), pp. 242-265.
- Center for Digital Strategies (20 de Noviembre de 2012). Hollywood's Rising Star: Turning Data into Dollars with David Chemerow, C. &. *Youtube*. Disponible en <http://bit.ly/2fFN2rF>.
- Collins, A. Hand, C. & Linnell, M. (2008). Analyzing repeat consumption of identical cultural goods: some explanatory evidence from moviegoing. *Journal of Cultural Economics*. 32 (3), pp. 187-199.
- Copertari, G. & Sitnisky, C. (2015). *El estado de las cosas: cine latinoamericano en el nuevo milenio*. Madrid : Iberoamericana
- Couldry, N. (2004). Theorising Media as Practice. *Social Semiotics*. 14 (2), pp. 115-132.
- García, J.V. (2012). La reinención de la exhibición cinematográfica: centros comerciales y nuevas audiencias de cine. *Zer*, 17 (32), pp. 107-119.
- Getino, O. (1987). *Cine latinoamericano. Economía y nuevas tecnologías audiovisuales*. La Habana: Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano. Universidad de los Andes.
- Gil, R. (2006). La piratería en España: el caso de la industria principal y el cine. *IESE Business School-Universidad de Navarra*, 1-21.
- González, R. (2014). La exhibición y la distribución de cine en la Argentina, de espaldas a la digitalización. Ponencia presentada en IV Congreso Internacional Asociación Argentina de Estudios sobre Cine y Audiovisual. Rosario.
- Guback, T. (1978). Are We Looking at the Right Things in Film? Ponencia presentada en Society for Cinema Studies Conference, Philadelphia, PA.
- Hinojosa, L. (2012). Economía política del cine mexicano: oferta y consumo de películas nacionales en Monterrey, México (2001-2010). *Revista Electrónica*

- Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*. 14 (3), pp. 94-102.
- Jullier, L. & Leveratto, J. (2012). *Cinéfilos y cinefilias*. Buenos Aires: La marca editora.
- Karaganis, J. (2012). *Piratería de medios en las economías emergentes*. San Francisco: Social Science Research Council.
- Lobato, R. (2012). *Shadow economies of cinema*. London: British Film Institute.
- Mastrini, G. & Becerra, M. (2006). *Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos Aires: Instituto Prensa y Sociedad
- Meehan, E. (2005). Gendering the Commodity Audience: Critical Media Research, Feminism and Political Economy. En: Gigi, M. y Kellner, D. (eds.) *Media and Cultural Studies. Keywords*. Malden: Blackwell Publishing.
- Proimagenes Colombia. (Diciembre de 2014). Recuperado el 16 de Marzo de 2015, de Boletín # 8 - 2014 II. Disponible en <http://bit.ly/2fedigp>.
- Robnik, D. (2005). Cinephilia as Norm and Narrative in Blockbuster Culture. En: Valck, M. y Hagener, M. (Eds). *Cinephilia: Movies, Love and Memory*. Amsterdam University Press.
- Sánchez, E. (2006). El Cine Latinoamericano: ¿Mercado de Consumo Hollywoodense, o Producción de Pluralidad Cultural? *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*. 2, pp. 16-37.
- Sheth, A.P. (2015). Citizen Sensor Data Mining, Social Media Analytics and Applications. Disponible en <http://bit.ly/2epyBGm>.
- Smythe, D.W. (1977). Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Society Theory*. 1 (3), pp. 1-28.
- Spaulding, S. (2005). Did women listen to news? A critical examination of landmark radio audience research. *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 82 (1), pp. 44-61.
- Stacey, J. (1993). Textual obsessions: Methodology, history and researching female spectatorship. *Screen*, 34(3), pp. 260-274.
- Stacey, J. & Skeggs, B. (1995). The Lost Audience: Methodology, Cinema History and Feminist Film Criticism. En: Skeggs, B. ed. *Feminist Cultural Theory: Production and Process*. Manchester University Press.
- Staiger, J. (2000). *Perverse Spectators. The Practices of Film Reception*. New York: New York University Press.
- Staiger, J. (2005). *Media Reception Studies*. New York: New York University Press.
- Villanueva, R. (2015). Audiencias indígenas. En: Mora, P. (ed). *Poéticas de la resistencia. El video indígena en Colombia*. Bogotá: Cinemateca Distrital.
- Wasko, J. (2006). La economía política del cine. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*. 11, pp. 95-110.
- Wortman, A. 2006. Viejas y nuevas significaciones del cine en la Argentina. En: Sunkel, G. (ed). *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

2015, condiciones de mercado para la visibilidad de producciones independientes en la industria cinematográfica mexicana

*2015, market conditions for independent productions
to be seen in the Mexican film industry*

*2015, condições de mercado para a visibilidade de produções
independentes na indústria cinematográfica mexicana*

Andrés BARRADAS

Instituto Tecnológico de Monterrey, México /arbarradas@itesm.mx

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Monográfico, pp. 165-182)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 03-06-2016 / Aprobado: 11-10-2016

Resumen

Esta investigación presenta algunas razones para entender cómo funciona la distribución y exhibición en México para las producciones cinematográficas nacionales. Se muestran algunos datos oficiales publicados por el Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine), la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (Canacine) y opiniones de expertos dentro y fuera de la industria. Con particular énfasis en el universo de películas independientes (que tengan menos de 10 copias) y su destino en el mercado de la distribución y exhibición en México, ampliamente dominado por compañías extranjeras y oligopolios nacionales.

Palabras clave: distribución; exhibición; virtual print fee; ingresos.

Abstract

This research shows some points of view to understand the distribution and exhibition issues in Mexican film industry. There are some official data published by the Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine), the Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (Canacine) as well as expert opinions inside and outside the film industry. The main issue is focused on independent films made in Mexico (with less than 10 copies) and the way these are being distributed and exhibited in Mexico in a market usually dominated by foreign companies and national oligopolies.

Keywords: distribution; exhibition; virtual print fee; income.

Resumo

Esta investigação apresenta alguns argumentos sobre distribuição e exibição das produções cinematográficas nacionais no México. Serão expostos alguns dados oficiais publicados pelo Instituto Mexicano de Cinematografia (IMCINE), a Câmara Nacional da Indústria Cinematográfica (CANACINE) e opiniões de especialistas dentro e fora da indústria, com especial ênfase para o universo de filmes independentes (com menos de 10 cópias) e seu destino no mercado da distribuição e exibição no país, amplamente dominado por companhias estrangeiras e oligopólios nacionais.

Palavras-chave: distribuição; exibição, Virtual Print Free; ingressos.

1. Introducción

A lo largo del tiempo la industria cinematográfica en México ha posicionado producciones filmicas de calidad que enfrentan un mercado muy competitivo, dominado principalmente por las producciones provenientes de Estados Unidos. Mirando con atención la historia de esta industria no es difícil deducir que hubo un tiempo en el que la producción, la distribución y la exhibición del cine mexicano contaba con un público expectante; el cual era contrario al aludido por Paul Leduc en la reciente entrega de los premios Ariel 2016 en México a lo mejor de la cinematografía nacional, y recuperado por Mónica Cruz para el periódico El País.

El público de hoy no es el de antes, el de la Época de Oro, el del cine de estreno a cuatro pesos. Hoy no prefiere lo mexicano. Hoy no le gusta lo mexicano. Hoy quizá ya no quiere ser mexicano. (Cruz, 2016)

En su discurso, Leduc hace alusión a un público perteneciente a la llamada Época de Oro del cine mexicano, una etapa comprendida entre los periodos presidenciales de Lázaro Cárdenas del Río y Adolfo Ruiz Cortines, de “estrellas delante de cámaras y técnicos detrás de ellas que consiguieron despertar el interés en la prensa mundial a lo largo de cuatro sexenios dentro de la historia de un cine en su época dorada” (Barradas Gurruchaga, 2015, p. 17).

Las historias eran tanto urbanas como de tipo ranchero, y el público expectante conocía las propuestas cinematográficas que envolvían historias de amor, odio, diferencias sociales y complejos internos con el vecino país del norte, como en el caso de *Campeón sin corona*; cintas en las que los valores familiares eran representados en ocasiones con sorna y en otras, con burlas a un régimen de gobierno de antaño, como en *Una familia de tantas*.

Dentro de la industria cinematográfica mexicana hay una historia alusiva al cine independiente, ese que lucha por sobrevivir ante las grandes compañías productoras, las estrellas, el *star system* y los modelos de negocio que conforman el mercado cinematográfico mexicano. Este tipo de cine independiente comenzó a gestarse, en el caso de México, de la mano de sus directores y productores en la década de los años 20; un fenómeno que se repetiría en los años cincuenta cuando fueron creados cineclubes con fines de crítica y análisis cinematográfico. Como parte de su evolución, más tarde se crea el primer concurso de cine experimental a mediados de la década de los sesenta y a finales de los setenta con la cooperativa Río Mixcoac, de la mano de Gabriel Ripstein y la cinta *Bandera rota*.

En la década de los ochenta, un grupo de directores y productores comenzó a destacar con iniciativas como las cooperativas y el financiamiento privado: Gabriel Retes, Alfredo Joskowicz o Jaime Humberto Hermosillo entre otros.

En esta etapa fue muy importante el involucramiento del Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine) que fue creado para apoyar a la industria del cine:

Instituto Mexicano de Cinematografía es el organismo público descentralizado que impulsa el desarrollo de la actividad cinematográfica nacional a través del apoyo a la producción, el estímulo a creadores, el fomento industrial y la promoción, distribución, difusión y divulgación del cine mexicano. (Imcine, 2015)

Con directores como Carlos Carrera, Alfonso y Carlos Cuarón, Fernando Sariñana o Alejandro González Iñárritu, la industria cinematográfica mexicana comenzó a levantar el vuelo en los años noventa, llamando la atención de público y crítica. El talento mexicano destacó por su gran labor haciendo resaltar historias con un abordaje distinto, ganando un lugar en festivales internacionales con cintas como *Heli*, que refleja por cierto un momento social de mucha violencia en México. Su director Amat Escalante, recibió el premio a mejor director en el festival de cine de Cannes en 2013.

A nivel nacional, en la entrega de los premios Ariel 2015 a lo mejor del cine mexicano, la gran ganadora fue *Güeros*, obtuvo el premio a mejor película, mejor ópera prima, mejor dirección, mejor fotografía, mejor sonido *ex aequo*. Coproducida por Imcine y postal producciones, obtuvo ingresos por casi dos millones y medio de pesos.

Tabla 1

Película	Pantallas	Copias	Asistentes	Ingresos (pesos)
Güeros	48	49	55 530	2 479 145

Fuente. Imcine, 2015.

Más adelante se abordará la relación que tiene el número de pantallas en las que una película es exhibida y los ingresos, resultado de una inversión arriesgada que busca su recompensa en las taquillas del país.

El abordaje de esta investigación está centrado en las producciones independientes que fueron realizadas durante el año 2015, estableciendo una relación costo-beneficio encaminada a dilucidar la capacidad de rentabilidad de una película independiente, anclada de manera directa a los números que haya generado en taquilla.

2. El estudio del cine independiente

La definición de una producción independiente es similar para varios autores pero con diferencias importantes, algunos afirman que una producción independiente es aquella que es realizada por una productora pequeña, que no per-

tenece a los grandes estudios, “...que ha sido producida fuera de los grandes estudios cinematográficos y, en Estados Unidos, principalmente con personal no afiliado al sindicato. Por lo general es una producción de bajo presupuesto de una productora pequeña.” (Martínez-Salanova, 2016).

De hecho así fue como se fundaron los estudios de Hollywood, a partir del movimiento de productores cinematográficos que buscaron trabajar sin depender del monopolio de Edison y su grupo.

El término independiente fue usado inicialmente a finales del siglo XIX para describir a todos aquellos productores que empezaron a trabajar a la sombra de las grandes compañías que en aquel entonces controlaban el mercado cinematográfico y que formaban parte de la MPPC (Edison, Biograph, Vitagraph, Essanay, Pathé, etc.). (Olaskoaga, 2015, p. 10)

Años después, el director que comenzó a destacar por su manera de hacer cine fue John Cassavetes, de quien se dice que pudo realizar la película *Shadows* en 1959 gracias a miles de oyentes del programa de radio *Night People Story*, quienes aportaron algunos dólares para financiar esa producción.

La mayoría de las posturas coinciden en que dentro del cine independiente existe una mayor libertad creativa y de decisión para los directores, debido a la poca dependencia y atadura a un productor que espera recibir dividendos de su inversión inicial en el proyecto. Sin embargo, para efectos de esta investigación, hay que aclarar que una producción cinematográfica independiente es tomada en cuenta desde su realización hasta el momento en que puede ser vista por el público, definida por el proceso que vive no solamente durante su realización, sino también durante las etapas de distribución y exhibición. Será en esas tres etapas en las que el proceso estará invariablemente afectado por una falta de presupuesto para lograr el objetivo de terminar una película y exhibirla en igualdad de condiciones con otras películas. La medición que servirá de parámetro será el número de pantallas en las que fueron exhibidas las películas mexicanas en 2015. Dicho de otra forma, se establece un acercamiento hacia la rentabilidad de una película independiente hecha en México, que está directamente relacionada al esquema de distribución y exhibición de la misma y por tanto, dependiente de los ingresos de taquilla. Se establece el concepto de rentabilidad como el nivel de beneficio de una inversión con respecto de los resultados de asistencia traducidos en un monto económico.

Para ello se abordan como marco referencial las producciones cinematográficas realizadas en México durante 2015 y los números más representativos en cuanto a producción, distribución y exhibición. Serán establecidos los puntos que caracterizan a una producción independiente para los fines que persigue esta investigación, y que las distinguen en la industria cinematográfica mexicana, así como también la visibilidad que hayan tenido dichas producciones y su posible rentabilidad.

Se propone una hipótesis inicial en la que se afirma que –de asegurarse la visibilidad de una producción independiente bajo condiciones similares a las que reciben las cintas que cuentan con más de 50 pantallas para su distribución y exhibición– podría plantearse un esquema de rentabilidad basado en la asistencia a las salas de cine. La variable independiente es conformada por el *Virtual Print Fee*, cuya medición cuantitativa afecta directamente a la variable dependiente compuesta por los ingresos obtenidos en taquilla de cada película independiente.

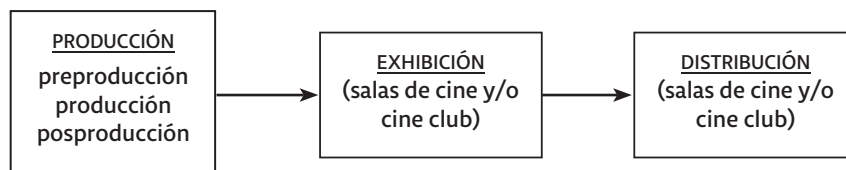
Se tomará en consideración que este tipo de películas independientes se desenvuelve dentro de un esquema de distribución y exhibición determinado por la industria cinematográfica –amén de valorar si es un esquema óptimo–, o bien se buscan otros canales más allá de los tradicionales, desde las salas de cine de organizaciones como cinépolis, cinemex y los espacios proporcionados por la Cineteca Nacional, hasta los medios de exhibición conocidos como emergentes: organizaciones como Netflix, plataformas digitales como filminlatino, instituciones académicas e iniciativa privada. El objetivo se centra en saber cuál es el destino en cuanto a distribución y exhibición de una producción independiente y plantear cambios, en caso de ser necesarios, a este paradigma de la industria cinematográfica en México.

Es importante contar con esta información para tomar conciencia, reflexionar las posibilidades de solución, y generar un planteamiento o esquema, si es el caso. Lo que se pretende es impulsar la creación cinematográfica pero abordando los rubros finales de distribución y exhibición ya que si en 2015 se produjeron 140 películas en México –la mayor cifra en la historia del cine mexicano– al menos de primera vista parece que el problema no está en la etapa de producción de los films.

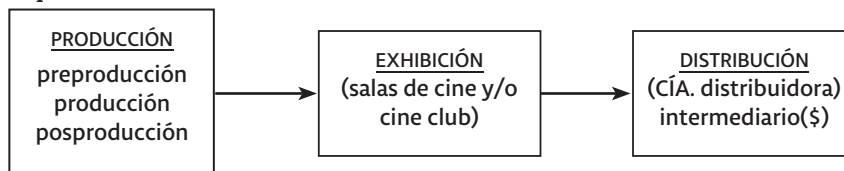
3. Realización cinematográfica en México

Recordemos que son tres etapas las que componen el proceso de realización de una película desde el nacimiento del proyecto, hasta su llegada a las salas de cine:

Esquema 1



Fuente: elaboración propia

Esquema 2

Fuente: elaboración propia

La etapa de producción está compuesta por tres sub-etapas que son la pre-producción (gestación y preparación del proyecto con todas sus aristas), producción (realización de la obra cinematográfica en locación, estudio o ambos), y postproducción (etapa relacionada con los elementos técnicos que pueden dar realce a toda la obra en diversas áreas como: corrección de color, audio (diálogos, música, folies, etc), edición, efectos especiales).

La etapa de la distribución remite al trabajo que realiza una compañía distribuidora para posicionar una obra cinematográfica en las salas de cine. Este trabajo puede incluir estudios de mercado, análisis de públicos por zona y/o estrato socioeconómico, generación de estrategia comercial y publicitaria, negociación con salas de cine de México y el extranjero, posible lanzamiento de la obra en festivales internacionales de cine. O bien, que las personas involucradas en el proyecto –sin apoyarse en la labor de una compañía distribuidora– realicen las labores citadas con anterioridad.

La exhibición es el fin último de una obra cinematográfica: que pueda ser vista por una gran cantidad de personas. Sobre todo si recordamos que la gran diferencia que trajo el cinematógrafo de los hermanos Lumière por encima de sus competidores fue el hecho de funcionar como una herramienta de comunicación masiva, que pudo llegar a un público numeroso con una misma proyección.

Vale la pena iniciar un breve análisis del proceso integrado de producción, distribución y exhibición de las producciones realizadas en México durante el año 2015, los números oficiales de Imcine indican que el costo promedio por producir una película en México fue de 8 millones de pesos, y el número de películas mexicanas producidas fue 140, el 70% apoyado por el Estado. La producción de documentales representó el 35% del total con 50 documentales, en la Cineteca Nacional fueron exhibidas un total de 33 películas mexicanas, el 23,5% de las producciones logradas en el año. Sin embargo de las 140 producciones realizadas en géneros de ficción, documental y animación, solamente 80 fueron estrenadas en el mismo año, es decir el 57%.

Tabla 2

Año	Películas mexicanas producidas	Películas mexicanas estrenadas	% películas estrenadas
2015	140	80	57%

Datos obtenidos del anuario estadístico de Imcine 2015.

En cuanto a los números, aparentemente no se le podría objetar nada al rubro de la producción con 140 películas realizadas a lo largo del año, el mejor año en la historia de la industria de cine en México. Aquí un punto importante que vale la pena resaltar, incluido en el discurso de Leduc citado por Cruz: “de lo producido el año pasado, según el anuario de Imcine, se apoyaron 78 cortometrajes, 21 documentales, y largometrajes de ficción fueron entonces 46” (Cruz, 2016).

Si bien la calidad puede ser calificada subjetivamente con base en parámetros de medición determinados por parte de un jurado, críticos, analistas o directores de cine, la cantidad de producciones cinematográficas lograda en 2015 se antoja al menos, insuperable.

El involucramiento por parte del Estado actualmente refiere a tres iniciativas para apoyar la labor cinematográfica en México: el Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (Foprocine)¹, el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine)² y el Estímulo fiscal (Eficine 189)³, fondos determinados por el Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine).

La industria del cine mexicano ha tenido idas y vueltas, como lo detalla Alejandro Pelayo en su estudio sobre cine independiente de los años setenta y ochenta, publicado en 2012, en el que analiza catorce películas de largometraje y de ficción, amén de encontrar características en común al respecto de su contenido temático y fórmula de producción. En él comenta que “Al concluir 1979 quedó muy claro para los cineastas que la política cinematográfica estatal había cambiado. La apuesta de la titular de RTC fue la reprivatización de la industria fílmica” (Pelayo, 2012, p. 72).

Hoy en día las nuevas tecnologías han permeado en nuestra sociedad y dan oportunidad a poder producir contenidos audiovisuales con un menor costo y

1 Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (Foprocine), es un fideicomiso con convocatorias de apoyo para producción o postproducción de largometrajes (de 75 minutos o más) de ficción, documental y/o animación.

2 Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine), es un fideicomiso de apoyo a la producción, postproducción, distribución y exhibición de largometrajes (de 75 minutos o más) de ficción y/o animación que otorga apoyos vía capital de riesgo y créditos.

3 Eficine 189 es un estímulo fiscal para los contribuyentes que otorga el Artículo 189 de la Ley del Impuesto sobre la Renta (LISR) y que apoya la producción o postproducción de largometrajes de ficción, animación y documental; así como la distribución de películas. A través de Eficine, los contribuyentes que inviertan en proyectos cinematográficos en México pueden obtener un crédito fiscal, equivalente al monto de su inversión, contra el impuesto sobre la renta en el ejercicio en el que se determine el crédito. El contribuyente da un porcentaje de sus recursos fiscales a la empresa productora y la SCHP le otorga un crédito fiscal hasta por 20 millones de pesos que puede utilizar en sus declaraciones de ISR posteriores al año fiscal en que lo otorgó.

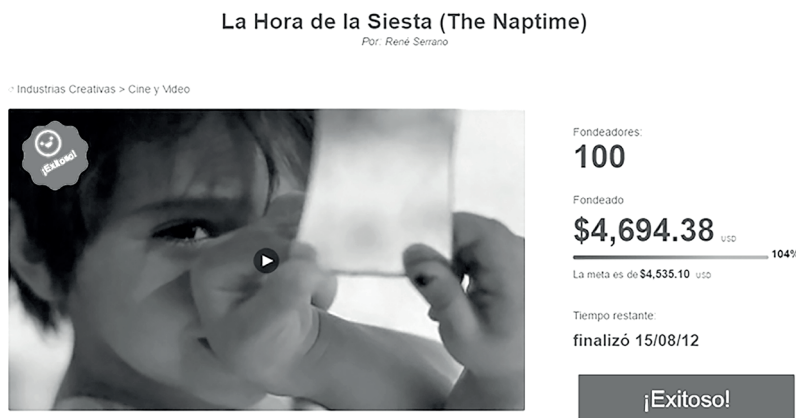
en poco tiempo, pudiendo postproducir una historia, incluso, desde una computadora portátil. El almacenamiento de los formatos digitales también facilita la labor creadora de los cineastas, tanto en los elementos técnicos como cámaras o *smartphones* con capacidad de grabación en *full hd* o 4k, hasta los discos duros, las plataformas como Dropbox y tarjetas sd.

En la industria cinematográfica mexicana puede haber más de un camino con respecto a la distribución, etapa intermedia entre la producción y la exhibición de una película. Mientras que algunas producciones logran negociar con una compañía distribuidora los planes de distribución, otras apuestan por acomodar su película en salas de cine por sus propios medios. Ahí está el caso de *Nosotros los nobles*, película por la que Warner Bros. pagó cuatro millones y medio de pesos para tener los derechos de su distribución en México; esa misma compañía "...invirtió diez millones más en copias y publicidad para el lanzamiento de la película" (Forbes, 2013).

Por otro lado, producciones como *La hora de la siesta*, largometraje documental de Carolina Platt, se lanzan de manera independiente tratando de obtener recursos económicos utilizando los medios emergentes y plataformas digitales como *Fondeadora*, la cual se presenta como,

[...] una plataforma de Fondeo Colectivo o Crowdfunding, una nueva forma de fondear proyectos creativos. En Fondeadora, buscamos fomentar el talento, la creatividad y la innovación, ayudando cualquier emprendedor a promover sus ideas y encontrar el financiamiento que necesita para poder materializarlas. (Fondeadora, 2015)

Imagen 1. Screen shot del proyecto documental cinematográfico *La hora de la siesta* (Serrano, 2012).



El anuario estadístico de cine mexicano 2015 destaca que de 47 empresas que participaron en la distribución de las producciones mexicanas, 30 ya han distribuido más de una de película en los últimos años, en tanto que 17 fueron creadas exprofeso para la distribución de una sola película, lo que las delimita como independientes. Esto refleja gran parte de la situación, con 17 producciones que emprenden una labor de distribución por propios medios debido a los compromisos económicos que una cinta tendría que adquirir para contratar los servicios de una compañía distribuidora.

En el anuario estadístico de Imcine 2015 se da la cifra del 70% en asistencia para las producciones distribuidas por Videocine, 9% para las cinco que distribuye Cinépolis y 21% de asistencia por parte de las distribuidoras que estrenaron solamente una película. Sin embargo, al tomar los datos de la tabla 17 de dicho anuario estos porcentajes varían, quedando de la siguiente manera:

Tabla 3. Participación de las compañías distribuidoras en los estrenos nacionales

Distribuidoras	Asistentes %
Videocine	71.80
Cinépolis	8.62
Warner bros int'l	8.38
Universal int'ñ	4.28
Distribuidoras con 1 película	14.08

Fuente: Imcine, 2015.

En la tabla anterior se muestra la gran participación activa dentro del mercado de la distribución por parte de Videocine, casi hegemónica y dedicada a la distribución de cintas nacionales y extranjeras, con alianza con Lionsgate para la distribución de películas mexicanas en Estados Unidos. Es importante comentar que el gigante de la exhibición Cinépolis, también está en la lucha por dominar el mercado de la distribución al lado de Warner Bros. y Universal. Distribuidoras mexicanas como Canana, Mantarraya, Corazón, Gussi entre otras, se mantienen en el mercado de la distribución de forma más discreta. Prácticamente quedan fuera las 17 distribuidoras a las que hace alusión Imcine, con una tajada mínima de la asistencia a los estrenos nacionales.

Estas cifras encajan a la perfección con la opinión de la productora Mónica Lozano (Alebrije cine y video, y *Diamond Films*), al afirmar que,

[...] el mercado no te da la posibilidad de recuperar las inversiones porque no hay competencia. Es decir, cuando hay un oligopolio en los medios de comunicación, cuando hay dominio en los medios de exhibición y en la distribución, son unos pocos los que definen qué va a ver el público, qué dimensión, con qué inversión y qué temas... y es ahí donde están limitándose la diversidad, la pluralidad y la posibilidad de los retornos de inversión para un proyecto que no se acomode a la visión particular de estos monopolios o empresas dominantes. (Magaña, 2016)

Lozano muy probablemente se refiere a las nacionales Televisa, TV Azteca, Videocine, Cinépolis y Cinemex cuando habla del oligopolio de los medios de comunicación y del dominio en exhibición, y evidentemente a las extranjeras Warner y Universal para establecer en su argumento la poca diversidad y pluralidad en los contenidos que se ofertan en las salas de cine.

Gracias a los avances tecnológicos la distribución de las películas tiene un camino menos tortuoso. Antes, el proceso involucraba la entrega física de rollos de película, después la emisión virtual de las películas –en el caso de algunos estrenos– vía satélite, pasando por formatos digitales de exhibición, el *digital cinema package* (DCP) y el ya casi extinto DVD. Desafortunadamente para muchas películas la distribución no alcanza un nivel nacional, o en el mejor de los casos la llegada a las salas de cine se retrasa por meses o incluso años; ya sea por el interés de un público que sigue de cerca las novedades de Hollywood o bien por políticas en los esquemas de distribución tales como la cuota *Virtual Print Fee* (VPF).

Dentro del esquema tradicional de la exhibición de una película, las compañías distribuidoras se encargaban de realizar los rollos de película (copias) que serían distribuidos a razón de un rollo por cada sala de cine. Ya en 2013 sitios online como *factoriadelcine* estimaban un comparativo de precios entre una copia de 35 milímetros en unos 1200 euros, y una copia digital en 100 euros.

Sin embargo, a pesar de la reducción del costo con respecto a la manufactura de las copias en versión digital, hay otras aristas que es importante retomar, tales como la adaptación que tuvieron que hacer las compañías exhibidoras como Cinépolis o Cinemex al invertir millones de dólares en equipo de proyección digital. Se planteó entonces un esquema de recuperación para las exhibidoras mediante el cual las compañías distribuidoras se obligan a pagar una cuota, el VPF con un costo que llega a ser de hasta 800 dólares en México por cada pantalla en la que la película sea exhibida.

Al respecto del *Fee* por pantalla, el director de ventas de Corazón Films, Xavier Hernández, comenta que el VPF es variable: “Hay que aclarar que cada exhibidora tiene sus propias tarifas y reglas a la hora de hacer negociaciones” (Calderón, 2015). La variación puede depender de factores como el tamaño del film, y de la estrategia de lanzamiento a nivel nacional, o si es un *blockbuster*, estableciendo un VPF aproximado de 500 dólares a la semana.

Para dimensionar lo anterior, se muestran a continuación las 5 películas mexicanas con la mayor cantidad de copias, pantallas de exhibición y de ingresos, y las 5 películas mexicanas con menor cantidad copias, pantallas de exhibición y de ingresos que fueron estrenadas en 2015.

Tabla 4

Película	Pantallas	# copias	Asistentes	Ingresos (pesos)
Un gallo con muchos huevos	3165	1891	4 131 013	167 808 502
El gran pequeño	1722	1100	3 342 259	148 326 392
A la mala	1487	1165	2 801 115	126 608 242
Don gato. El inicio de la pandilla	1480	615	1 471 288	54 105 750
Gloria	1969	774	750 817	34 947 069

Fuente: Imcine, 2015.

La película que obtuvo mayores ingresos es la que cuenta con un mayor número de copias y con mayor número de pantallas de exhibición. Con 3165 pantallas a razón de 800 dólares cada una, un monto estimado correspondiente al VPF que pudo haber contraído dicha producción es de 2.532.000 dólares.

Tabla 5

Película	Pantallas	# copias	Asistentes	Ingresos (pesos)
Escrito con sangre	1	1	366	13 625
L for leisure	1	1	110	4 975
La hora de la siesta	1	1	47	2 080
Rezeta	1	1	38	1 750
Cacahuete	2	1	14	601

Fuente: Imcine, 2015.

En el caso de las películas que menor monto obtuvieron, solamente una fue exhibida en 2 salas de cine, pagando el VPF correspondiente (el doble que las otras de la tabla) y sus ingresos fueron menores. La apuesta por la exhibición en diversas pantallas se refleja en la cinta *Cuando den las tres*.

Tabla 6

Película	Pantallas	# copias	Asistentes	Ingresos (pesos)
Cuando den las tres	16	1	805	32 395

Fuente: Imcine, 2015.

Esta película cuenta con solo una copia, pero apostó por ser exhibida en 16 pantallas (12.800 dólares), teniendo como resultado una asistencia de 805 personas e ingresos por 32.295 pesos.

Tabla 7

Película	Pantallas	VPF (pesos)	# copias	Asistentes	Ingresos (pesos)
Un gallo con muchos huevos	3165	47 348 400	1891	4 131 013	167 808 502
Cuando den las tres	16	239 360	1	805	32 395
Cacahuete	2	29 920	1	14	601

Nota: El valor del VPF reflejado en la tabla es resultante de un costo/pantalla alcanzable del VPF de 800 dólares, multiplicado por el número de pantallas de cada producción, con el tipo de cambio a 18,70 pesos el dólar.

Los resultados son muy dispares, tanto en el monto que cada producción decidió invertir para colocar su película en un número determinado de pantallas como en los ingresos obtenidos. Con una diferencia cercana a los 50 millones de pesos con respecto a la inversión que implicaría llevar *Un gallo con muchos huevos* a 3165 pantallas, por los 30 mil pesos que la película *Cacahuete* invertiría para tener derecho a ser exhibida en 2 pantallas.

Ya se comentó previamente que de acuerdo con datos proporcionados por Imcine el costo promedio de una producción cinematográfica es de 8 millones de pesos, por lo que es labor de las productoras encontrar esquemas atractivos para diversas marcas que puedan generar ingresos a favor de la producción, con estrategias tan válidas como el *product placement*, o bien los apoyos antes mencionados que proporciona el Estado por medio de Imcine (Foprocine, Fidecine, Eficine).

Anteriormente se decía que una cinta se estrenaba con determinado número de copias, ya que el formato en el que se distribuían era de 35 mm y por ende era necesario que cada cine contara con una copia física. No obstante, desde 2014 el 100% de los cines comerciales entró en la era de la digitalización y ahora se distribuye por pantallas, con el VPF por cada una de ellas. El costo de hacer una copia podía rondar los 10 mil pesos, ahora con los costos del DCP y VPF el costo se incrementa a unos 15 mil pesos, con un costo que ha sido establecido en dólares, por lo que, además, estaría sujeto al tipo de cambio peso-dólar.

Revisando los números, en un comparativo entre el dinero que una producción invierte en las pantallas de exhibición con su correspondiente VPF y los ingresos de taquilla, los resultados económicos estimados de las tres películas de la tabla anterior son los siguientes:

Tabla 8

Película	VPF (pesos)	Ingresos (pesos)	VPF vs Ingresos
Un gallo con muchos huevos	47 348 400	167 808 502	+120 460 102
Cuando den las tres	239 360	32 395	-206 965
Cacahuete	29 920	601	-29 319

Fuente: Imcine, 2015.

Queda en evidencia la pérdida de dinero en las dos producciones que solamente cuentan con una copia para distribución, aunque las pantallas de exhibición varían en número. En cambio, la apuesta de *Un gallo con muchos huevos* muestra saldo acreedor.

El anuario estadístico de cine mexicano 2015 destaca que de las 140 producciones realizadas en ese año, el 13% fue proyectado en todos los estados, y las películas con más de 200 copias representaron el 94% de los asistentes. A continuación una tabla comparativa con la totalidad de películas producidas en 2015 y el número de copias exhibidas.

Tabla 9

Películas	Copias	Estreno en las 5 regiones del país (promedio)
6	400+	5
12	200 - 399	4.9
9	50 - 199	5
17	10 - 49	4.58
21	2 - 9	1.8
15	1	1.46

Fuente: Imcine, 2015.

Una de las mediciones más representativas para distinguir las películas independientes está representada en la tabla anterior, tanto en el número de copias como en las regiones del país en las que fueron exhibidas para su estreno. De hecho el mismo anuario expone textualmente, con respecto a la lista de películas con una copia para exhibición, que se trata de “estrenos independientes o de pequeñas distribuidoras creadas exprofeso para el lanzamiento de una película” (Imcine, 2015, p. 88). Es decir, medidas de emergencia tomadas por las producciones cinematográficas, para lograr la ansiada distribución/exhibición en las salas de cine.

4. Desempeño de películas independientes

Tomando en consideración las distinciones que hace Imcine en cuanto a número de copias, procedemos a tomar aquellas con menos de 10 copias como las producciones independientes, como parte del universo de estudio de esta investigación. Estas películas representan las siguientes cifras en cuanto a estreno y asistencia en 2015:

Tabla 10

Películas	Copias	Estrenos mexicanos %	Asistencia a películas mexicanas %
36	1 - 9	45%	1.14%

Fuente: Imcine, 2015.

Con un total de 36 producciones independientes, las películas con un número de copias menor a 10 representan el 45% de los estrenos mexicanos en 2015, casi la mitad de las películas producidas en este año, y una asistencia del 1.14% es decir muy poco o nada conocidas por el espectador promedio. Con esas cifras el panorama en cuanto a asistencia es desolador para estas producciones. En cambio, en el área de la exhibición, el nicho de mercado crece cada vez más.

Tras la apertura de 278 salas de cine nuevas en 2015, el total de pantallas instaladas en el país alcanzó 6067, poseídas principalmente por dos cadenas: Cinépolis con 3037 y Cinemex 2541, lo que hace de México el cuarto lugar mundial en este rubro (López, 2016, p. 5).

En su momento, Sergio Olhovich fue otro de los directores de cine que apostó por una renovación del sistema de producción cinematográfica, solía decir que “...el cooperativismo es una de las formas más avanzadas de producción, por ello se erige como la opción para que el cine mexicano haga películas de calidad” (Cineteca Nacional, 2014, p. 5).

Enfatiza la intención de crear una cooperativa como un esquema fresco para la producción, basado en la unión de directores de cine para generar propuestas distintas, propias de un cine conocido popularmente como cine de autor.

De acuerdo a las cifras proporcionadas por la Cámara nacional de la industria cinematográfica (Canacine) en su sitio web, la taquilla de finales de mayo del 2016 registró los siguientes números:

Tabla 11

Lugar	Película	Ingresos	Asistentes	Distribuidora
1	Alicia a través del espejo	83,829,367	1,576,248	Disney
2	X-Men Apocalipsis	49,856,135	995,062	Fox
3	¿Qué culpa tiene el niño?	23,908,576	467,785	Diamond Films
4	Buenos Vecinos 2	21,113,878	422,352	Universal Pictures
5	Angry Birds la película	12,487,943	287,043	Sony
6	La bruja	10,152,997	206,201	Universal Pictures
7	Lo mejor de mi vida	5,111,198	87,772	Gussi Cinema
8	Civil War	3,932,740	86,164	Disney
9	Rumbos paralelos	3,081,285	62,500	Videocine
10	El libro de la selva	1,555,682	48,945	Disney

Fuente: Canacine, 2016.

Se perciben en esta tabla las condiciones de mercado en las que deben interactuar las producciones cinematográficas mexicanas en los rubros de distribución y exhibición en el país, reflejadas en los resultados de ingresos con una participación protagónica por parte de películas extranjeras en el top ten de este rubro.

En estos datos aportados por Rentrak vía Canacine es clara la desventaja de las producciones hechas en México representadas por las cintas: ¿Qué culpa tiene el niño?, que estrenó con más de 1700 copias, y *Rumbos paralelos*, cuyo estreno abarcó más de 400 copias. Ambas películas están alejadas del concepto de independientes abordado en este trabajo, y confirman la premisa y objetivos de este artículo: las condiciones de mercado para la distribución y exhibición de películas independientes son desfavorables y por tanto, no permiten la rentabilidad o bien la recuperación de la inversión inicial de este tipo de cintas.

Para concluir con esta investigación, entre los factores más importantes que afectan a estas producciones están: la atención que los medios de comunicación disponen a cintas extranjeras, el papel que las empresas dominantes de las áreas de distribución y exhibición ejercen en la industria cinematográfica mexicana, y desde luego el costo por pantalla (VPF) que deja lugar a dudas por las ambigüedades que presenta y han sido mostradas en este texto.

5. Propuestas y conclusión

Con los datos y cifras revelados en esta pesquisa queda clara la relación directamente proporcional entre el número de pantallas que exhiben una película y los ingresos en taquilla de la misma. Considerando dichos datos, se han generado las siguientes propuestas de mejora en este aspecto:

- El Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine) debe considerar el establecimiento de fondos de apoyo dedicados exclusivamente a la distribución/exhibición de películas independientes que cuenten con menos de 10 copias.
- Con respecto al *Virtual Print Fee*, hace falta un mayor involucramiento para definir: a) Un costo fijo y/o variable, para producciones nacionales y/o extranjeras. b) Esclarecer por cuánto tiempo más los productores y distribuidores deberán pagar el monto del VPF. Si se trató de una sola inversión de las compañías exhibidoras sería muy bueno incorporar una política de cuentas claras, un *open government* de la industria de la exhibición.
- Plantear un esquema de exhibición con una línea industrial, para dar oportunidad a las producciones de ser vistas cronológicamente. Desde luego, contando con filtros de calidad establecidos por las instancias de gobierno correspondientes.
- Aglutinar a los diversos actores de la industria cinematográfica: Asociación Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas (AMACC), productores, distribuidores, exhibidores, gobierno (Secretaría de Cultura, Imcine), para determinar el valor del VPF, y con base en qué mercado se afina dicho valor: nacional o internacional.

- Prever y agendar los temas que están por venir, como la distribución y exhibición vía satélite; y los costos, si es su caso, por el espacio satelital a ser utilizado.
- Incentivar e impulsar la creación y difusión de plataformas y medios emergentes en donde puedan ser exhibidas las producciones cinematográficas nacionales. Ejemplos como Netflix o filminlatino pueden ser tomados en cuenta; así como buscar el involucramiento de iniciativa privada, pública, además del sector académico.

Hoy en día el proceso de realización, distribución y exhibición de una película está volviendo a sus orígenes, el cinematógrafo nació como un medio de comunicación, como una atracción, como un modo de entretenimiento, como un negocio capaz de atraer a las masas, como una innovación tecnológica. Servía para filmar, para comentar y para exhibir lo filmado con tres pasos claramente definidos.

El primer paso (producción o realización) consistía en colocar la cámara en un lugar en donde pudiera considerarse que había una gran historia que contar, ya fuera esta real –las llamadas *vistas*, conocidas hoy como documental– o de ficción –filmaciones en estudio y con efectos especiales como lo hacía Méliès, o en exteriores.

En el segundo paso (distribución) el objetivo era convencer a un tercero de que la historia que se había filmado en el paso uno debía ser mostrada y, con su complicidad, conseguir uno o más escenarios para la exhibición (paso tres) de dicha filmación; tal como en su momento lo hicieron Gabriel Veyre y Claude Ferdinand Bon Bernard –enviados por los hermanos Lumière a México para mostrar las bondades del cinematógrafo a Porfirio Díaz, entre otros.

Anteriormente se mencionó –en la tabla 10– una cifra muy importante con respecto a los estrenos mexicanos en 2015: el 45% de ellos se debió a producciones independientes que terminaron con menos de 10 copias para ser distribuidas y exhibidas en el país, a diferencia de aquellas que con 50 o más copias, pudieron ser exhibidas en 50 o más pantallas.

Ese porcentaje de realizaciones independientes debe incrementar su participación en el mercado en términos de distribución y exhibición; de no ser así, cada vez habrá menor participación mexicana en el rubro de la producción cinematográfica. De no tomarse medidas como las propuestas en las conclusiones, seguramente las realizaciones mexicanas quedarán enclaustradas en un espacio digital poco visitado; el fenómeno del *enlatamiento* de antaño se traducirá pues en el almacenaje digital de una obra cinematográfica que paradójicamente, quedará expectante de un público al cual mostrarse.

Referencias bibliográficas

- Barradas Gurruchaga, A. (2015). *Cuatro sexenios y un cine dorado*. México: Benma editorial & Tecnológico de Monterrey.
- Calderón, L. (2015, marzo 8) ¿Quién está detrás de los estrenos en México? *Excel-sior*. Recuperado de <http://bit.ly/1B2o6ci>.
- Canacine [Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica] (2016). Taquilla del 27 al 29 de mayo de 2016. Recuperado de <http://canacine.org.mx/taquilla/>
- Cineteca Nacional (2014). *Medalla Salvador Toscano al mérito cinematográfico 2014* Recuperado de <http://bit.ly/2fv7xXn>.
- Cruz, M. (2016, mayo 30) El cine mexicano es prácticamente invisible, el discurso interrumpido de Paul Leduc en los premios Ariel. *El país*. Recuperado de <http://bit.ly/25yGm2r>.
- Fondeadora (2015). ¿Qué es fondeadora? Recuperado de <http://bit.ly/1puGd7g>.
- Forbes [Forbes Staff, México] (2013, junio 28). Nosotros los nobles: un éxito inesperado. Recuperado de <http://bit.ly/1ToptB7>.
- Imcine (2016). El instituto. Recuperado de <http://bit.ly/2fv7N8V>.
- Imcine (2015). Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015. Recuperado de <http://bit.ly/1Lao4Ls>.
- López, S.R. (2016, marzo-abril). El roce público, problemas y soluciones a la distribución del cine nacional. *Cine toma. Revista mexicana de cinematografía*, N° 45. p.5. Disponible en <http://bit.ly/2evYoe2>.
- Magaña, A. (2016, mayo 17). Análisis del cine independiente mexicano: ¿Qué culpa tiene el público? *Cine Premiere*. Recuperado de <http://bit.ly/2fLcpcu>.
- Martínez-Salanova, E. (2016). Cine independiente norteamericano. Recuperado de <http://bit.ly/2efkeWw>.
- Olaskoaga, A. (2015). *El mercado del cine en EEUU. Octubre 2015*. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Los Ángeles. Recuperado de <http://bit.ly/2f9GNuP>.
- Pelayo, A. (2012). *La generación de la crisis, el cine independiente mexicano de los años ochenta*. México: Ed. Conaculta Imcine.
- Serrano, R. (2012) La hora de la siesta (The naptime). *Fondeadora*. México. Recuperado de <http://bit.ly/2fvO2fh>.

A configuração contemporânea da economia criativa do audiovisual no contexto brasileiro

Contemporary setting of the audiovisual creative economy in the Brazilian context

La configuración contemporánea de la economía creativa del audiovisual en el contexto brasileño

José Guibson DELGADO DANTAS

Universidade Federal de Alagoas, Brasil / dantasjgd@gmail.com

Gardia RODRIGUES

Universidade Federal Fluminense, Brasil / gardia@folha.com.br

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Monográfico, pp. 183-203)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 03-06-2016 / Aprobado: 11-10-2016

Resumo

Neste texto, tem-se como propósito apresentar um olhar sobre a configuração contemporânea da economia criativa do audiovisual no contexto brasileiro. Para tecer os fios que constroem este olhar, a ênfase recai na análise da relação entre cinema e televisão, pautada pelo entrelaçamento entre cultura e desenvolvimento, em consonância com os matizes sociais, econômicos, políticos, e culturais, inscritos no próprio processo de modernização cultural do país. Nessa direção, são observados os desdobramentos desse enlace para fins de constituição de um campo audiovisual integrado, mediante os laços firmados entre o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e a Lei 12.485/2011 (Lei da TV por Assinatura).

Palavras-chave: Fundo Setorial do Audiovisual, Lei da TV por assinatura; cinema; televisão.

Abstract

This essay aims to present a view on the contemporary configuration of the audiovisual creative economy in the Brazilian context. To weave the threads of this view, there is an emphasis on the analysis of the relationship between film and television, guided by the intertwining among culture and development, in line with the social, economic, political, and cultural aspects, inscribed within the very process of cultural modernization of the country. In this sense, there are observed those connections' developments in order to set an audiovisual integrated field, through agreements signed between the Audiovisual Sector Fund (FSA) and the Law 12.485/2011 (TV Subscription Law).

Keywords: Audiovisual Sector Fund, TV subscription Law; cinema; television.

Resumen

En este ensayo se tiene como objetivo presentar una mirada sobre la configuración contemporánea de la economía creativa del audiovisual en el contexto brasileño. Para ordenar las ideas de esta mirada, el énfasis se concentra en la relación entre cine y televisión, guiada por el entrelazamiento entre cultura y desarrollo, en consonancia con los matices sociales, económicos, políticos y culturales, inscritos en el propio proyecto de modernización cultural del país. En esa dirección, se observan las consecuencias de ese enlace con el fin de constituir un campo audiovisual integrado, mediante los acuerdos firmados entre el Fondo del Sector Audiovisual (FSA) y la Ley 12.485/2011 (Ley de la TV por Suscripción).

Palabras clave: Fondo del Sector Audiovisual, Ley de TV por suscripción; cine; televisión.

1. Introdução

Transformações sociais, econômicas, políticas e culturais ensejam redefinições de contextos e conceitos. Novas práticas de consumo, inovações tecnológicas, profusão de mídias pautam a era da informação (Castells, 1999) e, requerem novos modelos de negócio, forjando outros arranjos de mercado. Neste texto, tem-se como propósito apresentar um olhar sobre a configuração contemporânea da economia criativa do audiovisual no contexto brasileiro. Para tecer os fios que constroem este olhar, a ênfase recai na relação entre cinema e televisão, pautada no entrelaçamento de cultura e desenvolvimento, e os desdobramentos desse consórcio para fins de constituição de um campo audiovisual integrado.

Instituições, manifestações e movimentos culturais; disputas, interesses e jogos de poder; relações com o Estado, tomadas de posição e formações discursivas, são algumas nuances que atravessam esse importante campo de produção material e simbólica (Bourdieu, 1992). No estudo em tela, nosso olhar é direcionado para alguns eventos inscritos nos itinerários cinematográficos e televisivos, e que acompanham o próprio processo de modernização cultural do país (Ortiz, 1994), mais especificamente, para a criação de duas medidas: a instauração do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e a promulgação da Lei 12.485/2011 (Lei da TV por Assinatura).

2. O consórcio entre televisão e cinema: a economia criativa do audiovisual

2.1 Cultura, desenvolvimento e economia criativa

Dinâmicas culturais, sociais e econômicas erigidas a partir de bens e serviços culturais, demarcados pelo viés simbólico e intangível, fundamentam a noção de economia criativa. Em palavras outras, a imbricação entre cultura e desenvolvimento implica em novos usos dessas categorias, e seus desdobramentos convergem para a concepção de economia criativa, um conceito em construção, “centrado, mas não restrito, às artes e as atividades culturais, e voltado para a dinâmica das indústrias criativas” (Santos-Duisenberg, 2012, p. 42). O uso dessa conceituação acarreta em uma redefinição dos modelos convencionais; atividades que antes eram consideradas pelo viés cultural, agora são também consideradas pelo viés econômico. Indústrias culturais, indústrias criativas, economia do intangível, economia imaterial, economia da cultura, entre outros termos, embora com matizes distintos e abrangências diversas, convergem para uma ideia central: “o desenvolvimento de uma economia com lastro na cultura, na criatividade, nos valores humanos, nos saberes tradicionais, adepta da pluralidade [...]” (Meleiro e Fonseca, 2012, p. 257).

Nesse contexto, algumas considerações merecem registro. O delineamento da noção de indústria cultural remete aos anos 1940, mais especificamente, aos

estudos de Theodor Adorno e Max Horkheimer, no ensaio “Indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas” (1947), o qual reporta-nos a uma crítica ao entretenimento de massa. Em meio aos processos de modernização cultural, de uma categoria analítica, forjada em um nicho acadêmico específico para tratar da trama da relação entre arte, técnica, estética e mercado, e dos desdobramentos do processo de industrialização do simbólico (García Canclini, 2006), esse conceito passou a figurar como uma categoria nativa, para conferir legitimidade discursiva a determinadas lutas políticos-culturais (Alves, 2008).

Nos tempos atuais, outro perfil foi conferido às indústrias culturais; consoante definição da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), em “Understanding Creative Industries - statistics for public-policy making”, essas indústrias são aquelas que produzem bens e serviços culturais, combinadas a “criação, produção e comercialização de conteúdos que são de natureza cultural e intangível”. Ainda, são indústrias “centrais na promoção e manutenção da diversidade cultural e na garantia do acesso democrático à cultura”. Já os primeiros delineamentos da noção de indústrias criativas remetem ao projeto australiano “Creative Nation”, desenvolvido em 1994 para embasar uma nova política cultural. Nesse projeto, entre outras considerações, restava defendida a importância da atividade criativa para a economia do país.

A partir desse empreendimento, o conceito britânico engendrou uma série de reflexões sobre a necessidade de mudanças estruturais no tecido socioeconômico global e nas lutas político-culturais. Valoração do intangível cultural; reposicionamento do papel da cultura na estratégia socioeconômica; inclusão de novos modelos de negócio; requalificação urbana; revisão do sistema educacional foram alguns desdobramentos (Reis, 2008, p. 18-19). Nessa direção, a temática das indústrias criativas foi levada à pauta da XI Conferência Ministerial da UNCTAD, realizada no Brasil, em 2004, e inserida, pela primeira vez, como recomendação, aventada pelo Comitê de Alto Nível sobre as Indústrias Criativas e Desenvolvimento, na agenda econômica e de desenvolvimento internacional.

As indústrias criativas estão no centro da economia criativa. A primeira definição de economia criativa foi tecida por John Howkins, no livro “The Creative Economy: how people make money from ideas” (2001). Para o autor, a articulação entre criatividade e economia forjava uma nova relação, a partir da qual valor e riqueza eram gerados. Outras duas produções sobre o tema podem ser citadas: “Creative industries” (2001) por Richard Caves; e “The rise of the creative class” (2002) por Richard Florida. No “Creative Economy Report”, os contornos da economia criativa, considerada a interação entre quatro formas de capital – social, cultural, humano, estrutural ou institucional, que resultam no capital criativo/criatividade, restaram assim definidos: “é um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em

geral”; é uma “opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial” (UNCTAD, 2010, p. 10).

A economia criativa, construção simbólico-discursiva, edificada a partir de discursos de organismos internacionais e nacionais para legitimar atuações e alargar o escopo dos mercados culturais, emergiu em um contexto de industrialização do simbólico (García Canclini, 2006), de expansão dos serviços e bens culturais e de crescimento da importância a eles atribuída ou, em suma, em um contexto de imbricação entre o domínio estético-expressivo, o domínio econômico-comercial e as novas relações dela decorrentes entre arte, técnica, memória e mercado (Alves, 2011). Para um conceito de economia criativa adequado às especificidades brasileiras, e uma implementação de políticas públicas pertinentes a essa realidade, algumas categorizações e identificações foram feitas pelo poder público. Nesse rumo, os setores criativos restaram definidos no Plano Nacional de Cultura (PNC) como “aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social” (MinC, 2011, p. 23). Nesse sentido, o conceito revela:

Por um lado, a plêiade de atividades e realizações artístico-culturais contidas em uma série de bens e serviços, por outro, opera como registro discursivo capaz de engendrar novas práticas e fundos de saber considerados eminentemente criativos. Assim, em uma frente empírica, a categoria de economia criativa emerge como um desdobramento simbólico-conceitual decorrente do crescimento da relevância econômica das atividades, bens e serviços culturais, produzindo um novo regime discursivo acerca da esfera cultural, vicejando um agudo discurso culturalista no ambiente empresarial-corporativo e governamental; em outra frente, a categoria de economia criativa passa a ser, ela mesma, instauradora de novas realidades e dinâmicas econômico culturais, pois é um tema/conceito que tem sido assaz utilizado para justificar e executar políticas culturais em países como o Brasil. (Alves, 2013, p. 4)

2.2 As políticas audiovisuais na contemporaneidade

Nos tempos contemporâneos, instituições internacionais como a Organização das Nações Unidas (ONU), por meio de suas agências de cooperação – UNESCO, Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD), Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNDU), entre outras –, bem como o Estado brasileiro, lançaram um novo olhar para a cultura, e passaram a percebê-la como um eixo estratégico para o desenvolvimento. Com o crescimento dos mercados culturais e dos trânsitos simbólicos mundiais, diante da possibilidade de homogeneização e padronização cultural, a identidade e a diversidade cultural tornaram-se referências na busca de um novo ordenamento (Mattelart, 2005). Esses novos posicionamentos demandaram a adoção de novas

políticas culturais tanto por organismos transnacionais quanto por governos nacionais.

Com a ascensão de Luiz Inácio Lula da Silva à Presidência da República, e a gestão do Ministério da Cultura (MinC) sob os auspícios de Gilberto Gil (2003-2008) e, posteriormente, de Juca Ferreira (2008-2010), novas propostas foram lançadas para essas políticas. Nesse sentido, uma nova matriz conceitual foi adotada, e a cultura passou a ser considerada a partir de três dimensões, a saber: i) simbólica, com a valorização e consolidação da identidade nacional; ii) cidadã, com a efetivação dos direitos culturais e; iii) econômica, com a capacidade de geração de emprego e renda por meio de atividades culturais. Já o desenvolvimento, passou a ser considerado a partir de duas dimensões, *econômica*, para fins de “geração de trabalho, emprego e renda” e, *humano e/ou social*, como “grande meta das políticas culturais para o *desenvolvimento*” (Alves, 2011, p. 194).

Nesse cenário, peremptório para a reconfiguração econômico-cultural do país (Ortiz, 2008), a criatividade, orientada pela singularidade, pelo simbólico, pelo intangível, que remete à “capacidade não só de criar o novo, mas de reinventar, diluir paradigmas tradicionais, unir pontos aparentemente desconexos e, com isso, equacionar soluções para novos e velhos problemas” (Reis, 2008, p. 15), e a diversidade, alçada a “patrimônio comum da humanidade”, nos termos da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, adotada em outubro de 2005, durante a 33ª Conferência Geral da UNESCO, e aprovada, no âmbito brasileiro, pelo Decreto Legislativo 485, de 20 de dezembro de 2006, entrelaçam-se e conformam os contornos da cultura.

Esses novos delineamentos engendraram uma redefinição do papel estatal. Ao contrário do entendimento político-cultural da gestão do Presidente Fernando Henrique Cardoso e do Ministro da Cultura Francisco Weffort, fundado na ideia de Estado mínimo, o Estado passou a adotar uma postura mais ativa em relação à formulação e à implantação de políticas públicas de cultura. De uma política de um governo específico, a cultura passou a ser percebida como uma política de Estado, para além das contingências governamentais. Considerando o viés cultural das comunicações, o novo governo conferiu significativa importância para o audiovisual. Em uma conjuntura de proliferação de telas, ou em outros termos, em um período de “tudo-tela”, com “tela em todo lugar e a todo momento” (Lipovetsky & Serroy, 2009, p. 23), marcado pelas novas tecnologias da informação e da comunicação, pelas convergências que definem “transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais” (Jenkins, 2008, p. 22), a “tela-eclã” teve destaque.

As transformações contemporâneas envolveram em um movimento “as tecnologias e os meios de comunicação, a economia e a cultura, o consumo e a estética”, e o “cinema obedece à mesma dinâmica” (Lipovetsky & Serroy, 2009, p. 23). Dado o processo de interdependência e complementaridade entre os meios que compõem o campo audiovisual (Bahia, 2012), bem como a incorporação de uma ampla noção de cultura, outras modalidades de bens simbólicos, como a

televisão, foram incluídas no âmbito de atuação do governo (Bezerra, Moreira & Rocha, 2012). Ao estabelecer que o audiovisual não poderia ser pensado separadamente das demais manifestações culturais, das práticas comerciais e dos arranjos institucionais que vigoravam em outros campos da produção, da circulação e do consumo de bens simbólicos, esse meio passou a ocupar um novo espaço no contexto político-cultural do país.

2.3 Aproximações entre cinema e televisão

[...] as maiores atividades econômicas das próximas décadas estarão relacionadas às indústrias culturais e à comunicação. Isso significa que o país que não desenvolver e fomentar sua expressão cultural estará condenado a um papel secundário na economia global. Alguns países, [...] antecipando essa megatendência econômica, já estão ocupando espaços vitais na circulação nacional e internacional de bens culturais. Das dez maiores indústrias francesas, seis são culturais. Das dez maiores inglesas, cinco são culturais. A maior receita direta dos EUA vem da indústria bélica e a segunda vem da indústria audiovisual, dos filmes que todo mundo compra e que ocupam 80% do mercado consumidor de cinema de todo o planeta. [...] O audiovisual é a maior e mais importante indústria cultural.

Na atualidade, o mercado audiovisual foi alçado à pauta das agendas políticas, econômicas e culturais. O excerto em destaque remete às reivindicações para esse setor, apresentadas ao Presidente Lula, em 2002, por artistas e intelectuais. Nesse documento, conhecido como Declaração do Canecão, elaborado por Nelson Pereira dos Santos e Orlando Senna, a atenção para o audiovisual foi pleiteada. Acompanhando essas diretrizes, ao assumir a Secretaria do Audiovisual (SAv), por indicação do Ministro Gilberto Gil, o cineasta Orlando Senna propôs uma reorganização do órgão e uma ampliação das suas atividades. Essas proposições já estavam esboçadas no Relatório do Seminário Nacional do Audiovisual, ocorrido em dezembro de 2002, no Rio de Janeiro. Nessa ocasião, representantes setoriais, entidades de classe e associações profissionais analisaram o cenário audiovisual e teceram propostas para o cinema e para a televisão no Brasil. Pensar o audiovisual como um todo foi o fio condutor dos debates do seminário e da gestão do cineasta. Nesse sentido, a aproximação entre cinema e televisão foi considerada estratégica para o fortalecimento da indústria audiovisual brasileira (MinC, 2012).

Depreende-se do Relatório de Gestão da SAv que as políticas para o audiovisual foram pensadas a partir de alguns demarcadores da tessitura contemporânea, como “uma reconfiguração da dimensão simbólica do mundo contemporâneo”, “uma concentração do mercado global da mídia/entretenimento”; “o caráter assimétrico dos processos de circulação e de produção dos bens simbólicos na arena internacional”. Para articular políticas de cultura e de comunicação, a SAv buscou “contemplar tanto a natureza política/cultural/simbólica do

audiovisual quanto seu caráter industrial/tecnológico/mercadológico” (Bezerra, Moreira & Rocha, 2010, p. 2). Essa tentativa de articulação ocorreu mediante três formas, a saber, por meio da tentativa de implementação de uma agência para o audiovisual; de diversos programas e projetos da Secretaria; e da instituição de uma rede pública de televisão.

Para a estruturação do mercado audiovisual, uma das propostas do governo foi o resgate da ideia concebida inicialmente pelo Grupo Executivo de Desenvolvimento da Indústria do Cinema (GEDIC) quanto à Agência Nacional do Cinema (Ancine), qual seja, a regulação, fiscalização e elaboração de políticas de fomento não apenas para o cinema, mas para a atividade audiovisual como um todo, inclusa a televisão e outras plataformas digitais. Para estender as atividades da Ancine, que estava sob a égide da Casa Civil até 2003, ano em passou para o âmbito do MinC, foi encaminhado ao Conselho Superior de Cinema (CSC), um anteprojeto para a criação de uma nova instituição, a Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (ANCINAV). Além da substituição da Ancine pela ANCINAV, a transformação do CSC no Conselho Superior de Cinema e do Audiovisual (CSAV); a criação do Fundo Nacional para o Desenvolvimento do Cinema e do Audiovisual Brasileiros (FUNCINAV); e a criação do Fundo de Fiscalização do Cinema e do Audiovisual (FISCINAV) figuravam entre outras propostas estruturais.

Conforme a minuta do projeto de lei da ANCINAV, a criação da agência estava amparada na centralidade do audiovisual para fins econômicos, políticos e culturais e, em um sentido mais amplo, na salvaguarda da indústria audiovisual nacional, acenando para a valorização simbólica da cultura e para o combate à monopolização do setor, notadamente na seara das telecomunicações. No anteprojeto, além do fomento e da regulação, a agência teria como desígnio uma intervenção mais abrangente na política pública mediante a inserção de outros segmentos de mercado audiovisual não contemplados pela Ancine. A atuação da agência compreenderia “desde o mercado de exibição de cinema até a distribuição de vídeos por telefone celular, passando pela radiodifusão, pela TV por assinatura, pelos prestadores de serviços para o mercado audiovisual, regulando direitos autorais e outros temas” (Azulay, 2007, p. 81). Com esse desenho institucional, a agência teria uma “capacidade de intervenção superior ao escopo regulatório”, sendo possível falar em uma “agência articuladora de política pública setorial” (Fornazari, 2006, p. 662).

Esse anteprojeto foi concebido a partir de um modelo contemporâneo de regulação já vigente em outros países, como França, Canadá, Austrália e Coreia do Sul, adaptado às singularidades brasileiras. Entretanto, diante da resistência das grandes empresas televisivas do país e de outros nichos do mercado, aliada à decisão do governo de não os confrontar, o anteprojeto da ANCINAV foi arquivado. A proposta de criação da agência e a possibilidade de regulação da atividade audiovisual foram impugnadas por grandes emissoras de televisão; por distribuidoras estrangeiras, representadas pela Motion Picture Association (MPA);

por exibidores; por integrantes do Fórum do Audiovisual e do Cinema (FAC) e; por alguns cineastas. Propostas como a reserva de espaço nas TV's Aberta e por Assinatura para a programação nacional independente e regional e a correlata abertura para outros conteúdos audiovisuais, produzidos fora do eixo Rio-São Paulo, causou a insurgência de empresas como a Rede Globo. Para não afetar a produção verticalizada de conteúdo, prática da emissora, e para não arcar com taxas propostas pelo anteprojeto, alegações de intervencionismo estatal nos meios de comunicação foram veiculadas, não apenas na televisão, mas também na mídia impressa por meio de jornais, como O Estado de São Paulo e O Globo.

Alguns programas voltados para a articulação em apreço, alinhavados pelo governo Lula, merecem referência. Entre eles, o Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro (DOCTV), voltado para a “regionalização da produção, a articulação de um circuito nacional de teledifusão e a criação de mercado para o documentário brasileiro” (MinC, 2012).¹ Tal programa foi estruturado para encadear os elos da cadeia produtiva do audiovisual, e realizar uma aproximação entre a produção independente e a televisão. Criado em 2003, a partir de um convênio firmado entre o MinC e a Fundação Padre Anchieta/TV Cultura e, em seguida, a Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC) e a Empresa Brasil de Comunicação/TV Brasil (EBC), o DOCTV apresentou um novo modo de atuação, integrando múltiplos atores – o governo federal, mediante a SAV; as TVs públicas regionais; a produção independente, mediante a Associação Brasileira de Documentaristas (ABD) e a ABEPEC.

Para garantir a abertura de mercado para o documentário, houve uma tentativa de exibição dos filmes pelas emissoras públicas, assim como de investimento em distribuição nacional de filmes em DVD, e em distribuição internacional por meio do Programa Brazilian TV Producers. Para além disso, ao incentivar a descentralização da produção, a primeira edição do programa contemplou a realização de 26 documentários, um em cada unidade federativa. O modelo do DOCTV, lançado em 2003, tornou-se referência internacional e influenciou a realização de programas similares no México e na Colômbia, assim como a criação de programas supranacionais, como o DOCTV Ibero-América e o DOCTV CPLP (Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa).

A instituição de uma rede pública de televisão de alcance nacional foi outra tentativa de articulação audiovisual. Com o arquivamento do projeto da ANCINAV, a SAV direcionou o olhar para esse projeto, com o propósito de consolidar canais culturais, educativos, universitários e comunitários, com a participação e a corresponsabilidade da sociedade. Em 2007, com a presença de

1 Outros programas podem ser mencionados, como Revelando os Brasis, Documenta Brasil, Curta Criança e Curta Animação. Em 2007, Sílvio Da-Rin assumiu a SAV e manteve alguns projetos (DOCTV e Revelando os Brasis) e criou outros, como o AnimaTV, o FicTV, e o Nós na Tela.

emissoras com fins públicos, membros da sociedade civil e profissionais da cultura, o I Fórum Nacional de Televisões Públicas foi um importante evento para a reflexão sobre o tema, e ensejou a edição da Medida Provisória 398, em outubro de 2007 que, em abril de 2008, foi convertida na Lei 11.652, com a prescrição dos princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública, explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta, bem como com a constituição da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

No mesmo ano, a Radiobrás restou incorporada pela empresa, com os canais de radiodifusão e comunicação pública. Por um viés, a Radiobrás agregou relevante orçamento, funcionários e equipamentos, por outro, “a incorporação de um órgão estatal de comunicação, indica um retrocesso quanto à manutenção de um dos mais importantes princípios para a prestação do serviço de radiodifusão pública”, a saber: “a complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal, ditada pela constituição federal” (Bezerra, Moreira & Rocha, 2010, p. 10). Diferentemente do êxito obtido pelo DOCTV, que acenou para a intrincada relação das políticas culturais com as comunicações, mediante a produção de documentários com olhares diversificados e a associação do programa com a televisão, o projeto de TV Pública, apesar da importância no cenário do país, não logrou o mesmo êxito. A EBC, uma televisão que se pretendia pública, teria mais autonomia se estivesse vinculada ao MinC, e não a um órgão responsável pela comunicação do governo federal.

No Brasil, enquanto o desenvolvimento da televisão foi marcado por um modelo híbrido, entre o público e o privado, o desenvolvimento do cinema foi marcado pela dependência das políticas estatais. Considerando o processo de modernização do país, essa construção reporta a distinções e dicotomias conferidas a esses meios ao longo dos anos. Indústria/entretenimento e negócio empresarial/comercial refletem o tratamento conferido à televisão; já artístico/cultural e política estatal, refletem o tratamento conferido ao cinema (Bahia, 2012). Nos anos recentes, uma reorganização do campo cultural e, por extensão, do campo audiovisual, foi alinhavada. Novos discursos, políticas e/ou práticas enfraqueceram essas oposições e hierarquias, e acenaram para a aproximação entre cinema e televisão. Com o governo Lula, a televisão passou a ocupar outro lugar, e foi acolhida pelas políticas culturais, reflexo de uma mudança de paradigma na atuação do MinC-SAv. Essa nova atuação, embora pouco efetiva, pôs o tema em debate e, na composição deste novo arranjo, importantes medidas, a exemplo do lançamento do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), em 2008, e da edição da Lei 12.485 (Lei da TV por Assinatura), em 2011, foram adotadas para a consolidação de um mercado audiovisual.

2.4 O Fundo Setorial do Audiovisual (FSA)

A economia criativa instaura novas realidades e consigna novas dinâmicas econômico-culturais. Instituído pela Lei 11.437, de 28 de dezembro de 2006,

regulamentado pelo Decreto 6.299, de 12 de dezembro de 2007, e lançado em 4 de dezembro de 2008, pelo Ministro da Cultura à época – Juca Ferreira, e pelo Diretor Presidente da Ancine – Manoel Rangel, o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) foi a primeira categoria de programação específica do Fundo Nacional de Cultura (FNC) colocada em operação. Com o fim de fomentar o desenvolvimento articulado da atividade audiovisual brasileira, distintos instrumentos, como investimentos, financiamentos, operações de apoio e de equalização de encargos financeiros, e valores não reembolsáveis foram endereçados aos diversos elos da cadeia produtiva: produção, distribuição/comercialização, exibição e infraestrutura de serviços.

Em cotejo com outros investimentos públicos para a cultura no país, o FSA apresentou nova abrangência de atuação e novos meios de estímulo estatal para o setor audiovisual. Para Manoel Rangel, esse fundo incutiu “um novo ciclo de desenvolvimento para a economia do cinema e do audiovisual no Brasil” e representou “uma possibilidade de ação sistêmica inédita e necessária” nessa seara (Ancine, 2012). Com receitas oriundas da própria atividade econômica, de contribuições recolhidas pelos agentes de mercado, sobretudo da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine), e do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (FISTEL), entre outras fontes, cabe ao FSA apoiar o desenvolvimento de alguns programas, a saber, o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro (Prodecine); o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro (Prodav); e o Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Infraestrutura do Cinema e do Audiovisual (Pró-Infra), de acordo com o Artigo 4, da Lei 11.437/2006, combinado com o Artigo 47, da Medida Provisória 2.228-1/2001.

Nessa senda, compete ao FSA operar por meio de editais públicos, a partir de quatro linhas iniciais de atuação – produção cinematográfica, produção para televisão, aquisição de direitos de distribuição cinematográfica, e comercialização de obras cinematográficas –, dispostas na modalidade de investimento e, portanto, com comprometimento comercial das obras. No tocante aos projetos, as propostas podem ser feitas por empresas brasileiras independentes, registradas na Ancine e nas Juntas Comerciais; a essas propostas são atribuídas notas, sopesados alguns quesitos, conforme a linha de ação.

Após longo período de financiamentos públicos fundados em mecanismos de incentivos fiscais, não obstante a recuperação da produção cinematográfica no país, para a efetiva inserção do cinema nacional no mercado audiovisual, outra política cultural, mais consistente e abrangente, despontou com a instauração do FSA (Bahia, 2012). A eficácia dessa política pode ser relacionada a uma lógica mais ampla que, para além da produção de filmes de longa-metragem, requer atenção para a complexa e dinâmica rede de relações que envolvem a cadeia produtiva do audiovisual (Matta, 2010). Em um primeiro momento, ao aferir os projetos selecionados pelas linhas de ação, apesar de contemplados os distintos elos dessa cadeia, assim como diversos gêneros e empresas, notou-se

uma concentração de projetos oriundos da Região Sudeste, mais especificamente, dos estados do Rio de Janeiro e de São Paulo.

Com a promulgação da Lei 12.485, sancionada pela Presidente Dilma Rousseff, em setembro de 2011, resultado de longa tramitação no Congresso Nacional, e de intensos diálogos e negociações entre parlamentares, representantes do setor audiovisual, agentes econômicos e representantes da sociedade civil, novos contornos foram traçados para a cadeia produtiva do setor audiovisual no país e, nessa tessitura, outras abrangências e recursos para o FSA. Convergência de mídias, transformações tecnológicas, novos modos de consumo de informação e de conteúdo audiovisual engendraram novos delineamentos normativos. Em um cenário marcado pelo aumento das demandas dos serviços de TV por Assinatura, e pela imbricação entre economia criativa e economia do audiovisual, a Lei 12.485 representa um marco regulatório para a comunicação audiovisual.

2.5 A Lei da TV por Assinatura (Lei 12.485/2011)

Aumentar a competitividade e garantir a sustentabilidade do setor audiovisual; ampliar o acesso às obras audiovisuais brasileiras e aos canais brasileiros de programação; induzir a sustentabilidade das produtoras e das programadoras brasileiras independentes, por meio da geração de receitas provenientes das próprias atividades; promover ampla, livre e justa competição, estendendo a oferta de serviços e estimulando a redução do preço final ao assinante; estimular o aumento da produção e da veiculação de obras audiovisuais que promovam a diversidade cultural brasileira; entre outros eixos, conformam algumas finalidades da Lei 12.485.

Considerando os avanços trazidos pelo texto legislativo, três grandes inovações merecem destaque. A primeira delas é a uniformização da legislação sobre os serviços de TV por Assinatura, independentemente das tecnologias utilizadas: seja por meios físicos confinados (Serviço de TV a Cabo – TVC), seja via espectro radioelétrico em micro-ondas (Serviço de Distribuição de Canais de Multiponto Multicanal MMDS – Multichannel Multipoint Distribution System), seja por meio de frequência UHF – Ultra High Frequency (Serviço Especial de Televisão por Assinatura – TVA), seja via satélite (Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura Via Satélite DTH – Direct to Home).

Antes da promulgação da lei em apreço, os regulamentos eram esparsos e diversos, de acordo com cada tecnologia empregada. Com isso, os dispositivos não acompanhavam os avanços e o dinamismo do mercado, a exemplo da convergência tecnológica e da prestação de serviços de telecomunicações por *triple play*. Ao unificar as normas da TV por Assinatura, a Lei 12.485 dispôs sobre a regulamentação das atividades de produção, programação, empacotamento e distribuição de conteúdo audiovisual no Serviço de Acesso Condicionado

(SeAc),² ou seja, direcionou o olhar para a utilidade ofertada ao usuário do serviço: a prestação de serviço de TV por Assinatura. Como se vê no inciso XXIII, do Art. 2º, da referida lei, o conceito de SeAc envolveu não apenas as tecnologias já existentes, mas também aquelas vindouras, e restou assim definido:

[...] serviço de telecomunicações de interesse coletivo prestado no regime privado, cuja recepção é condicionada à contratação remunerada por assinantes e destinado à distribuição de conteúdos audiovisuais na forma de pacotes, de canais nas modalidades avulsa de programação e avulsa de conteúdo programado e de canais de distribuição obrigatória, por meio de tecnologias, processos, meios eletrônicos e protocolos de comunicação quaisquer.

A segunda grande inovação trazida pela lei está diretamente relacionada à redução de barreiras para a entrada de novos *players* nesse nicho de mercado e, por conseguinte, ao estímulo à concorrência e à pluralidade. Para pleitear a outorga de prestação de serviços de comunicação por assinatura, não há mais exigência de licitações, assim como não há mais limitação para participações de concessionárias de telecomunicações de capital estrangeiro, há tão somente restrição à excessiva integração vertical no setor. Com o ingresso de novos agentes econômicos nesse segmento de mercado, a Condecine foi estendida às concessionárias, permissionárias e autorizadas de serviços de telecomunicações, efetiva ou potencialmente, distribuidoras de conteúdos audiovisuais, de acordo com a redação dada pelo Artigo 26, dessa lei, ao inciso II, do Artigo 32, da Medida Provisória 2.228-1/2001.³

A terceira inovação é a obrigatoriedade de cotas de conteúdo brasileiro nas programações das TVs por Assinatura. Essa determinação engloba a veiculação de conteúdos nacionais – entendidos aqui como aqueles produzidos por empresas brasileiras registradas na Ancine, ou produzidos por essas empresas em associação ou coprodução com empresas de outros países –, nos horários nobres dos Canais de Espaço Qualificado (CEQ) da TV por Assinatura, excetuados os canais da TV Aberta, canais esportivos, canais jornalísticos, assim como

2 A produção abarca a criação de conteúdos audiovisuais para quaisquer suportes, e envolve produtores independentes ou não, brasileiros ou estrangeiros; a programação abarca a seleção e a formatação dos conteúdos advindos das produtoras para a composição das grades dos canais; o empacotamento abarca a organização dos canais nos pacotes de assinatura, assim como a negociação dos direitos relativos às transmissões com os programadores e seus respectivos representantes, seja no Brasil, seja no exterior; e a distribuição, por sua vez, abarca o provimento de pacotes de conteúdos a assinantes através dos meios eletrônicos, que envolve a comercialização, o marketing, o atendimento ao consumidor, o faturamento, a cobrança e a manutenção dos serviços.

3 A redação do Artigo 32 era “A Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - Condecine terá por fato gerador a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas com fins comerciais, por segmento de mercado a que forem destinadas. A nova redação do Artigo 32 passou a ser “A Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - Condecine terá por fato gerador: II - a prestação de serviços que se utilizem de meios que possam, efetiva ou potencialmente, distribuir conteúdos audiovisuais nos termos da lei que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado”. Recuperado de <http://bit.ly/1scH4cf>.

engloba um aumento do número de canais nacionais nos pacotes por assinatura. Como prescreve a Instrução Normativa 100, da Ancine, o horário nobre, nos canais direcionados para crianças e adolescentes, compreende o período das 11h às 14h e das 17h às 21h; para os demais canais, compreende o período das 18h às 24h. Já CEQs são aqueles canais que, nesse horário, veiculam majoritariamente conteúdos audiovisuais que constituam espaço qualificado, em outros termos, canais que exibam, predominantemente, filmes, séries, animações, documentários e similares.

Outrossim, Canal Brasileiro de Espaço Qualificado (CABEQ) é aquele que preenche, cumulativamente, estes requisitos: ser programado por programadora brasileira; veicular majoritariamente, no horário nobre, conteúdos audiovisuais brasileiros que constituam espaço qualificado, sendo metade desses conteúdos produzidos por produtora brasileira independente; não ser objeto de acordo de exclusividade que impeça sua programadora de comercializar, para qualquer operadora interessada, os direitos de sua exibição ou veiculação. É de se registrar que, nos termos da lei, nos pacotes da TV por Assinatura, para cada 3 (três) CEQs, 1 (um) deve ser CABEQ; para cada 3 (três) CABEQs, 1 (um) deve ser programado por programadora brasileira independente.

Nos CEQs, no mínimo 3h30 (três horas e trinta minutos) semanais dos conteúdos veiculados no horário nobre devem ser brasileiros e integrar espaço qualificado, e metade deve ser produzida por produtora brasileira independente. Dos CABEQs a serem veiculados nos pacotes, ao menos 2 (dois) canais devem veicular, no mínimo, 12 (doze) horas diárias de conteúdo audiovisual brasileiro produzido por produtora brasileira independente, 3 (três) das quais em horário nobre. Desses dois canais, ao menos 1 (um) deve ser programado por programadora brasileira independente, que não apresente qualquer relação de controle ou coligação com concessionária de serviço de radiodifusão. Compete à operadora cumprir esses preceitos até o limite de 12 (doze) canais brasileiros de espaço qualificado. Similar sistema de cotas já vigora e resta consolidado nos países da Comunidade Europeia, no Canadá, na Austrália e na Coreia do Sul. Na esteira desses países, produtores de conteúdos e exportadores de formatos audiovisuais, a Lei 12.485 busca alçar o Brasil a essas mesmas condições.

2.6 Impactos no mercado audiovisual brasileiro

A promulgação da Lei 12.485 está inserida em um contexto de evolução do mercado consumidor brasileiro, fomentado pelo próprio crescimento econômico do país ao longo dos governos Lula e Dilma. A estabilidade monetária, a diminuição do desemprego, a ampliação do crédito, o aumento da renda da população, a expansão da classe C, o consumo de bens culturais, os aumentos do consumo cultural doméstico, entre outros fatores, assinalam o período em relevo. Dessa conjuntura, depreende-se que há uma nova redistribuição de renda no país, uma incorporação de novos consumidores no mercado e movimentação no mercado interno, sobretudo audiovisual. Em 2011, as receitas desse setor, centralizadas

principalmente nas TVs Aberta e por Assinatura, correspondiam a cerca de R\$ 33 bilhões. Entre os segmentos do mercado em destaque, a TV por Assinatura apresentava a taxa de crescimento mais elevada. Corroborando essa informação, dados da Associação Brasileira de Televisão (ABTA), revelam que os serviços mais consumidos nos últimos anos estão relacionados à TV por Assinatura, notadamente pela classe C. Na mesma direção, dados da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) registram que aproximadamente 19 milhões de domicílios utilizam tais serviços (2015).

Nesse cenário, a publicação da Lei 12.485 representou um marco regulatório para o mercado de TV por Assinatura. Diferentemente da ênfase dos textos legislativos anteriores, que recaíam sobre a tecnologia utilizada, a ênfase da legislação atual se centra na utilidade do serviço prestado e, com isso, há uma unificação, uma simplificação e uma evolução das normas, para fins de acompanhar os avanços da tecnologia. É de registrar-se que é da competência da Ancine e da ANATEL a regulamentação das normas infralegais, observadas as áreas de atuação de cada agência. A Ancine, por meio das Instruções Normativas 100 e 101, de 29 de maio de 2012, objetos de audiências e consultas públicas, regulamenta as atividades de produção, programação e empacotamento, ou seja, atividades mais voltadas ao conteúdo audiovisual; já a ANATEL, por meio de resoluções, regulamenta as atividades de distribuição, ou seja, atividades mais voltadas à infraestrutura de telecomunicações. Percebe-se aqui uma ampliação das atribuições de regulação da Ancine: de agência adstrita ao cinema, passa à agência que abrange o audiovisual.

Aumentar a concorrência, diminuir as barreiras ao ingresso de novos agentes nesse mercado e assegurar a diversidade em produtos e serviços a um menor preço para os consumidores são algumas finalidades dessa lei. De acordo com o estudo “TV por Assinatura no Brasil: aspectos econômicos e estruturais”, realizado pela Ancine, e publicado no Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA), em 2016, apesar dessas finalidades, há dificuldade para a entrada e a permanência de pequenas empresas nesse mercado. Nessa direção, 39 programadoras, que conformam 22 grupos econômicos, e que ofertam 199 canais, perfazem o mercado de programação brasileiro. Entretanto, há grande assimetria em relação aos agentes desse elo da cadeia. De um lado, tem-se a Time Warner, composta por HBO, Cartoon Network e Warner, e a Globo, composta por canais próprios, à exceção dos canais Telecine, Universal, Syfy, Studio Universal e Megapix.⁴ Em conjunto, Time Warner e Globo reúnem aproximadamente 60% dos canais de programação.

4 Os canais Telecine resultam de parceria firmada entre a Globosat e estúdios norte-americanos: Fox International Channels, Paramount, Universal e MGM. Outrossim, o Canal Brasil também está associado ao grupo Globo, e resulta de parceria firmada entre a Globosat e o Grupo Consórcio Brasil (GBC). Os canais Universal, Syfy, Studio Universal e Megapix são oferecidos pela Globosat como resultado de sua associação à Universal (Ancine, 2016).

De outro lado, tem-se 13 grupos econômicos, formados por uma programadora, e que oferecem dois canais ou menos. Filmes e séries são os gêneros mais recorrentes, presentes em aproximadamente 37% dos canais de TV por Assinatura brasileiros (Ancine, 2016). No que concerne ao empacotamento, dois grupos econômicos concentram essa atividade, com participação conjunta em número de assinantes de 81% do mercado, a saber, Telecom Américas (Claro/Embratel/Net) e Sky/Directv. Outros três grupos econômicos dividem 16% desse mercado: OI, Telefônica / GVT e Algar Telecom. Em relação ao preço do pacote brasileiro, conforme pesquisa divulgada pela ABTA (2014), o país figura abaixo da média mundial. Considerada uma amostra de 49 países, responsáveis por mais de 75% do PIB mundial, o Brasil ocupa a 37ª posição no *ranking* de preço de canal adicional, e a 30ª posição no tocante ao preço de pacote básico.

Em um primeiro balanço da aplicação da Lei 12.485, realizado por Manoel Rangel no evento Rio Content Market, em janeiro de 2013, o diretor-presidente da Ancine mencionou que ao longo do ano de 2012, houve um aumento significativo da presença de conteúdo brasileiro nos canais de TV por Assinatura e, para além disso, houve uma “efervescência da atividade da produção, com incremento de receitas, de qualidade, de salários, entre outros; novos canais brasileiros nasceram disponibilizando mais conteúdo, e houve ainda uma maior demanda por conteúdo brasileiro com mais canais comprando produções nacionais”. Conforme estudo do OCA, da Ancine, a partir da aprovação da Lei da TV por Assinatura, o volume de conteúdo nacional na TV paga praticamente dobrou. Outros dados, advindos da Superintendência de Registro da Ancine, apontam que entre os anos de 2011 a 2014, a emissão de Certificado de Registro de Título (CRT) de obras audiovisuais, que indica a quantidade de licenciamentos de obras brasileiras nas TVs por Assinatura, triplicou.

Com a Lei 12.485 e com o FSA, houve uma redefinição dos fundamentos do financiamento público para o setor audiovisual. Um dessas redefinições refere-se ao montante dos recursos. É estimado em R\$ 400 milhões anuais o volume adicional de recursos para o mercado audiovisual, consideradas, em conformidade com a lei, as novas operações para televisão, cinema e outras mídias. O montante mencionado representa o quádruplo dos recursos disponíveis anteriormente no FSA, assim como supera os valores captados via mecanismos de incentivo para o setor. Em 2012, o orçamento do FSA correspondia a R\$ 112.360.348 e, com o crédito suplementar de R\$ 450 milhões, perfazia um total de mais de R\$ 560 milhões, ou seja, uma quantia superior à soma do orçamento total do FSA, considerados os anos anteriores.⁵ Já em 2013, até o mês de junho, o orçamento do FSA correspondia a R\$ 869.997.525, com um crédito suplementar de R\$ 120.000.000, perfazendo um orçamento total de R\$ 989.997.525.

5 Em 2007, o orçamento total do FSA correspondia a R\$ 37.963.007,00; em 2008, a R\$ 56.160.628,00; em 2009, a R\$ 97.825.804,00; em 2010, a R\$ 63.437.792,00; em 2011, a R\$ 216.305.011,00 (Ancine, 2014).

Frente ao aumento de recursos e demandas audiovisuais, decorrentes das inovações urdidas pela Lei 12.485, mediante contrato firmado pela Ancine, enquanto Secretária-Executiva do FSA, e a partir de indicação do Comitê Gestor (CGFSA)⁶, o Fundo está sob os auspícios do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES)⁷ que, desde dezembro de 2011, opera como agente financeiro central; de modo específico, o BNDES passou a gerir os recursos destinados ao desenvolvimento de um mercado de conteúdos para televisão, cinema e outras mídias. Em maio de 2012, o Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE) foi credenciado pelo CGFSA, e contratado pelo BNDES, para atuar como novo agente financeiro para as linhas de produção e distribuição de obras para cinema e televisão. Esses desígnios realçam o reconhecimento do BNDES e do BRDE como importantes agentes econômicos, e mais, como agentes econômicos que transitam como agentes culturais pelo setor audiovisual.

A publicação da Lei 12.485, aliada ao credenciamento do BNDES/BRDE para a gerência do FSA, produziu uma expectativa de reorganização do mercado audiovisual, com uma maior abrangência de projetos, sobretudo independentes. Um modelo de negócios ancorado em uma integração vertical de produção, programação e provimento, com financiamentos publicitários, assinalou a trajetória da televisão no país (Ortiz Ramos, 2004), também demarcada pelo distanciamento das produções independentes, pelo óbice ao ingresso de novos competidores, e pela estagnação da TV por assinatura, somente em expansão nos tempos atuais. Nos pacotes de TV por Assinatura, os poucos canais disponíveis eram programados até então, em grande parte, por grupos internacionais. A partir da articulação entre o FSA e a Lei 12.485, programadoras nacionais adquiriram mais espaço nesse mercado, e abriram espaço para produtoras em consolidação e já consolidadas como a O2 Filmes, entre outras. Fernando Meirelles, sócio da empresa citada, corrobora a informação, registrando o aumento imediato das demandas por conteúdos audiovisuais com a publicação da Lei da TV por Assinatura.⁸

Na mesma direção, Roberto Oliveira, diretor da TX Filmes, confirma que é nítido o aumento da demanda por conteúdo audiovisual, e assevera que a preparação de muitos canais para cobrir essa cota adveio da promulgação já anunciada dessa legislação, durante a longa tramitação do projeto de lei. Marco Altberg, presidente da Associação Brasileira das Produtoras Independentes de TV (ABPI-TV), afirma que essas inovações conferem à produção independente “um valor dentro do mercado”, e a elas são creditadas o aumento do número de produtoras associadas, de 170 para 265. Luiz Noronha, diretor-executivo de TV, da Conspiração Filmes, diz que os estímulos da nova lei se estendem, também,

6 Comitê formado por dois representantes do MinC, um representante da Ancine, um dos agentes financeiros credenciados e dois representantes do setor audiovisual.

7 Como declara Manoel Rangel, essa escolha foi ancorada na “expertise na administração de mecanismos financeiros” apresentada pelo BNDES ao longo dos anos (Ancine, 2012).

8 Recuperado de <<http://bit.ly/2gdnAKc>>.

a investimentos nos próprios serviços. Como se vê, as produtoras falam em uma “explosão de demanda”, ou até mesmo em uma “pequena revolução”.⁹

A nova legislação e os novos recursos estão inseridos e ratificam o presente contexto de ampliação e sedimentação do mercado audiovisual brasileiro. Igualmente, ratificam o FSA como o principal instrumento de política pública para o desenvolvimento do setor audiovisual no país. As chamadas públicas para as linhas de ação do Fundo – produção cinematográfica (Linha A); produção independente de obras audiovisuais para televisão (Linha B); aquisição de direitos para distribuição de obras cinematográficas (Linha C); e comercialização de obras cinematográficas (Linha D) – foram lançadas pelo BRDE, em maio de 2012. Ao direcionar o olhar para os projetos inscritos na Linha B, é possível perceber os efeitos decorrentes da lei, mediante a demanda por recursos para projetos de emissoras e programadoras. Além de contemplar projetos de obras seriadas – ficção, animação e documentários –, essa linha também passou a contemplar projetos de obras não seriadas de documentários com duração superior a 52 minutos. Considerando os valores destinados aos projetos dessa linha, R\$ 50 milhões foram disponibilizados para as obras seriadas, e R\$ 5 milhões para os documentários. As 4 obras seriadas selecionadas pela Linha B foram destinadas ao mercado de TV por Assinatura, sendo que as séries de ficção *As Canalhas*, *Amor Mata* e *Beleza S/A* (ex-4Ever Young) foram licenciadas para a Globosat, com exibição prevista no canal GNT, e a série documental *Cale-se – A Censura Musical* foi licenciada para o Canal Brasil (Ancine, 2014).

Dos 83 filmes nacionais lançados comercialmente em 2012, 17 deles foram projetos selecionados pelo FSA. No aludido ano, a participação de projetos contemplados pelo FSA aumentou para 20,2% em relação ao total das obras lançadas. A arrecadação das salas de cinema atingiu R\$ 1,6 bilhão, com um aumento de 12,13% em relação ao ano anterior. Os filmes lançados pelo FSA foram responsáveis por 60% do total dessa receita, demonstrando uma correlação positiva entre a quantidade de obras lançadas pelo Fundo e a participação sobre a renda total dos filmes nacionais. O público total de cinema alcançou 146,4 milhões de espectadores, e a participação de público no tocante aos filmes nacionais alcançou 10,62%, sendo 5,12% no primeiro semestre do ano, e 15,2% no segundo. No total, o público de filmes brasileiros correspondeu a 15,5 milhões de espectadores. Cinco filmes nacionais superaram um milhão de espectadores. Estes filmes – “E aí, comeu?”; “Até que a sorte nos separe”; “Gonzaga – De pai para filho”; “Os Penetras” e; “De Pernas pro Ar” – foram contemplados e comercializados pelas linhas de ação do FSA. Além desses dados, outros podem ser destacados, como a expansão do parque exibidor e o aumento do número de salas destinadas a lançamento de filmes nacionais. De 48 salas em 2011, o número foi elevado para 63 salas em 2012.

Em 2013, os números revelam o maior público desde a Retomada: 27,8 milhões de espectadores, com a participação de público de filmes nacionais

9 Recuperado de <<http://bit.ly/2fu3vhG>>.

correspondente a 18,6%; bem como revelam o maior número de lançamentos da historiografia do cinema brasileiro: 127 estreias nacionais. O mercado de salas de exibição atingiu 149,5 milhões de ingressos vendidos, com uma renda de mais de R\$ 1,7 bilhão, o maior patamar das últimas duas décadas. Ainda, no ano em relevo, 10 filmes brasileiros ultrapassaram a marca de um milhão de bilhetes vendidos, e 24 filmes brasileiros ultrapassaram a marca de 100 mil espectadores. “Minha Mãe é uma Peça”; “De Pernas pro Ar 2”; “Vai que Dá Certo”; “Somos tão Jovens” e; “Faroeste Caboclo”, foram alguns filmes que contaram com financiamento do FSA, e que figuram no rol de filmografias que alcançaram mais de um milhão de espectadores. Esses números indicam a ocupação do cinema nacional no mercado cultural e uma ampla participação do FSA nesse cenário, ainda marcado pela grande inserção das produções norte-americanas (Ancine, 2013).

Nesse texto, algumas nuances que conformam os traços da configuração contemporânea do mercado audiovisual no Brasil foram apresentadas e, a partir disso, uma reorganização dos negócios e dos mercados culturais foi percebida. Nesse novo âmbito, assinalado pelo entrelaçamento entre *cultura, desenvolvimento e criatividade*, o audiovisual pode ser considerado uma via para a valorização da cultura brasileira, para o aumento da produção e circulação de conteúdos audiovisuais nacionais, para a possibilidade de crescimento de diversos segmentos desse mercado. Na luta mundial de conteúdos, uma batalha é travada pelo controle da informação, pelo domínio dos formatos audiovisuais, pela conquista de novos mercados. Nessa batalha de mídias e culturas, o Brasil busca uma identidade em prol da diversidade cultural (Martel, 2012).

As relações políticas, financeiras e estéticas firmadas entre o FSA e a Lei 12.485 são alguns fios que tecem a nova urdidura audiovisual brasileira, demarcada, cada vez mais, pela articulação entre cinema e televisão. Embora a partir do final dos anos 1990 essa integração já viesse acontecendo com a expansão da Globo Filmes, com as novas relações referidas, outras abrangências e formatos são contemplados. Entretanto, esse consórcio não se dá por meio da TV Aberta, fenômeno econômico e cultural da modernização brasileira, mas sim por meio da TV por Assinatura, o que revela outras interfaces entre novos agentes políticos, econômicos e culturais. Na contemporaneidade, transformações simbólicas, tecnológicas, econômicas, culturais, suscitam uma reinvenção do campo audiovisual nacional, com novos produtos, formatos e circuitos frente à centralidade da cultura.

3. Considerações finais

Nesses escritos foram tecidas algumas reflexões sobre a economia criativa do audiovisual no contexto brasileiro contemporâneo. A pesquisa sobre essa questão foi motivada pela densidade adquirida pela cultura e, particularmente, pelo

audiovisual, enquanto meio de desenvolvimento econômico e social, nas novas agendas político-culturais. Experiências contemporâneas revelam uma aproximação entre cinema e televisão. Em um contexto específico, as movimentações supramencionadas colocaram o tema do entrecruzamento de mídias em debate; em um contexto mais amplo, os novos contornos e alcances de alguns conceitos, assim como avanços tecnológicos, multiplicidade de mídias, transformações de linguagens e formatos, entre outros fatores, engendraram uma reorganização do campo audiovisual.

Ao longo dos anos, além das dificuldades de distribuição, a produção cinematográfica brasileira manteve-se afastada da TV Aberta, ancorada em um modelo de negócios de integração vertical das atividades de produção e programação. Apesar da universalização do serviço e da realização de formatos e obras de referência, a televisão acarretou um distanciamento da produção independente e um óbice à entrada de outros agentes nesse mercado. A implementação dos preceitos trazidos pela Lei 12.485 define novos rumos para o setor audiovisual. As novas receitas destinadas ao FSA, advindas da ampliação da Condecine, o ingresso de novos agentes no setor; a exibição de conteúdos nacionais e independentes nas programações da TV por Assinatura, sinalizam uma nova configuração para economia do audiovisual.

Referências bibliográficas

- Alves, E.P.M. (2008). Crítica e resignação. O trânsito constante entre categorias nativas e categorias analíticas: a força política e estética da categoria indústria cultural. *Revista Latitude*. Maceió, 2(1), 82-105.
- Alves, E.P.M. (2011). *Economia Simbólica da Cultura Popular Sertanejo-Nordestina*. Maceió: EDUFAL.
- Alves, E.P.M. (2013). Economia criativa, negócios culturais e gestão financeira: o BNDES e a integração do mercado audiovisual brasileiro. IV Seminário Internacional – Políticas Culturais. 16 a 18 de outubro. Fundação Casa de Rui Barbosa, Rio de Janeiro, Brasil. Recuperado de <http://bit.ly/2eWQWLI>.
- Azulay, J.T. (2007). Por uma política cinematográfica brasileira para o século XXI. Em Meleiro, A. (org.), *Cinema no Mundo – indústria, política e mercado – América Latina*. Vol. II. São Paulo: Escrituras Editora.
- Bahia, L. (2012). *Discursos, políticas e ações: processo de industrialização do campo cinematográfico brasileiro*. São Paulo: Rumos Itaú Cultural.
- Bezerra, L.; Moreira, F. & Rocha, R. (2010). A Secretaria do Audiovisual: Políticas de cultura, políticas de comunicação. En Rubim, A.A.C. (Ed.). *Políticas culturais no Governo Lula*. Salvador: EDUFBA, 133-158.
- Bourdieu, P. (1992). *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.

- Fornazari, F.K. (2006). Instituições do Estado e políticas de regulação e incentivo ao cinema no Brasil: o caso ANCINE e ANCINAV. *Revista Administração Pública*. Rio de Janeiro, 40(4) 647-677, Julho/Agosto.
- García Canclini, N. (2006). *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP.
- Jenkins, H. (2008). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2009). *A tela global: Mídias culturais e cinema na era hipermoderna*. Porto Alegre: Sulina.
- Matta, J.P.R. (2010). Políticas públicas federais de apoio à indústria cinematográfica: Um histórico de ineficácia na distribuição. Em Meleiro, A. (Ed.). *Cinema e mercado*. Vol. III. São Paulo: Escrituras Editora.
- Mattelart, A. (2005). *Diversidade cultural e mundialização*. São Paulo: Parábola.
- Martel, F. (2012). *Mainstream: A guerra global das mídias e das culturas*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Meleiro, A. & Fonseca, F. (2012). Economia Criativa: uma visão global. *Revista Latitude*. Maceió, 6(2), 241-265.
- Ortiz, R. (1994). *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense.
- Ortiz Ramos, J.M. (2004). *Cinema, televisão e publicidade: Cultura popular de massa no Brasil nos anos 1970-1980*. 2ª ed. São Paulo: Annablume.
- Reis, A.C.F. (2008). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural: Garimpo de Soluções.
- Santos-Duisenberg, E. (2012). A economia criativa e a indústria cinematográfica na sociedade contemporânea. Em Meleiro, A. (org.), *Cinema e Economia Política*. São Paulo: Escrituras Editora.

Hollywood, el copyright y el TPP

Hollywood, copyright and TPP

Hollywood, o copyright e o TPP

Karina LUCHETTI

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina / karinaluchetti@yahoo.com.ar

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Monográfico, pp. 205-222)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 05-06-2016 / Aprobado: 24-10-2016

Resumen

Este artículo se dedica a explorar una serie de cláusulas relativas a derechos de autor y conexos del capítulo de propiedad intelectual del Acuerdo Transpacífico de Asociación Económica, el más ambicioso tratado de libre comercio que se haya concluido desde la conformación de la OMC. Conocido también como TPP (por las siglas en inglés), el acuerdo fue firmado el 4 de febrero de 2016 por doce países de la Cuenca del Pacífico. El artículo se orienta a contextualizar la negociación de estándares en derechos de autor en el TPP como parte de la estrategia de Estados Unidos para conseguir mayores niveles de protección.

Palabras clave: copyright; libertad de expresión; industrias culturales; audiovisual.

Abstract

This article is dedicated to exploring a number of clauses relating to copyright in the intellectual property chapter of the Trans Pacific Partnership Agreement, the most ambitious free trade agreement that has been concluded since the establishment of the WTO. Known as TPP, the agreement was signed on February 4, 2016 by twelve countries of the Pacific Rim. The paper aims to contextualize the negotiation of standards copyright in the TPP as part of the US strategy to achieve higher levels of protection.

Keywords: copyright; freedom of expression; cultural industries; audiovisual.

Resumo

Este artigo se dedica à exploração de uma série de cláusulas relativas aos direitos de autor e conexos do capítulo de propriedade intelectual do Acordo Transpacífico de Associação Econômica, o mais ambicioso tratado de livre comércio realizado desde a conformação da Organização Mundial do Comércio. Conhecido como TPP, da sigla em inglês, o acordo foi firmado em 4 de fevereiro de 2016 por doze países da Bacia do Pacífico. O artigo também contextualiza a negociação de padrões para os direitos de autor no TPP como parte da estratégia estadunidense para alcançar maiores níveis de proteção.

Palavras-chave: copyright; liberdade de expressão; indústrias culturais; audiovisual.

1. Introducción

La constitución en 1995 de la Organización Mundial del Comercio puso en alerta a los sectores culturales de muchos países que vieron en el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (AGCS) una amenaza para la continuidad y el desarrollo de sus políticas de protección y fomento a las industrias audiovisuales nacionales. El ingreso del audiovisual a la vorágine del libre comercio, sin embargo, no se consustanció solamente en el AGCS, que finalmente no excluyó a ningún servicio del sistema de rondas de negociación multilaterales con las que se persigue la progresiva liberalización de todos los sectores de la economía. Entre los anexos del acuerdo que instituye la OMC también se cuenta un Acuerdo sobre Aspectos de la Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC) con el que se dictaron los estándares mínimos de protección y observancia del *copyright* que deben garantizarse entre los miembros del organismo y que es el punto de inicio para una nueva etapa en la regulación internacional de los derechos de autor. Si en función de los términos del AGCS y el ADPIC la política cultural terminó constituyéndose en una moneda de cambio para la obtención de beneficios en otros sectores de la economía, solo en el segundo la transacción se hizo presente desde un inicio con resultados consumados.

El ingreso del *copyright* a la OMC sería un importante y significativo primer paso en la cada vez más frecuente definición de políticas culturales en derechos de autor y conexos a través de acuerdos internacionales de índole exclusivamente comercial, donde la dinámica de “toma y daca” que los gobierna complica la elección de criterios regulatorios que promuevan un mayor equilibrio entre los intereses que la legislación en esta materia se supone que está llamada a balancear. Por cierto, el fortalecimiento de los monopolios de explotación de derechos ha encontrado un curso privilegiado en tratados de libre comercio (en adelante, TLC), con cláusulas que debilitan el dominio público como institución del patrimonio cultural común de libre utilización, reducen las flexibilidades de los países para establecer limitaciones en favor de determinados usuarios y consumidores y, bien por los estrictos términos de sus disposiciones o la interpretación que de ellas se promueve, muchas veces entran en conflicto con la libertad de expresión y los derechos de las personas a la privacidad, el debido proceso y la proporcionalidad de las penas.

Este artículo se dedica a explorar un caso particular: el constituido por el Acuerdo Transpacífico de Asociación Económica, a la fecha el más ambicioso TLC que se haya concluido desde la conformación de la OMC, lo que se evidencia cuando al juicio habitual sobre lo abarcador de las materias reguladas y los estándares promovidos se le suma el de los miembros involucrados, que en conjunto contabilizan el 40% del producto bruto mundial. Conocido también como TPP (por las siglas en inglés), el acuerdo fue firmado el 4 de febrero de 2016 por ministros de doce países de la Cuenca del Pacífico: Brunei, Chile, Nueva Zelanda, Singapur, Australia, Estados Unidos, Perú y Vietnam, que participaron

desde la primera ronda (marzo de 2010), y Malasia, México, Canadá y Japón, que se fueron sumando después. Los debates en torno a las consecuencias del TPP escalan ahora en estos países que han de decidir si llevan o no adelante los procedimientos internos que se requieren notificar para apoyar su entrada en vigor y obligarse al cumplimiento de sus disposiciones.

El análisis que sigue se orienta a explorar el asunto de la regulación del *copyright* en el TPP desde una perspectiva que se apoya en desarrollos teóricos realizados en el marco de estudios en regulación/gobernanza global, donde se ha llamado la atención sobre la elevación permanente de estándares internacionales en propiedad intelectual, el predominio estadounidense en su definición y el involucramiento de actores no estatales en la actividad regulatoria. Siempre con el interés circunscripto a la problemática del *copyright* que tiene vinculación con temas del interés de los grandes estudios cinematográficos, el artículo da cuenta de dinámicas de construcción de la agenda de negociación estadounidense para el TPP y los estándares resultantes del proceso de generación de consenso entre los países que se convirtieron en signatarios.

Motiva el análisis tanto la actualidad del acuerdo comercial como la oportunidad brindada por esta convocatoria para abordar el TPP en tanto vehículo para modificar las legislaciones en derecho de autor. Consideramos que esta situación forma parte de un proceso de globalización de la regulación del *copyright* vinculado con la temática de la transnacionalización de las industrias culturales y el libre comercio sobre el que es importante reflexionar en nuestra disciplina, ya que acontece en una esfera regulatoria en la que –tal como sucede con la liberalización del audiovisual– se arriesgan intereses de bien público (en el caso de la regulación global del *copyright*, no siempre referidos al “ámbito cultural”).

2. La globalización de la regulación del *copyright*

La protección internacional de los derechos de autor fue *in crescendo* desde la aparición de los primeros acuerdos bilaterales entre países europeos a inicios del siglo XIX, en los comienzos del comercio transfronterizo de obras, hasta nuestros días, cuando –a pesar de la construcción de un robusto sistema multilateral– el derecho internacional en esta materia vuelve ser impulsado mediante acuerdos bilaterales y plurilaterales.

De hecho, a partir de la década de 1980 se observa un fenómeno de constante cambio de foro para asuntos de propiedad intelectual (PI) con el objetivo de imponer más altos niveles de protección y observancia. El mismo ADPIC fue resultado de la implementación de una estrategia de este tipo: el traslado de asuntos de la competencia de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) a la Ronda de Uruguay del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) promovido por los gobiernos de Estados Unidos y, posteriormente, la Unión Europea y Japón, a instancias de grandes corpo-

raciones, que en la arena del *copyright* tuvo a transnacionales del *software* y a Warner Communications a la cabeza (Drahos & Braithwaite, 2002). El recurso a esta estrategia no finalizó allí. Desde la conclusión del acuerdo de la OMC los promotores de una siempre mayor protección empujaron sus agendas hacia instancias de negociación no multilaterales (cambio de foro vertical) con resultados que hacen incluso que los más críticos del ADPIC puedan apreciar aquel tratado por las flexibilidades que ofrece (Sell, 2010). El carácter estratégico que subyace en este *forum-shifting* pone en evidencia la naturaleza relacional y dinámica del proceso de elevación de estándares, que evidencia resistencias tanto en la fase del establecimiento de normas como en la de su implementación y aplicación efectiva (Sell, 2010).

La inclusión de la PI en el Tratado Transpacífico de Asociación Económica es un caso de cambio de foro. Desde una perspectiva más general puede también ser considerado una de las más nuevas capas de gobernanza que se intenta sumar a lo que algunos estudios han denominado *global media governance*, concepto con el que Ó Siochú y Girad (2002) aluden a la emergencia a fines del siglo XX de actores e instancias internacionales con importante influencia en el modo en que las industrias culturales se configuran dentro de las fronteras nacionales. Si bien no es éste un fenómeno exclusivo del campo de los *media*, el sector de las industrias culturales se ve afectado especialmente por el fuerte dinamismo que se observa en la regulación internacional de la PI en su conjunto.

Este fuerte dinamismo es señalado por Braithwaite y Drahos (2000) en su estudio sobre el establecimiento de normas en trece diferentes áreas de negocios que les permitió obtener amplia evidencia sobre el modo de funcionamiento de lo que algunos estudios llaman *capitalismo regulatorio*, definido como el nuevo orden dentro del capitalismo que se desarrolla a partir de la década de 1970, en el que podría entenderse inserto el “programa” neoliberal (Braithwaite, 2008) y que se caracteriza por densas redes de relaciones y la formación de técnicas regulatorias en las que actores estatales y no estatales resultan tanto reguladores como regulados. El estudio también encuentra que los Estados Unidos resulta el actor más influyente de la globalización de la regulación empresarial. Si bien el poder económico es importante, no deriva en forma automática en la capacidad estatal de ser un generador de normas, para lo que se requiere del desarrollo de una estrategia orientada a generar consensos crecientes que debiliten la posición de los principales oponentes (Braithwaite & Drahos, 2000).

La digitalización, el advenimiento de la *World Wide Web*, la proliferación de nuevas tecnologías y el crecimiento del comercio electrónico han traído desafíos mayores para los modelos de negocios de las industrias que impulsan la re-escritura de la regulación global del *copyright*. Como señala Peter Yu (2014) el amplio y diverso catálogo de medidas de observancia que se introducen en los niveles internacional y nacional para enfrentar la cuestión digital han impuesto serias amenazas a derechos y libertades incluidos en los sistemas de protección de derechos humanos que por principio deberían tener primacía frente a los

intereses económicos de las empresas. En función de que una parte de los derechos de autor se integra a esos sistemas de protección allí también es preciso la restitución de equilibrios llevando al mínimo las tensiones internas y conflictos (Peter Yu, 2014).

3. Sobre este análisis

Atento las mencionadas tendencias en la regulación global del *copyright*, este artículo da cuenta de dinámicas de construcción de la agenda de negociación estadounidense para el TPP y de los estándares resultantes del proceso de generación de consenso entre los países que se convirtieron en signatarios, con el interés circunscripto a la problemática del *copyright* vinculada a demandas de los grandes estudios cinematográficos.

En relación a las dinámicas de conformación de agenda se presentan aspectos clave de la relación entre la Oficina del Representante Comercial de los Estados Unidos (USTR, por las siglas en inglés) y dos asociaciones de la industria del *copyright*, la International Intellectual Property Alliance y la Motion Pictures Association of America. El análisis de estándares compara los del TPP con: a) los estándares aceptados en los acuerdos multilaterales (el mencionado ADPIC y los “Tratados de Internet de la OMPI” concluidos en 1996); y b) las demandas y evaluaciones realizadas por la industria del *copyright* y, en particular, por los grandes estudios (IIPA, 2010; MPAA, 2010; Time Warner, 2010; ITAC-15, 2010), en relación a las que se comentan implicancias sociales vinculadas a su inclusión u omisión. El análisis se completa y enriquece con referencias a posiciones del negociador estadounidense que fueron conocidas a través de filtraciones de documentos en los que constan posturas de las partes negociadoras (KEI, 2011; WikiLeaks, 2013).

Tal como fue sostenido en relación a diversas iniciativas (Drahos & Braithwaite, 2002; Sell, 2010, por ejemplo) entendemos que existe una fuerte influencia de las transnacionales de la industria del *copyright* en general y de los grandes estudios en particular en la formulación de estándares internacionales cada vez más altos en materia de derechos de autor (con consecuencias negativas en relación a varios intereses de bien público) de las que el TPP no sería una excepción, atento a la pervivencia de dinámicas de la conformación de agenda negociadora de EE.UU. en relación a estos temas.

4. Hollywood y el *copyright* desde la perspectiva estadounidense

En diciembre de 2009 la Oficina del USTR informaba al Congreso y hacía pública la intención formal del Presidente de entrar en las negociaciones del TPP, definido como un acuerdo de alto nivel que funcionaría como un medio para

promover los intereses económicos estadounidenses en Asia Pacífico, con las economías de más rápido crecimiento en el mundo, y una herramienta para expandir las exportaciones del país (Federal Register, 2009; USTR, 2009).

La negociación del acuerdo, que se intentaría ampliar a otros países de esa región, fue saludada por la International Intellectual Property Alliance (IIPA, 2010), coalición de asociaciones empresarias de las industrias del *copyright* estadounidense¹ representativa de los intereses de las grandes transnacionales del sector y principal agente internacional de *lobby* para estos asuntos. La entidad, cuya abultada agenda incluye también demandas sobre acceso a mercados y eliminación de barreras arancelarias, respondería al pedido de comentarios sobre el TPP con una solicitud que en materia de *copyright* es de “consistencia y coexistencia” con los TLC negociados con anterioridad por Estados Unidos y una serie de demandas específicas que en algunos casos representan los más altos estándares conseguidos en ese tipo de acuerdos (IIPA, 2010). En la misma línea se cuentan los comentarios que hicieron llegar al USTR algunas asociaciones representadas por la IIPA, incluida la Motion Pictures Association of America (MPPA, 2010), y una de las compañías del sector audiovisual que más *lobby* ha hecho para elevar la protección internacional: Time Warner (2010).

En general las demandas de la industria del *copyright* son tomadas muy seriamente por la Oficina del USTR, cuyas negociaciones internacionales en este campo han llegado a imponer cambios en la legislación nacional previamente rechazados en tratamiento legislativo (Samuelson, 1997). Varios factores colaboran en la fuerte imbricación entre la autoridad negociadora estadounidense y esta industria. El aporte que la PI, en general, y el *copyright*, en particular, realizan a la economía de Estados Unidos, país con un perfil claramente exportador en estos rubros, pero también una serie de factores político-institucionales.

Karagaris y Flynn (2012) describen tres. Primero, la fluida relación del USTR con la IIPA, constituida en fuente de información para la elaboración del informe anual sobre adecuación y eficacia de la PI en mercados externos y la toma de decisiones sobre la participación de los países en mecanismos preferenciales de acceso al mercado estadounidense. A esta delegación de tareas de investigación, se agrega el intercambio de cuadros gerenciales que en el curso de sus carreras pasan de las asociaciones y principales compañías de la industria al USTR y otras oficinas gubernamentales, y viceversa. El complejo entramado de relaciones se completa con la conformación por el USTR de comités asesores en PI integrados por miembros de las asociaciones y compañías de las industrias involucradas (del *copyright*, farmacéutica, etc.) y de los estudios de abogados que las representan (Karagaris & Flynn, 2012).

1 Software Alliance, Entertainment Software Association, Independent Film & Television Alliance, Motion Picture Association of America, Association of American Publishers, National Music Publishers' Association, y Recording Industry Association of America.

Entre las tareas de estos comités industriales o funcionales se cuenta brindar información y hacer recomendaciones a los negociadores estadounidenses en relación a los distintos temas involucrados en los TLC. Por esta razón, el Industrial Trade Advisory Committee on Intellectual Property (ITAC-15) estuvo en todo momento en conocimiento de los borradores y las discusiones alrededor del capítulo sobre PI del TPP y en posición de poder constituirse en un actor influyente, a diferencia de las asociaciones de la sociedad civil y la ciudadanía en general que solo podrían conocer detalles del acuerdo a través de sucesivas filtraciones. En el ITAC-15 (que ha incluido lugares para actores importantes del mundo de la tecnología²) el sector tradicional del *copyright* se encuentra representado de forma directa por la Recording Industry Association of America y The Walt Disney Company.

En cuanto al aporte de las industrias de *copyright* a la economía estadounidense se pueden hacer distintas aproximaciones. De acuerdo al último informe publicado por IIPA, las industrias del *copyright* responden en 2013 por el 6,7% del PBI de los Estados Unidos, el 4% del empleo total y el 4,8% del empleo privado de ese país (Siwek, 2014). Además, se estiman ingresos por 156.300 millones de dólares en concepto de exportaciones y ventas al exterior para un conjunto seleccionado de productos protegidos por *copyright*, en este último caso con fuente en reportes sectoriales, habida cuenta de las dificultades del U.S. Census Bureau para captar el comercio exterior en este rubro (Siwek, 2014). En rigor esa dificultad resulta una problemática bastante generalizada entre los organismos estadísticos de los países (no exclusiva de Estados Unidos) y extendida dentro del sector servicios (no solo para la industria del *copyright*).

Una medida de la diferencia entre la estimación oficiosa y la oficial se puede tener al considerar el audiovisual destinado a pantallas³, segundo rubro en importancia de la industria del *copyright* estadounidense –el primero es el *software*, segmento cuyos ingresos del exterior suman el 76,9% del total de lo informado por las empresas (elaboración propia sobre datos de Siwek, 2009). Mientras que para 2007 la agencia estadística estadounidense registraba 14.600 millones de dólares en ingresos del exterior por películas y videos, la MPAA estimaba en 20.400 millones de dólares las ventas en el exterior por parte de sus afiliadas para todos los productos que comercializan (películas, videos y programas de TV), valor que es un 40% más que lo contabilizado por el U.S. Census Bureau (Siwek, 2009). Más allá de las limitaciones que puedan computárseles, las cifras oficiales permiten ponderar el peso que el *copyright* tiene en el total del suministro de servicios por Estados Unidos, que no resulta nada despreciable. A partir de datos provistos por el Bureau of Economic Analysis (BEA, 2015) del Departamento de Comercio, que ofrece cifras del comercio exterior de dis-

2 Como Yahoo! y Apple que son usuarios, pero también registrantes de propiedad intelectual.

3 Conforme la definición de la OMC, los servicios audiovisuales incluyen los servicios de producción y distribución de películas cinematográficas y cintas de video, de proyección de películas cinematográficas, de radio y televisión, de transmisión de sonidos e imágenes, de grabación sonora y otros sin especificar.

tintos rubros de las industrias del *copyright*⁴ se obtiene que este sector explica el 8,3% de las exportaciones de servicios y el 19,1% del superávit de esa balanza de servicios.

En 2013, la participación de la industria estadounidense en el mercado mundial audiovisual (incluye fonogramas), calculada sobre la base del volumen de negocios de los principales 50 grupos, ascendía al 66,4% (EAO, 2013). Una parte considerable de esa participación corresponde a servicios audiovisuales destinados a las pantallas, mercado en que Estados Unidos tiene un lugar indiscutido. Es un gran productor mundial de películas (9,7% de los títulos producidos) y tiene el segundo mercado nacional de espectadores del mundo (22% de los espectadores), en ambos casos solo superado por la India (con 22% de los títulos y el 30% de los espectadores) (elaboración propia sobre datos de UIS, 2016a & 2016b). Pero a diferencia del país asiático destaca por el predominio de sus films en las pantallas del mundo (UIS, 2016b). La industria estadounidense distribuye sus películas en más de 150 países (MPAA, 2010). Las empresas a las que representa la asociación estadounidense MPAA (2010) obtienen el 46% de sus ingresos del exterior.

El peso económico de las industrias a las que está vinculada (cinematográfica, televisiva) no alcanza a explicar por sí solo la influencia que logra la MPAA en las relaciones comerciales estadounidenses. Lee (2008) ha apuntado varias razones importantes adicionales: la vasta experiencia de la asociación en negociar por sus propios medios con gobiernos extranjeros (que le valió el mote de “Pequeño Departamento de Estado”); la mayor influencia que actualmente consiguen los grupos del sector privado en las negociaciones internacionales; la experiencia de máximos dirigentes empresariales y personal de la MPAA como funcionarios de gobierno; y la relación de larga data con el aparato estatal estadounidense (incluido el estrecho vínculo con la Secretaría de Estado que para mediados del siglo pasado se cimentaba sobre el valor propagandístico propiciado y reconocido en las películas de las grandes compañías). Entendemos que a esto hay que agregar el peso de conjunto, económico y de *lobby*, que consigue con otras industrias con intereses que confluyen en una gran cantidad de compromisos horizontales de protección y observancia.

5. De la agenda de Hollywood para el *copyright* al TPP

Una primera aproximación al temario de Hollywood para el capítulo puede obtenerse sencillamente a partir de dos documentos elaborados poco antes del inicio de las negociaciones: las respuestas de la MPAA (2010) y Time Warner

4 Dada la estructuración económica de la industria fonográfica, donde las empresas que dominan el mercado global tienen presencia en los mercados nacionales por establecimiento de subsidiarias, los montos en este concepto tanto de exportación como de importación no resultan muy significativos.

(2010) a la convocatoria a realizar comentarios públicos que pudieran servir al desarrollo de los objetivos estadounidenses. En esos documentos, manifiestan esperar que los negociadores aseguren en el TPP la adhesión a los tratados de Internet de la OMPI, plazos de protección iguales a los vigentes en Estados Unidos y diversos compromisos relativos a la cuestión digital. Completa y efectiva implementación de los Tratados de Internet de la OMPI, protección de las copias temporales, inclusión de derechos de puesta a disposición y de disposiciones anti-elusión de medidas tecnológicas de protección, medidas de observancia al día con los desarrollos tecnológicos, pautas claras de responsabilidad de los proveedores de servicios de Internet (ISP) y disposiciones “adecuadas” de notificación y retiro de contenidos. Además, pretenden que el TPP extienda a otros países las disposiciones anti-*camcording* y anti-“piratería” de señales portadoras de programas incluidas en TLC negociados por Estados Unidos, con el de Corea del Sur como el mejor estándar (MPAA, 2010 & Time Warner, 2010).

A continuación, se analizan los resultados del TPP en relación a la mayor parte de estos temas⁵, junto con dos cuestiones importantes que permiten tener una visión más general de los estándares comprometidos: las salvaguardas de interés público y la proclamación sobre balance de intereses en los sistemas de *copyright* que generaron disconformidad en el ITAC-15 (2015).

5.1 Objetivos, principios y entendimientos del capítulo

El capítulo sobre PI del TPP se inicia con una sección sobre “Disposiciones generales” en la que se incluyen tres artículos que describen los fines generales y entendimientos por los que se rige. Los objetivos y principios reiteran las salvaguardas de interés público que los países menos desarrollados lograron introducir en ADPIC, mientras que los entendimientos incorporan otras, novedosas, bastante más centradas en temas culturales⁶. Así, las partes del acuerdo plurilateral “reconocen la necesidad” de promover la innovación y la creatividad, facilitar la difusión de información, conocimiento, tecnología, cultura y las artes, y fomentar la competencia y mercados abiertos y eficientes. También del respeto por los principios de transparencia y debido proceso.

Aun cuando estas cláusulas de resguardo están por demás contrarrestadas por las detalladas protecciones que el capítulo reserva a los titulares de derechos, su inclusión es positiva dado que los principios y objetivos asisten la interpretación de los árbitros intervinientes en disputas que en el caso del TPP no solo podrían ser Estado-Estado sino también inversor-Estado (Weatherall, 2015).

El conjunto de protecciones a la afectación de intereses públicos que finalmente se incluyó es bastante más moderado que lo que anunciaban las filtraciones (WikiLeaks, 2013) que muestran a Estados Unidos y Japón presentando

5 Este trabajo preliminar no incluye el análisis de las cláusulas correspondientes a derecho de puesta a disposición y medidas tecnológicas de protección.

6 Arts. 18.2, 18.3, 18.4.

oposición a salvaguardas a la postre removidas y “reconocimientos” de la importancia del dominio público trasladados a la sección “Cooperación”⁷ presumiblemente con el fin de rebajarlos. A pesar de los cambios introducidos, el ITAC-15 (2010) manifestaría encontrarse fuertemente dividido entre quienes adhieren sin reservas a la inclusión de estas salvaguardas por el “sentido de balance” que introducen, y aquellos a los que les preocupan que reflejen escepticismo en relación al rol fundacional de la PI en el alcance de objetivos que –a su entender– se logran mediante fuertes sistemas de protección.

5.2 Adhesión a los tratados de Internet de la OMPI

La digitalización e Internet no ingresaron al ADPIC, pero sí lo hicieron a los Tratados de Internet de la OMPI que van sumando partes contratantes por obligaciones de adhesión incluidas en acuerdos de libre comercio promovidos por los Estados Unidos y la Unión Europea. Así también en el caso del Acuerdo Transpacífico de Cooperación⁸ que posibilitaría sumar a Brunei, Nueva Zelanda y Vietnam, lo mismo que a otros no adherentes que decidan ingresar al TPP. Estos acuerdos son los introductores del derecho de puesta a disposición del público (relativo a las comunicaciones electrónicas interactivas) y de la tutela legal contra la elusión de las medidas tecnológicas de protección (restricciones técnicas con las que los titulares de derechos limitan las utilidades que se pueden hacer de una obra, interpretación o fonograma), dos temas de interés de las industrias del *copyright* sobre los que también se ocupa el TPP.

5.3 Derecho de reproducción

El TPP se presentó, además, como una nueva posibilidad de discutir la definición del derecho de reproducción a propósito de la cuestión digital. La definición finalmente introducida abarca las reproducciones realizadas de cualquier manera o forma, incluida la forma electrónica⁹, con omisión de toda referencia a las copias temporales¹⁰ –que sí figuraban en el documento filtrado en noviembre de 2013 (WikiLeaks, 2013). De haber primado el interés de las *majors* se estaría ante una restricción de extremo desproporcionada de la libertad de expresión en línea dado que hasta la misma actividad de navegación (por las copias temporales que genera) podría considerarse infractora (Article 19, 2013).

La IIPA (2010), que esperaba la inclusión en el TPP de los Tratados de Internet de la OMPI, manifiesta valorar estos acuerdos, entre otras cosas, por contener una definición amplia del derecho de reproducción que abarca copias temporales. Se trata de una particular interpretación de tratados en los que se

7 Art. 18.15.

8 Art. 18.7.

9 Art. 18.58.

10 Caen bajo el calificativo de *temporales* las copias intermedias que se hacen en el curso de la transmisión de paquetes por Internet, las copias caché de sitios web que se almacenan en los servidores para permitir el acceso rápido de los usuarios a los contenidos que solicita y las copias RAM que se hacen en el disco rígido de una computadora al navegar un sitio web.

aceptó una redacción muy general sobre la aplicación del derecho de reproducción al entorno digital luego de que hicieron escuchar sus voces las empresas de telecomunicaciones y otras compañías dedicadas a la alta tecnología, cuya actividad podría verse afectada por la imposición de responsabilidad directa por infracciones al *copyright* en virtud de actos de terceros (Samuelson, 1997). En todo caso, no se puede descartar que se intente reintroducir la cuestión en los procesos de implementación del TPP.

5.4 Duración de la protección

La duración de la protección por derechos de autor y conexos acordada en el TPP alcanza toda la vida del autor más setenta años cuando la autoría corresponde a personas físicas, y setenta años desde publicación cuando recae en personas jurídicas¹¹. En ambos casos, por lo menos veinte años por encima de los plazos comprometidos en ADPIC¹². Los nuevos plazos, que además son de aplicación retroactiva, se lograron muy a pesar del “reconocimiento” de la importancia de un dominio público robusto y accesible¹³ ya que en la práctica el TPP empobrece y menoscaba este reservorio del patrimonio intelectual de libre utilización.

La propuesta original fue presentada por los Estados Unidos, que esperaban una protección similar a la que rige en ese país desde la sanción en 1998 de la Sonny Bono Copyright Extension Act (peyorativamente, Mickey Mouse Act) (KEI, 2011). Finalmente, su propuesta se impuso tal cual en relación a personas físicas y con un poco menos de éxito en relación a personas jurídicas (buscaba 95 años desde publicación o 120 años desde creación).

La continua extensión de plazos ya excesivos y la condición de su aplicación retroactiva son especialmente problemáticas. Reducen las posibilidades de disfrute y re-utilización de obras, condicionadas económicamente; incrementan la cantidad de obras huérfanas (están bajo período de protección pero no se conoce quiénes tienen los derechos o cómo ubicarlos y por lo tanto no se pueden utilizar) (Article 19, 2013); y aumentan las posibilidades de que las obras terminen perdidas (los titulares de derechos están interesados en pocas obras de la parte más antigua de su catálogo y no se preocupan por la conservación del resto). También aumentan considerablemente los pagos por *copyright* al extranjero en los países que no tienen posiciones de predominio mundial. Por caso, en el estudio sobre impacto del TPP en Malasia encargado por el gobierno de ese país se indica que la extensión de los plazos de protección supondría un incremento de pagos al exterior por 155 millones de dólares al año por libros, música y películas (ISIS, 2015).

11 Art. 18.63.

12 El TPP incluye el trabajo fotográfico en la definición de obra y no le especifica plazo especial, de modo que la duración en el estándar internacional se extiende cincuenta años. Art. 18.1.1.

13 TPP, 18.15.

5.5 Limitaciones y excepciones

Al igual que el ADPIC, pero con una formulación un tanto diferente, en el TPP las limitaciones y excepciones a los derechos exclusivos –que se usan para promover derechos de terceros o al menos, no impedir su grave conculcación– deben aprobar un test de licitud. Tienen que ser casos especiales, no afectar la explotación normal de la obra (el TPP agrega: la interpretación o ejecución o fonograma) y no causar perjuicio injustificado a los intereses legítimos del titular¹⁴. Solo en cumplimiento de tales condiciones es posible la existencia de estos instrumentos legales por los que se permite a los usuarios hacer utilizaciones para las que no se requerirá la previa y expresa autorización de uso de los titulares de derechos (pero a veces sí el pago de una remuneración legal o una tarifa).

Donde existe en el TPP una novedad sustantiva es en la introducción de un artículo que establece que las partes “procurarán” alcanzar un equilibrio apropiado en sus sistemas de derechos de autor y conexos por medio de limitaciones y excepciones, incluso para el entorno digital¹⁵, a propósito de lo cual ofrece una enumeración no taxativa de fines legítimos¹⁶ y exige conformidad con el test de licitud. A pesar de lo condicionado que está el establecimiento de limitaciones y excepciones, la introducción de esta cláusula en un tratado de libre comercio resulta un aporte valioso a los intentos de construcción de sistemas balanceados¹⁷.

5.6 Los daños y las penas

La inclusión por primera vez en ADPIC de medidas de observancia sigue en el capítulo sobre PI del TPP con una sección específica con obligaciones en relación a la persecución de actos infractores que se evidencian desproporcionadas.

El TPP obliga a las partes a contar con un sistema de resarcimiento de daños para infracciones a derechos de autor y conexos que incluya indemnizaciones pre-determinadas y/o indemnizaciones adicionales (como pueden ser las indemnizaciones ejemplares y punitivas)¹⁸. Se opte o no por la importación de la institución de los *statutory damages* (en que el monto del daño está determinado por ley), los países igualmente tendrán que disponer instrumentos para las siempre reclamadas sentencias disuasorias en los que las indemnizaciones son calculadas sobre base distinta a la del daño efectivamente causado.

14 Art. 18.65.1 y 18.65.2

15 Art. 18.66.

16 Son los de comentario, cobertura de noticias, enseñanza, becas, investigación y otros fines similares, y la facilitación del acceso a obras publicadas a personas ciegas, con discapacidad visual o con otras dificultades para acceder al texto impreso.

17 A pesar de los reclamos de organizaciones de la sociedad civil y de la presión ejercida sobre el USTR por congresistas estadounidenses y las grandes compañías tecnológicas (EFF, 2015) que van incrementando su capacidad de negociación para la regulación global, la cláusula no incluyó obligaciones específicas de establecimiento de excepciones ni de incorporación del sistema de *fair use*, elemento clave de la legislación de Estados Unidos que ese país no exporta a través de sus TLC.

18 Art. 18.74.6.

Aparte de esto, el TPP se pone “al día” con los desarrollos tecnológicos al unísono que con las demandas de la industria al disponer que tendrá que haber tanto sanciones civiles como penales por la piratería dolosa lesiva a “escala” comercial, que en el TPP incluye tanto actos motivados por una ganancia comercial o financiera, como actos que tengan un impacto perjudicial o significativo en el titular de derechos¹⁹.

También se llegó a poner sobre la mesa de negociación del TPP problemas como la copia de films durante una proyección, para lo que Estados Unidos y Canadá vienen exigiendo medidas penales en la negociación de distintos acuerdos. Finalmente, los países incluyeron una disposición que obliga a las partes a adoptar o mantener –como mínimo– procedimientos y sanciones penales contra la “copia no autorizada de una obra cinematográfica exhibida en una sala de cine”²⁰. No obstante, el ITAC-15 (2015) observa que el estándar introducido no es idéntico que el que prevé el TLC con Corea del Sur, que espera poder conseguir en la instancia de implementación del acuerdo.

Con el objetivo de perseguir la “piratería” de señales (sin antecedentes en ADPIC), el TPP introduce obligaciones de contar con recursos civiles y sanciones penales aplicables a la recepción o distribución de señales sin autorización del distribuidor y a actos dolosos de manufactura o distribución de medios técnicos con el que pueda hacerse un descifrado no autorizado²¹. Para casos que involucren señales de cable las partes pueden optar por disponer de recursos civiles o sanciones penales, pero cuando se trate de señales satelitales tienen que garantizarse las dos posibilidades. La introducción de sanciones penales no está condicionada a que exista persecución de lucro. Por lo que se ve, algún criterio de proporcionalidad pudo manejarse en las negociaciones, dado que el borrador filtrado de posición estadounidense fechado en febrero de 2011 indica que en todos los casos (“colgados del cable” incluidos) tocaban sanciones penales.

5.7 Proveedores de servicios de Internet

El TPP incluye una sección completa sin antecedentes en tratados multilaterales dedicada a establecer las bases de sistemas de “incentivos legales” para que los proveedores de servicios de Internet cooperen con los titulares de derechos en la disuasión y el almacenamiento de materiales considerados infractores y de “limitaciones” de responsabilidad destinadas a impedir la imposición de compensaciones monetarias contra los ISP por infracciones que no controlen, inciten o dirijan pero que sucedan en sus redes²². Secciones similares a ésta fueron incluidas en otros TLC a instancias de Estados Unidos que de esta forma hace más de una década que viene “exportando” su Digital Millenium Copyright Act, lo que ha sido criticado por la posibilidad imponer principios de responsabi-

19 Art. 18.77.

20 Art. 18.77.4.

21 Art. 18.79.

22 Secc. J.

lidad civil subsidiaria ajenos a los ordenamientos jurídicos que adoptan el sistema (EFF, 2005).

La regulación del tema en el TPP es menos detallada que las existentes en los TLC anteriores con países de América Latina y el Caribe, con los que comparte obligaciones clave: retiro o inhabilitación del acceso a materiales almacenados a petición de los usuarios, si se recibe una notificación²³; no obligatoriedad de monitoreo de las redes por parte de los ISP (pero tampoco prohibición)²⁴; y posibilidad de obtener por vía judicial o administrativa información sobre el supuesto infractor²⁵. La diferencia con la DMCA es especialmente notable en este último punto. Mientras que en la ley estadounidense la orden de revelar datos emana de un secretario de tribunal, en el TPP se hace expresa referencia al establecimiento de procedimientos de conformidad con los sistemas legales de las partes y los principios del debido proceso y la privacidad²⁶.

El acuerdo plurilateral no obliga a adoptar un sistema de contra-notificación que permita a los usuarios solicitar la restitución del material deshabilitado, pero impone condiciones para establecerlo²⁷. Se trata de un problema especialmente preocupante en sistemas de notificación y retiro privados promovidos legalmente donde la decisión sobre qué es una infracción a los derechos de autor y conexos y qué material puede alojarse o circular por las redes es decidida por quienes alegan ser titulares de derechos (y hasta puede que lo sean). En estos sistemas, el incentivo a los proveedores de servicios para que “cooperen” con los titulares de derechos viene vehiculizado por el atractivo que ofrece entrar en “puerto seguro”, estado de certidumbre sobre la imposibilidad de que un eventual dictamen ulterior pueda determinar responsabilidad por actos de terceros en el que indefectiblemente amarran quienes se avienen a cumplir las condiciones.

La implementación de sistemas legales de notificación y retiro privados es una de las posibilidades presentes en el TPP. Pero no la única: también pudieron incluirse dos anexos que permiten la pervivencia de sistemas donde el resguardo de los derechos de autor y conexos se acompaña de disposiciones de resguardo de la libertad de expresión. El sistema canadiense, que podrá seguir siendo utilizado por ese país²⁸, y el sistema chileno, cimentado sobre las flexibilidades del art. 17.11.23 de su TLC bilateral con Estados Unidos²⁹ que se incorpora como alternativa a la sección³⁰. Por lo menos hasta nuevo aviso, dado que se puede dar por descontada la presión estadounidense para que los países opten

23 Art. 18.82.3.

24 Art. 18.82.6.

25 Art. 18.82.7.

26 Ib.

27 Art. 18.82.4.

28 Anexo 18-F.

29 TLC Chile-EE.UU, 2003. El extenso art. 17.11.23 contiene todas las obligaciones relacionadas a proveedores de servicio contenidas en el capítulo sobre PI de ese acuerdo.

30 Anexo 18-J.

por un sistema de notificación y baja privados. De hecho, los Estados Unidos se han mostrado muy disconformes con el modelo chileno y al día de hoy continúan urgiendo al país andino a enmendar el sistema implementado (USTR, 2016) que para la notificación y baja de contenidos optó por un procedimiento judicial.

6. Palabras finales

Hasta donde permiten ver las filtraciones, el TPP ofrece un nuevo ejemplo de la confluencia de posiciones entre los grandes estudios cinematográficos y el USTR lo que parece poder explicarse por razones de índoles económica y político-institucionales.

El acuerdo también ilustra la considerable –aunque no completa– capacidad que hasta el momento viene demostrando tener la agenda de Hollywood y en general de la llamada industria del *copyright* para imponerse en la regulación global de los derechos de autor.

El capítulo sobre propiedad intelectual del TPP ha incluido cláusulas por las que las partes expresan su reconocimiento del valor del dominio público y de la existencia de sistemas balanceados en materia de *copyright* que no tienen antecedentes en tratados libre comercio liderados por EE.UU. Las salvaguardas y declaraciones incluidas no alcanzan sin embargo para dar por nulos los compromisos que se aceptarían con la ratificación de un acuerdo que, luego de años de negociación secreta, recién ahora involucra en la discusión a las sociedades de los países que lo suscribieron. Aparte de los plazos de protección que una vez más vuelven a ser elevados de manera considerable a beneficio de un grupo de compañías interesadas en seguir sacando provecho de un número poco significativo de obras que integran amplios catálogos bajo llave, existen otro conjunto de compromisos “anti-piratería” que resultan especialmente desproporcionados a la hora de calcular los daños involucrados y no se preocupan por los fines no comerciales involucrados en algunas prácticas que criminalizan.

Si bien es cierto que en algunos de los temas analizados han podido ser desactivadas importantes amenazas a la libertad de expresión, la etapa de implementación puede funcionar como una oportunidad para empujar interpretaciones de los compromisos adquiridos que fueron rechazadas durante una negociación plurilateral.

Los estándares internacionales del ADPIC han sido ampliamente superados por el TPP, acuerdo que de entrar en vigor puede resultar muy significativo incluso para países que no lo integran, toda vez que permitiría ampliar la cantidad de contratantes dispuestos a aceptar esos niveles en las instancias multilaterales de la regulación global del *copyright*, en cuya construcción intervienen estrategias de *forum-shifting*.

Referencias bibliográficas

- Article 19 (2013). Acuerdo de Asociación Transpacífico: capítulo sobre propiedad intelectual. Recuperado de <http://bit.ly/1GBWhff>.
- BEA [Bureau of Economic Analysis] (2015). International Transactions. Recuperado de <http://bit.ly/2f8acFR>.
- Braithwaite, J. & Drahos, P. (2000). *Global business regulation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Braithwaite, J. (2008). *Regulatory capitalism*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Drahos, P. & Braithwaite, J. (2002). *Information Feudalism*. London: Earthscan Publications.
- EAO [European Audiovisual Observatory] (2013). *2013 Yearbook Anuary. Vol. 2*. Lange, A. (Ed.). Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- EFF [Electronic Frontier Foundation] (2005). On Internet Service Provider Safe Harbors and Expedited Subpoena process in the U.S. Digital Millennium Copyright Act and recent bilateral FTA. Recuperado de <http://bit.ly/2fsQOEc>.
- EFF [Electronic Frontier Foundation] (2015, 18 de agosto). Will Hollywood's Whining Thwart Better TPP Copyright Rules? Recuperado de <http://bit.ly/2ffkeCC>.
- Federal Register (2009, 16 de diciembre). Request for Comments Concerning Proposed TPP. 74(240). Recuperado de <http://bit.ly/2fRVHr5>.
- Siwek (2009). Copyright Industry in the US Economy. The 2003-2007 Report. Washington: IIPA. Recuperado de <http://bit.ly/2fRZuEJ>.
- IIPA [International Intellectual Property Alliance] (2010, 25 de enero). Public Comment Concerning the Proposed TPP. Recuperado de <http://bit.ly/2ffm2vs>.
- Siwek (2014). Copyright Industry in the US Economy. The 2014 Report. Washington: IIPA. Recuperado de <http://bit.ly/2fRYKiS>.
- ISIS [Institute of Strategic and International Studies] (2015). National Interest Analysis of Malaysia's Participation in the TPP. Recuperado de <http://bit.ly/2eeb8ZW>.
- Karagaris, J. & Flynn, S. (2012). Red de gestión y USTR. En J. Karaganis (Ed.), *Piratería de medios en las economías emergentes* (pp. 81-106). Recuperado de <http://bit.ly/1GXlhxS>.
- KEI [Knowledge Ecology International] (2011). Draft – February 10, 2011. Recuperado de <http://bit.ly/2fJazUq>.
- Lee, K. (2008). "The Little State Department": Hollywood and the MPAA's Influence on U.S. Trade Relations. *Northwestern Journal of International Law & Business*, 28(2), 371-397. Recuperado de <http://bit.ly/2fS3agz>.
- MPAA [Motion Pictures Association of America] (2010, 25 de enero). Request for public comment on the proposed TPP. Recuperado de <http://bit.ly/2fvVZ2w>.
- Sell, K. (2010). *Cat and mouse. Forum-shifting in the battle over intellectual property enforcement*. Recuperado de <http://bit.ly/2ffpwhB>.

- Time Warner (2010, 25 de enero). Re: Public Comments Concerning the Proposed TPP. Recuperado de <http://bit.ly/2ee8hQT>.
- UIS [Instituto de Estadística de la Unesco] (2016a). Diversidad e industria cinematográfica. Montréal: Instituto de Estadística de la Unesco. Disponible en <http://bit.ly/2ffphDf>.
- UIS [Instituto de Estadística de la Unesco] (2016b). Features films. Recuperado de <http://bit.ly/2fsPVeT>.
- USTR [United States Trade Representative] (2009, 14 de diciembre). President's intention to enter into negotiation of TPP. Recuperado de <http://bit.ly/2ee7kIb>.
- USTR [United States Trade Representative] (2016). 2016 Special 301 Report. Recuperado de <http://bit.ly/1VC434h>.
- WikiLeaks (2013, 13 de noviembre). Secret TPP treaty: Advanced Intellectual Property chapter for all 12 nations with negotiating positions. Recuperado de <http://bit.ly/18vYho6>.
- Yu, P. (2013). Digital Copyright Enforcement Measures and Their Human Rights Threats. Recuperado de <http://bit.ly/1aCDIaI>.

Ensayo



A notícia e a lógica das sensações: uma contribuição para as teorias do jornalismo

*News and the logic of sensations: a contribution
for the journalism theories*

*La noticia y la lógica de las sensaciones: una contribución
a las teorías del periodismo*

Leonel AZEVEDO DE AGUIAR

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil / laaguiar@uol.com.br

Angela SCHAUN

Universidade Presbiteriana Mackenzie, Brasil / angelaschaun@yahoo.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Ensayo, pp. 225-243)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 01-06-2015 / Aprobado: 16-05-2016

Resumo

O artigo visa contribuir para os estudos do jornalismo que abordam o problema da chamada imprensa sensacionalista. Parte da discussão sobre notícias importantes *versus* notícias interessantes para demonstrar como o sensacionalismo sempre esteve presente no fazer jornalístico. Percorre autores da teoria do jornalismo para uma breve contextualização histórica do fazer jornalístico enquanto notícia e busca, nas contribuições filosóficas pós-estruturalistas, a noção de lógica das sensações, de Gilles Deleuze, para um novo entendimento sobre a questão do sensacional.

Palavras-chave: sensacionalismo; emissores; informação; reportagem; newsmaking.

Abstract

This article aims to contribute to journalism studies regarding the issue of the so called sensationalist press. It deals with the discussion on relevant news vs. interesting news in order to demonstrate how sensationalism has always been among the journalism practice. Then it points out authors of the journalism theory targeting at giving a brief historical background of the journalism practice as news. Finally, the article seeks on the philosophical contributions of the pos-structuralism, the meaning of the logic of the sensations from Gilles Deleuze to reach a new understanding about the sensational issue.

Keywords: sensationalism; emisors; information; report; newsmaking.

Resumen

El artículo pretende contribuir a los estudios sobre el periodismo que abordan el problema de la llamada prensa sensacionalista. Comienza con una discusión acerca de las noticias importantes *versus* las noticias interesantes para demostrar la manera en que el sensacionalismo ha estado siempre presente en la práctica periodística. Analiza autores de la teoría del periodismo para realizar una breve reseña histórica del quehacer periodístico. Busca en las contribuciones filosóficas post-estructuralistas la noción de la lógica de las sensaciones de Gilles Deleuze, hacia una nueva comprensión sobre la cuestión de lo sensacional.

Palabras clave: sensacionalismo; emisores; newsmaking; información; reportaje.

1. Introdução

O objetivo desse artigo é colaborar teoricamente, a partir da abordagem do *news-making*, para o debate acadêmico sobre a chamada “imprensa sensacionalista”, tentando demonstrar que o sensacionalismo –, conforme apontam Deleuze e Guattari, e entendido como uma modalidade de conhecimento centrado na lógica das sensações – é uma estratégia comunicacional voltada para a produção de notícias com capacidade para atrair o interesse do público e, simultaneamente, atender aos interesses econômicos da empresa jornalística ao expandir o universo de leitores. Esta pesquisa, de caráter bibliográfico, vincula-se a área das Teorias do Jornalismo, mais especificamente aos estudos sobre os emissores e os processos produtivos do fazer jornalístico. Os dois conceitos principais das pesquisas de *newsmaking* são critérios de noticiabilidade e valores-notícia; este trabalho, portanto, não visa discutir as classificações de gêneros jornalísticos¹ na imprensa brasileira.

Como esse trabalho apresenta uma discussão teórica que resulta de um estudo² sobre os processos de produção da notícia e da reportagem, é possível afirmar – a partir da classificação dos gêneros jornalísticos de Marques de Melo³ (2003, p. 65) – que essa pesquisa está circunscrita a categoria do jornalismo informativo. Em síntese, nesse artigo, a reflexão está restrita a questão dos critérios de noticiabilidade em dois formatos básicos do jornalismo informativo: a notícia e a reportagem.

A abordagem do *newsmaking* está limitada por dois aspectos: a cultura profissional dos jornalistas e as restrições da organização do trabalho jornalístico na empresa de comunicação. Esses dois limites estabelecem um conjunto de critérios que definem a noticiabilidade de cada acontecimento. A partir dessa perspectiva teórica, voltamos a ressaltar que as duas categorias centrais desse artigo são critérios de noticiabilidade e valores-notícia. Se a noticiabilidade é um conjunto de exigências por meio dos quais a empresa jornalística controla a quantidade e o tipo de acontecimentos para selecionar e construir discursivamente como notícia, a aplicação desses critérios de noticiabilidade está baseada nos valores-notícia. Portanto, os valores-notícia são uma componente da noticiabilidade.

1 A bibliografia sobre gêneros jornalísticos na imprensa brasileira é extensa. Além dos trabalhos pioneiros de José Marques de Melo, destacamos a continuidade dessas pesquisas por Francisco de Assis. Ver, entre outros: Marques de Melo & Assis (2010 & 2016).

2 O artigo aqui apresentado faz parte de uma pesquisa mais ampla que ainda está em desenvolvimento, denominada *Jornalismo Investigativo e interesse público: as experiências profissionais no processo de construção social da realidade*.

3 Em trabalho posterior, Marques de Melo e Francisco de Assis apresentam cinco gêneros: informativo; opinativo; interpretativo; diversional; utilitário. Ver Marques de Melo & Assis (2016). Conforme Assis (2014), Marques de Melo explica que, quando elaborou sua tese, em 1983 – publicada nos livros *A opinião no jornalismo brasileiro* (1985) e, em edição revista, *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro* (2003) – percebeu a “hegemonia dos gêneros informativo e opinativo”.

Wolf (2003, p. 200) enumera cinco pressupostos implícitos dos quais os valores-notícia são derivados: 1) critérios substantivos, relativos ao conteúdo da notícia e que articulam a importância e o interesse; 2) critérios referentes às características específicas do produto informativo; 3) critérios vinculados ao meio de comunicação; 4) critérios concernentes ao papel da representação social que os jornalistas fazem do seu público; 5) critérios ligados à concorrência. Os valores-notícia, que funcionam conjuntamente e de forma complementar, visam dar uma resposta pragmática ao principal problema do jornalismo: quais são os acontecimentos considerados suficientemente importantes ou interessantes para serem transformados em notícia?

De uma maneira geral, podemos afirmar que os estudos de *newsmaking* concluem que os acontecimentos avaliados como importantes são obrigatoriamente selecionados para serem transformados em notícia. Por outro lado, o valor-notícia “interesse da história” está ligado à representação que os jornalistas fazem de seu público e complementa-se com o valor-notícia definido como capacidade de entretenimento do acontecimento.

Nessa perspectiva, levantamos a hipótese de ser possível a efetivação desse ideal da comunidade profissional dos jornalistas – publicar notícias importantes, ou seja, de relevância para o interesse público – em um jornal popular de qualidade, o que implica em continuar mantendo o interesse do público.

Para nosso procedimento reflexivo, construímos um objeto empírico que deve suportar essas teorizações. Para a construção do objeto, realizamos um levantamento na principal e mais antiga premiação para a imprensa brasileira visando encontrar matérias jornalísticas produzidas por jornais da chamada “imprensa sensacionalista”. Esse levantamento apontou que, entre 1989 e 2005, o jornal O Dia – editado na cidade do Rio de Janeiro, Brasil – ganhou diversos prêmios com reportagens que realizam a junção desses dois principais valores-notícia – notícias importantes com histórias interessantes para o público. A justificativa para a escolha dessa premiação é que as matérias vencedoras são selecionadas e julgadas por uma comissão formada por jornalistas, sendo avaliadas segundo os valores que regem a comunidade profissional dos jornalistas. No caso pesquisado, a mudança da política editorial de “imprensa sensacionalista” para “jornal popular de qualidade” levou, com as premiações, ao reconhecimento jornalístico da importância das reportagens publicadas e também a aceitação do público, com o aumento da venda de exemplares. O prêmio⁴ de maior destaque recebido pelo O Dia foi o de melhor reportagem⁵ em 2002. Naquele ano, passou a ocupar a quinta posição de jornal mais vendido no país, com uma circulação diária paga de 210 mil exemplares.

4 O Dia também foi premiado na categoria de melhores reportagens da Região Sudeste do Brasil nos anos de 1989, 1991, 1996, 1997, 2003 e 2005.

5 Prêmio Esso de Reportagem, ganho pelo jornalista Sérgio Ramalho, com o trabalho “Morto sob Custódia”. A reportagem denuncia a morte, por traumatismo craniano, do auxiliar de cozinha Antônio Gonçalves de Abreu, preso pela Polícia Federal, dois dias antes, sem qualquer ferimento.

2. Valores-notícia contraditórios

Chalaby (2003) aponta que a autonomia do jornalismo enquanto atividade social ocorreu com o nascimento de uma ordem específica de discurso: a notícia. Para as teorias construcionistas, a produção de notícias resulta como um processo de interação no qual diversos agentes sociais, jornalistas, definidores primários – as “fontes de informação” – e consumidores de notícia exercem papel ativo em uma negociação constante sobre as rotinas produtivas do jornalismo.

Autores do campo das Teorias do Jornalismo costumam marcar diferenças entre dois tipos de notícias. Hebert Gans (1979) faz a distinção entre “notícias importantes” e “notícias interessantes”. Michel Schudson (1978) prefere nomear essa divisão como *information* e *stories*, apontando o *The New York Times* como exemplo de jornalismo centrado na informação e o *New York World*, de Joseph Pulitzer, enquanto jornalismo marcado pelo sensacionalismo. Na passagem do século XIX para XX, “os principais jornais davam muito mais ênfase a uma boa história do que aos fatos. O sensacionalismo, em suas várias formas, foi o guia do desenvolvimento do conteúdo dos jornais” (Schudson, 1978, p. 5).

Mauro Wolf (2003) acredita que, se as notícias avaliadas como importantes são, em certa medida, obrigatoriamente selecionadas, o fator “interesse” implica em uma avaliação mais aberta às opiniões dos jornalistas, pois está estreitamente vinculado às representações que esses profissionais têm em relação ao seu público. Nessa perspectiva, são consideradas notícias “interessantes” as que narram um acontecimento com base “no aspecto do ‘interesse humano’, do insólito, das pequenas curiosidades que atraem a atenção” (Wolf, 2003, p. 205). Para Peter Golding e Philip Elliott (1979), o “interesse da história” está ligado ao valor-notícia definido como “capacidade de entretenimento”.

Já autores como Elizabeth Bird e Robert Dardenne (1993, p. 265) possuem posição oposta. Para compreender o que são as notícias enquanto narrativas, esses autores destacam que é preciso colocar de lado a dicotomia importante *versus* interessante. Para eles, a totalidade das notícias funciona como um sistema simbólico duradouro que “ensina” ao público mais do que qualquer das suas partes componentes, mesmo se essas partes possuíam a finalidade de informar ou de entreter.

Nossa compreensão teórica, entretanto, é outra: notícias importantes – isto é, que visam ao interesse público – e notícias interessantes – ou seja, que atraem o interesse do público – parecem estar em contradição. Discutir, portanto, os critérios “importância da notícia” e “notícia interessante” parece ser uma questão teórica fundamental para os estudos de jornalismo, além de central para a própria prática jornalística.

Quando aborda os critérios substantivos da notícia, Wolf determina, com maior clareza, quatro variáveis que se vinculam ao valor-notícia “importância”. A primeira variável – notoriedade – está vinculada à hierarquia social dos envolvidos no acontecimento noticiável. A variável “proximidade” relaciona-se com

o impacto sobre os assuntos nacionais, em termos de proximidade geográfica, econômica, política ou cultural. Por sua vez, a variável “relevância” aponta para a quantidade de pessoas que o acontecimento envolve ou poderá envolver. A quarta variável – “significatividade” – relaciona-se com a importância do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação.

Se Wolf não desenvolve melhor o critério substantivo da notícia denominado “interesse”, é possível buscar algumas pistas em Gans (1979). Esse autor aponta determinadas categorias que são utilizadas para identificar os acontecimentos que correspondem ao valor-notícia “interesse”. Podemos citar: histórias de cidadãos comuns em situações insólitas; histórias de personalidades públicas envolvidas em escândalos; histórias incomuns, nas quais acontece uma inesperada inversão de papéis⁶; histórias de “interesse humano”; histórias de feitos excepcionais e heróicos.

Em uma perspectiva inovadora, Golding e Elliott apontam que não há contradição entre “notícias importantes” e “notícias interessantes”, pois a capacidade de atrair e entreter o público é um modo para concretizar ideais jornalísticos, dentre os quais, publicar matérias jornalísticas de relevante importância social.

O problema se resolve com a associação de um dos ideais por parte do outro, no sentido de que, para informar um público, é necessário ter atraído sua atenção, pois não há muita utilidade em fazer um tipo de jornalismo aprofundado e cuidadoso se a audiência manifesta o seu aborrecimento mudando de canal. Desse modo, a capacidade de entreter situa-se em uma posição elevada na lista dos valores-notícia, seja como fim em si mesma, seja como instrumento para concretizar outros ideais jornalísticos. (Golding & Elliott, 1979, p. 117)

É exatamente a dissolução da contradição entre os dois principais valores-notícia apontada pelos autores que as equipes de reportagem do jornal *O Dia* conseguiram realizar no período pesquisado. Claro que existe uma disputa teórica e política sobre o fazer jornalístico e os efeitos sociais dessa prática cultural. Resumidamente, podemos dizer que as teorias construcionistas, estruturalistas e interacionistas, percebem o jornalismo com múltiplos papéis: uma forma de conhecimento (Genro Filho, 1987); um dispositivo simbólico de construção da realidade social; uma dimensão da cultura, engendrando “mapas de significado” (Hall, 1993, p. 226); lugar de fala dos “definidores primários e secundários” (Hall, 1993, p. 228) e de negociação com os jornalistas. Para nós, entretanto, a melhor definição é a que entende o jornalismo como um lugar de produção de conhecimentos singulares sobre a dinâmica imediata da realidade social e um campo de mediação discursiva dos interesses, conflitos e opiniões que disputam o acesso à esfera pública nas sociedades democráticas.

6 Aqui o exemplo citado por Gans (1979) é “homem morde o cão”.

É exatamente essa relação entre jornalismo informativo e democracia que vamos discutir na próxima sessão, realizando uma breve contextualização histórica.

3. Jornalismo e notícia: breve contextualização

É possível entender a história do jornalismo na democracia a partir de duas polarizações: na vertente econômica, a imprensa se torna, no século XIX, com a instituição da informação enquanto mercadoria, em um negócio empresarial; e, simultaneamente, na perspectiva política, a profissionalização dos jornalistas – resultado da comercialização da imprensa –, que implicou na disputa pela definição das notícias em função de valores éticos e normas deontológicas, que ressaltam o papel político da informação nas democracias. Segundo Traquina, não só a expansão comercial dos jornais possibilitou a criação da carreira jornalística, como esse novo paradigma – fornecer informação – permitiu a emergência de valores que continuam sendo identificados com o jornalismo: “a notícia, a procura da verdade, a independência, a objetividade e uma noção de serviço público” (Traquina, 2005, p. 34).

Essa perspectiva histórica nos permite compreender que a profissionalização do jornalista possui vínculos estreitos com o processo histórico de construção das sociedades democráticas e, simultaneamente, o processo de fabricação da informação jornalística configura-se como um espaço público de lutas micropolíticas no qual diversas forças sociais, políticas e econômicas disputam, pela construção discursiva, a produção de sentido sobre a realidade social.

Evidentemente, cada período histórico é capaz de definir jornalismo⁷. Portanto, mais do que tentar responder a uma indagação formulada em termos do pensamento metafísico-platônico – “o que é jornalismo” interroga pela essência imutável do jornalismo –, uma pergunta na perspectiva do método genealógico visa compreender um regime de diferença no passado em relação àquilo que se apresenta no presente. É nesse sentido que a pergunta feita por Kovach e Rosenstiel (2004) – “para que serve o jornalismo?” – adquire uma dimensão ético-política por ultrapassar determinados impasses. “A principal finalidade do jornalismo é fornecer aos cidadãos as informações de que necessitam para serem livres e se autogovernar” (Kovach & Rosenstiel, 2004, p. 31). Para esses autores, até mesmo os empresários pioneiros da chamada “imprensa sensacionalista”, no final do século XIX, ou dos jornais tabloides da década de 1920, enxergavam a promoção da democracia e a construção de um sentido de comunidade como valores fundamentais do jornalismo.

7 Na nossa atualidade, quando as tecnologias de comunicação e informação permitem a qualquer um proclamar que “faz jornalismo”, uma resposta simplista não é suficiente.

Pulitzer e outros barões da imprensa popular fizeram dos imigrantes seu público básico. O estilo de escrever era muito simples, de forma que os imigrantes pudessem entender tudo. As páginas editoriais os ensinavam a serem cidadãos. Os novos americanos se reuniam todas as noites, depois do trabalho, para conversar sobre o que haviam lido nos jornais, ou ler para outros amigos e discutir os fatos relevantes do dia. (Kovach & Rosenstiel, 2004, p. 252)

Traquina (2005, p. 50) lembra que a criação de um “novo jornalismo” no século XIX – o jornalismo de informação – conseguiu não só aumentar a circulação dos jornais, mas, com preço acessível, também passou a incorporar um público mais amplo e generalizado, além de politicamente menos homogêneo. Esse modelo de produção jornalística destaca, principalmente, notícias sobre os fatos locais do cotidiano, os processos de justiça, os crimes e as catástrofes, sem qualquer artigo opinativo sobre política, contribuindo para consolidar o novo conceito de jornalismo, que separou e valorizou o fato em detrimento da opinião, e efetuou a passagem de um jornalismo de opinião para um jornalismo de informação.

Superada a fase do publicismo que marcou a imprensa de opinião, a notícia – com seu formato de lide e pirâmide invertida, reportando aos temas do cotidiano – emerge como uma das estratégias comunicacionais para que a imprensa informativa concretize suas finalidades comerciais, expandindo seu público-leitor e aumentando o número de anunciantes. Do ponto de vista da história da imprensa, sempre se vinculou o surgimento dessa técnica de produção jornalística – o lide e a pirâmide invertida – com o uso dos telégrafos pelos jornalistas norte-americanos e as constantes interrupções no uso das linhas telegráficas no século XIX (Fontcuberta, 1996, p. 59). Desmontando esse erro histórico, Lage aponta para a noção intuitiva de notícia, sustentando que a origem do lide está relacionada ao uso oral, isto é, à “maneira como, numa conversão, alguém relata algo a que assistiu; sua natureza é pragmática, ou seja, relacionada às condições da comunicação e à intenção de torná-la eficaz” (Lage, 2005, p. 73). Portanto, na cultura oral já temos a marca da ordenação dos fatos por ordem decrescente de importância.

Outro percurso histórico sobre a técnica do lide remonta a arte da retórica originada na Antiguidade grega e apropriada pelo o pensador e político romano Marco Túlio Cícero⁸. Segundo Francisco Karam (2000), as proposições de Cícero tornaram-se paradigmas para o relato dos acontecimentos.

É com esta perspectiva, baseada na arte de dizer, resultado da habilidade em fazer, que se estrutura o discurso jornalístico. A escola norte-americana e inglesa de jornalismo tomou o que havia de melhor na arte de dizer para imprimir o ritmo da lógica informativa específica do jornalismo na segunda metade do século passado e durante o século 20. Por isso, as atribuições de que a pressa para ler, o telégrafo

8 Em sua obra *De Inventione*, publicada em 85 a.C., Cícero afirma que um texto deve responder às seguintes perguntas: quem? O quê? Onde? Como? Quando? Com que meios? Por quê?

que poderia cair, o tempo disponível de leitura – fatores da incipiente Modernidade e do assoberbado ritmo atual –, quando consideradas razões primeiras ou exclusivas para o surgimento e permanência do lide, desmentem-se pela necessidade de uma arte de dizer e convencer, no que gregos e romanos foram mestres. (Karam, 2000)

Para Genro Filho, o modelo do lide e da pirâmide invertida não significa descrever os fatos mais importantes seguidos dos menos importantes, mas relatar um único fato tomado em uma singularidade decrescente, isto é, “com seus elementos constitutivos organizados nessa ordem, tal como acontece com a percepção individual na vivência imediata” (Genro Filho, 1987, p. 196). O lide funciona como princípio organizador da singularidade, pois as formulações genéricas – tais como as narrativas existentes no jornalismo de opinião e as notícias no formato “nariz-de-cera” – são incapazes de reproduzir a experiência individual. A localização do lide no começo da notícia

[...] corresponde ao processo de percepção em sua ordem mais imediata, pois toma, como ponto de partida, o objeto reconstituído singularmente para, a seguir, situá-lo numa determinada particularidade. O lide é uma importante conquista da informação jornalística, pois representa a reprodução sintética da singularidade da experiência individual [...], além disso, o caráter pontual do lide, sintetizando algumas informações básicas quase sempre no início da notícia, visa à reprodução do fenômeno em sua manifestação empírica, fornecendo um epicentro para a percepção do conjunto. (Genro Filho, 1987, p. 197)

Além disso, cabe ressaltar que essa técnica de produção do discurso jornalístico não segue uma linearidade, pois a sequência cronológica é rompida para privilegiar um relato que apresenta o acontecimento a partir de sua máxima potência singular, prosseguindo, então, em uma direção decrescente. Ou seja, a notícia implica na desconstrução da narrativa temporal que relata os fatos em uma ordem linear.

A visão histórica da imprensa demonstra que, se a industrialização possui vínculos com os processos de urbanização e de alfabetização, por outro, também atinge a produção dos jornais, possibilitando, com as novas tecnologias de impressão, aumentar a tiragem e baixar os custos do exemplar. A emergência de um amplo mercado de massas incrementa a publicidade, que se torna o principal fator econômico de sustentação da empresa jornalística. Para assegurar fartas verbas publicitárias, os jornais precisam atingir uma alta venda, ampliando constantemente seu público por meio de estratégias comunicacionais. Uma das mais eficientes estratégias de comunicação para fascinar e seduzir o público, visto ter elevada potencialidade para o entretenimento, são as *stories* – as “histórias de interesse humano”, as “notícias interessantes”. É preciso destacar que nem sempre o jornalismo voltado para o entretenimento está baseado no sensacionalismo.

Cabe ressaltar que, para certos autores, a própria concepção de notícia assim como o produto jornal são marcados por uma lógica da sensação. Para Leandro Marshall, é possível perceber o sensacionalismo enquanto “um estilo que, de certo modo, está radicado na própria essência ontológica da notícia” (Marshall, 2003, p. 76). Já Ciro Marcondes Filho diz que é aceitável compreender que, como o jornal deve utilizar recursos gráficos e estilísticos para se tornar um produto vendável, o que vai diferenciar a imprensa de referência – isto é, “séria”, “liberal” – da imprensa sensacionalista é somente o grau de utilização das estratégias comunicacionais da lógica das sensações. “Sensacionalismo é apenas o grau mais radical de mercantilização da informação” (Marcondes Filho, 1988, p. 66).

Já para Martín-Barbero, a imprensa só passou a outorgar cidadania às massas urbanas quando ocorreu “a explosão daquilo que conformava sua unidade, que era o círculo letrado, e a ruptura com a matriz cultural dominante” (Martín-Barbero, 2006, p. 246). Paralelamente a essa matriz cultural hegemônica, marcada pelo racionalismo e pelo Iluminismo, com seus ideais de objetividade e discurso da objetividade, emerge uma outra matriz cultural: a simbólico-dramática. O sensacionalismo presente na imprensa são as marcas dessa matriz que não opera por conceitos e generalizações, mas por imagens e situações, tal como acontece nas narrativas do folhetim e do melodrama.

Somente correndo riscos se pode descobrir a conexão cultural entre a estética melodramática e os dispositivos de sobrevivência e de revanche da matriz que irriga as culturas populares. Uma estética melodramática que se atreve a violar a separação racionalista entre os assuntos ‘sérios’ e os temas destituídos de valor, a tratar os fatos políticos como fatos dramáticos e a romper com a ‘objetividade’ observando as situações a partir daquele outro ponto de vista que interpela a subjetividade dos leitores. (Martín-Barbero, 2006, p. 250)

Talvez o desenvolvimento da argumentação de Martín-Barbero – racionalismo *versus* sensacionalismo – apareça de uma maneira muito binária. É nesse sentido que tentamos superar o risco de uma argumentação binária ao introduzir na polarização jornais de referência *versus* “imprensa sensacionalista”, um terceiro modo de fazer jornalismo: o jornal popular de qualidade.

Antes, porém, do estudo de caso sobre o jornal popular de qualidade, devemos aprofundar a discussão sobre o sensacionalismo. Nesse sentido, entendemos ser importante trazer as contribuições de filósofos contemporâneos sobre a lógica das sensações.

4. Lógica da sensação

Em seu livro sobre Francis Bacon, Deleuze analisa a obra do pintor a partir de uma perspectiva filosófica que denominou de lógica da sensação. Seu pensa-

mento perpassa conceitos que vão da *figura*, enquanto acontecimento, *imagem*, *icone*, passando pelo *atletismo* enquanto puro movimento, até o *corpo*, a *vianda*, *carne*, o *espírito*, o *devir-animal* para chegar à *sensação* e à *histeria*.

O que isso quer dizer? Deleuze cria uma relação direta entre a pintura de Bacon enquanto momento de ruptura entre o figurativo, o ilustrativo, o narrativo que rompe com a perspectiva da representação. Para ele, só há duas maneiras de ultrapassar a figuração: a forma abstrata ou a figura. Afirma que a figura é uma realidade isolada que não em uma história para contar e nem um modelo para representar. Tal experiência tem a ver com a sensação. Para Deleuze, a sensação é o oposto do lugar-comum, do fácil, do clichê, mas também do espontâneo, do sensacional. Segundo explica, a sensação – referida por Cézanne – liga-se, por um lado, ao sujeito, ao sistema nervoso, ao instinto, ao temperamento, ao movimento vital, a toda uma abordagem inspirada no Naturalismo e no próprio Cézanne; e, por outro lado, volta-se para o objeto, o lugar, o fato, o acontecimento. Isto é, a sensação é, ao mesmo tempo, ambas as coisas: eu me torno na sensação e algo acontece pela sensação, o que os fenomenólogos chamam de ser-no-mundo, visto que o corpo que dá e recebe a sensação é, a um só tempo, sujeito e objeto (Deleuze, 2007, p. 42).

A sensação é contemplação pura, pois é pela contemplação que se contrai, contemplando-se a si mesma à medida que se contempla os elementos de que se procede. Contemplar é criar, mistério da criação passiva, sensação. Sensação preenche o plano de composição e preenche a si mesma preenchendo-se com aquilo que ela contempla: sensação é enjoyment e self-enjoyment. (Deleuze & Guattari, 1997, p. 272)

A sensação é sempre presente em níveis diversos, exibe uma pluralidade de domínios, pois uma mesma sensação se apresenta em diferentes ordens, acumulada, coagulada. Acima de tudo, a sensação é um grito, mais que o horror (Bacon, *apud* Deleuze, 2007, p. 45), pois seu caráter é irredutivelmente sintético, instantâneo, o que determina o instinto em dado momento, assim como a passagem sucessiva de sensações em busca de uma sensação cada vez mais agradável e melhor, mais prazerosa, assim, como uma ação invisível de forças estranhas que em determinado momento cai sobre o corpo, e que vem de súbito e preenche a carne de sua descida, de sua dilatação, de sua contração (Deleuze, 2007, p. 49 e 47).

A propósito desses sentires bizarros, Deleuze faz uso de uma passagem literária do final do século XVIII, citando o romancista K. P. Moritz, onde este descreve um personagem peculiar diante do horror de um suplício ao presenciar a execução de quatro homens, sentindo-se numa situação de total solidão e insignificância. Os homens foram exterminados e esquartejados e seus pedaços jogados na roda, ou sobre a balastrada:

[...] a certeza de que somos singularmente concernidos, que somos todos essa vianda jogada e que o espectador está no espetáculo, “massa de carne ambulante”; daí a ideia viva de que os animais são homens e que nós somos criminosos ou rebanho; e também o fascínio pelo animal que morre [...] um bezerro, a cabeça, os olhos, o focinho, as narinas...e às vezes ele se perdia de tal maneira na contemplação prolongada do bicho que acreditava realmente ter sentido, por um instante, o tipo de existência de tal ser... em suma, saber se entre homens, ele era um cachorro ou um outro animal que havia ocupado seus pensamentos desde a infância. (Deleuze, 2007, p. 32)

Tal descrição trazida aqui propositadamente de forma detalhada pretende levar o leitor à sensação de identidade entre o homem e o animal, e instigá-lo a perceber uma lógica dos sentidos, na mesma intensidade e cadência de um ritmo, uma música, um grito: “A relação do ritmo com a sensação, num movimento de diástole-sístole é o mundo que me pega fechando-se sobre mim o eu que se abre para o mundo e também o abre” (Deleuze, 2007, p. 50).

A histeria é uma experiência que prolonga a sensação do olho, que deixa de ser orgânico e para se tornar órgão polivalente e transitório, “é ao mesmo tempo aquele que impõe sua presença, mas também aquele para quem as coisas e os seres estão presentes, presentes demais e que dá a cada coisa e comunica a cada ser um excesso de presença” (Deleuze, 2007, p. 59). A histeria, enquanto estágio de sensação se apodera do olho e pelas cores e pelas linhas se faz presença, desbertando e voltando-se para a forma abstrata, inventando uma espécie de cerebralidade propriamente pictural. Ao contrário da música, a pintura se instala no olho, onde o corpo escapa, mas ao escapar, termina por descobrir a materialidade que o compõe, a pura presença do que é feito. Nosso olho insaciável e no cio (Gauguin *apud* Deleuze, 2007, p. 60). O olho, enquanto órgão polivalente, nervo ótico encarregado da existência material, descobre a realidade.

Como afirmam Deleuze e Guattari em “O que é a Filosofia?”, caso se considerem as conexões nervosas excitação-reação e as integrações cerebrais percepção-ação, não cabe perguntar em que tempo ou nível aparece a sensação, pois está suposta e mantida na retaguarda. A sensação se coloca em um plano de composição, formando no processo de contração do que a compõe e compondo-se, por sua vez, com outras sensações nas quais se contrai. Para esses filósofos, “a sensação contrai as vibrações do excitante sobre uma superfície nervosa ou num volume cerebral: a precedente não desapareceu ainda quando a seguinte aparece. É a sua maneira de responder ao caos” (Deleuze & Guattari, 1997, p. 271).

Contrariando a tese de que a produção do jornal sensacionalista está vinculada a exacerbações das neuroses coletivas ou satisfazer “as necessidades instintivas do público, por meio de formas sádicas, caluniadoras, ridicularizadoras das pessoas” (Marcondes Filho, 1988, p. 89), a filosofia da imanência entende que a sensação é a vibração contraída que se torna qualidade. De nada adianta, portanto, procurar pela sensação se nos limitarmos às reações e às excitações que elas prolongam ou às ações e às percepções que elas refletem. “É que a alma (ou

antes, a força), como dizia Leibniz, nada faz ou age, mas é apenas presente, conserva; a contração não é uma ação, mas uma paixão pura, uma contemplação que conserva o precedente no seguinte” (Deleuze & Guattari, 1997, p. 271).

Nesta linha de análise, podemos afirmar que a chamada “imprensa sensacionalista” acaba realizando um processo de singularização extremada dos fatos, reforçando as categorias da lógica do senso comum que percebe a vida social como um agregado de eventos independentes, na qual utiliza a norma e o desvio como padrões éticos de referência e assume a oposição ordem *versus* perturbação como categorias de análise. Entretanto, é preciso destacar que a ética e a responsabilidade social são balizas fundamentais para o desenvolvimento de um jornalismo popular de qualidade que “aperfeiçoe suas técnicas de comunicação com o leitor sem ficar refém dos requisitos do mercado” (Amaral, 2006, p. 12). Nessa perspectiva, a autora enfatiza:

O jornalismo praticado no segmento popular da grande imprensa subverte essa lógica de priorizar o “interesse público”. Baseia-se no entretenimento e não na informação, mistura gêneros, utiliza fontes populares e muitas vezes trata a informação de um ponto de vista tão particular e individual que, mesmo dizendo respeito a grande parte da sociedade, sua relevância se evapora. Muitas vezes, o interesse do público suplanta o interesse público não em função da temática da notícia, mas pela forma como ela é editada, com base na individualização do problema, o que dá a sensação de não realização de jornalismo. (Amaral, 2006, p. 52)

Em síntese: podemos entender que a discussão se apresenta como uma oposição entre, de um lado, a seriedade como um modelo de produção da informação e, de outro, o sensacionalismo enquanto um modo de construção da linguagem jornalística capaz de atrair mais leitores e viabilizar economicamente a imprensa.

Superar essa argumentação binária com a proposta de uma terceira categoria – o jornal popular de qualidade – pode ser uma saída. Na próxima sessão, tentaremos demonstrar como, durante um determinado período, um jornal que sempre foi estigmatizado como pertencente a “imprensa sensacionalista” se transformou em um jornal popular de qualidade, tendo o reconhecimento da comunidade profissional dos jornalistas e também de seu público-leitor.

5. Notícias importantes e interessantes

Exemplos de enfoques inovadores de como é possível tornar, simultaneamente, as notícias importantes e interessantes é a prática editorial que esteve sendo adotada pelo jornal O Dia, principalmente entre 1989 e 2005, período em que recebeu diversas premiações pela qualidade jornalística de suas reportagens. Como não é considerado modelo de referência, O Dia sempre foi discriminado por determinados segmentos sociais e vinculado ao estigma de “imprensa sen-

sacionalista”, apesar de já ter estado entre os mais vendidos do país e premiado pela publicação de reportagens relevantes dos pontos de vista jornalístico e social. A competição entre os jornais – um valor-notícia dos critérios relativos à concorrência – também implica, como consequência, em contribuir para o estabelecimento dos parâmetros profissionais e modelos de referência. No caso da imprensa norte-americana, esta função é desempenhada pelo New York Times e Washington Post (Wolf, 2003, p. 215). No Brasil, os atuais modelos de referência profissional são os jornais O Globo, Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo.

Na principal premiação⁹ para a imprensa, com as matérias sendo selecionadas e julgadas por uma comissão formada exclusivamente por jornalistas – avaliada, portanto, segundo os parâmetros profissionais que regem a comunidade profissional dos jornalistas –, o jornal O Dia obteve sete premiações por reportagens. Em 2002, ganhou o prêmio de melhor reportagem¹⁰ impressa com a matéria “Morto sob custódia”, do repórter Sérgio Ramalho.

Além dessa, as seguintes reportagens foram avaliadas como as melhores entre as publicações impressas dos estados da região Sudeste do país¹¹: “Greve dos metalúrgicos”, em 1989, com uma equipe de onze repórteres; “Fome na Baixada”, em 1991, uma série do repórter Alexandre Medeiros; “Os 162 Carelis da polícia”, em 1996, de João Antônio Barros; “Infância a serviço do crime”, em 1997, de Albeniza Garcia e equipe; “Crime sobre rodas”, em 2003, com uma equipe de três repórteres (João Antônio Barros, Bartolomeu Brito e Márcia Brasil); “Chacina”, em 2005, de Pedro Landim, Fábio Varsano, Sérgio Ramalho, Aluizio Freire e equipe. Outras premiações foram: melhor fotografia, em 2004, com “Ataque a helicóptero: reação, fuga e execução”; e melhor criação gráfica na categoria jornal, em 1998, com a matéria “Infância Perdida”.

Apesar da premiação principal sempre ter permanecido com os jornais da imprensa de referência, escolhemos esse jornal como objeto para a reflexão teórica em função da hipótese de trabalho: a possibilidade de se realizar um jornalismo capaz de tornar o fato significativo do ponto de vista do interesse público em um relato atraente e interessante para o seu público. Além disso, O Dia¹² já esteve entre os dez maiores jornais brasileiros em termos de circulação, conforme dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC)¹³ disponíveis no site da Associação Nacional dos Jornais (ANJ).

9 Realizado desde 1955 e patrocinado pela empresa Esso, o Prêmio Esso de Jornalismo é o principal desse concurso; a seguir, vem o Prêmio de Reportagem e as premiações regionais.

10 Prêmio Esso de Reportagem.

11 Prêmio Esso Regional Sudeste.

12 Segundo o estudo de caso realizado por Luiz E. T. Brandão (1996), o jornal O Dia tornou-se recordista nacional de vendas em bancas e o terceiro em circulação no país, com 300 mil exemplares nos dias semana e 570 mil aos domingos (dados do Sistema IBOPE de Jornal – junho/agosto de 1994). Consultamos somente os dados do IVC disponíveis a partir de 2002, mostrando que O Dia esteve entre os dez maiores jornais brasileiros em termos de circulação média diária. Conforme os dados disponíveis, ficou em quinto lugar em 2002 e 2003, com circulação de 210 mil e 196 mil exemplares, respectivamente. Não foi possível, até o momento, obter dados anteriores a 2002, com exceção do estudo de caso de Brandão.

13 Ver em <http://bit.ly/29g1eQm>.

Cabe apresentar, resumidamente, o lugar do jornal O Dia na história da imprensa brasileira. Em 1983, o empresário Ary de Carvalho, proprietário do jornal Última Hora do Rio de Janeiro, comprou o jornal O Dia, que pertencia ao ex-governador Chagas Freitas¹⁴. Até então, O Dia, fundado em 1951, era considerado apenas um típico representante da chamada imprensa sensacionalista, vinculado às correntes políticas do populismo de caráter conservador e que se tornou um dos jornais de maior circulação do antigo Distrito Federal, atingindo uma tiragem de quase 100 mil exemplares, na época, ao dedicar suas oito páginas aos problemas cotidianos dos moradores dos bairros suburbanos e dos municípios da Baixada Fluminense, no estado do Rio de Janeiro. Seu noticiário continha cerca de 25% com matérias de crimes e, ao se apresentar como “defensor do povo”, acabou levando ao “declínio dos pequenos jornais populares de cunho político, sobretudo da imprensa diária socialista dirigida a um público operário” (Ribeiro, 2007, p. 96).

Lançado como um diário matutino para aproveitar a ociosidade do moderno parque gráfico do vespertino A Notícia, comprado em sociedade por Ademar de Barros e Chagas Freitas em 1950, O Dia – assim como outros periódicos desse mesmo segmento – produz, principalmente como material jornalístico, o que Barthes denomina como *fait-divers*. Para Marialva Barbosa, esse jornalismo sensacionalista “apela às sensações, que provoca emoção, que indica uma relação de proximidade com o fato, reconstruído exatamente a partir dessa memória de sensações” (Barbosa, 2007, p. 214). Em outra perspectiva, Ana Paula Ribeiro aponta que o aparecimento de uma imprensa popular na década de 50 – somando ainda os jornais Última Hora e Luta Democrática – significou a percepção, por parte dos políticos vinculados ao populismo, a importância de um jornalismo voltado para um público leitor que não era alcançado pela grande imprensa (Ribeiro, 2007, p. 97).

O estilo de O Dia era o mesmo de A Notícia, com manchetes marcadas pelo impacto extraído do conteúdo dramático da notícia, ressaltando o sensacionalismo dos fatos com tipos enormes para compor os títulos que se destacavam na primeira página anunciando escândalos, crimes e desastres [...] tragédias pessoais, comoção popular, fenômenos místicos, fatos trágicos ou tragicômicos recolhidos do cotidiano e apresentados de forma a relacionar o leitor com o seu próprio mundo, colocando-o no centro da vivência do narrado. (Sandroni, 2002, p. 22)

14 Chagas Freitas (1914-1991), ex-redator dos Diários Associados, do Correio da Noite e da Gazeta de Notícias, foi governador do extinto estado da Guanabara (1970-1974) e, após a fusão, também do estado do Rio de Janeiro (1978-1982) por eleição indireta pelo antigo MDB. Ingressou na carreira política em 1945, na UDN. No ano seguinte, acompanhou seu aliado político, o ex-interventor do governo paulista Ademar de Barros, na criação do Partido Social Progressista (PSP). Foi eleito deputado federal em 1954, 1958, 1962 (já no PSD) e 1966 (pelo MDB).

Quando, em outubro de 1983, Ary de Carvalho¹⁵ comprou O Dia, o jornal chegava a vender 180 mil exemplares nos dias úteis e, aos domingos, alcançava 300 mil exemplares vendidos. Em 1992, com a inauguração de um novo parque gráfico, passou a imprimir suas 32 páginas em cores e, aos domingos, sua tiragem alcançava 480 mil exemplares vendidos. Em 1996, foi o jornal brasileiro mais vendido nas bancas e o terceiro jornal em circulação no país, alcançando 300 mil exemplares nos dias úteis e 570 mil aos domingos (Brandão, 1996, p. 21).

Como resultado de uma primeira reforma gráfica e editorial visando valorizar a informação, implantada a partir de 1989 e que levou a um “reposicionamento da marca”, O Dia se transformou em um “produto até então inédito no Brasil: um jornal popular de qualidade” (Brandão, 1996, p. 1).

6. Considerações finais

Demonstramos como o campo jornalístico, com seus agentes e suas disputas de forças em torno aos polos ideológico e econômico, estabeleceu-se no século XIX. Essas duas polarizações se vinculam à relação contraditória entre capital e trabalho: de um lado, a vertente econômica, na qual a imprensa se torna, com a instituição da empresa jornalística e o vínculo da informação como mercadoria, um negócio; de outro lado, na perspectiva ideológica, a cultura profissional do jornalismo, com seus valores, tais como responsabilidade ética, compromisso social e credibilidade. A constituição do campo jornalístico, com seus paradoxos, implicou uma constante luta pela definição do que é jornalismo e como se produzem as notícias. Nesse caminho, o jornalismo acaba incorporando as marcas do processo histórico e tecnológico peculiares à contemporaneidade e à atualização permanente das rotinas produtivas.

Como vimos, apesar da *penny press* ter sido o lugar da invenção do atual conceito de notícia – os jornalistas eram advertidos de que deveriam relatar os temas cotidianos e locais em uma narrativa que não tivesse opinião, preconceitos, propaganda política ou tom ficcional –, sempre houve uma forte reação contra esse modelo de jornalismo informativo. De um lado, encontra-se a vertente educativa, apontado que a função social do jornalismo é informar e educar aos cidadãos, além de vigiar e denunciar os abusos ou erros do poder político, das organizações econômicas e demais instituições da sociedade. De outro lado, a vertente sensacionalista defendendo que cumpre uma função socializadora ao

15 Ary de Carvalho iniciou sua carreira no jornal Última Hora de São Paulo, em 1956. Foi diretor da UH do Paraná em 1961 e da UH de Porto Alegre entre 1962 a 1964. Carvalho não obteve de Samuel Wainer a cessão do título da UH de Porto Alegre, fechada em 1964; apenas adquiriu a infraestrutura material da empresa e abriu, em maio de 1964, um novo jornal, o Zero Hora, vendido em 1970. Em 1973, Carvalho comprou o título da Última Hora do Rio de Janeiro, que tinha sido vendido em abril de 1971 para o empreiteiro Maurício Nunes de Alencar por Wainer. Em 1987, Carvalho vende a UH para o empresário José Nunes Filho. A falência da empresa é decretada em 1991 pela Justiça. Recuperado de <http://www.cpdoc.fgv.br/dhbb/verbetes.htm/6400_1.asp>.

atingir um público de massa. Sua justificativa é a de envolver o leitor para que esse tenha interesse em ler a notícia, mantendo-o emocionado no processo de leitura por abordar temas que o empolgam. Cumpre, desse modo, também uma função educativa – desperta o público para assuntos da comunidade – a partir de produto baseado na lógica das sensações e ainda assume uma função de lazer, pela sua potencialidade de entretenimento. A *penny press* – isto é, a “imprensa sensacionalista” – produziu um modelo de notícia para se adaptar aos interesses e a capacidade de leitura de seu público.

A lógica das sensações sempre esteve incorporada ao fazer jornalístico. Conforme nos lembra McLuhan (1996), os meios não são mais apenas objetos: são prolongamentos do nosso corpo, são membros hiper-sensíveis que nos habitam a sentir o mundo com mais intensidade, mais sensação. Nessa perspectiva, a lógica da sensação é pura potência, é ritmo, é vibração que se apropria da visão. O fazer jornalístico da chamada “imprensa sensacionalista” se libertou da representação racional, passando a registrar o acontecimento como se estivesse pintando uma sensação, pois a sensação é o que se transmite diretamente, evitando o desvio e o tédio do racionalismo.

Para diversos autores vinculados a teoria do *newsmaking*, a capacidade de entretenimento constitui-se como um valor-notícia fundamental para que um acontecimento possa adquirir os requisitos necessários para ser construído enquanto notícia. Outros autores, ao classificarem pejorativamente um determinado modo de fazer jornalismo como sensacionalista, parecem querer opor uma imaginária constituição democrática do espaço público e da cultura legítima a uma suposta disfunção narcotizante do entretenimento, que promoveria o conformismo social e reforçaria as normas sociais. A chamada “imprensa sensacionalista”, nesse entendimento, veicularia apenas a ampla trivialidade e o excesso de diversão estaria “matando” os ideais iluministas da sociedade moderna, tal como enfatiza Postman (1986). Entretanto, pode-se ver nestas críticas aquilo que Edgar Morin (2002) define, ao estudar cultura de lazer, como a má impressão causada pelo divertimento e pela evasão aos moralistas. Ou, ainda, perceber uma incompreensão para a importância do modelo sensacionalista de imprensa, que descobriu a vida cotidiana da sociedade e passou a relatá-la pelo moderno conceito de notícia, dando uma contribuição significativa para a redefinição do público e do privado.

Podemos afirmar que as críticas em relação a chamada “imprensa sensacionalista” significam uma possível “perda da aura” (Benjamin, 1993) que envolvia a fase publicista do jornalismo, com seus longos artigos opinativos voltados para a educação política de seus leitores, conforme os ideais iluministas. O que se atrofiou na era da aceleração da reprodutibilidade técnica do jornal foi a aura da imprensa iluminista como instrumento de conscientização e mudança social. As “massas populares” procuram a distração na “imprensa sensacionalista”, enquanto o reformador iluminista aborda a imprensa “séria” com recolhimento e devoção. Ou seja, a “imprensa sensacionalista” é também objeto de diversão.

O sensacionalismo é uma lógica narrativa que muitas vezes pode estar presente nas “histórias de interesse humano” e sempre espreitou o jornalismo informativo. A lógica da sensação que percorre a chamada “imprensa sensacionalista” também possibilita realizar a aproximação de dois valores-notícias que parecem inconciliáveis – as notícias importantes de interesse público e as notícias interessantes de interesse do público – ao conseguir realizar a fusão de informação com entretenimento. O estudo de caso apresentado – as premiações de melhores reportagens para um jornal popular, rompendo com a hegemonia das premiações dadas apenas aos jornais de referência – visou demonstrar que existe a possibilidade de a hibridização do ideal moderno do jornalismo informativo – enquanto um dispositivo de conscientização política da sociedade – com uma das características da “cultura de massa”: a capacidade de entreter, divertir, distrair.

Invertendo a questão, apontamos que o sensacionalismo deve ser pensado enquanto positividade, por ser uma forma de conhecimento que toma por base as sensações enquanto uma das condições para o entendimento e a reprodução da experiência imediata. Deleuze e Guattari apostam que a sensação não é menos cérebro que o conceito. Apenas a sensação está em um plano diferente daquele das finalidades e dos dinamismos. “Imprensa sensacionalista”, em nossa perspectiva, significa que a informação jornalística se expressa por uma lógica da sensação que contempla a imediatividade da experiência cotidiana. Dito de outro modo: o sensacionalismo está arraigado na própria constituição epistemológica da notícia.

Referências bibliográficas

- Assis, F. de. (2014). Arqueologia do jornalismo diversional: entendendo o gênero a partir de sua base taxionômica. En *Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación*, 12., Lima/Peru. Anais. Lima: ALAIC.
- Amaral, M.F. (2006). *Jornalismo popular*. São Paulo: Contexto.
- Barbosa, M. (2007). *História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad.
- Benjamin, W. (1993). A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. En *Magia e técnica, arte e política*. Vol. I. São Paulo: Brasiliense, pp. 165-196.
- Bird, E. & Dardene, R. (1993). Mitos, registros e “estórias”: explorando as qualidades narrativas das notícias. En Traquina, N. (Ed.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Veja, pp. 263 -277.
- Brandão, L.E. (1996). *Case study: jornal O Dia*. Rio de Janeiro: PUC-Rio/IAG.
- Deleuze, G. (2007). *Francis Bacon, lógica da sensação*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1997). *O que é a filosofia?* Rio de Janeiro: Ed.34.
- Fontcuberta, M. de. (1996). *A notícia: pistas para compreender o mundo*. Lisboa: Editorial Notícias.

- Gans, H. (1979). *Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Pantheon Books.
- Genro Filho, A. (1987). *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Tchê.
- Golding, P. & Elliott, P. (1979). *Making the news*. Londres: Longman.
- Hall, S.; Chrichter, C.; Jefferson, T.; Clarke, J. & Roberts, B. (1993). A produção social das notícias: o *mugging* nos media. In Traquina, N. (Ed.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Veja, pp. 224 -248.
- Karam, F. (2000). A Antigüidade greco-romana, o lide e a contemporânea narrativa jornalística. *Revista Sala de Prensa*, México/DF, 2(22). Disponível em <http://bit.ly/2dPgTo5>.
- Kovach, B.; Rosenstiel, T. (2004). *Os elementos do jornalismo*. São Paulo: Geração Editorial.
- Lage, N. (2005). *Teoria e técnica do texto jornalístico*. Rio de Janeiro: Campus.
- Marques De Melo, J. & Assis, F. de (Eds.). (2010). *Gêneros jornalísticos no Brasil*. São Paulo: Metodista.
- Marques De Melo, J. & Assis, F. de (2016). Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. *Intercom/Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, 39(1), pp. 39-56.
- Marques De Melo, J. (2003). *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. São Paulo: Mantiqueira.
- McLuhan, M. (1996). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix.
- Marcondes Filho, C. (1988). *O capital da notícia*. São Paulo: Ática.
- Marshall, L. (2003). *O jornalismo na era da publicidade*. São Paulo: Summus.
- Martín-Barbero, J. (2006). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: EdUFRJ.
- Morin, E. (2002). *Cultura de massas no século XX*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Postman, N. (1986). *Amusing ourselves to death*. New York: Penguin Books.
- Ribeiro, A.P.G. (2007). *Imprensa e História no Rio de Janeiro dos anos 1950*. Rio de Janeiro: E-papers.
- Sandroni, C. (2002). *50 anos de O Dia na História do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: O Dia.
- Schudson, M. (1978). *Discovering the news: a Social History of American Newspapers*. New York: Basic Books.
- Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular.
- Wolf, M. (2003). *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença.

Predicación, verdad y sujeto colonial: genealogías de la obediencia en contexto mapuche

Preaching, truth, and colonial subject: genealogies of obedience in Mapuche context

Pregação, verdade e sujeito colonial: genealogias da obediência em contexto Mapuche

Patricio LEPE-CARRIÓN

Universidad de Chile / patriciolepe@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto -noviembre 2016 (Sección Ensayo, pp. 245-260)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 04-05-2016 / Aprobado: 18-08-2016

Resumen

El presente texto examina las formas de predicación jesuita, contenidas en el esquema de subjetividad cristiana, y que entran en juego con las estrategias de conquista, expansión y explotación en el reino de Chile durante el siglo XVII. Se propone una lectura del pasado colonial, de sus relaciones de poder imbricadas en las 'tecnologías del yo', en el marco de un proyecto Fondecyt de Iniciación (n°11140804) que tiene como objeto de análisis los efectos de despolitización que tiene la Educación Intercultural durante las últimas décadas de postdictadura. El eje que orienta este trabajo está en pensar cómo el núcleo de la subjetividad mapuche (*weichafe*) ha sido durante siglos el foco de interés en las políticas o prácticas de dominación imperial.

Palabras clave: gubernamentalidad; predicación cristiana; tecnologías del yo; sujeto colonial; mapuche.

Abstract

This paper examines modalities of Jesuit preaching that are part of the scheme of Christian subjectivity, and that come into play with strategies of conquest, expansion and exploitation in the Kingdom of Chile during the seventeenth century. It intends a reading of the colonial past, and of colonial power relations embedded in technologies of the self. This reading is part of a Fondecyt Initiation Project n°11140804, whose object of analysis are the effects of depoliticization in Intercultural Education in the recent, post-dictatorship decades. The axis that guides this work is to reflect on how the core of the Mapuche subjectivity (*weichafe*) has for centuries been the focus of interest in policies or practices of imperial domination.

Keywords: governmentality; christian preaching; technologies of the self; colonial subject; mapuche.

Resumo

Este artigo examina as formas da pregação dos jesuítas contida no esquema de subjetividade cristã, e que entram em jogo com as estratégias de conquista, a expansão e a exploração no reino do Chile durante o século XVII. É proposto uma leitura do passado colonial, as suas relações de poder imbricada nas tecnologias do eu, como parte de um projecto de iniciação Fondecyt n°11140804, que tem como objetivo de análise os efeitos da despolitização da Educação Intercultural nas últimas décadas da pós-ditadura. O eixo que norteia este trabalho é pensar como o núcleo da subjetividade Mapuche (*weichafe*) durante séculos tem sido o foco de interesse nas políticas ou práticas de dominação imperial.

Palavras-chave: governamentalidade; pregação cristã; tecnologias do eu; sujeito colonial; mapuche.

1. Introducción

En el presente artículo intentaré abordar algunos problemas que he logrado visualizar algunos años después de finalizada mi tesis doctoral (Lepe-Carrión, 2012a, 2012b, 2012c). En aquel entonces, sobre todo en los dos primeros apartados, me dispuse a problematizar la emergencia de la colonialidad en el reino de Chile, analizando algunos acontecimientos que tenían que ver con la aparición de saberes –como la historia natural– y los dispositivos que ponían en funcionamiento la dominación cultural por la evangelización¹. Sin embargo, dicho ejercicio arqueológico estuvo siempre limitado a una perspectiva discursiva o enfocado hacia las condiciones por las cuales esos discursos eran históricamente posibles, o lo que Foucault llamaba una “analítica de las estructuras epistemológicas” (Foucault, 2002 & 2010). En cambio, lo que ahora pretendo realizar se enmarca más bien en la perspectiva de los “estudios de las formas *aleiúrgicas*” (Foucault, 2010)², esto es, de las transformaciones que experimenta el sujeto (colonial), mediante la manifestación o ritualización de la ‘verdad’ sobre sí mismo. Aquí –nos dice Foucault– el trabajo investigativo se focaliza menos en los procesos de construcción del discurso y sus reglas, y más en las ‘formas’ o tipos de actos por los cuales el sujeto se representa a sí mismo, y es reconocido por los otros como alguien que dice la verdad; o más bien, cómo el sujeto se autoconstruye, y a la vez, es construido por los otros, como un sujeto que enuncia un discurso verdadero (Foucault, 2010, 2014).

Desde esta perspectiva, para efectos del presente artículo, lo que pretendo es ‘problematizar’ la relación entre evangelización y sujeto colonial o, más bien, cómo y por qué se volvió necesaria dicha relación; cómo y por qué la evangelización (sermones y predicación) y más tarde la educación –en un sentido muy lato y precario– se convirtieron en un problema y preocupación política para el imperio; o cómo y por qué dichas formas de gobierno sobre los otros y de relación del sujeto colonial con la verdad llegaron a objetualizarse en procesos civilizatorios, o en algo así como una ‘escuela para indios’ durante los siglos XVII y XVIII.

Valga advertir que una genealogía de las ‘escuelas para indios’ excedería los límites de este ensayo, por lo que intentaré problematizar solamente aquellas prácticas cristianas de conversión que entran en juego con las prácticas de conquista, expansión y explotación durante el siglo XVII, en el ámbito de una

1 Para una contextualización histórica de la acción evangelizadora en territorio mapuche en este trabajo, véase: Bengoa, 1987; Foerster, 1990; 1993 & 1996; Pinto Rodríguez, 1988; 1992 & 1993).

2 Sobre el concepto de ‘*aleiurgia*’ Foucault señala que se trata de una palabra ficticia tomada del adjetivo *aleithourges* (que es empleada por Heráclides Pontico para designar a alguien que dice la verdad). En el curso de 1980, Foucault se refiere a la *aleiurgia* como un descubrimiento, producción y desarrollo de la verdad en el sujeto, pero no como un conocimiento útil al poder, sino como una ritualización o manifestación de la verdad del sujeto en relación con la noción de ‘hegemonía’; es decir, que la conducción de las conductas solo es posible mediante formas *aleiúrgicas*. Es en 1984 cuando Foucault confiere a este concepto una dimensión metodológica (Foucault, 2010).

compleja matriz colonial de poder que supone y proyecta a un sujeto moral y obediente.

Para ello, retomaré el proceso histórico de la ‘guerra defensiva’ en el contexto de la ‘colonia’ y sus respectivas estrategias de control sobre los pueblos indígenas, como una irrupción cristiana en las tecnologías de gobierno, a la luz de una suerte de hermenéutica del sujeto colonial³; esto es, de la aparición sistemática en la evangelización indígena de una exigencia al reconocimiento de la condición natural de pecado evidenciada por la sangre⁴, a la renuncia de su pasado (costumbres y creencias), a la aceptación del bautismo como estatuto de ‘reconocimiento’ (σφραγίς)⁵ y ‘renacimiento’ (αναγενεσις), y a la confesión como garantía de su permanencia en el camino hacia la virtud (Foucault, 2000 & 2014).

Antes de abordar el tema general, quisiera señalar brevemente tres cuestiones metodológicas. Primero, que la noción de ‘gubernamentalidad’ puesta en funcionamiento por Foucault (1999; Gordon, 1991), es especialmente útil para explorar las técnicas e instituciones que emergen durante la colonia respecto a las estrategias de gobierno imbricadas con las tecnologías del yo; es decir, la ‘gubernamentalidad’ se está leyendo desde el ámbito más específico de relaciones entre sujeto y verdad, donde las relaciones de poder o gobierno sobre los otros en el interior de una matriz colonial de poder, se están pensando siempre condicionadas por la relación de los sujetos con ellos mismos (gobierno de sí). Segundo, mi lectura de las técnicas de gobierno de los jesuitas no proceden –como podría esperarse– de la lectura de los ejercicios espirituales ignacianos, sino desde la homilética de la conquista, en el contexto general del *ius praedicandi* (derecho a predicar) y, más específicamente, del III Concilio Provincial de Lima (1582-83); esto, aunque parezca distante a quienes ya tengan un acercamiento sobre las misiones jesuitas de la época, puede resultar –a mi juicio– bastante esclarecedor sobre algunas prácticas y discursos que se cruzan con el pensamiento ignaciano y que han pasado inadvertidas en los estudios sobre el complejo modelo educativo colonial. Y, tercero, todas estas indagaciones están situadas en el marco de un proyecto Fondecyt de iniciación (Nº 11140804) en la Región de la Araucanía en Chile en conjunto con una investigación de postdoctorado (Becas-Chile) en la Universidad de Sao Paulo; por lo que no está de más señalar que se trata de un ensayo genealógico muy reciente, que debe ponerse en relación, necesariamente, con los problemas del presente que

3 Por ‘hermenéutica de sí’ se entiende el ejercicio de desciframiento analítico y meticuloso de los propios estados de conciencia, y de todo lo que la ‘confesión’ cristiana exige como regla de salvación (Foucault, 2011).

4 La *exomologesis* –que Foucault (2014) describía como un ritual de reconocimiento de la condición de pecador– en el contexto de la colonia estaba situado en la práctica del ‘catecismo’, donde el indígena es exhortado a establecer una relación entre su actualidad con las ‘malas costumbres y creencias’ que lo constituyen, y de las cuales debe necesariamente despojarse.

5 Una traducción más literal de (σφραγίς) sería ‘sello’; sin embargo, he utilizado ‘reconocimiento’ con el objetivo de hacer resonancia con algunas exigencias o petitorios de ciertas facciones mapuche del último tiempo.

lo han motivado, esto es, con la emergencia de una racionalidad ‘etnogubernamental’⁶ durante las últimas décadas de postdictadura en Chile y la aparición de un contexto extremado de violencia en aquellos sectores donde el paradigma de subjetividad mapuche (*weichafe*) ha desbordado los límites del modelo educativo intercultural promovido por los agentes y agencias involucrados en la gubernamentalización del Estado.

2. Contexto

La idea que Foucault esboza a partir del curso “El gobierno de los vivos” marcará un desplazamiento en su proceder genealógico. En términos generales, y siguiendo a Veiga-Neto (2011), el filósofo francés intenta una historia genealógica o problematización de la obediencia, de la manera en que se van conformando las prácticas de gobierno en la cultura occidental; un examen atento a las proveniencias y emergencias de las prácticas de gobierno en la antigüedad greco-romana y su ruptura con la llegada del cristianismo, para ‘desnaturalizar’ la obediencia en los contextos donde habitar y manifestar la ‘verdad’ son lugares de construcción y autoconstrucción de los sujetos. Dichas prácticas de gobierno son las que, de algún modo, se encuentran instauradas en el presente de la modernidad occidental.

Recordemos que, al inicio del curso señalado, Foucault especifica que hubo en sus últimas investigaciones un doble desplazamiento: primero, respecto a la noción de ‘ideología dominante’ para dar paso a la relación entre saber-poder; y, segundo, un desplazamiento de la relación saber-poder para dar paso a la noción de ‘gobierno por la verdad’ (Foucault, 2014).

Del mismo modo, creo necesario indagar sobre los procedimientos coloniales que implicaron la obediencia como eje de dominación –instaurada y complejizada principalmente por los jesuitas–, y sobre el cual giraron una serie de prácticas y dispositivos como la disciplina, la renuncia de sí o la confesión, que fueron objetualizando la inferiorización del indígena en una idea de ‘raza’ que tiene que ver con la domesticación o ‘conversión’ del bárbaro en civilizado. Estos procedimientos, o modos de estructurar el campo de acción de los ‘indios’, por consenso casi unánime en los estudios coloniales y poscoloniales, han sido interpretados ‘exclusivamente’ como procedimientos represivos, prohibitivos o punitivos, sin dejar espacio a los efectos de verdad en que la libertad entra en juego directo y efectivo con el poder (Foucault, 1988).

Después de la Batalla de Curalaba (año 1598), emerge en Chile un debate en torno a la esclavitud del indígena. La destrucción de las ciudades y la muerte del gobernador García Oñez de Loyola pusieron de manifiesto la enorme pérdida

6 Sobre el concepto ‘etnogubernamentalidad’, puede consultarse: Boccara, 2007; Lepe-Carrión, 2015.

económica que significaba la guerra entre el imperio y los ‘indios’ del sur (Bengoa, 1996; Jara, 1971).

Melchor Calderón, un destacado ‘inquisidor’ de la época, proponía al rey lo que fue el último vestigio testimonial del poder soberano en el reino de Chile, que pretendía establecer la esclavitud del indígena como “el medio más importante y aún casi el último para concluir con brevedad esta guerra” (Calderón, 1607).

Al cabo de poco tiempo, y a pesar del consenso entre los intelectuales, religiosos, autoridades y ‘alta sociedad’ de la época, la cédula que daba por legítima la esclavitud (España, 1608)⁷ fue abolida gracias a la intervención de quien paradójicamente, había dado lectura pública al tratado del inquisidor Calderón. Luis de Valdivia, un padre jesuita que ha pasado a la historia como un defensor acérrimo de los indígenas, una suerte de Bartolomé de las Casas en el reino de Chile, fue quien propuso al rey el proyecto de ‘guerra defensiva’, que consistía en adecuar el evangelio a la realidad social y política de su tiempo; poner al servicio de la economía del imperio la palabra de Dios, con tal de superar las transformaciones de las formas de producción y el decaimiento de vidas humanas. En el fondo, Luis de Valdivia, y la acción pastoral que le antecede, se dispone a sintonizar la conversión de los infieles con la nueva “constitución histórica basada en la necesidad de las cosas” (Góngora, 1970)⁸, es decir, a la conformación de estrategias de subjetivación que tengan por objeto la transformación de los ‘indios’ indómitos en súbditos del rey o –parafraseando a Clovis Moura (1977)– de buenos indios esclavos a convertirse en malos ciudadanos, en un contexto donde aún estaba en discusión el tributo de los indios defendido por la corona y la iglesia, en contra del antiguo y resistente sistema de servicio personal defendido por los encomenderos⁹.

3. El derecho y deber de predicar la salvación de las almas

A finales del siglo XVI y comienzos del XVII, el lenguaje soteriológico del conquistador adquiere un tono cada vez más vinculado con la idea de amparo, protección o garantía respecto a la vida del indígena después de su conversión. Salvarlo del pecado es un asunto que implica una política del imperio:

7 En dicha cédula (1608) se especifican dos excepciones en la captura y esclavitud de indígenas: los niños y quienes se ‘convirtieran’ a la fe cristiana. Es decir, la funcionalidad económica del poder colonial estaba vinculada estrechamente a la renuncia del pecado y al reconocimiento en la nueva vida otorgada por el bautismo.

8 Chile atravesaba por la crisis económica minera (1575-1600), la falta de soldados y la necesidad de reducir a los indígenas se volvió una prioridad; existía un enorme conflicto y preocupación en torno a los abusos y monopolio de la fuerza de trabajo por parte de los encomenderos. Se solicitaba traer esclavos ‘negros’ al reino, y, al mismo tiempo, aumentar el valor de la moneda. Por otro lado, las costas de Chile eran blancos permanentes de ataques de corsarios (Errázuriz, 1908, p. 391-412).

9 Recordemos que, hasta finalizado el siglo XVI, el adoctrinamiento de indígenas a manos de los encomenderos se convirtió en una práctica negligente respecto a las directrices de la Iglesia. Estos eran adoctrinados en grandes grupos, perdiendo el carácter individualizante de la conversión. El discurso sobre el ‘buen trato’, conservación, evangelización y libertad de los indígenas comenzó a implementarse desde mucho antes de la llegada de Luis de Valdivia; aunque su sedimentación en políticas indígenas fue permanentemente interrumpida por la resistencia de la élite encomendera que se oponía a las reformas (Huneeus Pérez, 1956; Meza Villalobos, 1951).

[...] envío desde estos Reinos con el dicho padre Luis de Valdivia a mi costa otros padres de la Compañía de Jesús, para que os hagan cristianos y os instruyan en las cosas de la santa fe católica; [...] salvando vuestras almas, que es lo que de vosotros solamente se pretende (España, 1612).

El debate en torno a la legitimidad de la praxis pastoral ya había decantado en algunos puntos indiscutibles. Dado que ni los deseos de expansión del imperio ni la gloria o ventajas del rey son suficientes para declarar la guerra a los bárbaros (Vitoria, 1975, IV, p. 11-12), solo es lícita la guerra ofensiva donde se padece la “injuria” (Vitoria, 1975, IV, p. 13-14); y, puesto que, si los ‘indios’ no son ‘hombres’, “*non sunt capaces injuriae*” (Vitoria, 1975. Carta a Miguel de Arcos, 1534), la humanidad del indígena se hace un requisito indispensable para su condición de pecador, donde la injuria se manifiesta toda vez que el indígena obstaculiza la predicación y la conversión (Vitoria, 1975, III, p. 11-14); que son, por sí mismas, un derecho (*ius praedicandi*) que el español tiene en razón de la comunidad natural existente entre los hombres, como también es un derecho viajar o recorrer las tierras de los bárbaros y comercializar con ellos (*ius peregrinandi et negotiandi*) (Vitoria, 1975, III, p. 2-3) y, asimismo, lo es la enseñanza de la verdad del Evangelio a quienes se encuentran por fuera del estado de salvación (Vitoria, 1975, III, p. 9).

El derecho a predicar (*ius praedicandi*) es una prerrogativa que valora el sermón, la misión, la prédica, como una estrategia fundamental en la conversión de los pueblos. Dicha práctica se remite a los evangelios sinópticos, sin embargo, es durante la Edad Media donde adquiere su configuración como ordenamiento en un tipo de discurso homilístico. Agustín de Hipona (Agustín, 1957) puede ser, quizás, el religioso que más aportes hizo al traslado de técnicas clásicas de la retórica greco-romana hacia la conformación de un corpus sobre ‘oratoria sagrada’ para la práctica pastoral de los siglos venideros. Si bien es cierto que las *artes praedicandi* van a tener un sofisticado desarrollo durante los *studia humanitatis* en el Renacimiento, será con el Concilio de Trento, la obra misionera de Bartolomé de las Casas (especialmente en relación a los males de la conquista) y la repercusión de ambos eventos en el III Concilio Provincial de Lima (1582-83), cuando la evangelización del indígena –principalmente jesuita– se convertirá en una tarea prioritaria en la empresa de la conquista durante la segunda mitad del siglo XVI y la totalidad del siglo XVII¹⁰.

De este modo, la homilética cristiana se convierte en una prédica de la conquista; la salvación de las almas ‘infieles’, es decir, la aceptación de una conducta orientada a la vida más allá de la muerte, es la promesa del ‘bienestar’ de la vida

10 Cabe mencionar que, entre los siglos XVI y XVII, la retórica religiosa ya contaba con algunas obras influyentes. El *Rhetoricorum Libri Quattuor* (1569) de Benito Arias Montano; *Ecclesiasticae Rhetoricae* (1578) de Fray Luis de Granada; *Rhetorica christiana* del franciscano Diego de Valadés (1579); o *De arte rhetorica libri tres ex Aristotele, Cicerone & Quintiliano praecipue deprompti* de Cipriano Soárez (1562), que se propagó por muchos países para la enseñanza de técnicas de escritura y exposición de sermones a las generaciones de los siglos XVI y XVII.

en esta tierra, o de un ‘reconocimiento’ de su existencia en este reino, el del imperio con sus costumbres y creencias.

Emerge así una articulación sistemática entre formas de evangelización y economías de la fuerza de trabajo; entre cristianización y la precaria situación militar que afectaba al reino en aquel período; y, finalmente, entre la predicación y conversión como herramientas de transformación del individuo (bárbaro-indígena) en “sujeto moral” (Foucault, 2000 & 2014; Gos, 2006), es decir, en un individuo distanciado del pecado que lo constituye y orientado a la transformación de sí mismo por intermedio de una verdad revelada por Dios pero gestionada por los misioneros desde, o a partir de, los implícitos intereses expansivos del imperio. La verdad solo podía traducirse en lo homilético, como aquel deber de evangelizar a quienes ignoran y viven en condición permanente de pecado mortal (Vitoria, 1975, III, 9)¹¹.

4. Persuadir a una obediencia voluntaria

La predicación del orador no debería restringirse a entregar contenidos de fe bajo una instrucción desapasionada, no se trata de probar (*probatio*) con argumentos la veracidad de las cosas, sino, de la persuasión (*persuasio*) “como único modo de enseñarle a los hombres” (Las Casas, 1942, V, p. 1), de corregirlos, de conducir sus conductas conforme a la doctrina cristiana o verdadera religión. La predicación del orador, desde luego que debe enseñar la verdad del evangelio (*docere*) y al mismo tiempo deleitar a quien lo escucha (*delectare*), pero más importante que aquello es que el oyente sea movilizado (*flectere*) en sus afectos (sustancia ética) a ejecutar lo que ha oído y experimentado (Agustín, 1957, IV, 13, 29), pero “[...] no para enseñarlos qué deban hacer, sino para que ejecuten lo que ya saben que debe ejecutarse” (Agustín, 1957, IV, 12, 27).

La distinción que hace Agustín entre ‘deber hacer’ (modo de sujeción) y ‘saber hacer’ (actividad autoformadora), constituye el eje sobre el cual podemos comprender la finalidad o teleología del sujeto moral que está en juego en la predicación cristiana, y que en América va a servir de soporte a la reflexión en torno de la obediencia del indígena (Foucault, 2003). La persuasión de los ‘afec-

11 Rolf Foerster (1996) ha hecho un extenso estudio en torno a la relación entre mapuches y jesuitas; según el autor, es en la ‘dimensión ritual’ o sacramental, donde se producen los encuentros entre tradiciones católicas hispanas y tradiciones indígenas. Lo que diferencia sustancialmente este artículo con las hipótesis de Foerster es que, para él, los procedimientos iniciados en la guerra defensiva tenían por objeto la búsqueda de un sistema de mediación entre hispano-criollos y mapuches; mientras que, para nosotros, ese relacionamiento interétnico no fue un objetivo, sino más bien un efecto de aquel conjunto de prácticas que procuraban la transformación subjetiva del indígena. Por otro lado, la transformación del *Ad-mapu* para Foerster tenía que ver con aquellos elementos que contradecían las normas cristianas (poligamia, borracheras, etc.); mientras que para nosotros se trataría más bien del conjunto de reglas y cosmovisiones que contradecían, no las normas cristianas, sino los intereses mismos del imperio: organización familiar, el papel político y guerrero de los lonkos y sabios, la concepción de la tierra y la relación del hombre con el entorno, etc.; esto es, de todas las creencias que ponen en funcionamiento la subjetividad mapuche y en peligro la estabilidad del reino.

tos' puede ser un punto de inflexión en la homilética cristiana, que va desde la estimulación de las emociones en la retórica clásica, hasta la idea de ausencia de 'razón deliberativa' (*βουλευτικο*) que el aristotelismo del siglo XV argumentó en contra de los pueblos indígenas (Lepe-Carrión, 2012a).

De modo que el 'saber hacer' solo se entiende a la luz de una perspectiva racial que entiende al 'otro' como subalterno 'por naturaleza'; es decir, el 'saber hacer', en el contexto de la conquista, supone la humanidad del indio al mismo tiempo que limita su aspecto volitivo al estímulo exclusivo de lo afectivo. Los indígenas son pensados como "gente de suyo blanda [...] ellos entre sí mismos en su lenguaje tienen tanto afecto en el decir, que parece a quien no les conoce pura afectación y melindre", por lo tanto, enseñarles la doctrina en los afectos "es negocio muy importante para el que hubiere de predicar a estos indios" (Iglesia Católica, 1583. Proemio).

De este modo, la salvación es entendida en un sentido estrictamente 'jurídico' (Foucault, 2000, p. 182), donde es necesaria la presencia y tutela del 'otro' (europeo/misionero) para ser persuadido en los 'afectos' hacia el trabajo ético de sí mismo. Es decir, la autoformación como 'sujeto moral' consiste en un proceso que tiene por requisito indispensable la 'libertad'. Ya lo señalaba Bartolomé de Las Casas, cuando decía que la persuasión debe ser dulce, delicada y suave, con tal que el dirigido "voluntariamente escuche, voluntariamente obedezca y voluntariamente preste su adhesión y su obsequio a lo que oye" (Las Casas, 1942).

Escuchar –entonces– se convierte en el primer paso del complejo proceso de salvación, mientras que el 'saber hacer' se traduce en obediencia y adhesión a la 'verdad' anunciada en la predicación del sacerdote porque, digámoslo más claramente, el sermón y la instrucción al indígena tienen siempre por función la salvación y la enseñanza de la verdad (1 Ti. 2:4); y, como tal, se espera de quien escucha o recibe el 'buen anuncio', que diga también la verdad sobre sí mismo.

5. El ciclo de la verdad

Como ya se habrá percibido, este procedimiento de manifestar la verdad es indispensable para la salvación, y es –según Foucault (2000, p. 346-347)– el instante que determina o caracteriza la historia de la subjetividad en occidente, o la historia de las relaciones entre sujeto y verdad.

Pero cabe preguntarse, ¿cuál es esa verdad? ¿En qué consiste aquel trabajo ético de 'conversión', que exige decir la verdad sobre sí mismo? Para decirlo, clara y brevemente, significa cuatro cosas: 1. que reconozca su condición de indio pecador; 2. que renuncie a sus creencias y costumbres; 3. que acepte la conversión por el bautismo; y 4. que actualice su estado de fe mediante la confesión permanente.

Según Pierre Hadot (2006) la palabra *conversio* correspondería a dos términos griegos que corresponden a dos modelos muy diferentes de transformación

de nuestra conducta. El primero, la *epistrophe*, de uso ya en Platón y las escuelas helenístico romanas, nos sugiere la idea de un ‘volver’ sobre nosotros mismos, o de un retorno del alma hacia su origen o fuente primordial, como si tuviéramos que volver a ser aquello que en algún momento de la vida olvidamos ser; en el fondo, nos dice, se trata de un ‘cambio de orientación’. En cambio el segundo, la *metanoia*, de uso e implementación cristiana, implica algo bastante diferente; se refiere a la idea de un ‘cambio de pensamiento’, esto es, de un renacimiento o ruptura respecto de nuestro pasado. Se trataría –entonces– de una mutación del sujeto o “transfiguración del sujeto” como lo llama Foucault (2000), donde la ‘renuncia’ de sí mismo, se constituye en una pieza fundamental en ese proceso.

Si nos concentramos en el texto “Sermón en lengua de Chile” (1621) del jesuita Luis de Valdivia, que sigue fielmente las recomendaciones del Tercer Catecismo del Concilio de Lima, encontraremos allí que la conversión es entendida como el tránsito desde el pecado a la vida buena, ‘salvar su alma’ del mundo de pecado en que se encuentra, conducirlo, o más bien, estimular sus afectos para movilizar su conducta hacia la transformación en ‘buenos hijos de Dios’. Porque, si bien Dios es padre de todos los hombres, es a los hijos obedientes y que respetan la ley a quienes les dará la tierra y la paz; mientras que a los desobedientes les depara el enojo de Dios, los males y penas (Valdivia, 1621, I, 14), la muerte de su alma (Valdivia, 1621, II, 5) y la condena al infierno para ser quemados por siempre (Valdivia, 1621, IV, 9).

La conversión por medio del bautismo es enseñada como la única opción posible (Valdivia, 1684. Catecismo, 14) para el cese de la pobreza, del sufrimiento y la enfermedad que se vive en esta vida (Valdivia, 1621, I, 16), y una oportunidad para el goce de “todas las demás cosas, cielos, mar y tierra, ríos, aves, peces y animales” (Valdivia, 1621, I, 17) tanto aquí en la tierra (en el reino-imperio), como en la vida después de la muerte. En definitiva, se trata de un ‘renacimiento’ (*αναγενεσις*) a una vida liberada de los pesares de la guerra, donde el convertido será ‘reconocido’ (*σφραγις*) como miembro (pero mal ciudadano) de la comunidad cristiana.

Esto último es sumamente interesante, puesto que la relación habida entre ‘reino de Dios’ y ‘reino español’ se hace evidente cuando Luis de Valdivia intenta explicar el misterio de la Santísima Trinidad:

Me diréis cómo es esto que no cabe en el entendimiento, que sea tres personas siendo un solo Dios. Verdad decís, que este misterio, no cabe en nuestro entendimiento, hasta que vayamos al cielo a ver con nuestros propios ojos estas verdades, no puede comprender este misterio nuestro entendimiento, ni entrar esto en nuestro saber, ya que si cupieran estas cosas de Dios en nuestro entendimiento, Dios no sería Dios: el ser de Dios excede nuestro entender y saber. Vosotros los indios soléis oír cosas del Rey de Castilla, y os cuentan cosas grandes: pero no las entendéis mucho, ni de raíz sabéis de qué maneras son estas cosas: pero, sin embargo, las dais por ciertas porque los Españoles las han visto con sus ojos. De esta misma manera –hermanos

míos– nosotros los hombres, no hemos visto los misterios de Dios, ni sabemos estas cosas divinas, solamente las creemos porque Jesucristo nos las ha dicho, que él como es Hijo de Dios, las ha visto con sus ojos, y lo que él sabe y ha visto nos ha enseñado a nosotros, y esto que él dice creemos que hay tres personas en Dios, cuyos nombres son Padre, Hijo y Espíritu Santo (Valdivia, 1621, V, 14).

El texto es clave para entender la conversión cristiana como ‘reconocimiento’ y ‘renacimiento’ del indígena en el imperio. El párrafo comienza argumentando el carácter incognoscible de Dios, o de cómo nuestro entendimiento es incapaz de percibir la infinitud e inmensidad de su perfección. Luego, el Sermón sugiere una expresa relación entre los misterios de Dios con la complejidad de las cosas relativas al Rey de Castilla y, también, de los conquistadores españoles, y predicadores, con Jesucristo. De modo que la ‘ley’ del reino, el orden imperial, al igual que el evangelio y sus misterios, son incomprensibles para los nativos, pero susceptibles de ser aceptados como ‘verdaderos’ mediante la testificación de quien los predica. Esto es que la conversión del indígena se fundamenta en el ‘testimonio’, del mismo modo que la obediencia al rey se fundamenta en la representación que la corona tiene en el reino de Chile. En otras palabras: convertirse a la fe cristiana, en el Sermón de Luis de Valdivia, es equivalente a convertirse en súbdito del rey.

Si la renuncia al pecado es requisito para la conversión, es imprescindible que el predicador establezca con precisión y claridad qué es el pecado, de qué manera está presente en la actualidad del indio infiel y a qué costumbres y creencias específicas se debe renunciar:

Todo vuestro mal es pecado, si queréis saber qué cosa es el pecado: oíd, y lo sabréis. No obedecer lo que Dios manda y seguir solo nuestro gusto, esto es pecado. Hacer vuestra voluntad, y no la Dios, ni cumplir lo que manda. Hurtar, adulterar, jurar falso, esto es pecado, adorar al Pillán y al Huecuvoe, hacer daño a otro, es siempre pecado. Todo lo que es contra Dios, y contra lo que Dios quiere y manda, es pecado (Valdivia, 1621, II, 3).

Estamos aquí frente a lo que Michel Foucault ha reconocido como el esquema de la subjetividad cristiana (Foucault, 2014), es decir, de aquella paradoja donde la producción de la verdad sobre sí mismo se encuentra en la mortificación de sí mismo. Salvarse del pecado o, más bien, del “enojo de Dios en esta vida y en la otra” (Valdivia, 1621. II, 18), solamente es posible una vez que el ‘indio infiel’ haya renunciado al pecado que le es constitutivo por naturaleza: “porque nacen en pecado” (Valdivia, 1684. Catecismo, 48).

He ahí que la conversión –en el sentido cristiano aquí expuesto– se evidencia solamente donde “el yo que se convierte es un yo que ha renunciado a sí mismo” (Foucault, 2000, p. 210), porque es en esta renuncia donde operaría –a mi juicio– la despolitización o vaciamiento filosófico de la cultura tradicional indígena que

da sustento a las luchas contra el enemigo colonizador, ‘pacificador’ y extractivista o, lo que Serge Gruzinski (1991) ha llamado más certeramente, el deterioro de los lazos tradicionales y de las relaciones interpersonales en las sociedades colonizadas.

El Sermón de Luis de Valdivia (1621) está lleno de exhortaciones que indican el camino que debe recorrer el indígena para su conversión; por razones de espacio no puedo más que señalar algunas de ellas, en las que se persuade al reconocimiento del pecado y a la renuncia del mismo:

Cuánto os parece que enojará a Dios, el indio que honra al Pillán, nombrándole, y que le suele reverenciar, y llamar, y deja de adorar a Dios, y el que suele nombrar por honrarle al Huecuvoe y le respeta. Y también el indio que no quiere seguir lo que Dios manda, ni obedecer lo que los padres mandan [se refiere a los padres jesuitas], y en su enfermedad, y en lo que tiene necesidad, prefiere tomar consejo con los Machi [que son hechiceros] y con los viejos [ancianos]. No se puede cierto decir, cuánto es lo que con estos malos indios se suele enojar, no se puede con palabras manifestar este enojo (II, 13).

Señor mío, perdónanos nuestra ignorancia, que ahora te conocemos y te respetamos, y adoraremos, y no adoraremos más al Pillán, ni aun le nombraremos, que es mentira (I, 11).

[...] y mucho más serán atormentados quienes después de haber recibido esta fe, y convertidos al cristianismo, se tornaron a las mentiras que les decían sus antepasados (IV, 9).

Todo esto que dicen sin fundamento, es gran mentira y maldad, y cosa de burla: desventurados de esos viejos [ancianos] y hechiceros [Machis], que pobres son, locos y tontos, que os engañan (IV, 10).

Vuestros viejos ignorantes [ancianos] no sabían nada para conocer a Dios, eran como niños sin razón, habéis de hacer burla de lo que decían sin fundamento, cosa de burla es cuanto referían y contaban (V, 5).

El reconocimiento del pecado, es decir, la identificación de aquellos elementos específicos que hacen ‘enfurecer a Dios’ y la inmediata percepción de estar sujeto a un conjunto de ‘mentiras y maldad’, conlleva al neófito a la renuncia de sí mismo mediante la aceptación de la ‘verdad’ en el bautismo “para que les quiten todos sus pecados y sean amigos de Dios, y se salven los que antes eran enemigos suyos” (Valdivia, 1684. Catecismo, 47); porque el bautismo no solo es el sacramento de renovación espiritual (Tit. 3:5), sino –y principalmente– la “puerta de entrada” (Iglesia Católica, 1583) o el renacimiento (o subsunción) a una nueva comunidad cristiana al interior del imperio: “no hay un Dios de los

españoles y otro de indios, todos los hombres y todas las cosas no tienen más que un Dios” (Valdivia, 1621. V, 5).

La renuncia a las propias creencias y costumbres, la aceptación del bautismo y la confesión son técnicas de transformación del sujeto que requieren, para su eficacia, la voluntad de entregarse a la dirección del ‘otro’ con el fin de establecer un permanente estado de obediencia. Dicha obediencia o, más bien, dicho estado de permanente obediencia, está muy lejos de ser un sometimiento o represión; de lo que se trata es de un estado de ‘tranquilidad del alma’, de paz, de beatitud, donde el ‘sujeto moral’ entra en una nueva relación consigo mismo articulada por la subjetividad cristiana. He aquí, en este juego, de la ‘obediencia’, o fuera de esta, donde se encuentran y desencuentran históricamente los poderes político-administrativos con las instituciones de dirección espiritual o prácticas de conducción de las conductas como la predicación jesuita que he intentado describir brevemente en este ensayo (Foucault, 2014).

6. Consideraciones finales

Un análisis detallado de las exhortaciones contenidas en el Sermón, en el Catecismo, o en el Confesionario, nos llevaría a visibilizar uno de los temas más relevantes en los estudios sobre etnogubernamentalidad y que forma parte del plan del proyecto Fondecyt en curso: el paradigma sobre el cual se construye la subjetividad mapuche (*weichafe*), o de cómo estas ideas, que están en el centro de su tradición y práctica cultural y espiritual (*Admapu ka Ad mogen*), han sido consideradas siempre el foco de atención en los procesos de educación/evangelización del indígena, pero no como un fortalecimiento del mismo, sino como un desplazamiento folclorizante en nombre de la ‘salvación’ y el ‘reconocimiento’.

Si el pueblo mapuche ha logrado sobrevivir a las tres grandes invasiones, durante la conquista/colonía, la pacificación de la Araucanía y el actual extrativismo, ha sido gracias a que los proyectos evangelizadores y civilizatorios no lograron modificar el núcleo de la subjetividad guerrera (ética y política) de su cultura ancestral.

Si bien es cierto que el modelo de obediencia se sustenta en la libre aceptación a ser conducido, hay también un fuerte componente de desobediencia que insiste en tornarse nuevamente “a las mentiras que les decían sus antepasados”, conocimiento de “locos y tontos” como enseñaba el predicador. Existe en la historia del pueblo mapuche, a diferencia de otras culturas colonizadas brutalmente, una comprensión de que aceptar la dirección del otro, es –efectivamente– la liberación del poder soberano, es la paz o armonía del individuo con el reino de Dios aquí en la tierra, esto es, con el rey, sus soldados y con la economía colonial capitalista; pero, al mismo tiempo, constituye la renuncia fundamental a lo más sagrado del sujeto ético y guerrero: el gobierno de sí y para sí, que algunos historiadores y sociólogos explican como el concepto de autonomía.

Para finalizar, quisiera dejar planteada la siguiente pregunta: si la educación indígena tiene su emergencia en ese conjunto de prácticas de predicación en las misiones que entraban en juego con las prácticas político administrativas del imperio, y si la subjetividad cristiana durante la colonia transformaba al individuo en un sujeto moral desvinculado de su pasado y sus creencias –al tiempo que dicha desvinculación era el requisito de su ‘reconocimiento’ en el reino terrestre (desde luego que también en el reino celestial)–, ¿qué papel juegan en el escenario político del presente los Programas de Educación Intercultural Bilingüe, en un contexto donde la subjetividad mapuche (*weichafe*) es el único elemento social que pone en riesgo los intereses territoriales y económicos de las grandes empresas forestales avaladas por un Estado extractivista y monoexportador? ¿Hasta qué punto la folclorización y culturalismo en la escuela transfiguran al individuo moderno en un sujeto moral despolitizado, obediente y funcional a las nefastas políticas de sustentabilidad o multiculturalismo?

Referencias bibliográficas

- Agustín, San. (1957). De doctrina christiana. En F. B. Martín (Ed.). *Obras de San Agustín* (Vol. XV). Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos.
- Bengoa, J. (1987). Apuntes sobre la acción misional de la iglesia entre los mapuche chilenos. *Nütram*, III(1), pp. 3-18.
- Bengoa, J. (1996). *Historia del Pueblo Mapuche (siglo XIX y XX)*. Santiago: Ediciones Sur.
- Boccaro, G. (2007). Etnogubernamentalidad. La formación del campo de la salud intercultural en Chile. *Chungara, Revista de Antropología Chilena*, 39(2), pp. 185-207.
- Calderón, M. (1607). *Tratado de la importancia y utilidad que ay en dar por esclavos a los indios rebelados de Chile*. Madrid: s/n.
- Errázuriz, C. (1908). *Seis años de la historia de Chile (23 de diciembre de 1598-9 de abril de 1605). Memoria histórica escrita en cumplimiento de los estatutos universitarios*. Santiago de Chile: Imprenta Cervantes.
- España. (1608). Real Cédula para que los indios de guerra de las provincias de Chile sean dados por esclavos, no reduciéndose al gremio de la Iglesia antes de venir a manos de personas que los tomaren (26 de Mayo) - Felipe III [1598-1621]. En Á. J. & S. Pinto (Ed.). *Fuentes para la historia del trabajo en el reino de Chile. Legislación, 1546-1810* (Vol. I, pp. 254-256). Santiago (1982): Editorial Andrés Bello.
- España. (1612). *Carta del Rey Nuestro Señor para los indios de la paz y guerra de Chile firmada por su Real Persona - Felipe III [1598-1621]*. Lima: Francisco del Canto - (Colección de la Biblioteca Nacional).
- Foerster, R. (1990). La conquista bautismal de los mapuches de la Araucanía. *Nütram*, VI(3), pp. 17-35.

- Foerster, R. (1993). *Introducción a la religiosidad mapuche*. Santiago: Editorial Universitaria.
- Foerster, R. (1996). *Jesuitas y mapuches 1593-1767*. Santiago: Editorial Universitaria.
- Foucault, M. (1988). El sujeto y el poder. En H. D. & P. Rabinow (Ed.). *Michel Foucault: Más allá del estructuralismo y la hermenéutica*, pp. 227-242. México: DF: UNAM.
- Foucault, M. (1999). La 'gubernamentalidad' *Estética, ética y hermenéutica. Obras esenciales*, Vol. III, pp. 175-197. Barcelona.
- Foucault, M. (2000). *La hermenéutica del sujeto. Curso en el Collège de France (1981-1982)*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2002). *Arqueología del Saber*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Foucault, M. (2003). *Historia de la sexualidad. El uso de los placeres*, Vol. 2. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Foucault, M. (2010). *El coraje de la verdad. El gobierno de sí y de los otros II. Curso en el Collège de France (1983-1984)*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2014). *Do gobierno dos vivos. Curso no College de France (1979-1980)*. Sao Paulo: Editora WMF MartinFontes Ltda.
- Góngora, M. (1970). *Encomenderos y estancieros: estudios acerca de la constitución social aristocrática de Chile después de la conquista 1580-1660*. Santiago: Universidad de Chile.
- Gordon, C. (1991). Governmental Rationality: An Introduction. En G. B. C. G. P. Miller (Ed.). *The Foucault Effect. Studies in Governmentality*, pp. 1-52. Chicago: The University of Chicago Press.
- Gos, F. (2006). O cuidado de si em Michel Foucault. En M. R. A. Veiga-Neto (Ed.). *Figuras de Foucault*, pp. 127-138. Belo Horizonte: Autêntica.
- Gruzinski, S. (1991). Individualización y aculturación: la confesión entre los Nahuas de México entre los siglos XVI y XVIII. En A. Lavrin (Ed.). *Sexualidad y matrimonio en la América hispánica. Siglos XVI-XVIII*, pp. 105-126. México: Editorial Grijalbo.
- Hadot, P. (2006). *Conversión Ejercicios espirituales y filosofía antigua*, pp. 177-190. Madrid: Ediciones Siruela.
- Huneeus Pérez, A. (1956). *Historia de las polémicas de Indias en Chile durante el siglo XVI. 1536-1598*. Santiago: Editorial Jurídica de Chile.
- Iglesia Católica (1583). *Tercer Catecismo y exposición de la doctrina Christiana por Sermones para que los curas y otros ministros prediquen, y enseñen a los Indios y a las demás Personas Conforme a lo que se proveyó en el Santo Concilio Provincial de Lima el año pasado de 1583*. Lima: Disponible en Memoria Chilena, Biblioteca Nacional de Chile: <http://bit.ly/2f9x7NT>.
- Jara, A. (1971). *Guerra y sociedad en Chile: la transformación de la Guerra de Arauco y la esclavitud de los indios*. Santiago: Universitaria.
- Las Casas, B. de (1942). *Del único modo de atraer a todos los pueblos a la verdadera religión* (3ª ed.). México: Fondo de Cultura Económica.

- Lepe-Carrión, P. (2012a). Civilización y barbarie. La instauración de una 'diferencia colonial' durante los debates del siglo XVI, y su encubrimiento como 'diferencia cultural'. *Andamios, Revista de investigación social*, 9(20), pp. 63-88.
- Lepe-Carrión, P. (2012b). El Contrato Colonial de Chile. Crítica a la racionalidad impura, en la configuración racial del discurso científico, político y prácticas culturales en los siglos XVII, XVIII y XIX. Tesis para optar al grado de Doctor en Filosofía, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Valparaíso.
- Lepe-Carrión, P. (2012c). Reflexiones en torno a la instalación de la colonialidad en Chile. Evangelización, educación y reproducción de la 'diferencia colonial' en el siglo XVII. En J. S. et al. (Ed.). *Colonialidad/Decolonialidad del Poder/Saber. Miradas desde el Sur*, pp. 223-242. Valdivia: Ediciones Universidad Austral de Chile.
- Lepe-Carrión, P. (2015). Intercultural Education in Chile: Colonial Subjectivity and Ethno-Governmental Rationality. *Sisyphus, Journal Education*, 3 (3).
- Meza Villalobos, N. (1951). *Política indígena en los orígenes de la sociedad chilena*. Santiago: Editorial Universitaria.
- Moura, C. (1977). *O negro (Do bom escravo ao mau cidadão)*. Río de Janeiro: Conquista.
- Pinto Rodríguez, J. (1988). Frontera, Misiones y Misioneros en Chile. La Araucanía 1600-1900. En J. Pinto, H. Casanova, S. Uribe & M. Mathei (Eds.), *Misioneros en la Araucanía, 1600-1900*. Temuco: Ediciones Universidad de La Frontera.
- Pinto Rodríguez, J. (1992). La fuerza de la palabra. Evangelización y resistencia indígena. *Nütram*, VIII(28), pp. 4-21.
- Pinto Rodríguez, J. (1993). Jesuitas, Franciscanos y Capuchinos italianos en la Araucanía (1600-1900). *Revista Complutense de Historia de América*(19), pp. 109-147.
- Valdivia, L. de (1621). *Sermón en lengua de Chile: de los misterios de nuestra santa fe catholica, para predicarla a los indios infieles del reyno de Chile, dividido en nueve partes pequeñas, acomodadas a su capacidad*. Valladolid: Colección de la Biblioteca Nacional; versión digitalizada del original en <<http://www.memoriachilena.cl>>.
- Valdivia, L. de (1684). Arte y gramatica general de la lengua que corre en todo el Reyno de Chile : con un vocabulario, y consessionario. En T. L. d. Haro (Ed.). Sevilla: Colección de la Biblioteca Nacional; versión digitalizada del original en <<http://www.memoriachilena.cl>>.
- Veiga Neto, A. (2011). Apresentação 2da edição. En Foucault, M. (N. Avelino, Trans.) *Do governo dos vivos: curso no College de France 1979-1980 (Excertos)*. Sao Paulo - Río de Janeiro: Centro de Cultura Social / Achiamé.
- Vitoria, F. de (1975). *Relecciones de Indios y el derecho de la guerra* (E. M. d. Olivart, Trans. 3º ed.). Madrid: Espasa Calpe. Disponible en <http://bit.ly/2fuvxuh>.

La institución de la ciberpolítica: gobernanza y código

The establishment of cyberpolitics: governance and code

A instituição da ciberpolítica: governação e código

Lucas Emmanuel MISSERI

CONICET / Universidad Nacional de Córdoba, Argentina / lucmisseri@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Ensayo, pp. 261-275)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 06-07-2015 / Aprobado: 11-07-2016

Resumen

En el presente trabajo se aborda el problema de la manifestación de lo político en el ciberespacio, sosteniendo la hipótesis de que hay un aspecto institucional nuevo y distinto que podemos definir como “ciberpolítica”. Este aspecto se basa en dos fuerzas instituyentes: por un lado, el rol del código informático en la construcción de la arquitectura comunicacional de la red de redes (internet); por el otro, el rol de las comunidades virtuales como sujetos que se ven constreñidos por esas arquitecturas pero que, al mismo tiempo, pueden modificarlas. Estas comunidades se organizan mediante sistemas de gobernanza en red que horizontalizan el poder ciberpolítico, aunque no están ajenas al conflicto.

Palabras clave: filosofía política; código informático; ciberconservadurismo; ciberlibertarismo.

Abstract

This paper deals with the problem of politics in cyberspace. It deals with the hypothesis of a new and distinct institutional aspect that can be called “cyberpolitics”. This dimension is based on two founding forces: on one hand, the role of computer code in building the communicational network architecture (internet). On the other hand, the role of virtual communities as subjects that are constrained by this architecture but at the same time can modify it. These communities are organized by networked governance systems that make the cyber-political power horizontal, nevertheless they are not out of conflict.

Keywords: political philosophy; computer code; cyber-conservatism; cyber-libertarianism.

Resumo

O presente trabalho aborda o problema da manifestação do político no ciberespaço, defendendo a hipótese de que há um espaço institucional novo e distinto que podemos definir como “ciberpolítica”. Este aspecto se assenta em duas forças instituintes: por um lado, o papel do código informático na construção da arquitetura comunicacional da rede de redes (internet); por outro, o papel das comunidades virtuais como sujeitos que se vêem constrengidos por essas arquiteturas mas que, ao mesmo tempo, podem modificá-las. Estas comunidades se organizam mediante sistemas de governança em rede que horizontalizam o poder ciberpolítico, ainda que não estejam alheias ao conflito.

Palavras-chave: filosofia política; código informático; ciberconservadorismo; ciberlibertarianismo.

1. Introducción

La Filosofía Política se ha ocupado desde tiempos de Platón de cuál sea la mejor constitución para una *polis* o Estado. En la actualidad, ese interés se ha redefinido, especialmente en la filosofía política de corte analítico, como la preocupación normativa por las mejores instituciones para nuestra sociedad (Goodin, Petit & Pogge, 2007, p. xii). No obstante, considero que a partir del avance en las tecnologías de la información y la comunicación –en adelante TIC–, acaecido en las últimas décadas, se han incorporado nuevas instituciones que aún no han sido asimiladas en los estudios filosófico-políticos y, al mismo tiempo, han surgido formas de relación que involucran a individuos, a esas nuevas instituciones y a las instituciones políticas clásicas que requieren un planteamiento filosófico que las esclarezca. Por esta razón, me propuse la tarea de abordar este problema en el contexto del ciberespacio; por considerar que este concepto oficia de epítome de la revolución de las TIC. En términos más precisos, mi investigación busca responder a la siguiente incógnita: ¿cómo se manifiesta lo político en el ciberespacio? El “cómo” de la pregunta remarca la intención descriptiva de mi labor, sin embargo, también procuro mostrar que, además de haber diversas manifestaciones de lo político –en pugna–, hay una nueva forma de entenderlo. Esto es, una forma ciberpolítica dada por las particularidades del medio, que son: el rol instituyente del código informático y la legitimización de sus arquitecturas a través de comunidades en las que la gobernanza se ejerce como una red interconectada.

La metodología para abordar el problema es filosófica, destacando tres momentos del trabajo: el descriptivo, en el cual defino los términos en cuestión y su campo de aplicación; el segundo momento es el problemático, donde expongo los conflictos de los términos definidos en el primer momento en el contexto práctico político del ciberespacio; y, por último, el hipotético, en el que busco salvar las aporías del segundo momento con hipótesis de solución ligadas a los términos previamente definidos. Como mencioné más arriba, mi hipótesis de base es que existe un fenómeno propiamente ciberpolítico que marca la necesidad de repensar la Filosofía Política para comprender mejor los problemas que genera y encaminar de un modo más claro las propuestas de solución.

Siguiendo esta metodología, el trabajo ha sido dividido en tres grandes partes: en la primera parte se definen los conceptos de gobernanza, ciberespacio y código informático, para explicitar el aparato conceptual con el que se aborda la cuestión central y sus problemas derivados. En la segunda, se abordan las posturas ciberpolíticas extremas en pugna: el conservadurismo estatal y su opuesto, el libertarismo. En última instancia, se abordan las particularidades de lo ciberpolítico en general y cómo se relacionan con las posturas ciberpolíticas tomando como ejes los conceptos de gobernanza y código, tal como fueron definidos.

Considero que, si bien la tarea de esta investigación pueda ser deficitaria, por tratarse de un entorno en cambio permanente, es necesario que desde la filosofía se analice el fenómeno ciberpolítico para ofrecer herramientas hermenéuticas a los millones de agentes que constituyen el ciberespacio, sus cambios y su esfera de influencia, que se extiende más allá de los dos mil millones de usuarios que navegan en internet.

2. Definiciones para una ciberpolítica

En esta sección se explican los conceptos básicos desde los que problematizo la idea de lo ciberpolítico como un nuevo ámbito institucionalizador de la política. Elegí titular el trabajo con la palabra “institución” aprovechando la ambigüedad del término, que al mismo tiempo parece sostener que “se instituye lo ciberpolítico” y que “hay instituciones ciberpolíticas”. A lo largo de las siguientes páginas sostengo que, a partir de esas nuevas instituciones políticas ciberespaciales, se instituye una ciberpolítica. Para esclarecer la extensión y el alcance de ese concepto considero imprescindible definir otros tres que están íntimamente asociados: la gobernanza, el ciberespacio y el código informático. Como expongo a continuación, los conceptos de gobernanza política y código ciberespacial suponen la síntesis conflictiva entre lo humano de la política y lo técnico de la política, entre individuos y arquitecturas institucionales, entre sentido de pertenencia e información sustantiva.

2.1 Gobernanza

Este término ha ido ganando terreno en la teoría política en las últimas décadas, no obstante, aquí me interesa puntualmente cómo se aplica el mismo al ciberespacio y, en especial, a la red que lo hace posible: internet. La relación entre el ciberespacio, que en breve definiré, y la idea de gobierno ha sido contradictoria desde un principio. Ciberespacio, gobierno y gobernanza comparten la misma partícula griega “*kyber*”, que devino en “gober-”, y que tiene que ver con el hecho de dirigir, regir, guiar y originalmente se aplicaba a la navegación. Paradójicamente, con las ramificaciones de internet se pensó que esa forma ciberespacial era ingobernable *per se*, lo que es etimológicamente un oxímoron, puesto que el ciberespacial es el espacio gobernado por antonomasia. Sin embargo, ese no es el problema actual, dado que hay cierto consenso en la regulabilidad del sustrato físico (servidores y cables) y sistemático (códigos y protocolos) de internet. La incógnita está en quiénes lo gobiernan y cómo se gobierna.

Para el especialista en gobernanza de internet, Milton Mueller, la cuestión es si internet tiene que ser gobernada igual que el resto de los espacios políticos o de una forma distinta. Es por ello que prefiere el matiz deflacionario que tiene la palabra ‘gobernanza’ sobre ‘gobierno’, la cual “denota la coordinación y regulación de actores interdependientes en ausencia de una autoridad polí-

tica general” (Mueller, 2010, p. 8). Él habla de redes de gobernanza como “articulaciones relativamente estables de actores interdependientes pero operativamente autónomos” (Mueller, 2010, p. 6). Su postura es afín a las de Yochai Benkler, quien elaboró el concepto de producción de pares basada en bienes comunes, y David Johnson, Susan Crawford y John Palfrey, quienes aplicaron ese concepto a las redes de gobernanza. En resumen, la gobernanza de internet implica la acción de los gobiernos, las empresas y la sociedad civil, pero entendida desde una perspectiva en red en la cual los individuos son actores centrales e interdependientes.

2.2 Ciberespacio

Desde la acuñación del término por dos autores norteamericanos de ciencia ficción en la década de 1980, el ciberespacio ha remitido a una suerte de “alucinación consensuada” (Gibson, 1984, p. 51), un espacio heterogéneo caracterizado por el engaño de los sentidos efectuado a través de tecnologías informáticas. Esa idea de una “realidad virtual” perdura en muchos de los discursos en torno al ciberespacio; por ejemplo, John Perry Barlow, famoso por su defensa del ciberespacio, lo calificó como el primer paso hacia “una civilización de la mente” (Ludlow, 2001, p. 30) y Julian Assange, representante de la anteúltima generación de *cypherpunks*, dice que el ciberespacio es “nuestro reino platónico” (Assange, Appelbaum, Müller-Maguhn & Zimmerman, 2012, p. 3). Sin embargo, el ciberespacio tiene un sustrato material insoslayable. Por eso, aquí lo definiré como “red de redes informáticas compuesta a partir de tres dimensiones integradas: una dimensión física, una lingüística y una semántica”.

La primera dimensión se refiere a los requisitos materiales del ciberespacio, el cual no es solo “alucinación” o un engaño de los sentidos, sino los medios que permiten producirlo: nuestros cuerpos humanos, las computadoras, los cables, la fibra óptica, los satélites, los servidores, las antenas y las leyes físicas que los gobiernan. La segunda dimensión es la de los distintos códigos que permiten la comunicación y navegación de redes, esto incluye tanto a los protocolos que hacen posible una red amplia como internet, como a los lenguajes naturales y los artificiales con los que nos comunicamos (y las reglas gramaticales y matemáticas que los gobiernan). Por último, la tercera dimensión es la que se construye a partir de la vinculación entre esos signos y las tecnologías que enlazan distintos nodos en redes interconectadas y el sentido que cada usuario le da a esa conexión. En otras palabras, el ciberespacio es el sentido compartido que se le da al producto de esa interconexión de redes que tiene un sustrato físico y en el que convergen diversas mentes limitadas en su aplicación por ciertos códigos, pero no en su capacidad de interpretación. Considero que esta definición es heredera de las teorías del signo de la lingüística, por lo cual podría aplicarse la idea de red de redes a comunidades lingüísticas. No obstante, la diferencia específica en esta definición está dada por el sustrato material de la informática, mediante el cual se integra la máquina computadora a esa interrelación entre agentes humanos,

mediando de un modo distinto que integra las ventajas físicas de las comunidades lingüísticas y de un modo más rápido, generando la sensación de inmediatez que la narración intersubjetiva podría no tener, permitiendo una interpretación casi mediata por medio del ciberusuario, o usuario de la red de redes.

2.3 Código

En cuanto al código, me atengo parcialmente al planteamiento de Lawrence Lessig, quien lo considera uno de los cuatro constrictores de la conducta humana, a la par de las normas sociales, las leyes jurídicas y el mercado (Lessig, 2006). El código informático puntualmente es aquel que permite construir arquitecturas en el ciberespacio que condicionan lo que se puede hacer; del mismo modo que las arquitecturas físicas (muros, puertas, vallas, cercas, etc.) hacen lo mismo en la delimitación geográfica. No obstante, Lessig va aún más lejos al considerar el código informático (conjunto de programas, software, algoritmos y protocolos) tan constrictor como la ley jurídica en lo que él denomina el mundo analógico –opuesto del mundo digital. Lessig afirma que habría dos códigos en el caso de su país, EE. UU., aunque eso mismo es extrapolable, *mutatis mutandis*, al resto de los países. Por un lado el “código de la costa Este” o del Congreso. Por el otro, el “código de la costa Oeste”, o de Silicon Valley y Redmond (con la excepción del MIT), que aquí llamo “código informático”. Lessig considera que en tanto y en cuanto este último se va haciendo comercial, el código legislativo va ganando poder de control sobre él. Finalmente, Lessig augura que el segundo tomará control sobre el primero cuando se construya una nueva capa identitaria sobre las capas de internet que permita identificar a los usuarios por sus Estados y aplicarles las leyes jurídicas correspondientes a su país. Esto le parece tan inevitable como deseable. En la siguiente sección abordo las posturas que afirman y las que rechazan este deseo con vehemencia.

3. Posturas ciberpolíticas extremas

Una forma de clasificar las posturas con respecto a la gobernanza del ciberespacio es según su intensidad de rechazo o aceptación de un gobierno estatal, es decir, de su deseo o no de que se cumpla la profecía de Lessig. De esa clasificación resultan posturas extremas y moderadas. A las primeras, las podemos clasificar en extremas conservadoras y en extremas libertarias por su relación con la postura que toman ante el grado de injerencia de los gobiernos estatales en la gobernanza ciberespacial. Entre ambos extremos, el máximo y el mínimo, se encuentran las posturas moderadas que se enfocan en morigeraciones de la injerencia estatal sin negarla por completo, pero restándole poder de vigilancia sobre algunos aspectos del actuar de los usuarios. Estas ya las he tratado en otro lugar, por lo cual aquí solo me detengo en las posturas extremas, que son suficientes para mi argumento.

3.1 Conservadurismo ciberpolítico

Entiendo por conservadurismo ciberpolítico la postura que sostiene que las interacciones de los distintos usuarios en el ciberespacio deben ser reguladas, en su totalidad, por y a partir de los Estados en los que viven esos diferentes usuarios. Los autores más representativos de esta postura son Jack Goldsmith y Tim Wu, quienes brindan ejemplos de cuán fuerte sigue siendo la ligazón entre el ciberespacio y los Estados (Goldsmith & Wu, 2006). Puntualmente, ellos destacan el rol hegemónico de los EE. UU. sobre internet y el derecho y la necesidad de ese país –y otros que sostienen la red– de legislar y hacer justicia en el ciberespacio. El ciberconservadurismo se puede resumir como el intento de transformación del ciberespacio en una réplica del “mundo real” o “no virtual”, es decir, instaurando un control estatal de la red de redes. Ese control impediría conflictos concretos –como el de la reproducción de material con *copyright*– y forzaría la identificación de los usuarios de internet, en lo que podría ser un documento de ciberidentidad (idea de Lessig). Para las otras ideologías que están en pugna en el ciberespacio, estas pretensiones ciberconservadoras no tienen lugar, puesto que técnicamente es imposible llevarlas a cabo con efectividad. A lo que Goldsmith y Wu responden que no se trata de tener una efectividad infalible sino de conservar la tradición y lo que se considera moralmente justo.

La primera definición de ciberconservadores fue dada por un ciberliberal: Milton Mueller. Él sostiene que el principal problema de los ciberconservadores es su perspectiva estrecha, puesto que solo procuran calcar las diferencias nacionales en un ciberespacio dirigido estatalmente. Mueller sostiene que el ciberconservadurismo es ciberreaccionario, en tanto que si la creación del ciberespacio constituyó una revolución, el ciberconservadurismo es su contrarrevolución (Mueller, 2006). Pero no solo Mueller se mostró crítico con esta postura sino el propio Lessig, quien comparte la idea de la capa de identificación, pero al mismo tiempo considera que pensar los conflictos del ciberespacio meramente como asuntos locales es ingenuo, porque es negar el carácter global del ciberespacio. Para Lessig no basta con aplicar a las interacciones de los usuarios los códigos legislativos de sus Estados, sino que estos tienen que ir acompañados de códigos informáticos que estimulen o impidan las mismas acciones que estimulan o impiden las leyes jurídicas (Lessig, 2006, p. 292).

3.2 Libertarismo ciberpolítico

En el otro extremo de la ciberpolítica están los libertarios ciberpolíticos o ciberlibertarios, entre los que podemos contar a los *cypherpunks* y algunos grupos *hacktivistas*. Si los ciberconservadores sostienen que las interacciones ciberespaciales tienen que ser reguladas y limitadas por las leyes jurídicas, los ciberlibertarios afirman que la única restricción en el ciberespacio tiene que ser la de las leyes físico-matemáticas. De modo más simple, el único constrictor que reconocen es el código informático. Esta postura es sostenida desde principios de la década de 1990 por los denominados *cypherpunks*. Este último término se

refiere al grupo de la nueva generación *-punks-* que, en el marco del ciberespacio *-cyber-* usa el cifrado como acción política *-cipher-* (Assange *et al.*, 2012, p. 1). Este último aspecto es fundamental porque marca la característica política propia del medio, usan la criptografía como un método de defensa no violento. El encriptado de datos, según ellos, le devolvería la protección al usuario ante Estados que ejercen o pudieran ejercer un fuerte control al estilo distópico del Gran Hermano, retratado en 1984 por Orwell. Ante el avance del panóptico, la encriptación ofrece una defensa matemática que permite –por una serie de operaciones– impedir el acceso de cualquier usuario o intermediario a una serie de datos. Por esta razón, estos ciberlibertarios también se han autodenominado criptoanarquistas, además de *cypherpunks* (Tim May en Ludlow, 2001, p. 61-84).

El más renombrado en la actualidad es el fundador de *WikiLeaks*, el australiano Assange. Él sostiene junto a otros *cypherpunks* el carácter explícitamente dualista de su postura con respecto al ciberespacio:

El nuevo mundo de internet, abstraído del viejo mundo de los átomos brutos, anhela la independencia. Pero los Estados y sus amigos buscan controlar nuestro nuevo mundo –al controlar sus apuntalamientos físicos. El Estado, como un ejército alrededor de una fuente de petróleo, o un agente de aduanas aceptando sobornos en la frontera, pronto aprendería a apalancar su control del espacio físico para ganar control sobre nuestro reino platónico. (Assange et al., 2012, p. 3)

La idea de “reino platónico” en este fragmento parece hacer referencia al mundo de las ideas de Platón como algo independiente del mundo de las cosas, es decir, el mundo virtual como independiente del mundo real. Assange se hace eco así de uno de sus defensores ideológicos y legales, Barlow, fundador de *The Electronic Frontier*, quien en 1996 –con ocasión del Acta de Telecomunicaciones impulsada por el Presidente Clinton– sostuvo la independencia del ciberespacio en su célebre manifiesto:

Gobiernos del Mundo Industrial, ustedes codiciosos gigantes de carne y acero, yo vengo del Ciberespacio, el nuevo hogar de la Mente. En nombre del futuro, yo les pido a ustedes, que son del pasado, nos dejen solos. Ustedes no son bienvenidos entre nosotros. Ustedes no tienen soberanía donde nos reunimos. (Ludlow, 2001, p. 28)

El principal argumento de los ciberlibertarios radica en lo que he denominado el dualismo ontológico del ciberespacio, es decir, la idea de que el ciberespacio es un ámbito ontológicamente distinto del mundo real. De este dualismo ontológico, aunque sea sostenido de un modo meramente retórico, se extrae el hecho de que las reglas tradicionales no se le pueden aplicar. Esto es principalmente porque internet habría sido creada a partir de principios libertarios de horizontalidad que están en su naturaleza, o en su arquitectura informática. Varios autores responden a este argumento remitiéndose a cómo internet en sus

orígenes –Arpanet– fue la creación intelectual de autores filo-libertarios, pero que estaban al servicio del Ministerio de Defensa de los Estados Unidos y que no pudieron mantenerse ajenos al poder coercitivo de ese Estado (Goldsmith & Wu, 2006; Lessig, 2006).

Otra forma de libertarismo en el marco del ciberespacio es lo que en 1995 Jason Sack denominó el “*hacktivismo*”, es decir, el activismo de los hackers (Von Busch & Palmås, 2006, p. 16). En el mundo de habla hispana asociamos directamente el término *hacker* al ciberespacio, pero en el mundo anglosajón este término tiene que ver con algo que precede a internet. *To hack* significa hacer algo de un modo tan feo como ingenioso, con la finalidad de atacar un sistema a partir de la curiosidad intelectual para mejorarlo o cambiarlo (Von Busch & Palmås, 2006, p. 29). De este modo un *hacker* es alguien que lleva a cabo una acción transformadora de un modo heterodoxo, por lo cual suelen levantarse ciertos cuestionamientos morales para con los *hackers*. En principio, un *hacker* tiene un elemento disruptivo y ese elemento puede ser valorado como constructivo o destructivo. Por lo cual se ha distinguido entre *hackers* que “construyen cosas” y *crackers* que “las rompen” (Raymond, 2001, p. 196). Incluso, algunos autores hablan del *hacking* como una forma transformadora positiva que trae aparejada una ética adecuada a nuestro contexto histórico y a nuestras nuevas herramientas en la era de la información (Himanen, 2001).

Según los pensadores suecos Von Busch y Palmås, dentro del *hacktivismo* puede distinguirse un “*hacktivismo* abstracto”. Este tipo de *hacktivismo* es abstracto en tanto que trabaja con bienes intangibles, como las ideas y el código (Von Busch & Palmås, 2006, p. 36). De esta clase es el *hacktivismo* que está presente en el ciberespacio y, siguiendo la diferenciación de Eric Raymond, también podría hablarse de un *cracktivismo* abstracto, es decir, los generadores de virus y ciberataques. Los suecos se posicionan sobre todo en la diferenciación de Raymond, considerando –al igual que Richard Stallmann o Pekka Himanen– que el *hacker*, a diferencia del *cracker*, es un actor político que se rige por una ética bien definida. Entre los valores de esa ética está el intercambio gratuito, la libertad de expresión, la privacidad del individuo, la libertad de movimiento, etc. A diferencia del *cracktivismo*, el *hacktivismo* abstracto no busca mantenerse meramente en las zonas autónomas temporarias y en el cultivo del caos¹, sino que busca, por medios no violentos y prácticas minimalistas, sentar las bases para el cambio socio-político (Von Busch & Palmås, 2006, pp. 95-96). Entre los casos más destacados se encuentran la teoría de Nabeel Hamdi del cambio pequeño, el “optimismo perverso” del diseñador Tibor Kalman e incluyo en esta lista los programas de los *cypherpunks* tendientes a proteger la privacidad de los usua-

1 El concepto de “zona autónoma temporaria” fue acuñado por el pensador anarquista Hakim Bey y remite a un espacio de ilegalidad temporal. Esto es extrapolado por algunos *crackers* al ámbito de la web. Para más información véase: Hakim Bey “The Temporary Autonomous Zone” (en Ludlow, 2001, pp. 401-433).

rios de internet, como es el caso de TOR², desarrollado por Jacob Appelbaum y otros programadores.

Von Busch y Palmås (2006, p. 111) consideran, a partir de la teoría de Michel Serres y Manuel de Landa, que el año 1999 supone un nuevo 1968 para nuestra generación y que con él se pasó de la metáfora del sistema como motor al sistema como software. Esta metáfora es congruente con la idea de un dualismo del ciberespacio, es decir, la afirmación de un mundo virtual por contraposición a un mundo real. El software del sistema se ejecuta en el hardware del mundo real, por lo cual los *hacktivistas*, olvidando la semiosis original del verbo *to hack*, llaman a “hackear el mundo real”. Esto es, a aplicar las estrategias minimalistas del ciberespacio al espacio concreto. Esto está asentado en la creencia de que el mundo virtual carece de los vicios del mundo real o que, por lo menos, es más proclive a los valores que ellos sustentan y que el ciberespacio no solo tiene que reclamar independencia sobre los Estados, sino anexarlos a su revolución social, económica y cultural.

4. Fuerzas instituyentes de lo ciberpolítico

Como sostuve más arriba, el ciberespacio instituye una nueva forma de la política y genera nuevas instituciones políticas como las cibercomunidades, IANA, ICANN³, los Foros de Gobernanza de Internet, los Ministerios de Internet, etc. Esto se debe a dos aspectos innovadores en su combinación: por un lado, el rol fundacional de los códigos informáticos que construyen arquitecturas que limitan las interacciones en las redes, y por el otro, la gobernanza en red como alternativa horizontal a los modelos estatales/empresariales de gobiernos de corte verticalista. Ambos rasgos anteceden en milenios a la idea del ciberespacio, creo que puede sostenerse la preexistencia del trabajo horizontal en red en las comunidades primitivas y de ciertas arquitecturas institucionales que impedían ciertas prácticas, como el incesto. Lo novedoso con la gobernanza y el código ciberespaciales es el alcance de los mismos, la conexión *end-to-end*, o individuo a individuo, y la dificultad de un dominio unificado o centralizado. Esto se debe a varios aspectos: en principio, al carácter global del fenómeno y, en segundo lugar, a ciertas estructuras informáticas que le dieron los técnicos que forjaron internet. Como expongo a continuación, los códigos trabajan en capas con protocolos y, actualmente, hay innumerables capas y algunos buscan crear una capa que elimine la relación individuo a individuo; en cambio, los procesos de

2 The Onion Router (TOR) es una red de software gratuito y abierto que impide la vigilancia sobre el contenido de los mensajes privados. Véase <<http://www.torproject.org>>.

3 IANA e ICANN son dos organismos internacionales encargados de administrar los nombres y números IP de todos los sitios de internet del mundo. Hay varios debates en torno a la internacionalización de ambos organismos que se encuentran en EE. UU. El Foro de Gobernanza de Internet es uno de los espacios desde donde se debate, este nació en 2005 y actualmente realiza eventos anuales abiertos a los distintos agentes ciberpolíticos.

gobernanza intentan darle participación política a los individuos o usuarios. En este contexto el código informático y la gobernanza en red son dos fuerzas generadoras de instituciones que se equilibran mutuamente y que dependen de todos los actores políticos del ciberespacio.

4.1 Cibercomunidades y gobernanza en red

Howard Rheingold acuñó el término “comunidades virtuales”, también llamadas cibercomunidades, y las definió como “conglomerados culturales que emergen cuando suficiente gente se topa con otra lo suficientemente a menudo en el ciberespacio” (Tovey, 2008, p. 173). Desde otro punto de vista, menos azaroso, se puede decir que son grupos de usuarios de internet asociados bajo un interés común, que comparten información pertinente con alta frecuencia, moderan los intercambios procesando esa información y permiten contextualizarla. Es una labor colaborativa en el sentido más explícito del término. Todos trabajan para construir esa comunidad, desde quienes comparten contenido a quienes ponen su pericia al servicio de la contrastación de la veracidad de los mismos datos y de la contextualización, aunque no obstante no siempre sean conscientes de pertenecer a esa comunidad. Si bien son estructuras mayormente horizontales, hay dos figuras que ocupan un rol predominante: el programador y el experto temático. Muchas veces ambas funciones confluyen en las mismas personas, aunque no siempre. El programador permite ordenar la información en el ámbito ciberespacial por su conocimiento de software y muchas veces se encarga de alojar la plataforma que permite el intercambio que genera la comunidad. En cambio, el experto es aquel que, por sus conocimientos en los temas tratados, su participación y su involucramiento en la comunidad, se destaca y tiene una autoridad simbólica.

El poder del programador se apoya en su relación con el código, se puede decir que este depende del mercado en tanto que es él el que paga el alojamiento del sitio; o podría haber una tercera figura que ejerza ese rol: el dueño del sitio web (cuyo nombre está asociado a su URL o dirección en internet). En cambio, el experto temático toma su poder de las normas sociales que le brindan reputación. Hay algunos autores que sostienen que, en la era de la información, la moneda de cambio en el ciberespacio es la reputación (Botsman, 2010). No importa cuál sea el nombre real de un usuario, cuánto dinero tenga o cuánto conozca, sino los testimonios registrados en la red de sus participaciones positivas, es decir, su reputación ciberespacial. Empieza a hablarse de un “capital de reputación”. Ese capital surge de la interacción entre los distintos usuarios y del autocontrol que ellos ejercen.

Las cibercomunidades cumplen un rol central en el desarrollo ciberpolítico, puesto que son ellas las garantes de la equidad en ese ámbito, al legitimar ciertas prácticas, medidas y expertos. Hay distintas comunidades virtuales, como la comunidad del software libre, donde el trabajo mancomunado genera una revolución que pone en jaque al software privativo y, por extensión, a las posi-

bilidades de vigilancia de los gobiernos sobre los ciudadanos. Hay comunidades ligadas a causas, temas, modas, actividades, hobbies, juegos, etc. De las primeras, las comunidades ligadas a causas, es pertinente mencionar el rol del *hacktivismo* o activismo de los *hackers*. El mismo surge cuando los miembros de una comunidad de expertos programadores ponen su pericia en el ámbito del código a favor de causas que no siempre se dejan constreñir por las leyes jurídicas y las normas sociales. Un ejemplo de esto son *Anonymous* y otros grupos *hacktivistas*. La pluralidad de las cibercomunidades, el simple acceso a las mismas y su participación en los procesos y debates en torno a la regulación del control estatal sobre los usuarios, constituyen la garantía de la gobernanza del ciberespacio. Si bien la horizontalidad no es absoluta porque existe una gran brecha entre lo que algunos llaman “pobres y ricos informáticos” (Loader, 1998, p. 9) –es decir, entre quienes tienen acceso a estas nuevas tecnologías y el grado de uso que pueden de hacer de ellas.

4.2 Código y arquitecturas informáticas

Como mencioné al principio de este texto, Lessig distingue cuatro constrictores de la conducta humana: la ley jurídica, entendida como una orden respaldada por la amenaza de sanción; las normas sociales, como imposiciones de los miembros de una comunidad; el mercado, como la constricción a través del precio de los productos y servicios; y, finalmente, la “arquitectura”, es decir, cómo es y cómo diseñamos el mundo en el que vivimos (Lessig, 2006, pp. 340-342). Esta metáfora es la que me interesa puntualmente, porque la arquitectura informática surge como resultado de un conjunto de códigos. Es por ello que, a diferencia de las leyes jurídicas y las normas, son autoejecutables, esto es, no necesitan de la policía o de otros individuos. También son de naturaleza automática, dado que no necesitan de la facultad del juicio que precisan las otras tres constricciones. No necesitan de agencia y su temporalidad, a diferencia de las otras, es anterior en lugar de posterior. Lessig hace una historización de la mega-arquitectura de internet. La primera arquitectura fue de tipo no-comercial, más bien científica, fin-a-fin. La segunda, la actual, es más bien una arquitectura de tipo comercial en la que los datos son parcialmente interceptados para ser vendidos a empresas. Por último, la tercera que él avizora es la gubernamental y en eso coincide con Wu y Goldsmith al esperar una división geográfica del ciberespacio, un internet de internets.

Si bien tiendo a disentir sobre la profecía de Lessig, coincido en la idea que cita de Mark Stefik: “diferentes versiones del ciberespacio apoyan diferentes clases de sueños. Nosotros elegimos, sabiamente o no” (Lessig, 2006, p. 6); y la más explícita de Mitch Kapor: “en el ciberespacio su arquitectura es su política” (Lessig, 2006, p. 24). Las arquitecturas informáticas (protocolos, códigos, mediaciones) del ciberespacio posibilitan y ordenan la interacción entre los distintos usuarios. Esas arquitecturas permiten ciertas funciones e impiden –o por lo menos intentan disuadir de– hacer otras. Esas arquitecturas digitales son la

política de internet, y no una política “natural” como creen algunos ciberliberarios utópicos, sino una política elegida. La lucha ciberpolítica está en la elección de las arquitecturas que definen las redes ciberespaciales que permiten las interacciones.

Parafraseando a Juvenal podríamos decir que el gran desafío de las arquitecturas informáticas es ¿quién regula a los reguladores del código? Los reguladores son los técnicos, principalmente programadores. Estos pueden responder a un Estado, una empresa privada, una comunidad o cibercomunidad y un interés egoísta. Hay pensadores optimistas como Himanen que consideran que en la era de la información los expertos tienden a la colaboración y, si realizan tareas que proyectan escenarios negativos al servicio de un poder estatal o privado, las desahacen en su tiempo libre con actividades *hacktivistas*. No obstante, el principal problema parece ser nuevamente la brecha entre los que saben y pueden aplicar su voluntad y conocimiento sobre programas y quienes solo pueden ser meros usuarios obligados a las limitaciones y decisiones de los programadores. La posible salida a este problema está en buscar una construcción más democrática de las arquitecturas informáticas que conforman el ciberespacio. El medio está siendo actualmente la cibercomunidad, en tanto que se hace eco de necesidades de usuarios y pone al servicio los esfuerzos de los expertos. Sin embargo, para evitar una tecnocracia y garantizar la continuidad de la gobernanza en red, debería salvarse la brecha entre técnicos y usuarios, educando desde las instituciones tradicionales (como las escuelas) a los ciudadanos para ser ciberciudadanos honestos, colaborativos y respetuosos de los valores democráticos.

5. Conclusión

Para terminar este trabajo, recupero la pregunta con la que lo inicié: ¿cómo se manifiesta lo político en el ciberespacio? La hipótesis de trabajo es que hay algo particular en el modo en el que se dan las relaciones de poder en el ámbito ciberespacial, algo que reclama un nuevo esfuerzo de la filosofía política para entender sus posibilidades y sus límites. Ese algo particular ha sido denominado aquí “ciberpolítica” y las características que la instituyen y de las que se generan nuevas instituciones políticas que exigen nuevos planteamientos desde las teorías tradicionales son, principalmente: el rol constitutivo del código informático y la gobernanza en red.

Se definió al primero como un conjunto de programas y protocolos que generan una arquitectura informática que constriñe la conducta de quienes interactúan en el ciberespacio. En cambio, por gobernanza en red se entiende el modo de tipo horizontal en el que actores interdependientes regulan esas interacciones sin contar con una autoridad política general. Estas dos características están en conflicto y al mismo tiempo se complementan. Los códigos son generalmente impuestos a la mayoría por un grupo de técnicos que sirven a

un Estado, una empresa o sus propios intereses. La gobernanza en red procura, por medio de la organización en comunidades virtuales, la revisión, mejora y sustitución del código que genera la arquitectura del ciberespacio. El problema radica en que este ámbito es complejo.

La pregunta por la arquitectura ideal del ciberespacio es la actualización de la pregunta por la mejor constitución posible, ya realizada por los antiguos griegos. Del mismo modo que con la pregunta tradicional la pregunta sobre la mejor *politeia* ciberespacial no encuentra consenso. Esto tiene que ver no solo con las complejidades tradicionales de toda organización política, sino con los problemas ligados a la idea de ciberespacio como tal. Este mismo ha sido definido aquí como una red tridimensional (física, lingüística y semántica). Las posturas sobre la mejor arquitectura informático-institucional del ciberespacio, que ponen el acento en la primera dimensión, tienden a ser ciberconservadoras; es decir, intentan negar el sustrato intangible del ciberespacio, la interacción global y el nuevo orden que allí se da. Como ya vimos, implica un regreso ingenuo a las ideas de la geografía tradicional, del poder estatal sobre el individuo, en este caso entendido como usuario. Para estos autores, quien controle los cables y los cuerpos tiene derecho a controlar el ciberespacio.

En el extremo opuesto vimos a los ciberlibertarios, que acentúan el rol de la segunda dimensión, la que he denominado controvertidamente como lingüística y que podríamos llamar también físico-matemática o informática. Los ciberlibertarios tienden a sostener que no importan las raíces físicas del ciberespacio, este trasciende los cables y los cuerpos. El ciberespacio es un nuevo ámbito de interacción ideal para la libertad. Al avance de los Estados se opone el uso de la criptografía, la cual –según estos autores– pone a la física al servicio de la libertad, impidiendo que los poderes estatales puedan irrumpir en el ciberespacio como lo hacen en el espacio geográfico.

Sin embargo, incluí una tercera dimensión que llamo semántica, en la que hay un sentido compartido que se le da a las interacciones en el ciberespacio. Este sentido es comunitario y se da con los otros. Si bien los usuarios tienen las limitaciones de lo físico y las posibilidades de lo matemático a su alcance, ellas solo tienen sentido en relación con un otro. El ciberespacio nace a partir de herramientas comunicativas y la comunicación implica una alteridad, una conexión; del mismo modo que lo implican los términos que he empleado, como “interacción” o “interdependencia”. El código y la gobernanza surgen de las comunidades virtuales, en las cuales estos toman sentido y son aplicados. Los usuarios son individuos, pero en una comunidad, y, como dice Andrew Murray (2007, p. 73), el ciberespacio es “una comunidad de comunidades”. La acción ciberpolítica se lleva a cabo allí, en ese contexto, y el futuro de las arquitecturas informáticas que conforman el ciberespacio depende del equilibrio entre los intereses y valores que encumbra cada una de esas comunidades, junto a su pericia para transformarlos en códigos informáticos.

Referencias bibliográficas

- Assange, J.; Appelbaum, J.; Müller-Maguhn, A. & Zimmerman, J. (2012). *Cypher-punks: Freedom and the Future of the Internet*. Nueva York: OR Books.
- Botsman, R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Harper Business.
- Gibson, W. (1984). *Neuromancer*. Nueva Jersey: Ace Books.
- Goldsmith, J. & Wu, T. (2006). *Who Controls the Internet? Illusions of a Borderless World*. Nueva York: Oxford University Press.
- Goodin, R.E.; Petit, P. & Pogge, T. (2007). *A Companion to Contemporary Political Philosophy*. Singapur: Blackwell.
- Himanen, P. (2001). *The Hacker Ethics and the Spirit of the Information Age*. Londres: Random House.
- Lessig, L. (2006). *Code: version 2.0*. Nueva York: Basic Books.
- Loader, B.D. (Ed.). (1998). *Cyberspace Divide: Equality, Agency and Policy in the Information Society*. Londres-Nueva York: Routledge.
- Ludlow, P. (Ed.). (2001). *Crypto Anarchy, Cyberstates and Pirate Utopias*. Cambridge: The MIT Press.
- Mueller, M. (2010). *Networks and States: The Global Politics of Internet Governance*. Cambridge: The MIT Press.
- Mueller, M. (2006) The New Cyber-Conservatism: Goldsmith/Wu and the Premature Triumphalism of the Territorial Nation-State. Review of Goldsmith and Wu's "Who Controls the Internet. Illusiones of a Borderless World", Internet Governance Project. Disponible en <http://bit.ly/2ervNpG>.
- Murray, A.D. (2007). *The Regulation of Cyberspace: Control in the Online Environment*. Abingdon: Routledge-Cavendish.
- Raymond, E. (2001). *The Cathedral and the Bazaar: Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary*. Cambridge: O'Reilly.
- Tovey, M. (Ed.). (2008). *Collective Intelligence: Creating a Prosperous World at Peace*. Oakton, Virginia: Earth Intelligence Network.
- Von Busch, O. & Palmås, K. (2006). *Abstract Hacktivism: the Making of a Hacker Culture*. Londres-Estambul: Bitstream Vera-Lightning Source.

La evolución del derecho a la comunicación ante la emergencia de la ciudadanía digital

*The evolution of the right to communicate before the emergence
of digital citizenship*

*A evolução do direito à comunicação ante o aparecimento
da cidadania digital*

Francisco Javier MORENO GÁLVEZ
CIESPAL, Ecuador / jmoreno@ciespal.org

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Ensayo, pp. 277-291)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 05-05-2016 / Aprobado: 07-10-2016

Resumen

El presente texto da cuenta de los debates en torno al surgimiento del concepto de ciudadanía digital y la reconfiguración de los derechos a él asociados. Entre ellos, en un marco de disputa en el ámbito de la comunicación entre tendencias privatizadoras y democratizadoras, surge con fuerza la actualización del derecho a la comunicación. Este derecho no se centraría en el mero acceso a la información, sino que pondría el acento en las dinámicas de apropiación social de las nuevas tecnologías y en la creación de espacios tecnológicos y sociales abiertos e independientes de las leyes del mercado.

Palabras clave: sociedad de la información; TIC; apropiación social de las nuevas tecnologías.

Abstract

This paper focus on discussions about the emergence of the concept of digital citizenship and reconfiguration of the rights associated with it. Among them, within a framework of dispute in the area of communication between privatization and democratizing trends, emerges strongly the updating of the right to communication. This right is not merely focus on access to information, but it would emphasize the dynamics of social appropriation of new technologies and the development of technological and social spaces open and independent of market forces.

Keywords: information society; ICT; social appropriation of new technologies.

Resumo

O presente texto expõe os debates em torno ao surgimento do conceito de cidadania digital e a reconfiguração dos direitos a ele associados. Entre eles e, em um marco de disputa no âmbito da comunicação entre tendências privatizadoras e democratizadoras, emerge com força a atualização do direito à comunicação. Tal direito não estaria centrado no mero acesso à informação, mas colocaria ênfase nas dinâmicas de apropriação social das novas tecnologias e na criação de espaços tecnológicos e sociais abertos e independentes das leis do mercado.

Palavras-chave: sociedade da informação; TIC; apropriação social das novas tecnologias

1. El derecho a la comunicación en el marco de la sociedad de la información¹

El año 2005 fue escenario de dos acontecimientos que en el ámbito de la comunicación adquirirían especial protagonismo y relevancia. Por un lado, noviembre de 2005 fue la fecha escogida para cerrar en Túnez la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) que había arrancado en Ginebra dos años antes bajo el abrigo de la Unión Internacional de Telecomunicaciones. En segundo lugar, se conmemoró el XXV Aniversario del informe *Un solo Mundo, Voces Múltiples* (MacBride, 1980), encargado por la UNESCO a una comisión presidida por el irlandés Sean MacBride (premio Nobel y premio Lenin de la paz) y que se convirtió en la bandera de lo que se denominó el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), que completaba el ya extendido Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI), refugio de los países no alineados en el mundo bipolar producto de la Guerra Fría. En estos 25 años hemos asistido, ya no solo a una transformación del sistema-mundo, como hemos señalado más arriba, sino también a una transformación del sistema global de información y comunicación. Si el trabajo de la Comisión MacBride se saldó con una derrota², el contexto actual puede también situarse bajo este mismo apelativo pues casi cuatro décadas después, con una situación internacional en peores condiciones que las que justificaron la propuesta del NOMIC, los principales debates que establecen hacia dónde camina la sociedad de la información ya no tienen a la UNESCO como punto de referencia, sino a la UIT (símbolo de la deriva hacia el determinismo tecnológico y empresarial) y a otros organismos globales privados cuya función es la de establecer las nuevas reglas del juego y garantizar la estabilidad del sistema capitalista en su crisis.

Para comprender cómo se configura el actual sistema global de información y comunicación, partimos de la base, siguiendo los postulados del regulacionismo, de que a cada modo de desarrollo, igual que le corresponden un régimen de acumulación y un modo de regulación determinados, también le corresponde un sistema de información y comunicación específico (SIC). A pesar de no estar completamente definido, el sistema de información y comunicación neofordista se articula en torno a una estructura de redes electrónicas donde las variables inmateriales de cultura, información y comunicación juegan un papel cada vez más relevante en la lógica de acumulación global, así como en la regulación macroeconómica y social (Herscovici, 2005, p. 183). De esta forma, hemos pasado de un sistema fundamentado en las dinámicas de cultura masiva y de servicio público –con un Estado intervencionista y con gran peso en las

1 Este artículo se inscribe en el marco del proyecto “La recepción de la filosofía grecorromana en la filosofía y las ciencias humanas en Francia y España desde 1980 hasta la actualidad”, FFI2014-53792-R (2015-2017).

2 Tras la publicación del informe, los EEUU y Gran Bretaña, insertos en sus respectivos procesos neoliberales, decidieron abandonar la UNESCO por su supuesta orientación ‘filocomunista’, privándola así de buena parte de su financiación y abocando sus programas al fracaso.

políticas culturales y de comunicación–, a otro sistema dominado por el desmantelamiento de los servicios públicos culturales y por el auge de una serie de macrogrupos con vocación transnacional y de organismos globales de regulación que van a dominar la geopolítica de la cultura. No es que el Estado desaparezca y pierda todas sus competencias infocomunicacionales, sin embargo, condicionado por la tendencia a la privatización, la desregulación y la liberalización, se dedica cada vez más al pasado (defensa del patrimonio), dejando al mercado la gestión del futuro (contenidos audiovisuales, nuevas redes electrónicas, etc.) (Martín Barbero, 1989).

El carácter neoliberal de las transformaciones del ámbito comunicativo es una de las causas del subdesarrollo de las potencialidades que se abren con la era digital, merced del desarrollo tecnológico, para el ámbito de los derechos ciudadanos en el ámbito cultural (Mattelart, 2002b, p. 126-127). Así, el hecho de suponer un acicate para el desarrollo por un lado, pero estar sometido al constreñimiento de la lógica del beneficio del capitalismo global por otro, es la principal contradicción que va a tener que enfrentar el derecho a la comunicación en el escenario digital.

La configuración de este SIC no es algo nuevo, ya empezó a protagonizar planes de desarrollo basados en las tecnologías de la información y la comunicación en los años 70 y 80 en países como Japón, EEUU o Brasil, y a aparecer en los documentos de organismos internacionales como la OCDE o la UE. Sin embargo, no será hasta los años 90 cuando dé un salto cualitativo al extenderse lo que hoy se conoce como la *Global Information Society* y que podemos secuenciar a partir de los siguientes hitos: en 1993, EEUU lanza su *National Information Infrastructure*, que al año siguiente se transformará en una estrategia a escala mundial que toma el nombre de *Global Information Infrastructure*; el mismo año, la Comisión Europea saca el *Libro Blanco sobre crecimiento, competitividad y empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI*, bajo la responsabilidad de Jacques Delors; en 1995, el por entonces G7 ratificó en una reunión en Bruselas el concepto de *Global Information Society* a la vez que se crea la Organización Mundial del Comercio, principal valedora del AGCS, tras las negociaciones mantenidas en la Ronda de Uruguay (1986-1993).

Existe un hilo conductor común a todos estos planes, ya sean estadounidenses, europeos o globales, que sería más fruto de la hegemonía estadounidense que del consenso internacional: EEUU se presenta de la mano de la revolución tecnológica y precedida por un largo historial de exportación de modelos (tecnológicos y sociales) al resto de países como la primera sociedad global en el mundo, no ya solo por sus potencialidades de extensión de redes, sino por su propuesta de un modelo global de modernidad (Mattelart, 2002a, p. 111). Esta hegemonía se expresa mediante la transferencia de modelos profesionales, la práctica del proteccionismo en su propio mercado interior y las estrategias de cooperación o guerra económica para superar las pocas trabas establecidas por las políticas de comunicación regionales y nacionales. Los principios centrales de este hilo conductor son:

1. La política de competencia, que promueve la oligopolización del sector informacional.
2. El acceso abierto.
3. El servicio universal, que une el acceso y la conexión desde un enfoque tecnológico y económico que acaba con la noción de servicio público.
4. La desregulación (o re-regulación) que va a ser fundamental para la liberalización de las telecomunicaciones, temática estrella en estos primeros años de SGIC.
5. El fomento de la inversión privada mediante la supresión de los monopolios públicos y las fórmulas de inversión mixta. (Sierra Caballero, 2006, p. 116-118)

Con este panorama llegamos a la anteriormente mencionada Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, símbolo de las tendencias actuales pues, “si la UIT puede convocar a una reunión sobre la sociedad de las redes, es debido a la definición de corte tecnicista del recurso inmaterial como fundamento de un nuevo orden mundial” (Mattelart, 2005, p. 43). La CMSI, en la que se evidenciaron fuertes resistencias al reconocimiento del derecho a la comunicación, terminó validando la voluntad inicial del gobierno estadounidense y de algunos gobiernos europeos: identificar al mercado como eje fundamental de la sociedad de la información, al sector privado como el actor central en el control y manejo de la misma y a los gobiernos como los actores encargados de asegurar el marco jurídico propicio para la desregulación del sector infocomunicacional (Saffon, 2007, p. 25). Relegando de facto las políticas de inclusión y lucha contra la brecha digital al voluntarismo y solidaridad de empresas y organizaciones sociales, asistimos de nuevo al vaciamiento de lo público a favor de la iniciativa privada.

Esta deriva ha seguido su curso hasta llegar a la celebración en 2012 en Dubai de la Conferencia Mundial de Telecomunicaciones Internacionales, que estuvo marcada por la polémica en torno al control de internet y que, más allá de la falta de acuerdo sobre gobernanza de las redes, renovó su compromiso con la defensa de “mercados de telecomunicaciones liberalizados y competitivos y del libre flujo de la información, unos principios que se enunciaron a finales de los 70 y que sirvieron, entre otras cosas, para atacar, deslegitimar y finalmente hundir las propuestas del NOMIC (Suárez, 2013, p. 24-25).

No obstante, este escenario adverso no es suficiente para desincentivar las reivindicaciones por el derecho a la comunicación que, en el nuevo escenario digital, se actualizan exigiendo una ampliación de dicho derecho en sociedades cada vez más mediadas por las nuevas tecnologías. En el siguiente apartado trataremos de revisar el contexto que justifica la actualización del derecho a la comunicación y los principales retos a los que este se enfrenta.

2. Espacio público y políticas de inclusión de la ciudadanía digital: la reformulación del derecho a la comunicación

La multiplicación y densificación cotidiana de las nuevas tecnologías en nuestras sociedades llevan a algunos autores a reflexionar sobre las características del ecosistema comunicativo que nos envuelve y que acarrea nuevas formas de entender las relaciones sociales y de percibir el espacio y el tiempo, la velocidad y la lentitud o lo lejano y lo cercano (Martín Barbero, 2002b, p. 6). En este nuevo ecosistema, internet funciona como un nuevo substrato social del espacio público que incorpora las nuevas formas de circulación de los contenidos de actualidad, sus formatos y los espacios colectivos a los que se ven unidos y que permite un desdibujamiento de las fronteras entre las esferas doméstica y pública, así como nuevas sociabilidades digitales (Granjon & Le Foulgoc, 2011, p. 35-36). Hablar de ciudadanía digital en este marco nos remite a una serie de problemas relacionados con la brecha digital (como un nuevo factor que estructura la exclusión social) y a la revisión de los derechos a raíz de las transformaciones que acompañan al proceso de globalización, que suponen un cambio en las condiciones en que se define y ejercita la ciudadanía –los derechos formales, las prácticas sociales y la dimensión psicológica– (Sassen, 2003, p. 87-88).

Así, uno de los retos de la investigación en comunicación es comprender las nuevas formas de organización y funcionamiento del espacio público, la aparición de nuevas problemáticas y contradicciones y la redefinición de unas políticas públicas en las que las variables informativas y comunicativas ocupan un lugar central y transversal. Vamos a centrar nuestra atención en aquellos cambios que operan en el nivel macro social y que afectan a las formas de entender y ejercer la ciudadanía, teniendo en cuenta el contexto de crisis estructural en curso que ha profundizado el cuestionamiento de las formas tradicionales de participación ciudadana. Es precisamente en este escenario de crisis donde las nuevas tecnologías se han colocado como vectores centrales, tanto de la expresión del descontento social como del planteamiento de alternativas basadas en prácticas más flexibles y horizontales.

En el transcurso de la actual crisis adquieren especial relevancia los procesos de mercantilización a los que se somete la esfera pública, que se ha ampliado –como decíamos– al espacio de lo digital. Esta mercantilización acarrea una serie de procesos de comercialización, privatización y liberalización que van a protagonizar el devenir socioeconómico de las sociedades contemporáneas en el tradicional esquema de contradicción y conflicto; producto de las sobredeterminaciones propias de lo que la teoría marxista ha caracterizado como procesos de subsunción real de la sociedad en el capital. En otras palabras, asistimos a lo que Martín Barbero ya denominaba en los años 90 como una “cultura de la privatización”, que supone económicamente la exaltación del mercado como instancia de mediación, políticamente la prevalencia de la lógica del intercambio y la negociación de intereses y culturalmente la identificación de la autonomía

del sujeto con el ámbito de la privacidad y del consumo (Martín Barbero, 2002a, p. 240). De manera complementaria, se desarrollan factores que van a incidir en un mayor descrédito y en una pérdida de calidad de la democracia, tales como el progresivo distanciamiento entre representantes y representados, la opacidad y el excesivo formalismo y ritualismo en las vías de representación, la decepción por la incapacidad de los poderes públicos para establecer un control democrático de la economía, el debilitamiento de los vínculos sociales y la participación comunitaria fruto de la creciente individualización de las formas de vida o la pérdida de credibilidad en la forma de operar los gobiernos y en su capacidad real para resolver los problemas (Subirats, 2002, p. 92-93).

Se ha situado en las nuevas tecnologías la esperanza de superación de estos nuevos desafíos que se definen en el nuevo escenario. Así, a las nuevas tecnologías se les supone una serie de potencialidades en el plano sociopolítico, entre las que destacan las de refundar las formas de socialización en las esferas privadas y los espacios públicos, reducir el fenómeno del déficit democrático, así como la desafección ciudadana (que afecta sobre todo a las democracias occidentales), y contribuir a los procesos de desarrollo, innovación y mejora de las posibilidades de participación democrática. No obstante, es necesario subrayar que la innovación tecnológica no tiene por qué coincidir necesariamente con consecuencias trascendentales y positivas para los modelos democráticos de organización, antes bien, haciendo un ejercicio de memoria histórica, se podría considerar que las esperanzas puestas en la superación de los conflictos sociales, políticos, culturales y económicos a través de las nuevas tecnologías –además de suponer la reedición de los discursos difusionistas que ya vieron la luz con anteriores revoluciones tecnológicas– responden, como ya hemos señalado, a una mitificación ideológica cargada de racionalidad instrumental. La historia de la comunicación nos remite a multitud de ejemplos en los que el progreso de la comunicación puede acarrear mayores relaciones de dominación y dependencia: *“It constitutes a long historical Project that has taken a variety of forms: the Benthamite Panopticon; the Taylorist-Fordist factory; the dream of the World Brain; and now the vision of the global network Society”* (Robins & Webster, 1999, p. 129).

Nos situamos, de esta manera, ante otra de las dicotomías que afectan a la problemática que nos ocupa, la relativa a las potencialidades y límites de las nuevas tecnologías para el desarrollo político y social. Para abordar la relación entre nuevas tecnologías e innovación democrática podemos remitirnos al cuadro propuesto por Subirats para analizar en qué medida las nuevas tecnologías pueden contribuir a los procesos de innovación y mejora de la democracia, solucionando los problemas, agravándolos o creando otros que esas nuevas tecnologías no puedan solucionar:

Cuadro 1. Procesos de innovación democrática y uso de tecnologías de información y comunicación

		Policy	Polity
Grado de innovación democrática y de aceptación de procesos participativos y pluralistas	Baja	1. Mecanismos <i>consumeristas</i>	2. Cambios en elitismo democrático
	Alta	3. Redes pluralistas y prestación de servicios	4. Procesos de democracia directa

Fuente: Subirats (2002).

Esta clasificación nos permite leer los diferentes procesos de incorporación de las nuevas tecnologías a las formas de organización política en función del grado de innovación democrática al que responden, distinguiendo entre el ámbito de la gestión y regulación (*policy*) y el de las relaciones entre instituciones y ciudadanía (*polity*). Cuando el grado de innovación democrática es bajo, nos encontramos ante la promoción de un modelo *consumerista*, donde el ciudadano es concebido como un cliente que, gracias a las nuevas tecnologías, puede acceder a más y mejor información con la que ejercer de manera más completa y eficaz sus posibilidades de elección, mejorando la relación entre ciudadanía y administraciones en la línea de lo que se conoce como administración electrónica. Por otro lado, en el plano político, se desarrollarían cambios en las formas de democracia representativa y elitista a través del uso de las nuevas tecnologías, pero para el refuerzo de la legitimidad de las instituciones de gobierno y del propio sistema de partidos, intentando reducir la percepción de distancia que se produce entre los que deciden y aquellos a los que dicen representar a través de la mejora del funcionamiento interno de las instituciones, de la información de la actividad de estas instituciones hacia la ciudadanía y de las posibilidades de interacción entre instituciones y ciudadanía, aunque con un sentido de la información unidireccional y un control centralizado de la misma. Ambas opciones resultan conservadoras en el plano de la innovación democrática pues, ni solucionan el problema de la desafección ciudadana ni ahondan en las posibilidades de mayor transparencia y participación democrática que permiten las nuevas tecnologías. Por el contrario, el uso de esas tecnologías podría acabar reforzando la capacidad de control y de autoridad de las élites institucionales, que buscarían relegitimarse mediante un uso tecnológicamente innovador pero políticamente conservador de las nuevas tecnologías (Subirats, 2002, p. 100-114).

Frente a los dos procesos anteriores, que no tendrían voluntad de alterar las posiciones jerárquicas tradicionales en las relaciones entre élites y ciudadanía, los modelos pluralistas y de democracia directa se encuadran en la preocupación por la calidad de la participación y la capacidad de implicación de la ciuda-

danía en los asuntos colectivos. A partir de una lógica de superación de los límites impuestos por la tradición política liberal, fundamentada en la inviabilidad de la democracia directa o asamblearia, las nuevas tecnologías darían cobertura a la creación de un pluralismo reticular y de promoción de la autonomía social, capaz de generar una nueva forma de ciudadanía que trascendiera la base estatal o público institucional (C2G – *citizen to government*) y encontrara sus propios valores en la urdimbre asociativa y cívica que se va tejiendo (C2C – *citizen to citizen*). Se trataría entonces de repensar las actuales instituciones democráticas a partir de las posibilidades que se abren con las nuevas formas de ciberdemocracia pero sin obviar, evidentemente, que todo sistema de relaciones refleja tensiones en el reparto del poder y que el uso de las nuevas tecnologías en procesos con un alto grado de innovación democrática desemboca en nuevas jerarquías –fruto de la arena de luchas entre entidades públicas y mercantiles con cada vez mayor peso en la red y el creciente entramado cívico y asociativo que cristaliza en nuevas comunidades, físicas o virtuales–, desarrollando nuevas identidades, nuevos espacios o esferas públicas, e incrementando la reflexividad política y las nuevas autonomías sociales (Subirats, 2002, p. 15-19). Hasta el momento, parece que la opción más desarrollada es aquella que tiene que ver con la mejora de servicios a partir de las nuevas tecnologías (administración electrónica), o con las necesidades de legitimación del actual orden de cosas, antes que con la explotación de nuevas formas de participación y radicalidad democrática permitidas por el desarrollo tecnológico.

Contrastando los modelos expuestos por Subirats, podemos abordar de manera más compleja el debate sobre si las nuevas tecnologías suponen una amenaza (virtualización, espectacularización y marketinización de la política) o una oportunidad (mayor comunicación y transparencia para controlar las instituciones democráticas y la función de los propios medios) para la democracia. En estas dos posturas se reproduce el clásico esquema entre apocalípticos e integrados en torno al impacto de lo digital. Nos ayuda a superar dicha dicotomía el entender el nuevo espacio público como una arena de luchas determinada por las relaciones sociales de poder, en la que están en juego los nuevos derechos que para la ciudadanía se tornan posibles en el entorno tecnológico. Un proceso contradictorio en el que, por un lado, asistimos a la crisis de la noción de servicio público y al progresivo vaciamiento de los vínculos comunitarios bajo la presión de los procesos de subsunción llevados a cabo por el capital y que afectan a las posibilidades y límites de la participación política. Sin embargo, por otro lado también asistimos a la emergencia de nuevas formas de discusión y espacios de expresión y empoderamiento de individuos y grupos sociales que, tradicionalmente excluidos de los medios convencionales, han encontrado en el entorno digital un espacio para la visibilidad política que les había sido negada (Sierra Caballero, 2013, p. 24).

Hablar de nuevos derechos de la ciudadanía en el marco de la revolución digital nos remite, necesariamente, a las políticas de inclusión digital, enten-

diendo estas no solo como una lucha contra la brecha digital en lo que a acceso a la dimensión infraestructural de las nuevas tecnologías se refiere, sino incorporando la dimensión relativa a la brecha cognitiva, que nos remite al capital cultural, social y al entorno político en el que se desarrolla ese acceso (Crovì Druetta, 2013, p. 218-219). En un mundo donde la información es poder y donde las nuevas tecnologías determinan en buena medida qué y a quién se puede conocer, estar digitalmente excluido, no tener acceso material a las nuevas tecnologías o la incapacidad cognitiva para usarlas, significa estar socialmente excluido. Siguiendo a Bustamante Donas, podemos definir el concepto de inclusión digital a partir de tres sentidos principales. En primer lugar, como una ampliación del concepto de ciudadanía, entendida como capacidad de interactuar con las administraciones a través de las nuevas tecnologías y creando nuevas formas de apropiación social de la tecnología. En segundo lugar, en su dimensión socioeconómica, como lucha contra la exclusión digital de colectivos tradicionalmente marginados en el mercado de trabajo, promoviendo políticas de profesionalización y capacitación. Finalmente, en tercer lugar, como conjunto de políticas de educación ciudadana centradas en la creación de una inteligencia colectiva que asegure una inserción autónoma de cada país a un mundo globalizado (Bustamante Donas, 2007, p. 20).

En este sentido, si la exclusión digital (la falta de acceso o el desconocimiento del uso de las nuevas tecnologías) supone exclusión social, el ejercicio pleno de la ciudadanía solo puede garantizarse a través de unas políticas de inclusión digital y capacitación ciudadana que permitan a los ciudadanos disfrutar de las posibilidades de realización personal que aportan las nuevas tecnologías. Tradicionalmente, la desigualdad en el acceso y uso de las nuevas tecnologías se ha combatido desde el plano del acceso a las infraestructuras, pero la reivindicación y actualización de los derechos ciudadanos en la sociedad de la información ha de contemplar las políticas e iniciativas necesarias para superar el déficit en aquellas habilidades cognitivas que permitan apropiarse de las nuevas tecnologías de manera libre y creativa, trascendiendo los usos más pasivos o directamente previstos por los intereses comerciales desde el punto de vista de la recepción.

Así, la superación de la exclusión digital y social encuentra un *leitmotiv* en la reivindicación del derecho a la comunicación, con el que se pretende dar respuesta al conjunto de valores, derechos y estructuras sociales que acompañan a las nuevas formas de ciudadanía digital. Este derecho no se centraría en el mero acceso a la información, sino que pondría el acento en las dinámicas de apropiación tecnológica por parte de la ciudadanía y en la creación de espacios tecnológicos y sociales abiertos e independientes de las leyes del mercado. El derecho a la comunicación se ha definido como un derecho emergente (porque, aunque se encuentre latente en algunas prácticas sociales, no es un derecho jurídicamente reconocido y consolidado) que incluiría actuaciones en los siguientes ámbitos relacionados con la extensión de las nuevas tecnologías:

1. Acceso efectivo, igualitario y plural de todas las personas a los nuevos espacios de información y comunicación. Superación de la brecha digital que, más allá de abarcar las necesidades de acceso, nos remite a la superación de las desigualdades socioeconómicas y tecnológicas.
2. Garantía del derecho de todas las personas a acceder a la información pero también a producirla y a convertirla en conocimiento. En esa capacidad de producción reside la originalidad del derecho a la comunicación, a diferencia de otros derechos como el de libertad de expresión o el derecho a la información. Por lo tanto, derecho de acceso a los medios y a su planeación.
3. Garantizar la diversidad cultural en los contenidos y la protección de los conocimientos y saberes tradicionales. La defensa de la diversidad de contenidos en defensa de la expresión plural en todo debate y mediación.
4. La formación en la utilización creativa de las tecnologías informativas y la inserción plena en las redes digitales a través de políticas educativas activas.
5. La promoción de políticas de inclusión digital para integrar a aquellos sectores tradicionalmente excluidos, entendiendo que esta va más allá del simple acceso material e individual y comprende prácticas de desarrollo comunitario.
6. La apuesta por el software y el conocimiento libres, con el objetivo de la consolidación de una esfera pública interconectada.
7. Protección de los derechos de los usuarios frente a violaciones del derecho a la información (esto es, a recibir una información veraz e imparcial) o a la intimidad, ligado no solo al acceso ilegal a datos personales, sino incluso al rastreo habitual de prácticas, gustos, inclinaciones en el uso de las nuevas tecnologías, lo que surte de información sensible a las empresas que compran esa información.
8. El aprovechamiento de las posibilidades de las nuevas tecnologías para la innovación política, avanzando desde las formas de representación tradicional hacia nuevas formas de democracia participativa. Vinculación del derecho a la comunicación con los derechos asociados a la participación democrática y al pluralismo informativo y cultural.
9. La participación en las políticas de información y comunicación, en el diseño y evaluación de tecnologías que afectan a nuestras vidas (Benítez Eyzaguirre, 2013, p. 97-99; Bustamante Donas, 2010, p. 5; Saffon, 2007, p. 6-13, 19; Sierra Caballero, 2013, p. 47). Sin derecho a la comunicación, se

cercena el ejercicio efectivo de la ciudadanía. Sin embargo, como señalábamos anteriormente, el reconocimiento del derecho a la comunicación tiene que enfrentarse a un contexto dominado por el desmantelamiento de lo público y por el auge de los intereses comerciales. Aunque las tensiones en el ámbito del acceso público y la apropiación de los recursos comunicativos no es nueva (solo hay que remitirse a los debates en torno al Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación a finales de los 70), la anteriormente mencionada dinámica de subsunción del conjunto de la sociedad por el capital ha supuesto en los últimos años una nueva oleada de privatización de los recursos públicos, siendo el ámbito de la comunicación y la cultura especialmente sensible a estos movimientos. Ejemplo de ello son los debates actuales sobre la neutralidad de la red, que reeditarían las discusiones en torno a la desigualdad en la distribución de la información disponible donde, más allá del acceso material, se distingue entre una información *hard*, para sectores corporativos con recursos (el acceso a la información académica a través de los *journals* sería un buen ejemplo de ello), y una información trivial para el consumo doméstico, que se vehicula a través de los canales tradicionales (Robins & Webster, 1999, p. 124).

3. A modo de conclusión: el derecho a la comunicación como derecho a la apropiación social de las nuevas tecnologías

Aunque la ciudadanía digital no tiene todavía un reconocimiento jurídico para hacer efectivo el derecho a la comunicación en la sociedad de la información, dependiendo de un voluntarismo político de las instituciones que habitualmente se restringe a una práctica centrada en el desarrollo de la administración electrónica, parece que nuevas prácticas de apropiación de las nuevas tecnologías están superando el encorsetamiento y las limitaciones de aquellas prácticas institucionales. Así, en el derecho a la comunicación ocupa un lugar central la apropiación social de las nuevas tecnologías. Si el acceso a las nuevas tecnologías requiere de recursos e infraestructuras digitales y su uso precisa del desarrollo de habilidades tecnológicas y capital cultural por parte de cada individuo o comunidad para el aprovechamiento de las posibilidades que presentan dichas tecnologías, la apropiación comporta una transformación cultural del individuo, que personaliza esas tecnologías y se ve modificado por ese objeto al hacerlo propio, y su entorno (Crovi Druetta, 2013, pp. 221-222). Sin embargo, tanto el derecho a la comunicación como la apropiación social de las nuevas tecnologías no dejan de estar a expensas de la realización de otros derechos de índole económica y política, con los cuales desarrolla una relación insoslayable. De esta forma, ha sido una reivindicación histórica de la economía política de la información el

estudio de la desigualdad de clases como un factor fundamental en la distribución, acceso y capacidad de generar información; dependiendo de qué posición ocupe cada uno, será beneficiario o perdedor de la revolución de la información (Webster, 1995, p. 77). La propuesta de Hamelink de contemplar el proceso de acceso, uso y apropiación de las nuevas tecnologías a través del concepto de capital informacional resulta una excelente síntesis para este debate:

[...] la capacidad financiera para pagar la utilización de redes electrónicas y servicios de información, la habilidad técnica para manejar las infraestructuras de estas redes, la capacidad intelectual para filtrar y evaluar la información, como también la motivación activa para buscar información y la habilidad para aplicar la información a situaciones sociales (Hamelink, 2000, p. 91).

El concepto de Hamelink se ve actualizado y completado con las aportaciones provenientes de la tradición francesa de sociología de los usos de las nuevas tecnologías. Dicha tradición aborda la problemática de los usos de las nuevas tecnologías privilegiando el concepto de apropiación social como vertebrador de una postura epistemológica desde la que analizar las nuevas tecnologías, que se contraponen con las explicaciones que hablan de adaptación, integración o asimilación de los dispositivos tecnológicos por parte de los sujetos.³ Para la sociología de los usos es posible definir cinco condiciones de realización de la apropiación social, definida como un tipo-ideal además de la condición previa de acceso al dispositivo técnico:

1. Dominio técnico y cognitivo del artefacto.
2. Integración significativa del uso en la práctica cotidiana del actor.
3. Utilización repetida del dispositivo técnico que abre posibilidades de creación (acciones que generan novedades) en la práctica social.
4. La mediación en una comunidad de práctica, fuente de intercambios (productores de inteligencia colectiva), de transmisión y de apoyo entre sujetos de aprendizaje.
5. A un nivel propiamente colectivo, la apropiación supone que los usuarios y sus necesidades estén adecuadamente representados por portavoces en el establecimiento de políticas públicas y, al mismo tiempo, que sean tenidos en cuenta en el proceso de innovación en el seno de las empresas (producción industrial y distribución comercial) (Jauréguiberry & Proulx, 2011, p. 81-82).

3 En Covi Druetta (2013) encontramos una reconstrucción del origen del concepto de 'apropiación' a partir de las aportaciones de Alexei Leontiev y Lev Vygotsky. En la tradición francófona, Jauréguiberry y Proulx (2011, pp. 28-29) sitúan la noción de apropiación en las corrientes de la autonomía social de los años 70 y 80 para las que la categoría de apropiación respondería a una dimensión conflictiva salida de la problemática marxista (apropiación de los medios de producción).

6. Al hablar de apropiación social de las nuevas tecnologías estamos adoptando una visión sociocrítica y estructural, que tiene en cuenta el proceso intersubjetivo de apropiación social de la tecnología, la potencia del *habitus* y la capacidad creativa de la experiencia de los sujetos y los actores sociales, así como las dimensiones estructurales de poder que delimitan la autonomía de la ciudadanía (Sierra Caballero, 2013, p. 34; Marí & Sierra Caballero, 2007, p. 2). En la apropiación social se expresan tanto la identidad personal como la identidad social del individuo, en un movimiento de doble afirmación: de la singularidad y de la pertenencia que une al cuerpo social. Los usos lúdicos, profesionales o funcionales se mueven en ese arco de lo individual o lo colectivo. Igualmente, en las apropiaciones también se expresan tanto la afirmación de la pertenencia como de la diferencia, pues también la apropiación de los objetos es fuente de marcaje social a raíz de las prácticas específicas que se producen en el seno de determinados grupos sociales: usos de los jóvenes o diferencias de los usos entre hombres y mujeres (Jouët, 2000, p. 504).

En definitiva, que el derecho a la comunicación sea un derecho que incluya lo comprendido por apropiación social de las nuevas tecnologías es el desafío al que nos enfrentamos en la reflexión sobre los retos para poder hablar de una ciudadanía digital radicalmente democrática.

Referencias bibliográficas

- Benítez Eyzaguirre, L. (2013). La dimensión transnacional de la ciudadanía digital. En Sierra Caballero, F. (Coord.). *Ciudadanía, tecnología y cultura. Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*. Barcelona: Gedisa.
- Bustamante Donas, J. (2007). Los nuevos derechos humanos: gobierno electrónico e informática comunitaria. *Enlace, Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, mayo-agosto, año/vol 4, n° 2. Univ. de Zulia: Venezuela.
- Bustamante Donas, J. (2010). Segundos pensamientos. La cuarta generación de derechos humanos en las redes digitales. *Revista Telos (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*, octubre-diciembre 2010. Madrid: Fundación Telefónica.
- Crovi Druetta, D. (2013). Matrices digitales en la identidad juvenil. En Sierra Caballero, F. (Coord.). *Ciudadanía, tecnología y cultura. Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*. Barcelona: Gedisa.
- Granjon, F. & Le Foulgoc, A. (2011). Penser les usages sociaux de l'actualité. *Revue Réseaux*, n° 170 (6), pp. 17-43.
- Hamelink, C. (2000). *The Ethics of Cyberspace*. London: Sage.
- Herscovici, A. (2005). Economía de la comunicación, lógicas sociales y territoriali-

- dad. En Bolaño, C.; Mastrini, G.; Sierra, F. (Eds.). *Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires: La Crujía.
- Jauréguiberry, F. & Proulx, S. (2011). *Usages et enjeux des technologies de communication*. Toulouse: Ed. Érès.
- Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Revue Réseaux*, n° 100 (18), pp. 487-521.
- MacBride, S. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples*. México: FCE/UNESCO.
- Marí, V. & Sierra Caballero, F. (2007). Capital informacional y apropiación social de las nuevas tecnologías. El papel de las redes críticas de empoderamiento local en la Sociedad Europea de la Información [documento inédito].
- Martín Barbero, J. (1989). Comunicación y cultura, unas relaciones complejas. En *Telos* número 19. Madrid: Fundación Telefónica.
- Martín Barbero, J. (2002a). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Martín Barbero, J. (2002b). Jóvenes: comunicación e identidad. *Pensar Iberoamérica, Revista de Cultura*, n° 0, febrero. Organización de Estados Iberoamericanos. Disponible en <http://bit.ly/1M1lQKV>.
- Mattelart, A. (2002a). *História da Sociedade da Informação*. São Paulo: Loyola.
- Mattelart, A. (2002b). *Geopolítica de la cultura*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- Mattelart, A. (2005). Sociedad de la Información. Premisas, nociones e historia de su construcción. Claves para comprender el Nuevo Orden Internacional. En VV.AA.: *Sociedad de la Información: desafíos y articulaciones regionales*. Córdoba: Escuela de Ciencias de la Información.
- Robins, K. & Webster, F. (1999). *Times of the Technoculture. From the information society to the virtual life*. London: Routledge.
- Saffon, M.P. (2007). El derecho a la comunicación: un derecho emergente [recurso Electrónico]. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Disponible en <http://bit.ly/1Eomlec>.
- Sassen, S. (2003). *Contrageografías de la globalización. Género y ciudadanía en los circuitos transfronterizos*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Sierra Caballero, F. (2006). *Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la Sociedad del Conocimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Sierra Caballero, F. (2013). Ciudadanía, comunicación y ciberdemocracia. Un enfoque sociocrítico del Capitalismo Cognitivo. En Sierra Caballero, F. (Coord.). *Ciudadanía, tecnología y cultura. Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*. Barcelona: Gedisa.
- Suárez, V. (2013). UNESCO-UIT frente al mismo espejo ¿Internet será ahora de y para todos los pueblos. *Comunicación – Estudios venezolanos de comunicación*, n° 161 (1), pp. 22-25.
- Subirats, J. (2002). Los dilemas de una relación inevitable. Innovación democrática y tecnologías de la información y de la comunicación. En Cairo Carou, H. (2002). *Democracia digital: límites y oportunidades*. Madrid: Trotta.
- Webster, F. (1995). *Theories of the Information Society*. New York: Routledge.

A fugaz temporada para a leitura do suplemento *Sabático* (2010-2013) e o lugar da literatura na imprensa escrita latino-americana

*The fleeting season for reading the supplement Sabático (2010-2013)
and the place of literature in Latin American written press*

*Fugaz temporada para la lectura del suplemento Sabático (2010-2013)
y el lugar de la literatura en la prensa escrita latinoamericana*

Wilson ALVES-BEZERRA

Universidade Federal de São Carlos, Brasil / wilson.alves.bezerra@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Ensayo, pp. 293-305)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 04-02-2016 / Aprobado: 11-10-2016

Resumo

Propõe-se uma reflexão sobre o lugar da crítica literária na grande imprensa escrita contemporânea na América Latina, sobretudo nos cadernos literários. Relata-se e discute-se a experiência do caderno *Sabático* (2010-2013), tanto considerando a história dos suplementos de cultura em *O Estado de São Paulo* (sobretudo o *Suplemento Literário* 1956-1974) quanto o meio contemporâneo no qual o caderno se moveu – em contraste com experiências outras como o *Caderno de resenhas* [1994-2004] da *Folha de São Paulo*. Analisa-se sua trajetória no contexto do atual desaparecimento de publicações impressas.

Palavras-chave: literatura e imprensa, literatura contemporânea, literatura latino-americana.

Abstract

This article brings a reflection on the situation of literary criticism in the contemporary written press in Latin America, especially in literary supplements. The experience of the supplement *Sabático* (2010-2013) is presented and discussed, both considering the history of culture supplements in *O Estado de S. Paulo* (mainly the *Suplemento Literário* 1956 to 1974) and the contemporary environment in which the section has developed (in contrast to other efforts like the *Caderno de Resenhas* [1994-2004] of the *Folha de São Paulo*). Its trajectory is analyzed in the context of current disappearance of printed publications.

Keywords: literature and the press, contemporary literature, Latin American literature.

Resumen

Se propone una reflexión sobre el lugar de la crítica literaria en la gran prensa escrita contemporánea en América Latina, especialmente en los suplementos literarios. Se presenta y discute la experiencia del suplemento *Sabático* (2010-2013), teniendo en cuenta tanto la historia de las secciones de cultura en *O Estado de São Paulo* (En especial, el *Suplemento literario* 1956-1974) como el medio contemporáneo en el que el suplemento se desarrolló –en contraste con otras experiencias como el *Suplemento de reseñas* [1994-2004] de *Folha de São Paulo*. Se analiza su trayectoria en el contexto de la actual desaparición de las publicaciones impresas.

Palabras clave: literatura e imprensa, literatura contemporânea, literatura latino-americana.

*O escritor italiano Umberto Eco ousa dizer que o livro não acabará.
“É como uma colher, uma tesoura, esse tipo de objeto que, uma
vez inventado, não muda jamais”, afirmou ele em entrevista ao Sabático,
suplemento cultural do Estado que estreia hoje.
Ubiratan Brasil, O Estado de São Paulo, 13 de março de 2010.*

1. A fugaz temporada para a leitura

Quando foi publicado pela primeira vez, na edição de sábado de *O Estado de São Paulo*, no dia 13 de março de 2010, o suplemento *Sabático* – que trazia a alcunha *Uma temporada para a leitura* – era um caderno de oito páginas do jornal e trazia na capa uma foto de página inteira do rosto do semiólogo e escritor italiano Umberto Eco (1932-2016), ladeada por uma afirmação que já soava provocativa: “Não contem com o fim do livro”. Abaixo, em corpo menor, uma chamada para um conto inédito do escritor cearense Ronaldo Correia de Brito, que ocupava pouco mais da metade da terceira página (colorida) do suplemento, acompanhado por uma ilustração de Baptistão. Finalmente, a chamada para uma entrevista do poeta cuiabano Manoel de Barros (1916-2014), concedida ao enviado especial a Campo Grande, o jornalista e crítico cultural Daniel Piza (1970-2011) e, que era também acompanhada por uma fotomontagem em cores, de meia página, com imagem do poeta sobre um fundo preto entre as iniciais M. e B., numa fonte cursiva que viria a tornar-se característica do suplemento. A edição trazia ainda um curioso diálogo com o antigo *Suplemento Literário*, do mesmo jornal: tratava-se de excertos de um rodapé literário de Antonio Candido sobre *Grande Sertão: veredas*, de Guimarães Rosa, publicada em 6 de outubro de 1956. Uma nota, ao lado do texto, dizia: “Antonio Candido, crítico e professor de literatura, elaborou o projeto do *Suplemento Literário*”.

Ao reproduzir trecho do antigo *Suplemento*, o *Sabático* não apenas rendia homenagem ao precursor, nas páginas do próprio *O Estado de São Paulo*, como também explicitava sua filiação. Afora isso, a presença das matérias com chamada na capa, já aludidas, explicitava o desejo do *Sabático* de dialogar com a produção literária contemporânea, para além das fronteiras brasileiras. Tratava-se claramente de uma atualização, meio século depois, do revolucionário *Suplemento Literário*, com vistas a reafirmar a relevância e o lugar de centralidade da literatura e do livro na sociedade contemporânea. Neste sentido, a entrevista de Eco tinha caráter claro de tomada de posição. O *Sabático* nascia querendo ser relevante. O caderno tinha à frente Rinaldo Gama, jornalista com longo currículo em publicações relacionadas à cultura e à literatura, como a função de editor dos cadernos *Cultura* e *Aliás*, do mesmo *O Estado de S. Paulo*, e editor executivo dos *Cadernos de Literatura Brasileira*, do Instituto Moreira Salles. Acompanhava-o uma grande equipe de jornalistas e – a se considerar o primeiro número – um bom número de colaboradores, tanto de outros cadernos do próprio jornal quanto do meio acadêmico.

Ora, pode-se dizer que Gama e o projeto do *Sabático* pareciam ecoar um chamamento feito quinze anos antes, por Silviano Santiago, nas páginas da revista da Universidade de Stanford:

Nosso interesse é o de estender ao escritor literário e o professor universitário de Letras o convite para participarem de maneira sistemática – em benefício da literatura, da universidade, da imprensa, do público e até em benefício próprio – das páginas dos grandes jornais e revistas de circulação nacional e internacional. (Santiago, 2004, p.157)

Santiago, naquelas páginas inflamadas dos primeiros anos da Nova República brasileira, que encerrava o período da ditadura civil-militar (1964-1985), tinha um claro gesto de fazer a autocritica do discurso universitário sobre a literatura, buscando um novo lance no movimento de rechaço que os catedráticos, em meados do século vinte, fizeram em relação ao espaço público para o debate oferecido pelos jornais:

Não se trata de acentuar hoje o equívoco da Universidade que, para poder se afirmar estrategicamente em um país subdesenvolvido, optou por fazer silenciar de maneira drástica e autoritária o papel dos grandes críticos que comunicavam, em estilo elegante e opinativo, com leitores curiosos das coisas literárias. (Santiago, 2004, p.166)

Tanta aderência havia entre o chamamento de Santiago dos universitários ao debate público que ele figurou como colaborador fixo do *Sabático* desde seu surgimento. Tratava-se, mais uma vez, de vencer a barreira que se convencionou estabelecer como construída em 1948, quando Afrânio Coutinho passou a lançar uma série de inventivas contra os então chamados “rodapés literários”, isto é, as resenhas literárias longas escritas regra geral por autodidatas, criticando-lhes o impressionismo e a falta de método. Era a reafirmação de um discurso de autossuficiência da academia em relação à sociedade que reverbera até os dias de hoje.

Em tempos recentes, o professor brasileiro João Cezar Castro Rocha (2011) ocupou-se longamente de revisitar a polêmica e, lida neste âmbito, a proposta do *Sabático* seria mais uma promissora tentativa de aproximação entre os dois âmbitos – o da universidade e o da crítica literária no jornal.

Nesse sentido, pode-se inclusive dizer que o *Sabático* (2010-2013) surgia como uma forma de retomada da *ação precursora do Suplemento Literário* (1956-1974), já noutro momento histórico, reatualizando a relação jornalismo-universidade nas páginas de *O Estado de S. Paulo*. Tal afirmativa resta clara ao se revisitar o projeto que Antonio Candido, em 1956, enviara à diretoria do jornal, composta por Júlio de Mesquita Neto e Ruy Mesquita, propondo a criação do *Suplemento Literário*. Dizia o projeto a certa altura:

O Suplemento, que aparecerá aos sábados, pretende conciliar as exigências de informação jornalística e as de bom nível cultural, visando ser, como ideal, uma pequena revista de cultura. Na sua estrutura prevê-se uma porcentagem de matéria leve, curta e informativa, que permite incluir, em compensação, matéria de mais peso. Assim, serão atendidos os interesses tanto do leitor comum quanto do leitor culto, devendo evitar que o Suplemento se dirija exclusivamente a um ou outro. (Candido apud Lorenzotti, 2007, p.48-49)

Tal como Candido propunha atender aos interesses dos diversos leitores, também o *Sabático* o fazia: ao lado das resenhas e entrevistas já aludidas, o novo caderno trazia meia página informativa. Dela constava, além da lista dos livros mais vendidos da semana retrasada, a seção *Babel*, dedicada, sobretudo, à dimensão empresarial da literatura. Nela abordavam-se, em notas breves, notícias do mercado editorial, como projetos de lançamentos, feiras, novas tecnologias. Inicialmente esteve a cargo da jornalista Raquel Cozer, depois substituída por Maria Fernanda Rodrigues, que permaneceu até o fim do *Sabático*. Havia ainda a seção *Estante*, que no primeiro número ocupava a página 7, trazendo notas brevíssimas sobre os lançamentos. Finalmente, além das resenhas de meia página ou pouco mais, instituiu-se com o caderno um novo formato, de pouco menos de um quarto de página, com resenhas breves sobre lançamentos de livros. Tal formato possibilitava que se comentassem mais livros por edição, ainda que não de forma tão alentada, além, é claro, de ser um formato que possibilitava articular o tamanho do texto com a oferta de anúncios na semana.

É de se notar também o grande diálogo com a produção latino-americana contemporânea: tanto em relação aos livros resenhados – havia praticamente um autor de língua espanhola do continente resenhado por semana – quanto pela colaboração de críticos hispano-americanos. Foi presença frequente nas páginas do *Sabático* colaboradores de tendência tão diversa como podem ser Mario Vargas Llosa e Danúbio Torres Fierro, editor da Fondo de Cultura Económica no Brasil. Tratava-se, portanto, de um suplemento plural. Com essa breve descrição do *Sabático*, nota-se como foi certa a afirmação da crítica Elizabeth Lorenzotti ao dizer que o *Suplemento Literário* seria “o modelo de todos os cadernos culturais que o sucederam” (Lorenzotti, 2007, p.40). Tanto que tentativas de formato muito divergentes do *Suplemento* tenderam, no Brasil, a se transformar ou desaparecer. Um exemplo claro disso é o *Caderno de Resenhas*, que circulou na *Folha de São Paulo* de 1995 a 2004, o qual privilegiara, em seu tempo, as resenhas longas, de caráter estritamente acadêmico. Tais características podem ser consideradas as responsáveis pelo fato de que, em 2009, quando ressurgiu, o caderno ganhasse autonomia e passasse a circular diretamente nas universidades públicas paulistas, sem qualquer vinculação com a grande imprensa escrita.

Assim, o projeto do *Sabático* tinha tudo para ser uma refundação da aliança entre academia e imprensa, retomando as bases fixadas por Antonio Candido,

pouco mais de meio século antes. Entretanto, algo não planejado deu-se, a temporada para leitura foi mais breve do que se poderia supor. A edição final, a de número 158, foi publicada em 20 de abril de 2013, duas semanas após o anúncio público da reformulação do jornal e da demissão de cerca de 40 jornalistas de *O Estado de São Paulo*. Folheá-la tinha algo de desolador: o caderno havia encolhido de oito para seis páginas, não havia um só texto de colaborador externo – fosse ele professor, escritor ou poeta –, os créditos do expediente haviam desaparecido – já há algumas semanas – e o último *Sabático* parecia ter sido realizado à custa de uma força-tarefa dos jornalistas remanescentes na casa.

Se havia sido praxe em toda a sua trajetória a não repetição do nome de um autor em mais de uma seção ou texto, o derradeiro caderno trazia a jornalista Maria Fernanda Rodrigues, que subsistira à demissão massiva do jornal, assinando não apenas sua habitual coluna *Babel*, como também participando da entrevista de página dupla a Charles Cosac, editor da Cosac Naify; Ubiratan Brasil, até então editor do *Caderno 2*, dividia-se entre a coluna *Babel* e a resenha de *Histórias de Paris*, coletânea póstuma de contos do uruguaio Mario Benedetti (1920-2009); Antonio Gonçalves Filho desdobrava-se entre a entrevista a Charles Cosac e um ensaio sobre o novo livro de Jorge Schwartz acerca das vanguardas latino-americanas; completavam a edição a coluna semanal de Sergio Augusto e uma resenha de Sergio Telles, colunista do *Caderno 2*, sobre a tradução inglesa de uma biografia francesa de Derrida. E só. O improviso era evidente.

Entretanto seria necessário aguardar até a semana seguinte para que se pudesse aferir de fato como o jornal iria implementar sua anunciada reforma. Numa circular interna, datada de 5 de abril de 2013, assinada por Ricardo Gandour, diretor do conteúdo do jornal – reproduzida pelo site *Blue Bus*, com uma nota curta do jornalista Júlio Hungria –, afirmava-se que, após a reformulação, “O *Caderno 2* amplia a cobertura de entretenimento e incorpora comportamento digital e literatura” (Gandour *apud* Hungria, 2013). É quando se informa, tangencialmente e sem alarde, a extinção do *Sabático*, ao mesmo tempo em que, com alguma timidez, promete-se a incorporação da cobertura de literatura pelo *Caderno 2*.

O Estado de São Paulo, assim, cortava seus laços com o *Suplemento Literário*. De alguma forma, mesmo depois de finda sua primeira trajetória, entre 1956 e 1974, o *Suplemento* passara por mutações, refundara-se, mas mantivera algo do projeto original: *Suplemento do Centenário* (1974-5), *Suplemento Cultural* (1976-1980), *Suplemento Cultura e Cultura*, em todas as suas etapas, sempre faziam referência ao caderno de origem. Ao optar por entregar a cultura e a literatura ao *Caderno 2*, o jornal renunciou à sua vocação, dado que o *Caderno 2*, desde seu surgimento em 1986, destinou-se primordialmente à indústria cultural e não à crítica literária ou artística.

A justificativa para tal escolha, segundo a circular, seria um pragmatismo que inclui termos como “conveniência”, “eficiência” e outros afins, como se lerá a seguir:

Pesquisas qualitativas e entrevistas em profundidade com diversos setores da sociedade, realizadas nos últimos meses, [que] comprovaram o que vem sendo debatido entre nós desde o Redesenho de 2010: os leitores – em geral, e também os do Estado — querem mais conveniência e eficiência de leitura, mais apostas de edição (sic), um jornal mais compacto – principalmente nos dias úteis. Tudo isso sem perder o aprofundamento e o poder de análise que caracterizam o jornalismo do Estado. (Gandour apud Hungria, 2013, grifos meus)

A nota de Gandour, como se percebe, soava quase como um *mea culpa* em relação à reformulação de 2010 – o “redesenho” no qual fora criada uma série de cadernos – como o próprio *Sabático*, o *Link*, o *C2+Música* etc., e no qual o jornal se gabava de ter noventa e um profissionais como seu “número ampliado de colonistas e articulistas”. Se se considerar que naquele momento, o “redesenho” foi anunciado num caderno com oito páginas, publicado na edição dominical, com uma tiragem de 500 mil exemplares, cuja primeira matéria chamava-se “Momento de apostar”, a melancólica nota de Gandour indicava: a reformulação acontecerá numa segunda-feira, dia 22 de abril, sob a forma de um anúncio em página dupla, no primeiro caderno do jornal, com um slogan que mereceria entrar para os anais do marketing improvável: “Prepare-se para conhecer a *maior menor mudança* que o Estadão já teve” (grifos meus). Na prática, isso representava o desaparecimento de cadernos específicos e segmentados nas áreas de literatura – *Sabático* –, informática – *Link* –, música – *C2+Música* –, e o caderno infantil *Estadinho*, além da incorporação do *Esportes* ao primeiro caderno de terça a sábado. Seria possível, numa tentativa de síntese, repetir a eloquente frase de Horácio, utilizada como título de um artigo de Luciano Martins Costa, de 8 de abril de 2013, ainda sob o impacto do anúncio interno do *Estadão* e das demissões: “A montanha pariu um rato” (Costa, 2013).

Para as edições dominicais, o anúncio da reformulação prometia ainda “Um Estadão para ler com mais tempo”. O comunicado já citado de Gandour se referia também a uma mudança de abordagem, “acentuando o foco em reportagens exclusivas e abordagens analíticas” (Gandour apud Hungria, 2013). Seria de se supor, portanto, a se considerar o prometido, que caberia às edições de sábado e domingo levarem adiante o legado do *Sabático*. Ou, por outra, escolher o rato, como se verá a seguir.

Foi preciso esperar até o primeiro fim de semana no jornal com a “maior menor mudança” para ver como seria implementada a nova configuração da abordagem dos livros, autores e da literatura. A edição de 27 de abril, sábado, trazia na capa do *Caderno 2* uma certa referência ao *Sabático* e, ao mesmo tempo, já dando mostras do que viria a ser o novo suplemento.

Uma caricatura do escritor alagoano Graciliano Ramos (1892-1953), feita por Baptistão, ao lado da manchete “Graciliano pop star” em letras brancas sobre uma tarja avermelhada, remetia à programação visual do recém-extinto

caderno. Entretanto, há ao menos duas marcas evidentes de que não se tratava mais do *Sabático*: em primeiro lugar, havia uma sobriedade no antigo caderno que dificilmente permitiria um título como este, com sua referência explícita à indústria do entretenimento. Ainda mais se se considerar que o “pop star” se refere a uma homenagem que Ramos iria receber na Festa Literária de Paraty, sob a forma de uma palestra do escritor Milton Hatoum. Finalmente, o anúncio de meia página que ocupava a parte inferior da capa do *Caderno 2* contrasta com o luxo das fotos de página inteira de escritores e editores que caracterizaram a totalidade das capas do *Sabático*.

Aliás, é preciso dizer que o espaço limitado no jornal parece ser, paradoxalmente, a marca do “Estadão para ler com mais tempo”. A entrevista de Milton Hatoum a Ubiratan Brasil, o autor do artigo, ocupa tão somente um quarto da página inicial e metade da página 4, na qual há ainda uma entrevista do Professor Randal Johnson, da Universidade da Califórnia (UCLA), sobre a obra do alagoano. A outra página dedicada à literatura nesta edição é a terceira, na qual a repórter Maria Fernanda Rodrigues, enviada a Abu Dhabi, fala sobre a feira literária dos Emirados Árabes, no artigo sugestivamente nomeado como “O negócio dos livros no mundo árabe”. O restante da página é ocupado por sua coluna *Babel*, oriunda do *Sabático*. É de se notar como dentre as seções do extinto caderno, justamente esta, que se dedicava ao mercado do livro, foi a que se manteve na íntegra.

Há ainda duas matérias mais neste *Caderno 2*, sob o chapéu *Literatura*: um artigo de meia página que trata de um livro sobre Dorival Caymmi, assinado pelo ex-editor do *Caderno 2+Música*, Júlio Maria, e uma entrevista com o Nobel de literatura Le Clézio, que ocupa apenas um quarto de página. O primeiro texto é marca de uma tentativa de condensação dos conteúdos de *Caderno 2+Música* e *Sabático*, utilizando um jornalista da casa; já o segundo, uma entrevista concedida a um repórter não identificado de Bogotá, chama a atenção justamente pelo anonimato. O diálogo latino-americano pareceu ter ficado um pouco truncado naquele redesenho.

Nesta rápida folheada pelo novo caderno, fica ao leitor a impressão de encolhimento e condensação. Das oito páginas de literatura no *Sabático* o *Caderno 2* herda apenas duas e meia na edição do dia 27. Além disso, é gritante, no primeiro momento, a ausência de textos de reflexão sobre a literatura: não há nenhum artigo crítico ou resenha. É evidente que as entrevistas contribuem para o debate – e os três entrevistados são professores e/ou escritores; porém, ainda assim, ou talvez por isso mesmo, nota-se como a vocação do *Suplemento Literário* e do *Sabático* parece não estar presente no novo *Caderno 2*. Das “reportagens exclusivas e abordagens analíticas” prometidas por Gandour, parecem ter tido espaço apenas as primeiras.

2. Um fenômeno generalizado

Não é difícil associar o encolhimento do *Estadão* à dramática redução da tiragem dos jornais ao longo da década; fato que não se limita ao Brasil ou ao continente, mas que é de ordem global. Juan Luis Cebrián, presidente do jornal *El País*, na Assembleia da Sociedade Interamericana de Imprensa, em 2012, trouxe dados alarmantes:

O desemprego é de 40 mil jornalistas nos Estados Unidos nos últimos anos, 7 mil na Espanha. É uma mudança revolucionária nos meios de comunicação. Estamos sendo testemunhas que a internet é uma mudança na civilização e afeta os hábitos dos consumidores muito mais do que imaginávamos. (Cebrián apud Diniz, 2012)

Ora, mais do que uma questão de baixa nas vendas do jornal impresso, o que está em curso, na trajetória meteórica do *Sabático* e nas respectivas decisões editoriais é a recusa do projeto humanista contemporâneo encampado pelo próprio *O Estado de São Paulo* ao longo de décadas e reafirmado por Rinaldo Gama. Havia claramente um diálogo inédito no suplemento extinto entre as plataformas digital e impressa – os textos que não encontravam espaço nas páginas impressas eram tornados disponíveis no site, numa espécie de suplemento ao suplemento; a noção do *hiperlink* era de fato exercida ali, como se a leitura que se iniciava no jornal impresso devesse seguir pelos arquivos do jornal na internet.

Rocha (2011) já apontara, a partir de Sloterdijk (2000) a derrocada do pensamento humanista nas sociedades contemporâneas, e com ela a perda da centralidade do literário. García Canclini (2007), por sua vez, assevera que “também se aprende a ler e a ser espectador sendo televidente e internauta” (Canclini *apud* Rocha, p.347). Ora, o que é dramático de observar é que no contexto global da passagem do escrito ao digital, os jornais brasileiros estão abrindo mão do que é da ordem do literário e do artístico, em detrimento do entretenimento.

Vive-se no Brasil uma transformação na qual não apenas a literatura sai do centro da vida cultural, como também o escritor de alguma projeção vai se transformando em mais uma celebridade, cuja palavra pública passa a ser mais importante do que o comentário especializado sobre sua escritura. Cabe recorrer à primeira edição do *Suplemento Literário*, para perceber, no contraste, como o paradigma se inverte desde então: “[O Suplemento] não fará entrevistas, a não ser em caráter excepcional, não entrará na vida particular dos escritores, não cederá ao gosto, cada dia maior da bisbilhotice social, não tentará influir no jogo da política literária” (*Suplemento Literário*, 6 de outubro de 1956). Ora, os escritores, no *Caderno 2*, ocupam o lugar das celebridades, e o que se propaga é sua imagem e suas entrevistas; a resenha ocupa, neste novo entorno, o lugar de um discurso a mais, e não tem mais o lugar privilegiado da intermediação cultural com o leitor.

Nesse sentido, a primeira edição dominical após o “redesenho”, do dia 28 de abril de 2013, traz em seu *Caderno 2* outro sintoma da tomada de posição do jornal: a coluna inaugural do jovem comediante Fábio Porchat, que quer ser uma resposta explícita à promessa de ser um jornal mais atraente. Cabe uma breve paráfrase de sua crônica de estreia, sobre o cinema nacional. Porchat, roteirista e humorista, em sua coluna de estreia, traz ao leitor o texto “Filme nacional”. O artigo fala da falta de condescendência com a produção nacional, critica o fato de ele ser classificado nas videolocadoras como gênero à parte – fora de categorizações como comédia, drama, terror – e termina reivindicando a mesma tolerância à comédia nacional que se tem com o *blockbuster* norte-americano. O trecho abaixo é uma marca do ideal de redenção do cinema brasileiro proposto pelo novo colunista:

Não quero dizer que os filmes nacionais são maravilhosos e que os americanos são horríveis, eu inclusive assisti ao filme do Stallone e mal posso esperar pela continuação, quando ele agora invade Marte, que está dominada pelo tráfico húngaro. O que eu quero dizer é que estamos em desvantagem. Começamos a corrida com o “adversário” três voltas na frente. Mas, e sempre tem o “mas”, percebo que algo está mudando! As comédias brasileiras estão, de certa forma, redimindo o cinema nacional. A comédia brasileira está colocando os DVDs e Blu-Rays do Cilada.com, E Ai, Comeu?, De Pernas pro Ar e afins, todos numa mesma prateleira. Ficam agora em Comédia! (Porchat, 2013, p.C8, grifos meus)

Afora o caráter corporativista do artigo – Porchat fala de sua geração de comediantes e a elogia –, chamam a atenção o anacronismo de usar a vídeo locadora, em desuso e franco desaparecimento e, o fato de o cinema norte-americano surgir como modelo para a produção nacional. Porchat, para elogiar o cinema nacional, como o belíssimo *O som ao redor*, de Kleber Mendonça Filho desqualifica o europeu:

Eu espero, um dia, estar perambulando por uma, ainda firme, vídeo locadora, como quem não quer nada, e encontrar Chega de Saudade, Central do Brasil e O Som ao Redor ao lado de Razão e Sensibilidade, Retorno a Howard’s End e Beleza Americana soltos ali, pela categoria Drama. E deixar a pecha de “filme maldito” para o cinema europeu. (Porchat, 2013, p.C8, grifos meus)

Advoga-se, enfim, a participação da produção audiovisual brasileira no mercado global do entretenimento, negando o artístico, representado aí pelo suposto malditismo europeu. O gesto é radical, no contexto do pós-humanista aludido por Sloterdijk. O Estado de São Paulo está a nos dizer com clareza: pode-se seguir sem literatura, sem cultura, sem reflexão. Suzana Singer, ombudsman da Folha de São Paulo, naquele mesmo fatídico domingo, publicou em sua coluna uma análise mais acabada do impasse de O Estado de São Paulo, do qual a coluna

de Porchat não é mais do que um dolorido sintoma. O jornal, em sua nova configuração, parece se mover entre a sedução e a irrelevância:

O dilema para os jornais hoje, e não só no Brasil, é encontrar um novo ponto de equilíbrio. Se as pessoas têm pouco tempo para ler, vamos escrever menos, mas, se o jornal ficar fino e superficial demais, para que comprá-lo, já que há informação de graça na rede? (Singer, 2013)

O jornalista e escritor Alberto Dines foi na mesma direção e com igual contundência:

Melancólico, mesquinho, miúdo assim foi o anúncio da morte do “Sabático”, o caderno de cultura do Estado de São Paulo. Em outras circunstâncias o passamento teria dimensões heroicas ou trágicas. Neste país apalhado e prematuramente envelhecido, sem apetite para desafios, o fim do melhor caderno semanal de cultura – e herdeiro do mais importante suplemento literário – foi encenado de maneira rigidamente canhestra. As 40 demissões (inclusive a do editor do caderno) ocorreram na sexta-feira (5/4), mas na edição de domingo (7/4), num pé de página da seção de Economia (pág. B-10), anunciou-se timidamente que o jornal estreará em 22 de abril um “novo projeto gráfico” com a reorganização dos cadernos e um novo aplicativo destinado a celulares. Aplicativo é uma poção mágica que desta vez soou pífia, falsa, medíocre. (Dines, 2013)

Reside aí justamente o entrave dos jornais neste início de século, como bem observa Fernández (2011), ao mostrar como o leitor contemporâneo – das mais distintas latitudes – recusa-se a pagar pelo conteúdo de internet:

Pero sencillamente aún no se ha logrado que las ediciones web de los diarios impresos sean rentables de manera independiente. Desde hace 15 años, pocos diarios han logrado tener algún éxito en su intento de que los lectores paguen por los contenidos, aunque ahora algunos periódicos de vocación global como el New York Times vuelvan a intentarlo. Pero aún no parece que hayan noticias alentadoras: días después del cierre del acceso gratuito a la web de The Times, hace justo un año, el diario llegó a perder un 90% de lectores. (Fernández, 2011, grifos meus, sublinhados do autor)

Se a piada, a notícia breve, o comentário jocoso e a diversão já estão disponíveis gratuitamente na internet, na televisão, o mesmo não se pode dizer da crítica literária. Embora tenham crescido nos últimos anos blogs, portais e canais do Youtube com comentários literários, não há um trabalho sistemático, coletivo e bem editado que possa ser referência. Há sim iniciativas individuais pulverizadas pela rede.

Lorenzotti (2007) pondera que o projeto do *Suplemento Literário* se manteve por tantos anos justamente por conseguir na direção do jornal uma sustenta-

ção para além do mercado, isto é, por sua publicação não estar vinculada à existência de anunciantes, os quais, por outra parte, deveriam ser estritamente do campo das letras. A noção mesma de suplemento implica neste lugar aparte no corpo do jornal, como discute Lucca:

Podríamos definir al suplemento como una sección separada del cuerpo central que se integra y se excluye del propio medio [...]. Se integra a la prensa diaria y de esta manera posibilita su recepción masiva pelo a la misma vez se aleja por ejemplo de las condiciones de producción. Este tipo de publicación es un espacio de propagación y opinión que a su vez legitima los productos del área. (Lucca, 2013)

Ora, no Brasil, os suplementos têm sido extintos, ou têm sido integrados ao corpo principal do jornal, respondendo à sua lógica de funcionamento. Rumamos, sem dúvida, ao obscurantismo. O caso exemplar do *Sabático*, nos anos que se seguiram, demonstrou ser a regra da mídia impressa brasileira. Ao desaparecimento do *Sabático* seguiu-se a demissão forçada do editor João Paulo Cunha, por 18 anos à frente do caderno *Pensar*, de *O Estado de Minas*, em dezembro de 2014, após ser proibido, pela direção do jornal de “falar de política”; a extinção do caderno *Prosa & Verso*, de *O Globo*, com a demissão de sua editora Mânia Millen, em 1 de setembro de 2015 e, finalmente a extinção do suplemento paulistano mensal de *A Folha de São Paulo*, o *Guia da Folha – Livros, Discos e Filmes*, em 30 de abril de 2016, resultando num país sem nenhum caderno exclusivamente literário.

Essa talvez seja a grande falta que a extinção de *Sabático*, *Pensar*, *Prosa & Verso* e *Guia da Folha* venha nos trazer: a ausência de um espaço coletivo de debate e divulgação sobre literatura e cultura, o qual é ocupado por ações esporádicas ou tribunas individuais, como é o caso dos bons – e raros – blogs. E sim, neste momento, a provocação de Umberto Eco que serviu de epígrafe a este trabalho se mostra ainda mais pertinente, embora já não se tenha diante dela a mesma segurança que ofereciam as páginas do *Sabático*: assim como os jornais impressos, está também o livro por desaparecer em meio não mais das fogueiras totalitárias, mas de uma indiferença generalizada?

Referências bibliográficas

- Costa, L.M. (2013, abril 8). A montanha pariu um rato. En *Observatório da imprensa*. São Paulo, 740. Recuperado de <http://bit.ly/2f5BrPa>.
- Dines, A. (2013, abril 12). Quem matou o ‘Sabático’?. En *Observatório da imprensa*. São Paulo, 741. Recuperado de <http://bit.ly/2f59Myv>.
- Diniz, L. (2012, noviembre 8). O fim do jornal de papel. En *Observatório da imprensa*. São Paulo, 719. Recuperado de <http://bit.ly/2f191bS>.

- Fernández, H. (2011, julio 16). El fin de los diarios impresos: caída en picado o lento aterrizaje. *Gráfica*. Valencia. Recuperado de <http://bit.ly/Tv7hID>.
- Hungria, J. (2013, abril 5). 1 novo Estadão, aqui a íntegra do comunicado interno do Ricardo Gandour. En *Blue Bus*. Recuperado de <http://bit.ly/2e5BokF>.
- Lorenzotti, E. (2007). *Suplemento literário. Que falta ele faz!* São Paulo: IMESP.
- Lucca, Rita (2013, abril 8). Los suplementos culturales en la prensa argentina. *Espacio Cultura. Blog de Periodismo cultural y artes del espectáculo*. Buenos Aires. Recuperado de <http://bit.ly/2fxoyOg>.
- Porchat, F. (2013, abril 28). Filme nacional. En *O Estado de São Paulo*, p. C8. Recuperado de <http://bit.ly/2f9PIJw>.
- Rocha, J.C. de C. (2011). *Crítica literária – em busca do tempo perdido?*. Chapecó: Argos.
- Santiago, S. (2004). A crítica literária no jornal. En S. Silviano (Ed.), *O Cosmopolitismo do pobre: crítica cultural e crítica literária* (pp. 156-166). Belo Horizonte: EDUFMG.
- Singer, S. (2013, abril 28). Queridos, encolhi o jornal. En *Folha de São Paulo*. Recuperado de <http://bit.ly/2fxonSO>.

Informe



La construcción retórica de la corrupción

Rhetorical construction of corruption

Construção retórica da corrupção

Adriana ÁNGEL

Universidad de Manizales, Colombia / aangel@umanizales.edu.co

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Informe, pp. 309-327)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 17-06-2016 / Aprobado: 26-07-2016

Resumen

Siguiendo los planteamientos de la retórica, este artículo analiza la manera en que los agentes políticos guatemaltecos comunican la idea de corrupción a propósito de las recientes denuncias de corrupción hechas por las autoridades judiciales de ese país. El abordaje de la construcción retórica de la corrupción se hizo a partir de un análisis retórico de clusters que permitió identificar tres principales pantallas terminológicas con relación a las cuales se comprende este fenómeno: *Fraude*, *Democracia* e *Intervencionismo*. Así mismo, se describen las dos principales estrategias retóricas usadas por los agentes políticos para referirse a la corrupción: acreditación de agentes y referencia a evidencias. Se concluye que estos clusters y recursos retóricos conllevan a la normalización de la corrupción y al establecimiento de programas de acción débiles contra este fenómeno.

Palabras clave: corrupción; Guatemala; retórica; análisis retórico de clusters.

Abstract

By embracing a rhetorical approach, this manuscript analyzes how high-ranking government officials communicate the idea of corruption in relation to the recent scandals of corruption denounced in this country. Rhetorical cluster analysis was used to explore the Guatemalan rhetorical construction of corruption. This analysis led to the identification of three main terministic screens of corruption such as *Fraud*, *Democracy*, and *Interventionism* and showed the use of two rhetorical resources: Accreditation and reference to evidence. It concludes that these clusters and rhetorical devices lead to the normalization of corruption and to the establishment of weak programs of action against this phenomenon.

Keywords: corruption; Guatemala; rhetoric; cluster rhetorical analysis.

Resumo

Seguindo a abordagem teórica da retórica, este artigo analisa a forma pela qual os agentes políticos guatemaltecos comunicam a ideia de corrupção conjungando-a com as recentes denúncias efetuadas pelas autoridades judiciais do país. A abordagem da construção retórica da corrupção foi empreendida a partir de uma análise de clusters que permitiu identificar três quadros terminológicos em relação aos quais tal fenômeno pode ser compreendido: *Fraude*, *Democracia* e *Intervencionismo*. No artigo também estão descritas duas das estratégias retóricas utilizadas pelos agentes políticos para se referirem à corrupção: identificação dos agentes e referência a provas. Conclui-se que estes clusters e recursos retóricos conduzem à normalização da corrupção e ao estabelecimento de programas frágeis de ações contra este fenômeno.

Palavras-chave: corrupção; Guatemala; retórica; análise retórica de clusters.

1. Introducción

Desde comienzos de 2015 los medios de comunicación y las autoridades judiciales guatemaltecas comenzaron a difundir y denunciar diversos casos de corrupción que implicaban, fundamentalmente, a agentes políticos y policiales. La principal denuncia tuvo que ver con el llamado caso de “La Línea” a través del cual funcionarios de aduana crearon un sistema paralelo de pagos en el que empresarios, a cambio de sobornos, pagaban impuestos de mucho menor valor con respecto al exigido. Esta red de funcionarios corruptos daba a los empresarios una línea telefónica a la que podían comunicarse para acceder a estos beneficios. El 14 de abril de 2015, la Comisión Internacional contra la Corrupción en Guatemala (CICIG), creada por la ONU, dio a conocer más de 60 mil grabaciones telefónicas que implicaban a ministros, a la Vicepresidenta, Roxanna Baldetti y al Presidente de Guatemala, Otto Pérez Morales (Torres, 2015). A partir de esta denuncia, los ciudadanos comenzaron a marchar multitudinariamente, cada sábado, para exigir la renuncia de su Vicepresidenta y Presidente. Dos semanas más tarde, 20 funcionarios estatales fueron detenidos y la Vicepresidenta Baldetti renunció a su cargo.

Ante la negativa del Presidente Pérez de renunciar, las manifestaciones continuaron al mismo tiempo que nuevos casos de corrupción fueron denunciados. El 25 de agosto, el Ministerio Público vinculó formalmente a Pérez en el proceso de “La Línea”, razón por la cual renunció a su cargo el 2 de septiembre. Al día siguiente, después de asistir a la primera audiencia de su juicio, Pérez fue encarcelado como medida preventiva para evitar su fuga del país. Dos meses más tarde, el ex comediante Jimmy Morales fue elegido Presidente de Guatemala, en un acto de rechazo ciudadano a los partidos políticos tradicionales.

Casos como el denunciado en Guatemala son cada vez más frecuentes en América Latina, donde los países alcanzan altos índices de corrupción¹. El caso centroamericano merece especial atención, pues como explica Ruhl (2011):

Durante la última década los ex presidentes de Nicaragua, Guatemala y Costa Rica han sido acusados de escándalos de corrupción de alto nivel que involucran millones de dólares. Por otra parte, las encuestas muestran que los ciudadanos ordinarios centroamericanos recurrentemente tienen que pagar sobornos a funcionarios de menor nivel, simplemente para tener acceso a los servicios públicos básicos. (Ruhl, 2011, p. 33)

Tanto la corrupción de alto nivel (negra) como la más naturalizada o de bajo nivel (blanca) han afectado a Centroamérica desde la época colonial y, aunque muchos estudiosos esperaban que los niveles de corrupción disminuyeran con la implementación y fortalecimiento de la democracia, se ha observado que, por

1 Ver: <https://www.transparency.org/>

el contrario, la corrupción parece haber aumentado con el establecimiento de las democracias electorales centroamericanas (Ruhl, 2011).

A pesar de constituirse como uno de los principales problemas en todos los países de América Latina, la corrupción sigue siendo un fenómeno poco estudiado desde el punto de vista académico, y poco combatido desde el punto de vista político. La escasa literatura que se encuentra sobre el tema se enfoca en explicar las causas y consecuencias políticas y económicas de la corrupción. Las dimensiones culturales y comunicativas son mucho menos estudiadas. Entre los pocos estudios que examinan la relación entre comunicación y corrupción se destaca la tipología de escándalos de corrupción realizada por Restrepo (2005) que explica tres tipos de cubrimientos que los medios de comunicación pueden hacer sobre este fenómeno: ruidosos (cuando no hay seguimiento posterior al cubrimiento), silenciosos (prácticas de corrupción generalmente aceptadas sobre las cuales no se informa) y prolongados (actos que motivan la investigación periodística). Otros estudios (Breit, 2010; Giglioli, 1996; Restrepo, 2005) sobre corrupción y medios destacan las consecuencias del cubrimiento mediático de la corrupción en términos de trivialización de la información, mediatización de la justicia, interpretación de los hechos y movilización de estados colectivos de vergüenza.

El presente artículo pretende contribuir a la literatura sobre comunicación y corrupción y, específicamente, busca examinar un problema actual de enormes consecuencias sociales, políticas y económicas. Así mismo, se centra en el abordaje de un país raramente estudiado como es Guatemala. Siguiendo los planteamientos de la retórica, este artículo muestra los resultados de una investigación cuyo objetivo principal fue analizar la forma como los agentes políticos guatemaltecos comunican la idea de corrupción a partir de distintas pantallas terminológicas (Burke, 1966 & 1969). Partiendo de la idea según la cual la corrupción es un fenómeno social construido, representado y comprendido a través del lenguaje, se examinó la manera en que distintas representaciones sobre corrupción conllevan diferentes sentidos y programas de acción. Así, el abordaje de la construcción retórica de la noción de corrupción en Guatemala se hizo a partir del estudio de las pantallas terminológicas o conjuntos de vocabularios que los agentes usan para referirse a la corrupción. En la siguiente sección se explicarán en detalle estos conceptos.

2. Marco conceptual

2.1 Sobre la corrupción

En la medida en que la corrupción es un fenómeno cultural, no existe una única definición de este concepto (Ureña, 1997). Así, lo que se considera como un acto de corrupción es diferente según las regiones y las temporalidades. Sin embargo, esta ausencia de consenso no ha impedido el establecimiento de tipologías y

clasificaciones sobre la corrupción. En cuanto a la magnitud de los actos de corrupción (Vargas-Hernández, 2009), por ejemplo, es conocida la diferenciación entre corrupción negra (de alto impacto), gris (prácticas de mediana magnitud) y blanca (prácticas naturalizadas). En términos del tipo de agente que comete el acto, la literatura diferencia entre corrupción política, estatal, privada y no gubernamental. El tipo de resultado esperado al cometer un acto de corrupción hace que ésta pueda ser económica si se buscan beneficios monetarios y política si se persigue aumentar el capital social, político o simbólico (Solimano, Tanzi y del Solar, 2008). Más allá de estas clasificaciones no existe consenso en cuanto a las causas de la corrupción: mientras que los enfoques conductuales la atribuyen a factores comportamentales e individuales, enfoques más contemporáneos y neoclásicos aseguran que las causas de la corrupción son estructurales y sociales. Tampoco hay consenso entre las relaciones entre regímenes políticos y económicos, por un lado, y corrupción, por el otro; razón por la cual algunos autores aseguran que la corrupción es mayor en regímenes con tendencias socialistas, mientras que otros afirman que es mayor en economías neoliberales (Bardhan, 1997; Gamarra, 2006; Montilla y Jackman, 2002; Yusha'u, 2009).

Esta ausencia de consensos en cuanto a las definiciones, causas y consecuencias de la corrupción constituye un terreno fértil para el uso de la retórica, entendida ésta como el uso del lenguaje para crear versiones, discursos o narrativas sólidas, creíbles y aceptadas por los interlocutores (Potter, 1996). Más allá de la ausencia de consenso académico, la naturaleza misma de la corrupción invita al uso de la retórica, pues implica la comunicación de una acción que debe ser escondida o negada por los agentes que la cometen y, al mismo tiempo, denunciada por los agentes judiciales, los medios de comunicación o determinados representantes de la sociedad civil. Tanto el agente acusado de corrupción como quien la denuncia deben crear versiones sólidas que sean creíbles y, por tanto, aceptadas por los interlocutores quienes, a su vez, las perciben como contradictorias.

Los estudios retóricos sobre la representación discursiva de la corrupción son escasos. En un estudio reciente, Angel & Bates (2014), discuten la manera en que la corrupción en Colombia se construye retóricamente a partir de seis pantallas terminológicas, como son: la corrupción como decadencia, la corrupción como piñata, la corrupción como acción ilegal, la corrupción como práctica irregular, la corrupción como comportamiento antiético y la corrupción como práctica naturalizada. Cada uno de estos grupos de términos implica un programa de acción diferente en cuanto al manejo de la corrupción y a su posible erradicación. La revisión de la literatura sobre corrupción y los escasos estudios que abordan la dimensión discursiva de este fenómeno confirman la necesidad de hacer más investigaciones que den cuenta de la manera como retóricamente se construye la corrupción de tal modo que se puedan sugerir formas de deconstruirla. A continuación se explica la manera como se abordó el concepto de retórica en este estudio.

2.2 Sobre el concepto de retórica

En primer lugar es necesario de advertir que no se retomó para este estudio la definición de retórica que se ha reproducido en el sentido común, esto es, la retórica definida como discurso mentiroso, rimbombante o vacío. Los estudios de retórica comienzan desde los primeros postulados condenatorios de Platón (2001) a los sofistas y los menos drásticos de Aristóteles (2001), Cicero (1942) y Quintiliano (2006) que en cierto modo reivindicaron la retórica y la presentan como una práctica oratoria que lleva a la influencia política. En la Edad Media autores como Augustine, Boethus y Martianus centraron su atención en el canon de la invención y, particularmente, en el uso de las figuras y tropos que ornamentan y dan forma al discurso (Bizzell & Herzberg (2001). Durante este periodo, los estudiosos de retórica se enfocan principalmente en cuestiones de estilo en detrimento de la dialéctica. De ahí que cobre importante la taxonomía, descripción y prescripción sobre el uso de las figuras retóricas.

El estudio retórico se renueva en el siglo pasado con la apertura de diversos doctorados en retórica en los Estados Unidos donde se acogen, principalmente, enfoques constitutivos de retórica que no la reducen al uso de figuras literarias, sino que la definen como una dimensión constitutiva del lenguaje que está presente en todo tipo de discursos e interacciones. La retórica, en este sentido, se comprende en términos de las intenciones que tienen los hablantes de ser comprendidos, tener credibilidad o generar ciertas acciones o cambios de comportamiento.

En las últimas décadas en América Latina se han hecho importantes trabajos de análisis retórico, especialmente en Argentina y México (para una revisión, ver De los Santos, 2015; Mosca & Pistori, 2016; Vitale, 2015). El crecimiento del campo se ve reflejado en el establecimiento de asociaciones nacionales de retórica en países como Argentina, México y Colombia. Sin embargo, la mayoría de estudios relacionados con retórica no han sido publicados ni divulgados bajo el nombre de retórica sino, sobre todo, de análisis crítico del discurso, análisis temático y, en otras ocasiones, análisis narrativo. El análisis crítico de discurso es tal vez el campo más cercano a la retórica pues busca deconstruir los discursos con el fin de explorar los dispositivos del lenguaje a partir de los cuales se comunican ciertas ideas, se representan nociones, se persuade o se transmiten determinadas ideologías.

Entre los autores más representativos en este campo se destaca Neyla Pardo (2011), quien articula planteamientos de la lingüística, la semiótica, la retórica y las ciencias cognitivas y propone un modelo de análisis crítico basado en el análisis micro-discursivo (de descomposición de los mensajes en signos) y macro-discursivo (de establecimiento de relaciones entre las estructuras discursiva y social de un mensaje) para analizar fenómenos como la exclusión social, la pobreza y la injusticia social. Se destaca también Norman Fairclough (2008) quien propone un modelo de análisis de encuadre tridimensional que articula: a) el texto, b) las prácticas discursivas de producción e interpretación

del texto, y c) la práctica social; el objetivo último de este modelo es analizar las relaciones de poner y de dominación a través de los discursos que circulan socialmente.

Finalmente, el trabajo de Wodak & Meyer (2001) constituye también un antecedente importante en la medida en que propone lineamientos ampliamente adoptados por académicos en el mundo sobre la realización de análisis de discurso. El modelo de Wodak y Meyer va más allá de la lingüística en el sentido en que propone el análisis de unidades macro tales como textos o discursos completos que surgen, además, de interacciones reales entre hablantes reales. Si bien los analistas retóricos retoman ideas como las propuestas por estos y otros autores, la principal diferencia entre la retórica y el análisis de discurso consiste en que la primera tiene sus raíces en los planteamientos de los sofistas y filósofos griegos y, por tanto, se sustenta en conceptos tales como persuasión, logos, ethos, pathos, criticismo, figuras retóricas, identificación, entre otras propias de la tradición retórica. El análisis de discurso, por su parte, no necesariamente se centra en estas nociones; no obstante, ambos enfoques coinciden en su interés por analizar el discurso como dispositivo de representación y construcción de la realidad social.

Después de revisar esta breve historia queda claro que la retórica es arte (práctica), teoría (teoría de la comunicación) y método de análisis discursivo. También es posible identificar, en el trasegar histórico del término, dos tipos de concepciones sobre la retórica: un primer enfoque que concibe la retórica como una práctica persuasiva específica que surge ante determinadas audiencias cuando se hablan temas contingentes y de disputa. El segundo enfoque concibe la retórica como una dimensión constitutiva del lenguaje, esto es, como una función discursiva presente en todo tipo de interacciones comunicativas (Brummet, 1991). De otro lado, el estudio de la retórica muestra dos tipos de definiciones: mientras que algunos autores entienden la retórica en términos de persuasión, otros –influenciados por Burke (1966)– la definen en términos de identificación y consubstancialidad.

Así mismo, entendiendo la retórica en un sentido amplio y constitutivo del lenguaje, el presente estudio abordó la retórica en cuanto ésta permite a distintos agentes sociales crear el efecto discursivo de la objetividad, esto es, permite a los hablantes presentar los fenómenos sociales (en este caso la corrupción) como hechos sociales objetivos (Potter, 1996). Sustentada en una ontología constructivista (aunque no radical), esta visión de la retórica le permite al investigador analizar la forma en que el lenguaje permite construir y reificar ciertas perspectivas sobre el mundo. Sin embargo, se rechaza una visión radical de la retórica según la cual todo fenómeno social es puramente discursivo, y, más bien, se llama la atención sobre las ideas de la retórica materialista según la cual los discursos se crean en un campo de relaciones económicas, políticas y sociales que inciden en su naturaleza (Cloud, 1994).

En la medida en que la retórica permite a los hablantes construir versiones factuales y creíbles sobre determinados fenómenos, su estudio se basa en el análisis de las pantallas terminológicas que dichos hablantes usan para comunicarse. Las pantallas terminológicas se definen como los sistemas de vocabularios a partir de los cuales los sujetos perciben, comunican, interpretan y actúan sobre la realidad. Como lo explica Burke (1966),

Debemos usar pantallas terminológicas teniendo en cuenta que no podemos decir nada sin recurrir al uso de términos; cualesquiera sean los términos que usemos, estos necesariamente constituyen un tipo particular de pantalla; y ese tipo de pantalla necesariamente dirige nuestra atención a determinado campo en lugar de otro. (p. 50)

Se retomó el concepto de pantalla terminológica con el fin de analizar la manera como los agentes políticos guatemaltecos perciben los casos de corrupción recientemente ocurridos en su país y la forma como actúan sobre esas percepciones.

3. Metodología

Con el fin de examinar la manera como los agentes políticos comprenden la corrupción y actúan sobre este fenómeno, se realizó un análisis retórico de clusters a los discursos e intervenciones de los dos principales políticos implicados en los casos de corrupción denunciados en Guatemala durante el primer semestre de 2015. A partir del momento en que la CICIG denunció el caso de corrupción conocido como “La Línea”, los medios de comunicación comenzaron a hacer un cubrimiento detallado sobre la naturaleza de estos eventos y los responsables de los mismos. Aprovechando este cubrimiento mediático y, sobre todo, la visibilidad que los medios dieron a los entonces Vicepresidenta y Presidente de Guatemala, se estudiaron seis entrevistas radiales realizadas a ambos agentes en la emisora *Radio Sonora* desde abril hasta septiembre de 2015. Se trató de entrevistas extensas con una duración que oscilaba entre los 15 y los 70 minutos y cuya transcripción alcanzó las 100 páginas.

El estudio se enfocó en los discursos de la Vicepresidenta Roxanna Baldetti y del Presidente Otto Pérez porque ambos agentes a) tuvieron la mayor cobertura en los medios, b) fueron implicados por las autoridades judiciales como sospechosos participantes del caso de “La Línea”, y c), y porque se trata de los portadores de los dos cargos más importantes en una democracia. Se estudiaron las entrevistas realizadas a ambos agentes en la emisora *Radio Sonora* no sólo porque éste fue el medio de comunicación que más interactuó con los entonces Vicepresidenta y Presidente, sino también porque *Radio Sonora* es una de las dos emisoras más escuchadas en el territorio guatemalteco según los estudios de audiencia más recientes (Multivex, 2015). Finalmente, se seleccionaron

las entrevistas realizadas entre abril y septiembre de 2015 porque este periodo abarca la primera denuncia realizada por las autoridades judiciales sobre la participación del Baldetti y Pérez en “La Línea” hasta la renuncia de éste último a su cargo como Presidente en septiembre. Este periodo, además, permitió analizar las transformaciones del discurso a medida que avanzaban las investigaciones judiciales y aumentaba la presión ciudadana.

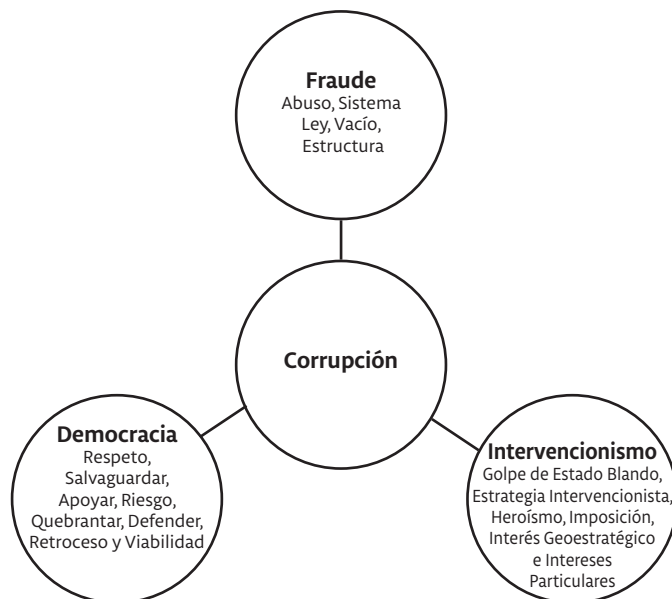
A estas entrevistas se les realizó un análisis retórico de clusters. Antes de explicar en detalle esta metodología es importante tener en cuenta que, como se mencionó anteriormente, la retórica no solamente se entiende como el arte de la oratoria o como campo/teoría de la comunicación, sino también como método de estudio enfocado a examinar “los medios a través de los cuales los componentes simbólicos de un discurso específico configuran o moldean creencias, actitudes y acciones” (Condit & Bates, 2009, p. 109). Entre las diversas metodologías retóricas, se escogió el análisis de clusters en cuanto permite identificar y examinar las pantallas terminológicas a través de las cuales los agentes perciben ciertos fenómenos.

Por medio de esta metodología, otros investigadores han examinado el racismo norteamericano (Lynch, 2006), el lugar de las mujeres en la iglesia episcopal (Foss, 1984), o el discurso de Kennedy (Berthold, 1976). Estos estudios, así como el que se presenta acá, examinan los conjuntos de vocabularios o pantallas terminológicas que emplean cierto tipo de agentes para referirse a determinados fenómenos y, de esta forma, analizar los sistemas de representación subyacentes así como los motivos que configuran formas de actuar particulares. El análisis de clusters supone la finalización de cuatro etapas:

- a. El establecimiento de un término *a priori* de análisis que para el caso de este estudio fue el de *corrupción* en cuanto guió la subsecuente búsqueda de términos relacionados con este fenómeno. De esta manera, se analizaron entrevistas realizadas por *Radio Sonora* a la Vicepresidenta y Presidente de Guatemala en los que explícitamente se hablaba sobre corrupción.
- b. El análisis de términos o vocabularios que, a posteriori, se relacionaron con el término corrupción y que determinaron el establecimiento de pantallas terminológicas significativas. Una vez transcritas las entrevistas hechas a la entonces Vicepresidenta y al Presidente se procedió, de manera inductiva, a identificar términos estrecha y directamente relacionados con corrupción. Tal como explican Lynch (2006) y Foss (1984), en esta fase del análisis retórico de clusters es necesario identificar y clasificar estos términos según la frecuencia e intensidad de su aparición. Dicha frecuencia e intensidad se determinó con relación a la repetición y la carga simbólica de los términos asociados al término corrupción. Como se muestra en la siguiente gráfica y como se explicará más adelante, se encontraron tres grandes clusters de

términos a partir de los cuales se comunica la corrupción: Fraude, democracia e intervencionismo; cada uno de estos clusters contiene, a su vez, sus propios términos definitorios:

Figura 1. Clusters de términos



- a. La identificación de las narrativas y los recursos retóricos que operan al interior de cada pantalla terminológica. Una vez establecidos los clusters, se hizo una nueva lectura para identificar la narrativa que subyacía a cada uno de ellos. Además de reconstruir esta narrativa se analizaron los recursos retóricos a partir de los cuales se presentaban esas narrativas (i.e., acreditación de agentes, maximización, normalización).
- b. El análisis de los programas de acción implicados en cada pantalla terminológica. Finalmente, se realizó una nueva lectura del material transcrito para determinar las acciones que subyacen a cada uno de estos tres clusters.

A continuación se dará cuenta de los resultados de cada una de estas cuatro etapas de análisis.

4. Resultados. Naturaleza, causas y consecuencias de la corrupción en Guatemala

El análisis permitió establecer tres grandes clusters de términos alrededor de los cuales se define, comprende y comunica la corrupción: *Fraude*, *Democracia* e *Intervencionismo*. Según los contextos discursivos en los cuales se inscriben estos clusters es posible afirmar que no todos se encuentran en el mismo nivel o comparten la misma naturaleza, pues mientras que algunos se usan para definir la corrupción, otros emergen para referir sus causas o consecuencias. La narrativa que subyace a estos cuatro clusters y que muestra la manera como estos conjuntos de términos se relacionan entre sí puede leerse de la siguiente manera: la corrupción en Guatemala se constituye como a) un tipo de *Fraude* motivado por vacíos legales, b) cuya recurrencia amenaza seriamente la *Democracia* y c) cuya denuncia y representación es el resultado de estrategias *Intervencionistas* estadounidenses. A continuación se describirá en detalle cada uno de estos clusters.

4.1 La corrupción como fraude

El término *Fraude* da lugar al primer cluster de términos a través del cual se comunica la corrupción y comprende otros términos tales como *Abuso*, *Sistema*, *Ley*, *Vacío* y *Estructura*. Según la narrativa que subyace a este cluster, la corrupción se entiende como un abuso que los individuos hacen del sistema guatemalteco aprovechando los potenciales beneficios que éste ofrece. Estos beneficios son con frecuencia el resultado de vacíos en la *Ley*, la cual no es suficientemente clara y explícita con respecto a lo que los individuos pueden o no hacer. En otras palabras, con base en los discursos estudiados, la corrupción es una invitación que hace el sistema a actuar de determinada manera. Llama la atención que la visión de corrupción que reproducen estos discursos no es la que se usa normalmente para definir este fenómeno, sino que se trata de una visión matizada y moderada que tiende a normalizar la corrupción.

Así, la corrupción no es percibida como un problema moral de valores que lleva a los individuos a actuar de manera no ética; tampoco es comprendida como una contundente e incuestionable violación de la ley. Por el contrario, se presenta como una práctica que es irregular, pero que no viola directamente la ley. En este sentido es definida como un *Abuso* o *Fraude* cuya motivación reside no en el sistema de valores del individuo ni en la justicia o la legislación guatemaltecas, sino en los vacíos del sistema que invitan a realizar estos abusos. El siguiente fragmento de una intervención de Baldetti (2015) ilustra estas ideas:

El sistema está totalmente arruinado, ya no sirve... Aquí podríamos poner a monseñor y el pobre monseñor no podría controlar toda la corrupción que hay por el mismo sistema... Lo único que está haciendo el sistema es arrastrarnos y por mucho que hagamos, por el gobierno que llegue no va poder, de verdad, no va poder y va pasar exactamente lo mismo que paso en este, en el anterior, y en el anterior gobierno con relación a la corrupción.

Como se ejemplifica en el anterior fragmento, la corrupción no es un atributo del comportamiento humano porque incluso una figura religiosa –como sería un monseñor– que se supone reviste e inspira comportamientos éticos, cometería actos de corrupción si llegara a ocupar una posición en el gobierno guatemalteco. Al analizar las intervenciones tanto del Presidente como de la Vicepresidenta puede observarse cómo ambos agentes se presentan como víctimas y, específicamente, como políticos que no hicieron nada que estuviera legalmente prohibido o que fuera distinto a lo que hicieron sus antecesores. Así, la corrupción se comprende en términos de una estructura que favorece un comportamiento abusivo el cual es, a su vez, borroso en su naturaleza pues no tiene las connotaciones graves de violación de ley o de acto anti-ético. El abuso es una exageración o extralimitación de una acción que, en su origen o en menor medida, es permisible y legítima.

4.2 La corrupción como amenaza a la democracia

La referencia a las consecuencias de la realización de estos *Fraudes* o *Abusos* da lugar al segundo cluster de términos cuyo término principal es *Democracia* y el cual comprende un vocabulario como *Respeto*, *Salvaguardar*, *Apoyar*, *Riesgo*, *Quebrantar*, *Defender*, *Retroceso* y *Viabilidad*. Según la narrativa que subyace a este cluster, la principal consecuencia de la corrupción es la amenaza que trae consigo de *Quebrantar* la democracia, de hacer *Retroceder* al país y de poner en *Riesgo* los logros democráticos que ha tenido el país en las últimas décadas. Llama la atención el hecho de que ni Baldetti ni Pérez, en ninguna de sus intervenciones, hacen referencias a las consecuencias económicas (detrimento patrimonial, confianza inversionista), políticas (confianza ciudadana, credibilidad) y cultural (cultura ciudadana) de la corrupción en general y del caso particular de “La Línea”.

Así, ambos agentes presentan la corrupción como amenaza a la democracia en cuanto su denuncia indigna a los ciudadanos y los lleva a movilizarse y a exigir la renuncia de sus Vicepresidenta y Presidente. El siguiente fragmento resume una de las muchas ocasiones en que el Presidente Otto Pérez (2015) invita a los ciudadanos a pensar en la democracia por encima de todo:

Los insto hoy como nunca a defender nuestra incipiente democracia, a ver con optimismo el futuro y hacer las transformaciones profundas del Estado, que nos abran el camino hacia una Guatemala más segura, más justa, más transparente, más participativa y más próspera.

Hay una preocupación por la democracia en todos los discursos de Baldetti y Pérez, lo cual tiene sentido si se considera que la democracia guatemalteca apenas completa 30 años. Por supuesto, esta insistencia en la protección de la democracia puede verse como un llamado de atención para evitar un *Retroceso* del país o puede abordarse como recurso retórico que permite desviar el dis-

curso de la corrupción a la democracia y, por tanto, evadir el tema de los episodios de la corrupción (qué, cómo, cuándo, por qué, quiénes, etc.) y centrarse en un nivel más abstracto de consecuencias de los mismos.

Con relación a este cluster de *Democracia*, pero también al de *Fraude*, tanto Pérez como Baldetti afirman que Guatemala será un país viable tan pronto como se hagan los cambios legislativos necesarios para que la ley sea más fuerte y castigue fuertemente la corrupción. Estos cambios legislativos, afirman ambos, consolidarán la democracia y evitarán que vuelva a estar en riesgo. Una vez más puede verse no sólo que la corrupción es un atributo del sistema (pues los cambios deben hacerse al sistema legislativo y no a los individuos), sino también que su principal amenaza consiste en vulnerar o abandonar el modelo democrático.

4.3 La corrupción como estrategia intervencionista

Como ya se ha mencionado, aunque las autoridades judiciales guatemaltecas denunciaron la participación del gobierno en el escándalo de “La Línea” desde abril de 2015, el Presidente Otto Pérez se negó a renunciar hasta septiembre del mismo año luego de que la Fiscalía lo implicara formalmente en las investigaciones. El análisis muestra cómo a estos dos momentos (antes y después de la renuncia del Presidente) subyacen dos tipos de discursos diferentes sobre su responsabilidad en la corrupción de este país. Así, mientras que el primer tipo de discurso Pérez se centra en negar su participación o conocimiento de cualquier caso de corrupción, en el segundo tipo de discurso se enfoca en atribuir la responsabilidad a terceros. De esta manera, mientras que el Presidente se mantiene en el poder, sus intervenciones se concentran en negar su participación en los casos de corrupción. Sin embargo, al momento de renunciarel énfasis de su discurso se transforma, pues se centra en acusar a los Estados Unidos de implementar estrategias intervencionistas sobre su país y crear un golpe de estado que lo remueva de su posición como Presidente.

Este énfasis en el *Intervencionismo* da lugar al tercer cluster que comprende, además, otros términos tales como *Golpe de Estado Blando*, *Estrategia Intervencionista*, *Heroísmo*, *Imposición*, *Interés Geoestratégico* e *Intereses Particulares*. Según la narrativa que subyace a este cluster, la implicación del entonces Presidente guatemalteco, Otto Pérez, es el resultado de una *Estrategia Intervencionista* estadounidense que tiene como objetivo crear un *Golpe de Estado Blando* que permita a Estados Unidos alcanzar sus objetivos *Geoestratégicos* en el país centroamericano. El siguiente fragmento de Pérez ilustra dicha narrativa:

No es aceptable que en Guatemala se pretenda instalar una estrategia intervencionista que tiene como objetivo dictarnos qué o no hacer y quebrantar la democracia. Si a ciertos sectores de la comunidad internacional y a algunos grupos de poder del país no les parecen adecuados los candidatos a dirigir Guatemala, primero deberán de hacer a un lado sus intereses particulares y por fin, ver por el interés del pueblo y

la nación guatemalteca. Sin duda, tendrán la oportunidad de fiscalizar objetivamente al siguiente gobierno.

Una vez en prisión (preventiva), Pérez da un giro a su discurso a través del cual deja de enfocarse en las explicaciones de los episodios de corrupción relacionadas con la manera como ocurrieron estos eventos y cuál fue su participación en ellos, y se centra en acusar a Estados Unidos de ser el responsable de asociarlo con corrupción. De esta manera, Pérez hace que el sujeto principal del discurso deje de ser él mismo y pase a ser Estados Unidos. Con ello, además, el tema central del discurso deja de ser la corrupción y pasa a ser el intervencionismo estadounidense, lo cual –como se evidenció en el análisis de los medios– tiene el efecto de movilizar la agenda mediática hacia este último tema. Finalmente, a través de la inclusión de este cluster, *Intervencionismo*, Pérez refuerza el cluster *Democracia*, pues presenta el intervencionismo como otra amenaza para la democracia y, más aún, como una amenaza mucho más grave que la corrupción misma.

5. La comunicación retórica de la corrupción

Los clusters *Fraude*, *Democracia* e *Intervencionismo* permiten entonces comprender la manera como se percibe el fenómeno de corrupción en Guatemala. En este sentido es importante aclarar que, más que evaluativo, el análisis retórico de clusters que dio origen a este artículo fue epistémico (Brummet, 1984; Charland, 1987). Es decir, el objetivo principal del análisis no fue el de mostrar qué clusters o términos eran más cercanos a la realidad. Tampoco fue establecer el grado de culpabilidad de la Vicepresidenta y el Presidente Guatemalteco en los actos de corrupción de los que se les acusaba. Por el contrario, el objetivo fue analizar la manera como ellos comunicaron sus ideas y versiones sobre dichas acusaciones de tal manera que parecieran sólidas y creíbles. Al comprender la retórica como un dispositivo de poder (y no como una herramienta de verdad), el objetivo de este estudio fue analizar la manera en que el uso del lenguaje conduce a la formación de ciertas actitudes y acciones hacia este fenómeno. Como se explicó en la anterior sección, desde el punto de vista del análisis retórico, la formación de estas actitudes y la inducción a dichas acciones se estudia a partir del análisis de los recursos retóricos que operan al interior de cada cluster y que, para el caso de este estudio, son fundamentalmente dos: acreditación de agentes y referencia a la evidencia.

Siguiendo las ideas de Potter (1996) la acreditación de agentes puede definirse como el recurso retórico a través del cual los hablantes configuran una imagen discursiva específica para socavar o reforzar determinadas percepciones. En el caso de los discursos de Baldetti y Pérez se encontró que ambos se acreditan como servidores públicos, que trabajan por su país y “que quieren lo mejor para

él”. Como servidores, ambos aseguran que están dispuestos a “sacrificarse” y a “dar la cara ante la justicia”. Su insistencia en respetar la ley y enfrentar los procesos judiciales como cualquier servidor público tiene el efecto discursivo de mostrarlos más cerca del terreno de la ley que del terreno de la corrupción y de presentarlos como servidores más que como abusadores o ladrones.

Sin embargo, cuando los periodistas en las entrevistas analizadas insisten en que Baldetti y Pérez expliquen las razones por las cuales las autoridades judiciales los implican a ambos en los casos recientes de corrupción de su país, ambos agentes reaccionan menoscabando o cuestionando la naturaleza de la evidencia referida por los periodistas. Por ejemplo, cuando se les pregunta por las miles de grabaciones que mencionan su participación en el caso de “La Línea”, tanto Baldetti como Pérez desacreditan las instituciones que presentan la evidencia o cuestionan la objetividad de los agentes que interpretan dicha evidencia. De esta manera, se usa la evidencia para aumentar o disminuir la facticidad de un enunciado sobre corrupción mediante la supresión o adición de elementos contextuales, opiniones sobre las instituciones y calificaciones los agentes implicados en ellas. En la siguiente sección se examinarán los alcances del uso de ambos mecanismos retóricos.

Además de los fragmentos ilustrativos de cada cluster anteriormente citados, la siguiente tabla muestra otros fragmentos que ejemplifican los términos y las narrativas propios de cada cluster:

Tabla 1. Ilustración de términos, narrativas y recursos retóricos de cada cluster

Cluster	Ejemplo*
Fraude	<p>‘La Línea’ pudo haber defraudado al fisco, pero el verdadero fraude está en el casi 50% de la evasión sobre el impuesto a la renta, en la evasión que se hace del más del 40% sobre el impuesto al valor agregado. Bueno y ahí sabemos perfectamente quiénes son los que abusan del sistema. (Otto Pérez)</p> <p>Yo en el discurso [ante el Congreso] dije: tarde o temprano el sistema va a colapsar si no somos capaces de prever y de adelantar los cambios que son necesarios. Y hoy lo estamos viendo lamentablemente: Hoy se están exigiendo los cambios a la ley electoral y de partidos políticos. Hoy se están exigiendo los cambios a la ley de compras y de contrataciones, a la ley de servicio civil, a las leyes de justicia; pero esto lo pudiéramos haber hecho hace tres años, tres años y medio y no ahora que el sistema perdió el control. (Otto Pérez)</p>
Democracia	<p>Yo pasé la última semana como vicepresidenta con una gran angustia porque yo decía que lo que no se vale es perder el orden constitucional tan joven que tenemos en Guatemala, lo que no se vale es que otros grupos políticos se estén aprovechando de esta situación, lo que no se vale es que hagan política conmigo, lo que no se vale es que Guatemala no pueda continuar con el orden de la democracia que nos ha costado tanto. (Roxanna Baldetti)</p> <p>Primero tenemos que mantener la democracia. Eso es vital; no podemos permitirnos retroceder pero, a la par de cambiar el sistema, debemos respetar la democracia; tenemos que ir cambiando el sistema porque si no, lo único que está haciendo el sistema es arrastrarnos. Por mucho que hagamos, el gobierno que llegue no va a poder hacer nada y va a pasar exactamente lo mismo que pasó en este, en el anterior, y en el anterior gobierno, que es la corrupción. (Roxanna Baldetti)</p>

Intervencionismo	<p>Aquí la CICIG ha sido un instrumento que le ha servido a varias personas pero no para fortalecer la justicia... [Sino como] una injerencia de Estados Unidos que fueron los que más presionaron para esto. (Otto Pérez)</p> <p>Me declaro inocente. Yo lo puedo decir con toda la solvencia y con toda la claridad es que hay muchas cosas detrás de todo esto; no es únicamente lo que se vio en la audiencia, es una serie de intereses de otro tipo, yo diría hasta intereses geoestratégicos, no solo en Guatemala, sino que se extienden a Honduras a Salvador. Así que es una cuestión que de verdad hay que verla con la profundidad y de verdad con la visión completa y no únicamente con un foco muy centralizado en donde solo se mira un punto. (Otto Pérez)</p>
<p>* Los fragmentos son citados textualmente de las entrevistas dadas por Pérez y Baldetti a <i>Radio Sonora</i>.</p>	

6. Conclusiones

Después de realizar un análisis retórico de clusters a entrevistas radiales realizadas a la anterior Vicepresidenta de Guatemala, Roxanna Baldetti, y al Presidente, Otto Pérez, se encontró que el discurso sobre corrupción se configura a partir de tres clusters de términos como son Fraude, Democracia e Intervencionismo y que dichos clusters se comunican, fundamentalmente, a través de dos recursos retóricos: la acreditación de agentes y la referencia a evidencias. Cada uno de estos tres clusters de términos opera como una pantalla terminológica a través de la cual se configura el discurso sobre corrupción y se manifiestan los motivos y programas de acción sobre este fenómeno. Este último aspecto, constituye precisamente la cuarta etapa del análisis retórico de clusters descrita en la sección de Metodología, la cual consiste en analizar los motivos o programas de acción que subyacen a cada pantalla terminológica.

En el campo retórico, los motivos (Foss, 1989) se definen a los marcos de orientación que definen ciertas acciones y actitudes ante la corrupción. Usando el clásico y simple ejemplo de Burke: llamar a alguien “mendigo” y usar ese vocabulario para referirse a él implica un programa de acción específico, esto es, tratarlo como tal y ofrecerle limosna o actuar de manera condescendiente. Para el caso guatemalteco puede observarse un motivo subyacente de normalización de la corrupción en el sentido que este fenómeno se presenta como una práctica a) que ocurre con frecuencia independientemente de los sujetos que gobiernen, b) que no constituye una violación a la ley, c) que no se presenta como un comportamiento grave anti-ético, y d) que está mediada por el intervencionismo de países poderosos con intereses en países del tercer mundo. Dicha normalización también es evidente en los recursos retóricos empleados por los hablantes, pues a través de la acreditación de agentes y de la referencia a evidencias, Baldetti y Pérez no sólo minimizan su participación en el caso de “La Línea”, sino que cuestionan las cifras sobre corrupción en general y las investigaciones que adelantan las entidades judiciales sobre este fenómeno.

A esta normalización de corrupción subyacen programas de acción centrados en transformar el sistema que, como repetidamente enfatizan Baldetti y Pérez, es el que invita a la corrupción. Los programas de acción –tal como puede constatar en los discursos– no tienen que ver con cambios educativos, formación de cultura ciudadana, fortalecimiento de la rama judicial, etc., sino con “reformas al sistema”. Paradójicamente, los agentes no especifican ni explican en qué consisten dichas reformas por lo que muestran un programa de acción bastante ambiguo, y lo que podría llevar a intuir que no cambiará mucho la situación frente a la corrupción en este país guatemalteco.

En términos generales puede verse cómo la retórica permite a los agentes asumir diferentes posiciones textuales que, en el caso de la corrupción, les permita condenar este fenómeno y, al mismo tiempo, configurar un discurso que presente como normales las prácticas que otros configuran como corruptas. Así, cuando son acusados de corrupción, los agentes encuentran una manera de rechazar la corrupción y, al mismo tiempo, de presentar versiones creíbles que muestren por qué los actos de los cuales se les acusan no constituyen corrupción como tal.

Indudablemente se trata de un país poco estudiado como es Guatemala y de un fenómeno que requiere muchos más estudios no sólo discursivos y retóricos, sino también políticos, económicos y sociales. Finalmente, se extiende la invitación para seguir fortaleciendo el campo de la retórica bien sea en articulación con los estudios críticos del discurso o como subcampo específico que, aunque está ya bastante consolidado en Estados Unidos y Europa apenas comienza a fortalecerse en América Latina.

Referencias bibliográficas

- Angel, A. & Bates, B. (2014). Terministic screens of corruption: A cluster analysis of Colombian radio conversations. *The journal of Kenneth Burke*, 10. Retrieved from <http://bit.ly/2eR677t>.
- Aristóteles [Aristotle]. (2001). The Rhetoric. In P. Bizzel, & B. Herzberg (Eds.) *The rhetorical tradition: Readings from classical times to the present* (pp. 169-242). Boston: Bedford/St. Martin's.
- Baldetti, R. (2015, Mayo 11). *Entrevista a Baldetti en Radio Sonora* [Video file]. Retrieved from <http://bit.ly/2efrkGi>.
- Bardhan, P. (1997). Corruption and development: A review of issues. *Journal of Economic Literature*, 35, 1320-1346.
- Bates, B. R. (2004). Audiences, metaphors, and the Persian Gulf war. *Communication Studies*, 55(3), 447-463.
- Berthold, C. (1976). Kenneth Burke's cluster-agon method: Its development and an application. *Central States Speech Journal*, 27, 302-309.
- Bizzell, P. & Herzberg, B. (Eds.) (2001) *The rhetorical tradition: Readings from classical times to the present* (pp. 283-338). Boston: Bedford/St. Martin's.

- Breit, E. (2010). On the (re)construction of corruption in the media: A critical discursive approach. *Journal of Business Ethics*, 92, 619-635.
- Brummett, B. (1991). *Rhetorical dimensions of popular culture*. Tuscaloosa: University of Alabama Press.
- Burke, K. (1966). *Language as symbolic action*. California: University of California Press.
- Burke, K. (1969). *A rhetoric of motives*. Berkeley: University of California Press.
- Charland, M. (1987). Constitutive rhetoric: The case of the 'People Québécois.' *Quarterly Journal of Speech*, 73, 133-150.
- Cicero, M.T. (1942). *De Oratore: With English Translation*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- De los Santos, R. (2015). "The future of our history": Rhetorics of transformation and power in Plutarco Elías Calles' 1928 Informe. *Rhetoric Society Quarterly*. Vol. 45, No. 3, pp. 199-211. Recuperado de <http://bit.ly/2eKaJuV>.
- Cloud, D. (1994). The materiality of discourse as oxymoron. *Western Journal of Communication*, 58, 141-163.
- Fairclough, N. (2008). El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: Las universidades. *Discurso & Sociedad*, Vol 2(1) 170-185.
- Foss, S. (1984). Women priests in the Episcopal Church: A cluster analysis of establishment rhetoric. *Religious Communication Today*, 7, 1-11.
- Gamarra, J. (2006). Pobreza, corrupción y participación política: Una revisión para el caso Colombiano. Bogotá: Banco de la República de Colombia, Documentos de trabajo sobre economía regional. Recuperado de <http://bit.ly/2fburnX>.
- Giglioli, P. (1996). Political corruption and media: The Tangentopoli affair. *International Social Science Journal*, 48, 381-394.
- Lynch, J. (2006). Race and radical renamings: Using cluster agon method to assess the radical potential of "European American" as a substitute for "White." *K. B. Journal*, 2. Retrieved from <http://www.kbjournal.org/lynch>.
- Montilla, G.R., & Jackman, R.W. (2002). Sources of corruption: A cross-country study. *British Journal of Political Science*, 32, 147-170.
- Mosca, L.D. & Pistori, M.H.C. (2016). Estudos de retórica e argumentacao: A maioridade do gerar. *Trabalhos Completos ALED. Puebla*, 1(1).
- Multivex Sigma Dos Guatemala (2015). Medición de diciembre radio. Retrieved from <http://bit.ly/2dPSBOK>.
- Pardo, N. (2011). Violencia simbólica, discursos mediáticos y reproducción de exclusiones sociales. *Discurso & Sociedad*, 7(2), 416-440.
- Pérez, O. (2015, Agosto 27). Otto Pérez Molina dice "No renuncio". [Video file]. Retrieved from <http://bit.ly/2e1lryU>.
- Platón [Plato] (2001). Phaedrus. In P. Bizzel, & B. Herzberg (Eds.), *The rhetorical tradition: Readings from classical times to the present* (pp. 138-168). Boston: Bedford/St. Martin's.
- Potter, J. (1996). *Representing reality: Discourse, rhetoric and social construction*. London: Sage.

- Quintiliano [Quintilian] ([1856] 2006). *Institutes of oratory*. L. Honeycutt, Ed., (J.S. Watson, Trans.). Retrieved from <http://rhetoric.eserver.org/quintilian/>.
- Restrepo, J.D. (2005). El escándalo: Una construcción social y política de la corrupción en los medios de comunicación. *Escribanía*, 15, 69-77.
- Ruhl, J.M. (2011). Political corruption in Central America: Assessment and explanation. *Latin American Politics & Society*, 53(1), 33-58. doi:10.1111/j.1548-2456.2011.00108.x
- Solimano, A., Tanzi, V. & del Solar, F. (2008). *Las termitas del Estado: Ensayos sobre corrupción, transparencia y desarrollo*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Torres, E. (2015). Guatemala: La corrupción como crisis. *Nueva Sociedad*, 257, 4-15.
- Ureña, N.E. (1997). Corrupción y ética: Polos opuestos de la misma realidad. En F. Cepeda (Ed.), *La corrupción en Colombia* (pp. 211-231). Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Vargas-Hernández, J. (2009). The multiple faces of corruption: Typology, forms and levels. *Contemporary Legal & Economic Issues*, 3, 269-290.
- Vitale, M.A. (2015). Legitimizing leadership: Argentine president Cristina Fernández de Kirchner's 2007 inaugural address. *Rhetoric Society Quarterly*, 45(3), 250-263.
- Wodak, R., & Meyer, M. (2001). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage.
- Yusha'u, M. (2009). Investigative journalism and scandal reporting in the Nigerian press. *African Journalism Studies*, 30, 155-174.

El discurso del periódico digital mapuche Werken.cl en torno al territorio: una aproximación semiótico-decolonial

The discourse of the mapuche digital media Werken.cl about territory: a semiotic decolonial approach

O discurso do jornal digital mapuche Werken.cl sobre o território: uma aproximação semiótico-decolonial

Juan Alfredo DEL VALLE ROJAS

Universidad de la Frontera, Chile / j.delvalle01@ufromail.cl

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA

Universidad Católica de Temuco, Chile / cmaldonado@uct.cl

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Informe, pp. 329-350)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 04-03-2016 / Aprobado: 26-07-2016

Resumen

Este trabajo busca comprender las tramas de significación presentes en los discursos informativos del periódico mapuche *Werken.cl* en torno al tópico 'territorio', considerando el contexto situacional marcado por el conflicto chileno-mapuche. La semiosis producida en torno al territorio opera como sistema de afirmación de la identidad del pueblo mapuche y como elemento central en el proyecto de reconstrucción de la soberanía mapuche. Los resultados establecen que el tópico territorio se inscribe en un sistema de significación que legitima los procesos de reivindicación y recuperación territorial, como parte de un proyecto político e identitario decolonial y de reconstrucción del país mapuche.

Palabras clave: medios digitales mapuches; territorio; conflicto; semiosis; decolonialidad.

Abstract

This work looks for an understanding of the frames of significance in the informative discourses of the mapuche digital media *Werken.cl* about the topic of 'territory', regarding the situational context of the chilean-mapuche struggle. The semiotics that is produced on territory operates as an affirmative identity system for the mapuche people and as a core element in the sovereignty mapuche reconstruction project. The results hold that the topic of territory is enrolled in a significance system that legitimates the processes of reivindication and territorial recovery as part of a political and identity project of reconstruction of the mapuche country.

Keywords: Mapuche digital media; territory; conflict; semiosis; decoloniality.

Resumo

Este trabalho busca compreender as tramas de significação presentes nos discursos informativos do jornal mapuche *Werken.cl* sobre o tópico 'território', considerando o contexto situacional marcado pelo conflito chileno-mapuche. A semiose produzida em torno ao território opera como sistema de afirmação da identidade do povo mapuche e como elemento central no projeto de reconstrução da soberania mapuche. Os resultados constataam que o tópico 'território' se inscreve em um sistema de significação que legitima os processos de reivindicação e recuperação territorial, como parte de um projeto político e identitário decolonial e de reconstrução do país mapuche.

Palavras-chave: meios de comunicação digitais mapuches; território; conflito; semiose; decolonialidade.

1. Introducción¹

En el marco del conflicto chileno-mapuche, el pueblo mapuche posiciona como uno de los temas centrales de su agenda política e identitaria los procesos de recuperación territorial, reivindicando derechos sobre el control de los territorios que a lo largo de la historia les han sido usurpados como resultado de una política colonial y antindigenista promovida por parte del Estado-nación chileno, desde el siglo XIX hasta nuestros días (Pinto, 2003). Estos procesos de recuperación territorial se anclan en el proyecto político e identitario de dar nuevamente curso a la “soberanía suspendida” (Mariman; Caniuqueo; Millalén & Levil, 2006, p. 253), para afianzar, así, la reconstrucción de la nación mapuche.

Este proyecto requiere ser comprendido a través de la articulación de la dimensión política e identitaria que opera en el trasfondo de la lucha indígena mapuche, puesto que en su imbricación remite al reconocimiento de sus matrices culturales, territoriales y sociales como formas de reconocerse parte de un sistema de identificaciones arraigadas a la memoria colectiva, a la identificación de los abusos coloniales y a la proyección de un futuro que se estructure en correspondencia con un modelo de relación intercultural que no quede supeditado a la matriz colonial de poder.

Como hito de este devenir, los acontecimientos de Lumako efectuados en 1997 (Comuna de la IX Región de La Araucanía) dan cuenta de que la lucha por el territorio responde a un ideario de soberanía sobre aquello que es considerado parte de la cultura, la identidad y la nación, y que, por lo demás, refiere la necesidad de recomponer el territorio usurpado, porque sin “[...] territorio no puede haber autonomía y sin autonomía no puede haber territorio y sin ambos no puede haber ni mundo ni país mapuche” (Tricot, 2009, p. 192).

El fortalecimiento de la identidad étnica y la politización de la cultura confieren al conflicto chileno-mapuche componentes dinamizadores respecto a las estructuras de sentido que rigen el ideario nacional hegemónico como única realidad posible. Nos enfrentamos a un proyecto descolonizador que convoca a desprenderse estructuralmente de los enmarques que, desde el pensamiento unívoco (moderno-colonial), han regido los modelos de relación intercultural, siempre desde un enfoque funcionalista que determina al otro-subalternizado a asumir posiciones de inferioridad y exclusión (Walsh, 2009). Es por ello que desde el pensamiento mapuche se reconoce el valor que estos procesos adquieren en la re-construcción de la nación mapuche como parte de una agenda en la que la descolonización es un imperativo (Nahuelpan, 2012).

Es importante señalar que el movimiento mapuche encuentra en el actual escenario social y cultural diversas posibilidades que tributan a la lucha por su reafirmación identitaria y política. E, indudablemente, en un contexto que

1 El trabajo es parte de las indagaciones teórico-metodológicas vinculadas al Proyecto FONDECYT de Iniciación n° 11140180, titulado: “Apropiación tecnológica, discurso y decolonialidad: la producción informativa digital mapuche en el marco del conflicto Estado-nación y Pueblo mapuche en la región de La Araucanía”.

se define a partir del protagonismo de las informaciones (Castells, 2009), estas adquieren un rol central en el momento de legitimar los propios procesos reivindicativos. Atendiendo a esta premisa, el presente trabajo busca comprender la construcción discursiva en torno al tópico territorio, en tanto dimensión en disputa en el marco del conflicto chileno-mapuche. Este tópico está siendo construido por parte de comunicadores y comunicadoras mapuche considerando las históricas y actuales condiciones de regulación, apropiación y violencia que desde el Estado chileno condicionan las formas de interrelación entre este y el pueblo mapuche. De modo particular, este trabajo analiza el periódico digital *Werken.cl*, que reivindica el territorio mapuche y su cosmovisión, utilizando la producción informativa como una herramienta de reivindicación político-identitaria.

El periódico *Werken.cl* surge en el año 2012 y, según palabras de sus comunicadores, emerge por la necesidad de cubrir los hechos noticiosos que ocurren en las comunidades mapuche y que los medios de comunicación tradicionales hegemónicos no cubren², teniendo como *locus* de enunciación y producción discursiva el Wallmapu³. En este sentido, se ofrece una lectura analítica de los discursos informativos del periódico mapuche *Werken.cl* en torno al tópico 'territorio'. Para ello se ha optado como instrumento metodológico el cuadro semiótico. Este cuadro semiótico posibilita organizar los aspectos de la significación de los relatos a través de un encuadre lógico. No obstante, se genera una ruptura con la dimensión inmanente que promueve el estructuralismo en torno a este método. Proponemos, siempre, considerar las marcas de contexto que intervienen en todo discurso, considerando que toda discursividad es un proceso social anclado a condiciones específicas de producción y recepción (Verón, 1998), con el fin de observar cómo se organizan las tramas de sentido de esta discursividad social.

A modo de supuestos de investigación, se establece que estas noticias se organizan a partir de tres sistemas de significación que operan como núcleos dinamizadores de la trama discursiva de este medio digital:

1. El territorio como despojo.
2. El territorio como soberanía.
3. El territorio como dimensión simbólica de la cultura.

A su vez, desde los aportes del pensamiento decolonial, se ofrece una interpretación que posibilita direccionar una posible ruta de lectura respecto a cómo está siendo construido el territorio a partir de una perspectiva heterónoma. Esto es, reconociendo y legitimando sentidos que buscan ampliar las nociones coloniales que han preponderado en torno al territorio. En efecto, las unidades

2 Para mayor información consultar el sitio www.werken.cl.

3 Nominación que en mapuzungun refiere al territorio que históricamente ha pertenecido al pueblo mapuche.

de análisis que acá se presentan (cuatro) son solo una muestra representativa que ofrece una aproximación panorámica de los resultados globales que se han obtenido. A su vez, cabe señalar que el nivel de análisis semiótico corresponde a uno de los cinco niveles analíticos con los cuales se está trabajando.

2. Aspectos teórico-conceptuales

Con la finalidad de esclarecer las bases teórico-conceptuales que dan cuerpo a este trabajo, se ofrecen tres apartados que posicionan las categorías de territorio, pensamiento decolonial y medios informativos digitales mapuche como ámbitos centrales que deben considerarse a la hora de problematizar el fenómeno en estudio.

2.1 El territorio como elemento de la matriz cultural del pueblo mapuche

Tal como señala Pinto (2003) el pueblo mapuche fue despojado de sus territorios, dado que Chile, al constituirse como Estado-nación, asume que es fundamental para su prosperidad articular la economía a los circuitos del capitalismo, siendo el control territorial y de la población ámbitos centrales para aquel propósito.

Esta situación cobra absoluta nitidez en el marco de la expansión territorial que el Estado-nación gestiona en desmedro del territorio soberano del pueblo mapuche. La ocupación y despojo de las tierras pertenecientes a comunidades mapuche se llevó a cabo como un proceso fundado en la legitimidad de un proyecto de unidad y desarrollo nacional, pero que establece las bases fundacionales del colonialismo interno que el Estado chileno instala en el trato hacia los pueblos indígenas en general, y en desmedro del pueblo mapuche de modo muy particular.

En la actualidad la lucha reivindicativa del pueblo mapuche apunta hacia un proyecto de reconstrucción de tejido soberano, siendo la recuperación territorial uno de las dimensiones centrales de su agenda política e identitaria. Para los mapuche el territorio es un elemento clave para la reconstrucción del país mapuche y una dimensión fundante de su sistema creencial y valórico.

Esta lucha por el territorio, como la denomina Flores (1996), debe asumirse como una agencia de proyección vital para la cultura mapuche. La defensa por el territorio se hace evidente si entendemos que para el pueblo mapuche el territorio se entiende como dimensión simbólica de la cultura, comprendiendo así que este es un elemento central de su identidad, cosmovisión y cultura ancestral, muy distante de la semiosis que desde occidente se atribuye al territorio. Para el mundo occidental el territorio es un espacio geográfico de valor administrativo y económico, supeditado al ideario de soberanía, unidad nacional y mercantilización a través de la explotación de sus recursos naturales. Es por ello que la recuperación de los territorios ancestrales por parte del movimiento mapuche

se expresa como una disputa antagónica a la matriz colonial y capitalista que históricamente ha sustentado el proyecto civilizatorio del occidente global.

Para diversos pueblos indígenas procedentes de *Abya Yala*, el territorio es un elemento central del *Sumak Kawsay*. Esta mirada propia del Buen Vivir está siendo considerada dentro de un proceso de re-conceptualización de desarrollo en algunos países de América Latina, tales como Ecuador y Bolivia, los que han incorporado la noción de Buen Vivir dentro de los planes de (post)desarrollo, objetivos estratégicos, marcos legales e incluso reformulaciones a nivel constitucional (Rodríguez, 2016). Desde esta cosmovisión-otra el entorno debe ser considerado como “un territorio sano y fértil, en donde cultivar lo necesario y de forma diversificada; preservar, cuidar, mantener limpios los ríos, bosques, el aire, montañas; tener un territorio manejado colectivamente, una educación en base a valores propios y una comunicación constante” (Chuji, 2010). Por tanto, se puede señalar que el Buen Vivir es convenido como un concepto holístico enraizado en principios y valores tales como la armonía, el equilibrio y la complementariedad, lo cual, desde el punto de vista indígena, debe guiar la relación de los seres humanos entre ellos, la Madre Tierra y el cosmos (Rodríguez, 2016).

Desde la cosmovisión del pueblo mapuche, el Buen Vivir –que en su lengua es el *Kyme-Mogen*– se concibe como una relación permanente con la naturaleza, en armonía y equilibrio con la Ñuke Mapü, asumiendo una vida sin violencia, con afecto y empatía (Huanacuni, 2010). El *Kyme-Mogen*, como lo señala Massoni (2013), propone como directrices de su filosofía establecer los valores de empatía y respeto, generando relaciones de reciprocidad con la tierra, de modo que no se caiga en una lógica extractivista que deteriore el espacio en el cual la vida se organiza.

Existe el acuerdo de que el territorio para los pueblos indígenas tiene un valor que no se restringe tan solo a lo geográfico y a la concepción de este como propiedad fundada en los modelos occidentales capitalistas de control, explotación y sobreacumulación (Harvey, 2005), ampliándose a niveles simbólicos e identitarios fundados en relaciones de armonía, convivencialidad y desarrollo cultural (Zúñiga, 1998). En este sentido, se puede concordar con la afirmación de Gilberto Giménez (1996), para quien el territorio debe ser comprendido más allá de un enclave físico, articulándose con el ámbito de lo cultural. Para el autor, el territorio es un espacio estructurado y objetivo que se representa cartográficamente, pero existe en la medida en que se valora culturalmente, ya sea como una fuente de recursos económicos, como circunscripción político-administrativa, como medio de subsistencia o como un espacio de inscripción de un pasado histórico y símbolo de identidad socio-territorial. En el caso del pueblo mapuche, su construcción cultural en torno al territorio experimentó un proceso de imposición de repertorios culturales e ideológicos que afectaron sustancialmente los modos de vida y socialización que estos efectuaban en el marco de su territorialidad. El mundo impuesto a través del proceso de conquista y colonización, seguido por la política del despojo efectuada por el Estado-nación

chileno y, actualmente, por las lógicas extractivistas de las forestales transnacionales, refuerzan un imaginario en el cual la propiedad privada, la explotación de recursos y la acumulación de capital se presentan como ejes del desarrollo y la modernización de la nación, marcos de comprensión que se alejan sustancialmente del modo en que el mapuche se relaciona con su entorno territorial; porque, como bien explica Gerardo Zúñiga, el mapuche no tiene incorporado el concepto de “propiedad ni de acumulación de recursos materiales” (Zúñiga, 1998, p. 151).

La disputa en torno al territorio posiciona al Estado nación y al modelo extractivista como actores vinculados a un colonialidad del poder global que articula colonialismo y capitalismo, frente a una lucha reivindicativa mapuche que posiciona al territorio como fuente esencial de vida y de reconstrucción soberana.

En este contexto, los mapuche expresan demandas adscribiéndose a normativas propias de los pueblos indígenas, para así optar por una reivindicación territorial que se relaciona con dos dimensiones: la dimensión del espacio que demanda el uso y manejo de los recursos naturales y la dimensión de los procesos que les permitan controlar su ordenamiento político, económico, social y cultural. Por tanto, el pueblo mapuche exige el derecho a la autodeterminación a través del derecho a la recuperación de las tierras ancestrales usurpadas por el Estado-nación chileno. La reivindicación territorial, en efecto, se torna clave en el proceso de lucha política e identitaria que el movimiento mapuche está efectuando, además de explicitar su profunda conexión y dependencia con su tierra ancestral (Salazar, 2005).

Para Álvaro Bello (2004) el territorio es concebido por el pueblo mapuche como una construcción social que se relaciona con el resultado de distintas formas de apropiación del espacio, del que participan diversos actores. El territorio es un producto social y cultural en donde los mapuche se nutren de su cultura, memoria y experiencias sociales. El significado atribuido al territorio por parte del pueblo mapuche está mediado por la cohesión social. Según afirma Fabien Le-Bonnec (2002), el Estado moderno considera al territorio como un simple espacio administrativo que puede ser subdividido en distintas unidades, tales como: regiones, provincias, ciudades, etc. Por tanto, estos territorios son espacios que el Estado controla y administra junto a sus recursos. Así, entendemos que, de acuerdo a esta visión occidentalizada del territorio, se establece que todos estos espacios territoriales aparecen como recursos para dominar, explotar y transformar, como parte de una racionalidad instrumental anclada al proyecto modernizador impuesto desde los albores del sistema mundo moderno-colonial.

2.2 La opción decolonial

El proyecto decolonial debe ser entendido no como un método para aplicar, sino como un posicionamiento ético y epistémico que posibilita estar y pensar en el

mundo desde el reconocimiento de la colonialidad y la legitimación de los proyectos decoloniales, en tanto instancias de lucha por la liberación de los grupos históricamente racializados y oprimidos por el patrón de poder heterárquico que, durante siglos, la colonialidad ha impuesto sobre una amplia población del planeta. A través de un proceso de “desobediencia epistémica” (Mignolo, 2010) se apela a un desprendimiento de las categorías instaladas por la racionalidad eurocéntrica. Este desprendimiento, parafraseando a Mignolo, conlleva un “nuevo ser, sentir y pensar descolonial” (Mignolo, 2014, p. 63). Por ello, la decolonialidad no consiste en plantear una nueva forma universal que pretenda imponerse como paradigma frente a modos-otros de conocimiento, sino de proyectar una realidad pluriversal en la cual la diferencia no sea más un marcador de exclusión y sometimiento.

El pensamiento decolonial, reconociendo los aportes de la teoría de la dependencia y del sistema-mundo, enfatiza la idea de que el colonialismo en América Latina y el Caribe estableció una división del trabajo entre el centro y las periferias de las capitales, pero, a partir de una lectura heterodoxa respecto a las corrientes marxistas tradicionales, adiciona como eje fundamental de su propuesta la dimensión étnico-racial de las poblaciones (Quijano, 2000). Para Aníbal Quijano, esta dimensión explica los procesos de clasificación y control que se han ejercido sobre los recursos materiales y subjetivos de los sujetos que habitan el plexo subalterno de la diferencia colonial (Mignolo, 2003). A su vez, se señala que estos procesos de fragmentación y exclusión no finalizaron con el fin del colonialismo y la formación de los Estados-nación, sino que siguieron su curso a través de la colonialidad, reconociendo que, en el proyecto de la modernidad, la colonialidad se devela como su eje constitutivo (Mignolo, 2014). Para Quijano, la colonialidad es “uno de los elementos constitutivos y específicos del patrón mundial de poder capitalista. Se funda en la imposición de una clasificación racial/étnica de la población del mundo como piedra angular de dicho patrón de poder, y opera en cada uno de los planos, ámbitos y dimensiones, materiales y subjetivas, de la existencia cotidiana y a escala social” (Quijano 2000, p. 93).

Ante este dispositivo, la decolonialidad surge para intervenir y desmontar la retórica y las gramáticas de la colonialidad ocultas por la modernidad. El sentido del pensamiento decolonial es, justamente, confrontar y desprenderse de aquella matriz epistémica, política y subjetiva impuesta a partir de la conquista y colonización de América y el Caribe.

Para el caso de la investigación en curso, los planteamientos del pensamiento decolonial han posibilitado abrir dos rutas complementarias. Por un lado, contribuyen al desplazamiento epistémico en torno a la comprensión del territorio, posibilitando la apertura hacia aquellos saberes que han sido desplazados por la colonialidad. De ahí la relevancia de comprender los sistemas de significación que se generan en torno al territorio desde formas-otras de construcción de sentidos, las cuales, por lo demás, se constituyen a partir del reconocimiento

de las huellas que la colonialidad ha generado durante el largo proceso que ha experimentado el conflicto chileno-mapuche. Y el segundo eje apunta a que, a partir de la apropiación de su 'caja de herramientas', se posibilita el uso de categorías de análisis que favorecen el levantamiento de propuestas de lectura que en el campo de los estudios comunicacionales no estaban siendo consideradas como 'filtros' de lectura de los discursos procedentes de sujetos subalternizados históricamente por la matriz colonial de poder.

2.3 La producción de medios digitales mapuche

Como respuesta a los regímenes de representación instaurados por los discursos de autoridad en torno a los indígenas, y en consideración a los rasgos que definen la sociedad red y sus posibilidades de autocomunicación (Castells, 2009), han surgido en la región latinoamericana diversas iniciativas de comunicación indígena, las cuales sitúan en la esfera hiper-mediática narrativas procedentes de *locus* de enunciación confrontados a la colonialidad del poder-saber-ser.

Es así que a lo largo del continente se está instaurando una Nación de Nuevos Medios de Comunicación (*New Media Nation*) (Alia, 2004), que surge gracias a la apropiación social de tecnologías efectuadas por grupos pertenecientes a pueblos indígenas y que están produciendo sus propios programas y medios de comunicación, proyectando sus voces más allá de los límites culturales, políticos y geográficos impuestos por el imaginario moderno-colonial. Como vía complementaria a esta noción se encuentran los estudios referidos a los Medios de Comunicación de las Minorías Étnicas (*Ethnic Minority Media*) y los estudios sobre el Periodismo Indígena (Tabares, 2012), que dan cuenta de los procesos de comunicación que se están llevando a cabo por parte de comunicadores indígenas en el marco de los nuevos procesos de socialización que posibilitan los artefactos tecnocomunicativos, contribuyendo a la reafirmación de las identidades inferiorizadas por la colonialidad. Estos medios, en palabras de Murray (2008), nacen como una forma de reacción antagónica a los relatos impuestos por los medios hegemónicos nacionales y transnacionales, los cuales han instaurado una colonialidad del ver (Barriandos, 2011) que opera sobre los modos de representación que se construyen en torno a los otros, en tanto sujetos racializados y alterizados. La colonialidad del ver busca explicar el funcionamiento etnocéntrico que opera en el régimen de visualidad gestado por la modernidad/colonialidad, enfatizando que, en su operatoria, se generan mecanismos de inferiorización de las otredades a nivel racial y epistémico. El rol que los medios de comunicación de masas han tenido al respecto es fundamental (Barriandos, 2011).

Los comunicadores mapuche han sido parte de este proceso de apropiación tecnológica y han logrado situar en internet espacios digitales de diversa índole, situación que es replicada por diversos pueblos indígenas a lo largo de Latinoamérica. Dentro de los estudios revisados, destacan: a) el trabajo de Monasterios (2003) referido al uso de internet por organizaciones indígenas,

enfocado hacia la necesidad de generar políticas comunicativas que atiendan a tal situación; b) el trabajo de Sami Ayriwa Pilco (2000), quien asume el análisis de la problemática indígena respecto a su presencia en internet, para luego elaborar un análisis basado en experiencias llevadas a cabo por grupos indígenas como gestores de sitios web; e) y un amplio número de trabajos referidos al movimiento indígena en México, en particular al movimiento zapatista, donde hemos encontrado los trabajos de Martínez (2001), Froehling (1997) o Gravante (2011), por dar algunos ejemplos.

En el caso de la utilización de plataformas digitales por parte de comunicadores mapuche destaca la utilización de YouTube como plataforma de denuncia y reafirmación política e identitaria (Maldonado, 2011 & 2012a); y la producción de periódicos digitales, tal es el caso del periódico del país mapuche *Azkintuwe*, cuya discursividad se imbrica en las luchas decolonizadoras que se efectúan en contra de las políticas colonizadoras implementadas por el Estado-nación y el sistema jurídico judicial chileno (Maldonado, 2015a, 2015b).

En este contexto, el periódico mapuche *Werken.cl* se nos presenta como una propuesta informativa anclada a los procesos de lucha comunicativa que, desde el Wallmapu, se están llevando a cabo para superar la matriz colonial de poder que ha regido históricamente la relación entre Estado-nación chileno y pueblo mapuche. La elección de este medio responde a dos dimensiones: 1) la ausencia de estudios que aboguen por la comprensión de su propuesta discursiva, considerando que es un periódico de circulación reciente dentro del escenario de los periódicos digitales mapuche; 2) la relevancia que adquiere dentro de su propuesta discursiva el elemento territorial, lo que responde a dos fundamentos explicitados por los propios gestores de este medio: el hecho de que sus comunicadores estén emplazados en las zonas donde el conflicto se materializa, siendo testigos presenciales del acontecer noticioso que se construye en los relatos; la valorización que otorgan al territorio como elemento cultural y político estratégico en el proceso de reconstrucción del país mapuche.

Las diversas aproximaciones al estudio de la discursividad mapuche de carácter digital (Maldonado 2010; 2011; 2012a; 2012b; 2015a; 2015b y Maldonado & Del Valle, 2011 & 2013) dan cuenta de que estamos en presencia de narrativas hipertextuales que tensionan el discurso hegemónico que ha contribuido a reproducir, a lo largo de la historia, el imaginario colonial que sitúa al pueblo mapuche como otro radical respecto a la identidad chilena. Estos procesos de producción informativa por parte de comunicadores indígenas cobran completa relevancia en el marco del conflicto al cual se ha aludido, puesto que instauran formas de comprensión de la realidad que históricamente han sido silenciadas y/o excluidas.

Los discursos sociales de los medios informativos mapuche dan cuenta de lo que Angenot (1998) define como heteronomía, quien lo entiende como “hechos que se situarían fuera de la aceptabilidad y de la inteligibilidad normal instituidas por la hegemonía” (Angenot, 1998, p. 31). La función performativa de esta

discursividad es complementar las luchas político identitarias que, desde diversas organizaciones y actores mapuche, se están efectuando para desarticular la matriz colonial de poder que ha regido la relación entre Estado-nación chileno y pueblo mapuche.

3. Metodología

La metodología para esta investigación es analítico-interpretativa. Se utiliza como modelo analítico el cuadro semiótico (Giroud & Panier, 1988), cuya matriz explicamos a continuación:

Nivel de Análisis: Del nivel lógico-semántico o semiótico (Del Valle, 2006, p. 170).						
A	NO A	B	NO B	Contra-riedad	Contra-dicción	Complemen-tariedad
Corresponde a lo que el relato presenta como una "esencia".	Corresponde a la negación de la anterior.	Corresponde a lo que el relato presenta como una alternativa a la "esencia".	Corresponde a la negación de la anterior.	Corresponde a lo que el relato presenta como una "esencia".	Corresponde a la negación de la anterior.	Corresponde a lo que el relato presenta como una alternativa a la "esencia".

El cuadro semiótico "presupone la existencia de un nivel profundo que articula unos valores elementales de significación. Estos se encuentran proyectados en el desarrollo del texto mediante la organización narrativa y asumidos por las figuras del elemento discursivo" (Giroud & Panier, 1988, p. 23-24).

Este instrumento permite, entonces, conectar de manera lógica los elementos de sentido que proyectan la comprensión de la macroestructura textual. Sin embargo, a diferencia de los postulados que abogan por una aplicabilidad basada en la inmanencia del texto, en cuanto microuniverso semántico que responde a gramáticas de coherencia interna, desde la perspectiva de la complejidad se aboga por la introducción de elementos contextuales. Del Valle señala que esta opción "trata de abrir las posibilidades de presencia de elementos del contexto en determinados tipos de discurso público y, precisamente, es el paso de un nivel a otro el que permite comprender mejor los discursos dominantes y emergentes, y enfrentar las complejidades de los discursos" (Del, Valle, 2006, p. 170).

Respecto a la dimensión interpretativa, se recogen las estructuras argumentativas y categorías conceptuales que dan cuerpo a la propuesta que ofrece el giro decolonial, con el propósito de utilizarlas como 'filtros' de lectura de los resultados obtenidos a través de la aplicación del cuadro semiótico. En otras palabras, sirven como un sistema de decodificación de los datos obtenidos.

El medio digital seleccionado es el periódico digital mapuche *Werken.cl*, debido a que este medio se encuentra vinculado directamente al territorio e inserto en el espacio de las comunidades mapuche como testigo presencial del conflicto chileno-mapuche, colaborando con la reivindicación del movimiento mapuche en su lucha por la reconstitución del Wallmapu. Adicionalmente se utilizaron criterios de selectividad como son: emplazamiento territorial en el Wallmapu, comunicadores procedentes del pueblo mapuche, actualización permanente de su sitio web, actores entrevistados en el marco del proyecto Fondecyt n° 11140180.

Con relación a las unidades de análisis, estas corresponden a un corpus seleccionado durante el año 2015. La elección del corpus estará sustentada en los siguientes criterios de selección. Tematización: conflicto Estado-nación y pueblo mapuche en la Región de La Araucanía; tópico: territorio; géneros periodísticos: textos informativos noticiosos.

De un total de 24 noticias seleccionadas, se optó por exponer una muestra de cuatro unidades, seleccionadas a través de un muestreo aleatorio simple.

4. Propuesta analítico-interpretativa: el análisis semiótico

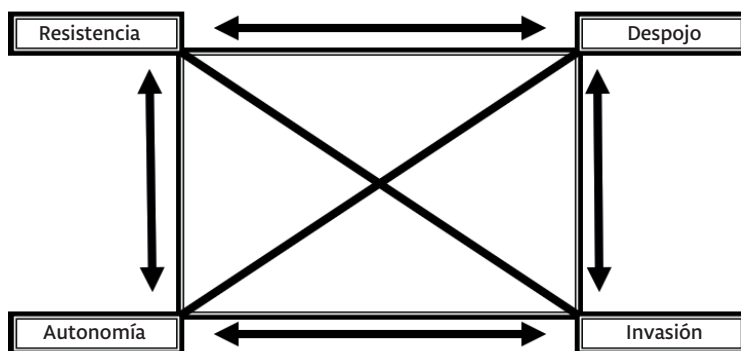
A continuación, se presentan los análisis de las cuatro noticias extraídas del periódico digital mapuche *Werken.cl*.

4.1 Texto n° 1

Título: Comunidades Mapuches del Pilmaiken advierten que defenderán el espacio sagrado amenazado por central Hidroeléctrica.

Link de consulta: <http://bit.ly/2eRIGuD>.

Fecha: 17/03/2015 N° edición: 27



La contradicción resistencia-invasión corresponde al intento de las comunidades y el movimiento autónomo mapuche de resistir frente a los intereses de la empresa Pilmaiken por instalar una central hidroeléctrica en sus espacios sagrados. Por su lado, la empresa y las autoridades del Estado chileno perciben esta resistencia como una mera invasión a los espacios privados, por lo que su reacción inmediata es desalojarlos de los predios (contrariedad resistencia-despojo). Luego, en el eje de complementariedad resistencia-autonomía, las comunidades y los grupos autónomos defienden su autonomía como pueblo y mantienen ocupado el espacio como estrategia de rechazo a los intentos por instalar la central hidroeléctrica.

Además, surge el eje contradicción autonomía-despojo, el cual corresponde a la completa vulneración de los derechos ancestrales del pueblo mapuche, correspondientes al resguardo de sus espacios sagrados y ceremoniales, de los que fueron despojados. Lo anterior, torna lógico el eje de complementariedad autonomía-invasión, debido a que el Estado chileno estima que la ocupación de los predios no corresponde a derechos reivindicativos, sino a un hecho delictual en donde un grupo de manifestantes ocupa ilegalmente un terreno privado.

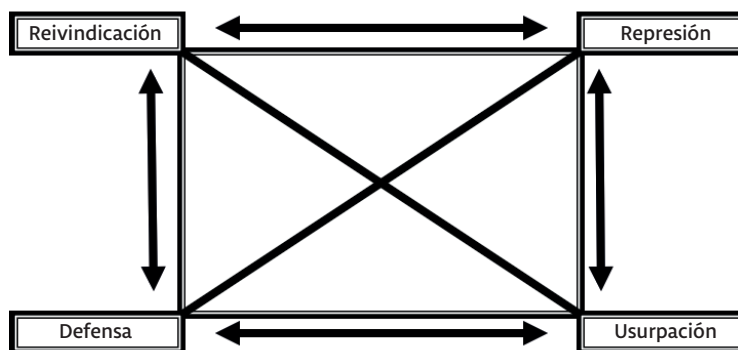
Por último, tenemos el eje complementariedad invasión-despojo, que se refiere a la determinación de las comunidades mapuche de ocupar los territorios de los cuales fueron despojados en el pasado por parte del Estado-nación chileno. El despojo es visto como una invasión del territorio privado por parte de las autoridades chilenas y no como un proceso de reivindicación de los espacios usurpados al pueblo mapuche.

4.2 Texto n° 2

Título: Varios comuneros Mapuches resultan detenidos tras una reivindicación Territorial

Link de consulta: <http://bit.ly/2eRHCXJ>.

Fecha: 20/04/2015 N° edición: 49



El eje contradicción reivindicación-usurpación se puede evidenciar en la ocupación del fundo Huichahue por parte de comuneros mapuche del sector, quienes justifican dicha acción como una legítima acción de reivindicación de los territorios que les fueron usurpados. Ello produce la reacción del Estado chileno, lo cual es posible identificar en el eje de contrariedad reivindicación-represión, presente en los métodos violentos y el ejercicio del poder (estatal-colonial) con el cual las fuerzas policiales responden al proceso reivindicativo, con el fin de impedir la ocupación de predios privados. De lo anterior se desprende el eje contradicción defensa-represión, correspondiente a la denuncia de los comuneros mapuche frente a la violencia y represión que sufren los detenidos durante la acción de ocupación del predio, los que señalan que las fuerzas policiales reprimen y torturan a los detenidos por un hecho que las comunidades mapuche consideran como un proceso de defensa del territorio mapuche que les fue usurpado. En el eje de complementariedad reivindicación-represión, los actos de ocupación de los comuneros mapuche se presentan como una forma legítima de presionar al Estado chileno sobre la devolución de los terrenos. Pero sus acciones reivindicativas son inmediatamente reprimidas por el Estado.

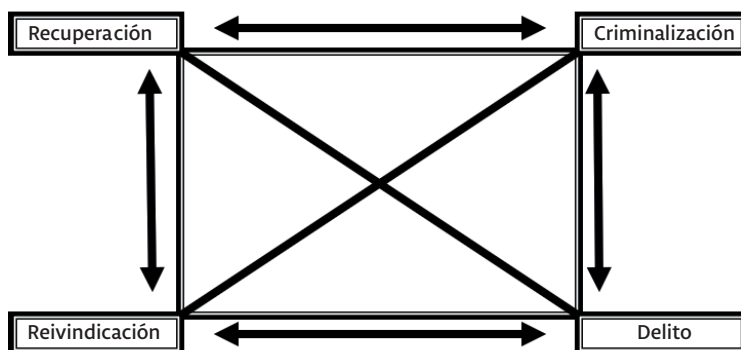
Finalmente, el eje complementariedad defensa-usurpación se entiende como el resguardo del Estado chileno hacia los latifundistas que, desde la historia colonial, han accedido a estos territorios bajo la lógica del progreso nacional en desmedro de un proceso de construcción de un espacio de relaciones interculturales.

4.3 Texto n° 3

Título: Más de 50 comuneros mapuche se toman predio de colonos y particulares en Ercilla

Link de consulta: <http://bit.ly/2fklGqL>.

Fecha: 04/05/2015 N° edición: 58



El eje contradicción recuperación-delito refiere la diferencia en las posturas respecto a temas territoriales. Los mapuches se presentan como agentes que legitiman las ocupaciones de los predios usurpados. Por su parte, el Estado chileno entiende la ocupación como actos delictuales. Surge el eje de contrariedad recuperación-criminalización. La recuperación es delito y, por tanto, se criminaliza la protesta social mapuche. El eje de contradicción reivindicación-criminalización posiciona la colonialidad en términos de aparato legal (la aplicación de la ley antiterrorista u otra ley como instrumento de sometimiento para anular los procesos reivindicativos). Debido a esto, surge la contrariedad reivindicación-delito, en donde el Estado chileno asume las manifestaciones como acciones delictuales y no como un proceso reivindicativo de tierras que responde a una política del despojo. El eje complementariedad recuperación-reivindicación corresponde a los hechos de ocupación de predios y tierras privadas por parte de comunidades mapuche, entendiéndose como un acto de reivindicación político-identitaria.

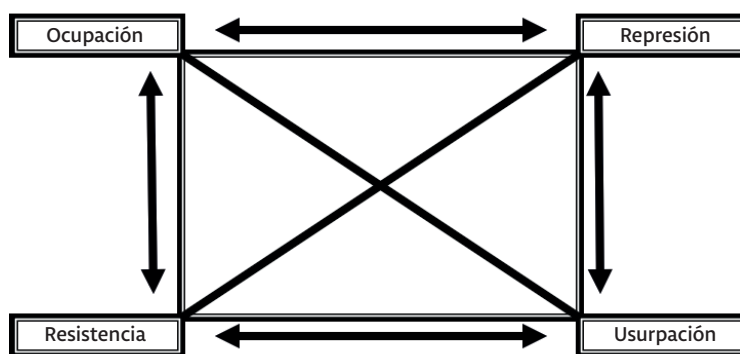
El eje de complementariedad criminalización-delito se entiende como la respuesta generada por parte del Estado chileno, al considerarlos como ocupaciones ilegales y violentas, lo cual legitima su proceder a través de la represión y criminalización de los comuneros mapuche.

4.4 Texto n° 4

Título: Comunidad mapuche Lleupeco Wenteché se toma predios usurpados por la familia Luchsinger

Link de consulta: <http://bit.ly/2dMJfId>.

Fecha: 12/05/2015 N° edición: 66



El eje contradicción ocupación-usurpación se presenta en los sucesos relacionados con la ocupación de los predios por parte de las comunidades mapuche con la finalidad de legitimar su derecho a reivindicar el territorio usurpado por el Estado chileno. Esto conlleva el surgimiento del eje complementariedad ocupación-resistencia, donde las comunidades mapuche se proponen ocupar

los predios y tierras de forestales y privados con el objetivo de resistir y visibilizar el actual escenario en el que el Estado-nación chileno no reconoce su política de despojo.

El eje contrariedad ocupación-represión posiciona la ocupación como un acto de reivindicación territorial legítimo, pero reprimido por las fuerzas policiales del Estado chileno.

El eje de contradicción resistencia-represión dinamiza la defensa del Estado chileno hacia los dueños de los fundos, entendiendo el acto de reivindicación como un hecho delictual y no como un conflicto político-cultural. El eje de contrariedad resistencia-usurpación se reconoce cuando el actor de la comunidad mapuche exige al Estado solucionar el problema del conflicto territorial, catalogándolo como responsable de la usurpación.

La respuesta del Estado chileno es la represión, de ahí la cohesión y coherencia del eje de complementariedad represión-usurpación.

5. Análisis interpretativo. Una lectura decolonial

El propósito de esta interpretación es generar una propuesta de lectura fundada en los argumentos y categorías que dan cuerpo al pensamiento decolonial, pues entendemos que esta propuesta ética y epistémica ofrece herramientas de análisis que tributan a re-leer el conflicto chileno-mapuche desde el reconocimiento de la colonialidad y la legitimación de las praxis que luchan por resignificar los horizontes de sentidos anclados al pensamiento moderno-colonial (Maldonado, 2015).

A su vez, para dar cuenta de los supuestos de investigación declarados al inicio de este trabajo, se procederá a generar la interpretación de los resultados vinculados con cada uno de estos, pues al ser presentados como nodos de significación, posibilitan ofrecer un panorama global del proceso gracias a la posibilidad de articular los resultados de manera integral en cada uno de estos ejes.

5.1 El territorio como despojo

Este eje de significación es el que permite establecer las relaciones tensas entre el sistema actor Estado-nación y el sistema actor pueblo mapuche. Dado los procesos de usurpación territorial llevados a cabo por la política colonial chilena, este eje emerge como el generador de una semiosis vinculada a la denuncia de la colonialidad y la proyección de la soberanía mapuche como proyecto descolonial.

Los resultados obtenidos a través del análisis explicitan un proceso histórico que ha regido la relación entre Estado-nación chileno y pueblo mapuche. Pinto (2003) y Bengoa (1996) establecen que, desde los albores de la conformación del Estado-nación chileno, su relación con el pueblo mapuche ha estado caracterizada por una política del despojo, siendo la dimensión territorial el eje

central de estos procesos. Desde la intelectualidad mapuche (Nahuelpan, 2012; Mariman *et al.*, 2006), el despojo se asume como parte de una matriz colonial estatal que ha operado a nivel estructural, tanto en el plano material como subjetivo de la población mapuche: “referirnos a la formación del Estado vinculada a continuos procesos de despojo [que remiten] tanto a la acumulación de poder político, económico y/o simbólico de orden colonial, derivados de un acto de conquista y de prácticas de desposesión territorial o material que lo hicieron o hacen posible” (Nahuelpan, 2012, p. 126).

En la actualidad, la defensa y recuperación territorial es un imperativo asumido por los pueblos indígenas que habitan América Latina. Estos procesos de reafirmación política e identitaria dan cuenta de la creación de un nuevo sentido de pertenencia que se asume como “proyecto de vida colectivo” (Escobar, 2010, p. 79) a partir de “identidades basadas en lugar” (Escobar, 2005, p. 22). En este escenario, los comunicadores mapuche generan una discursividad social que se adscribe a las luchas por la recuperación territorial, en tanto el territorio se concibe como un elemento central de construcción político-cultural para el logro de la soberanía y la reconstrucción del país mapuche.

5.2 El territorio como soberanía

El despojo efectuado por el Estado-nación chileno es la evidente manifestación de la colonialidad del poder operando al nivel del control territorial mapuche; irrumpiendo, a su vez, en dimensiones organizativas, rituales, espaciales, simbólicas, subjetivas, entre otras. En otras palabras, la usurpación del territorio no es una acción que se desligue de otros mecanismos de sumisión y control, sino que es parte de un sistema de dominación heterárquico⁴ (Kontopoulos, 1993; Grosfoguel, 2002 & 2005).

Una lectura decolonial de los discursos informativos mapuche del periódico *Werken.cl* en torno al territorio posibilita comprender que la semiosis social que en ellos se configura trasciende el plano oposicional, o de denuncia, respecto a los dispositivos de regulación que desde el Estado-nación se ejercen. Estos discursos dan cuenta de una narrativa heterónoma que, al enfrentar los regímenes de representación sobre su mismidad e historicidad, valida sistemas de significación autorreferenciales que diversifican el campo de la representación en torno a sí mismos y su vinculación con el territorio. Si bien la proyección del relato sitúa al territorio como dimensión central de la reconstrucción de la soberanía mapuche, esto, a su vez, está desestabilizando el modelo monotópico impuesto por la colonialidad ejercida por el Estado-nación chileno, pues la recuperación territorial y soberana es la posibilidad de legitimar la diferencia y, por ende, de afectar los esquemas unívocos de representación, apostando por la pluri-versalidad de los horizontes de sentido y de convivencialidad.

4 El concepto de heterarquía se refiere a la articulación de múltiples jerarquías y no a un determinismo que opere desde una estructura de poder sobre otras.

5.3 El territorio como dimensión simbólica de la cultura

Este eje se reconoce en los discursos que sitúan la recuperación territorial en asociación a aspectos que dan sentido a la matriz cultural mapuche: espacios ceremoniales, formas de organización social, sistemas rituales, vinculación sujeto-naturaleza. Este punto es importante porque permite evidenciar atribuciones de sentido respecto al territorio que resignifican las lecturas instrumentales y desarrollistas que el imaginario colonial-capitalista ha logrado consolidar respecto al territorio (espacio de explotación, acumulación, administración, entre otros).

El territorio para el pueblo mapuche es un elemento central de su identidad, cosmovisión y cultura. La relación entre sujeto y entorno se comprende bajo una lógica de reciprocidad, equilibrio y armonía entre el ser y la Ñuke Mapu (Madre Tierra). Es por ello que los relatos que aluden a la recuperación territorial atomizan significados que complementan la lucha política por medio de elementos presentes y ausentes, o sea, como sistemas de significación que pueden explicitarse en el relato o que pueden construirse a partir de procesos de inferencia y contextualización que legitiman los rasgos de especificidad de la cultura mapuche.

Es relevante destacar que estos sistemas discursivos logran intencionar esquemas interpretativos que requieren de una “competencia comunicativa intercultural” (Rodrigo, 1999, p. 9). No obstante, exigen que esta competencia intercultural esté adscrita a una concepción de la interculturalidad crítica, en los términos propuestos por Walsh (2009); o sea, legitimando las apuestas de transformación del orden colonial que provienen desde los grupos históricamente subalternizados. Este transitar hacia la interculturalidad crítica complejiza la propuesta de Rodrigo Alsina (1999), al requerir de un compromiso ético que da cuenta de subjetividades políticas que no solo reconocen e interactúan con el otro, sino que se constituyen en conjunto como sujetos de la diferencias y como sujetos que apuestan por la transformación del orden colonial.

6. Conclusiones

Los procesos reivindicativos territoriales que están llevando a cabo los colectivos mapuche pertenecen a un proyecto político-identitario que busca la reconstrucción de la nación mapuche. Estos procesos reivindicativos están siendo ejecutados por comunicadores y comunicadoras mapuche, quienes buscan instaurar nuevas formas de comprensión de la realidad a través de una discursividad social que históricamente ha sido silenciada y/o excluida por la colonialidad ejercida por el Estado-nación chileno.

El caso del periódico digital *Werken.cl* manifiesta formas-otras de comprensión respecto al territorio, alternativas a los modos de racionalidad impuestos por el proyecto modernizador y desarrollista del Norte-global.

En el análisis de la noción del ‘territorio’ presente en las noticias del periódico digital mapuche *Werken.cl* se reconoce que en su discursividad operan tres sistemas de significación (que operan como núcleos dinamizadores de la trama discursiva): (1) el territorio como despojo, explicitado en la histórica relación entre Estado-nación chileno y pueblo mapuche, dando cuenta de una política del despojo fundada en la matriz colonial estatal; (2) el territorio como soberanía, eje a través del cual se organiza en el discurso la dimensión político identitaria de reconstrucción del país mapuche, proyectando nuevas lógicas de relación entre Estado chileno y pueblo mapuche; (3) y el territorio como dimensión simbólica de la cultura, ámbito de la significación que trasciende las lecturas instrumentales y desarrollistas que el imaginario colonial-capitalista ha logrado consolidar respecto al territorio como espacio de explotación, acumulación y administración, ofreciendo perspectivas que resignifican el ‘territorio’ desde matrices culturales que ordenan la cosmovisión mapuche.

En síntesis, el periódico *Werken.cl* diseña un sistema de significación en torno al territorio que legitima los procesos de reivindicación y recuperación territorial como apuesta de un proyecto decolonial, cuyo propósito es transformar el sistema de relaciones impuesto por la colonialidad. En este sentido, es importante señalar que los discursos no funcionan solamente como fuerzas de sentido en oposición a los relatos que desde las instituciones chilenas sostienen el imaginario colonial que ha perdurado en torno al mapuche. Es de crucial importancia establecer que la dimensión heterónoma de esta discursividad introduce en los canales de flujo informativos de la sociedad hipermediatizada sistemas de significación que contribuyen a reconocer la existencia legítima de *locus* de enunciación que, desde la exterioridad constitutiva del sistema de mando colonial, abren la semiosis social para dar cabida a formas-otras de construcción de realidades. Desde lo que se dice y desde los silencios, estos discursos están contribuyendo a redefinir los regímenes de representación sobre el pueblo mapuche y a proyectar modelos relacionales superpuestos a la exclusión.

Referencias bibliográficas

- Angenot, M. (1998). *Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias*. Universidad Nacional de Córdoba: Córdoba.
- Alia, V. (2004). *Media ethics and social change*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Bello, A. (2004). Territorio, Cultura y acción colectiva indígena: algunas reflexiones y representaciones. En: José Aylwin (Ed.). *Derechos humanos y pueblos indígenas, tendencias internacionales y contexto chileno*, Temuco Chile, Institutos de Asuntos Indígenas, WALIR, IGWIA, 2004, pp. 96-111.
- Bengoa, J. (1996). *Historia del Pueblo mapuche (Siglos XIX y XX)*. Ediciones Sur: Santiago de Chile.

- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castro-Gómez, S. & Grosfoguel, R. (2007). *El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. Bogotá: Siglo del Hombre editores.
- Chuji, M. (2010). Sumak Kawsay versus desarrollo. Conferencia durante el VI Encuentro de la Coordinadora asturiana de ONGD, Oviedo, España.
- Del Valle, C. (2006). *Comunicación participativa: Estado-nación y democracia. Discurso, tecnología y Poder*. Temuco: UFRO.
- Escobar, A. (2005). *Más allá del tercer mundo. Globalización y diferencia*. Bogotá: ICANH.
- Escobar, A. (2010). *Territorios de diferencia: Lugar, movimientos, vida, redes*. Bogotá: Envión Editores. Disponible en <http://bit.ly/2cBWnLL>.
- Flores, J. (1996). Estado y sociedad mapuche: el caso de la comunidad José Llancao. *Pentukun*, pp. 29-48.
- Froehling, O. (1997). The Cyberspace 'War of Ink and Internet' in Chiapas, Mexico. *Geographical Review*, n° 2, vol. 87, pp. 291-307.
- Giménez, G. (1996). Territorio y Cultura. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 2, pp. 9-30.
- Giroud, J. C. & Panier, L. (1988). *Semiótica*. Pamplona: Verbo Divino.
- Gravante, T. (2011). Medios alternativos de comunicación y prácticas de Net Activismo. Un estudio de casos: la insurgencia popular de Oaxaca. *Revista Redes. com*, n° 6, pp. 159-180.
- Grosfoguel, R. (2002). Colonial Difference, Geopolitics of Knowledge and Global Coloniality in the Modern/Colonial Capitalist World-System, *Review*, vol. 25, n° 3, pp. 203-24.
- Grosfoguel, R. (2005). The implications of Subaltern Epistemologies for Global Capitalism: Transmodernity, Border Thinking and Global Coloniality. En Appelbaum, R.P. & Robinson, W.I. (Eds.). *Critical Globalization studies*, New York / London: Routledge.
- Harvey, D. (2005). *El "nuevo" imperialismo: acumulación por desposesión*. Buenos Aires: CLACSO.
- Huanacuni, F. (2010). *Buen Vivir / Vivir Bien. Filosofía, políticas, estrategias y experiencias regionales andinas*. Lima: Coord. Andina de Organizaciones Indígenas - CAOI.
- Kontopoulos, K. (1993). *The Logic of Social Structures*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Le-Bonniec, F. (2002). Capítulo 2: La identidades territoriales o Como hacer historia desde hoy día. En Morales, R. (Comp.). *Territorialidad mapuche en el siglo XX*. Temuco, IEI-UFRO: Ediciones Escaparate, 2002. Pp. 31-49.
- Maldonado, C. (2010). La producción de sitios web mapuches como discurso público hipermedial mapuche en su carácter de comunicación intercultural mediatizada y su vinculación con la exomemoria en un proyecto de transculturación a través de redes digitales. *Razón y Palabra*, 71.

- Maldonado, C. (2011). Narrativa hipertextual mapuche: Emplazamiento y reivindicación cultural en Youtube. *Revista de Comunicación de la SEECI* N° 26, pp. 62-70.
- Maldonado, C. (2012a). Narrativa audiovisual mapuche en Youtube: Subalternidad en la red global. *Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura*, 10, pp. 547-557.
- Maldonado, C. (2012b). Narrativa hipertextual mapuche: reconstrucción contra-hegemónica del archivo mnémico. *Perspectivas de la Comunicación*, 5(1), pp. 17-26.
- Maldonado, C. (2015a). Decolonialidad en las redes virtuales: el caso de Azkin-tuwe. FELAFACS.
- Maldonado, C. (2015b). Decolonialidad, tecnología y comunicación. Un estudio de caso. *Diálogos*, Edición especial: VII Premio Latinoamericano de Maestría y Doctorado de Comunicación, pp. 1-27.
- Maldonado, C. & Del Valle, C. (2011). Discurso público hipertextual mapuche: Aproximaciones teórico-conceptuales. *Question*, 1(31).
- Maldonado, C. & Del Valle, C. (2013). Medios de comunicación y narrativas hipertextuales: lógicas desplazamiento del “conflicto mapuche” al espacio virtual. *Andamios*, 22, pp. 283-303.
- Mariman, P.; Caniuqueo, S.; Millalén, J. & Levil, R. (2006). *Escucha winka. Cuatro ensayos de Historia Nacional mapuche y un epílogo sobre el futuro*. Santiago: LOM Ediciones.
- Martínez, M. (2001). Civil society, the internet and Zapatistas. *Peace Review* n° 13:3, pp. 347-355.
- Massoni, A. (2013). *El buen vivir para el Pueblo mapuche*. Recuperado de <http://bit.ly/2eLg3kP>.
- Mignolo, W. (2003). Historias locales/diseños globales. Colonialidad, conocimientos subalternos y pensamiento fronterizo.
- Mignolo, W. (2010). *Desobediencia epistémica. Retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad y gramática de la descolonialidad*. Buenos Aires: Ediciones del Signo.
- Monasterios, G. (2003). Usos de internet por organizaciones indígenas (OI) de Abya Yala: para una alternativa en políticas comunicacionales. *Revista Comunicación*, n° 122, pp. 60-69.
- Murray, C. (2008). Media infrastructure for multicultural diversity. *Policy Options*, 29(4), pp. 63-66.
- Nahuelpán, H. (2012). Formación colonial del estado y desposesión en Ngulupamu.. En A.A.V.V. *Ta ñ fijke xipa rakizuameluwun. Historia, colonialismo y resistencia desde el país mapuche*. Temuco: Ediciones Comunidad de Historia mapuche, pp. 123-156. Disponible en <http://bit.ly/2eWtMBI>.
- Pilco, S.A. (2000). La red Internet y los Pueblos Indígenas de América Latina: Experiencias y perspectivas. Tesis para optar a Maestría, Universidad de Bergen, Recuperado de <http://bit.ly/2eg1r9m>.

- Pinto, J. (2003). *La formación del Estado, la nación el pueblo mapuche. De la inclusión a la exclusión*. Santiago de Chile: DIBAM.
- Quijano, A. (2000). Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina. En Edgardo Lander (Comp.). *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas Latinoamericanas*. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Rodrigo, M. (1999). *La Comunicación intercultural*. Barcelona: Anthropos.
- Rodríguez, L. (2016). Historical Reconstruction and Cultural Identity Building as a Local Pathway to “Living Well” amongst the Pemon of Venezuela. En White, S. C. & Blackmore, Ch. (Eds.) (2016). *Cultures of Wellbeing: Method, Place, Policy*. Pallgrave MacMillan.
- Salazar, J. (2005). Indigenous media in Latin America. *Códigos: Revista del Departamento de Ciencias de la Comunicación*, 1(2), pp. 51-68.
- Tabares, G. (2012). *Periodismo Indígena La minga de pensamientos y acciones sobre la comunicación indígena*. Ecuador: FLACSO.
- Tricot, T. (2009). El nuevo movimiento mapuche: hacia la (re)construcción del mundo y país mapuche. *Polis*, 8, 24, pp. 175-196.
- Verón, E. (1998). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- Walsh, C. (2009). *Interculturalidad, Estado, Sociedad. Luchas (de) coloniales de nuestra época*. Quito: UASB-Abya Yala.
- Zúñiga, G. (1998). Los procesos de constitución de Territorio Indígenas en América Latina. *Nueva Sociedad*, 53, pp. 141-155.

La narrativa urbana de Popayán (Colombia) en la primera mitad del siglo XX. Entre la hidalguía y el patriciado

Popayán (Colombia) urban narrative in the first half of the twentieth century. Between the Nobility and the Patriciate

A narrativa urbana de Popayán (Colômbia) na primeira metade do século XX. Entre a fidalguia e o patriciado

Alexander BUENDÍA ASTUDILLO

Universidad del Cauca, Colombia / abuendia@unicauca.edu.co

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Informe, pp. 351-367)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 04-03-2016 / Aprobado: 26-07-2016

Resumen

Partiendo de los conceptos de ciudad hidalga y ciudad patricia que expone José Luis Romero en su obra *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*, este trabajo aborda cómo se constituyó la narrativa urbana de Popayán (Colombia) en la primera mitad del siglo XX. Para el análisis se toma como base el ensayo de carácter histórico originado en la ciudad y que, a la postre, se convirtió en fuente esencial de la narrativa urbana tradicional de la misma. Esta narrativa ha operado en la lógica de un pensamiento hegemónico y eurocéntrico, donde el discurso colonial sigue estando presente y latente en las diversas formas en que se asume y se nombra a la ciudad.

Palabras clave: narrativa; Popayán; hidalguía; patriciado.

Abstract

Based on the definitions of noble city and patrician city presented by José Luis Romero in his book *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*, this research focuses on how was constructed Popayan Urban Narrative in the first half of twentieth century. The analysis is rooted in the historical essay originated in the city which, eventually, became in an essential source for the traditional urban narrative in the City. This narrative has operated in the logic of a hegemonic and eurocentric thought, where the colonial discourse is still present and latent in the various forms in which the city is recognized and named.

Keywords: narrative; Popayan; nobility; patriciate.

Resumo

Partindo dos conceitos de cidade fidalga e cidade patricia propostos por José Luis Romero em sua obra *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*, este trabalho aborda como foi constituída a narrativa urbana de Popayán (Colômbia) na primeira metade do século XX. A análise tem como base o ensaio de caráter histórico originado na cidade e que, posteriormente, converteu-se em fonte essencial para a sua própria narrativa urbana tradicional. Essa narrativa tem funcionado na lógica de um pensamento hegemônico e eurocêntrico, onde o discurso colonial ainda está presente e latente nas várias formas em que é assumida a cidade.

Palavras-chave: narrativa; Popayán, fidalguia; patriciado.

1. Popayán como ciudad¹

Partiendo de una perspectiva antropológica y sociológica, Popayán² puede tipificarse como una ciudad colonial en donde la élite local ha contribuido a configurar una imagen de ciudad culta y educada.³ Este tipo de identidad social ha prevalecido a través del tiempo y, a pesar de los cambios económicos, políticos y sociales, Popayán ha conservado en sus rasgos culturales el aire colonial y las jerarquías sociales que la han caracterizado.

Hollingsworth, retomando a Anthony, señala que en Popayán “las iglesias son más importantes para los payaneses que las fábricas; los museos que los edificios de oficinas; y que las artes son preferidas a la tecnología” (1975, p. 132). Esta visión de la ciudad está empíricamente comprobada desde la perspectiva de Crist, para quien Popayán “no está de ninguna manera industrializada”, dado que para 1949 escasamente un molino de harina, una destiladora de licores y una cervecería “son los únicos representantes de lo que puede llamarse industria moderna” (2008, p. 69).

Crist puntualiza que gran parte de los bienes que se producen y comercializan en Popayán a mediados del siglo XX son elaborados manualmente y con técnicas más bien artesanales. Según este autor, no ha habido mayor interés por parte de los adinerados de Popayán por invertir en la ciudad, tendencia que tampoco ha encontrado respaldo en la clase dirigente que, “con sus mentes fijadas en el molde de un statu quo político, social y económico, han fijado por siglos el tono de la vida en Popayán” (Crist, 2008, p. 70).

Percepción esta que también es compartida por Hollingsworth:

Orgulloso de su pasado glorioso y de los bellos ejemplos de arquitectura colonial española en las residencias, edificios públicos e iglesias, el pueblo parece desdeñar el progreso, como si se aferrara a lo que fuera, sin mostrar señales de que el cambio sea bien recibido [...] es como si los payaneses prefiriesen solearse a la luz del pasado en vez de esforzarse por cambiar el statu quo. (1975, p. 134)

1 Este trabajo presenta resultados parciales de la investigación titulada “La consolidación de la narrativa urbana tradicional de la ciudad desde el periodismo cultural. El caso de la revista *Popayán*”. Adicionalmente da continuidad al trabajo de investigación doctoral adelantado por el autor.

2 La fundación hispánica de la ciudad (Popayán de la Asunción), llevada a cabo por Sebastián de Belalcázar, uno de los conquistadores españoles, data de 1537. Desde ese entonces, Popayán se convirtió en un eje político y económico de la región, desde el cual se controlaba buena parte de los nuevos territorios de la corona. Esta condición se mantuvo durante la colonia y los primeros años de la república pero, ya en el siglo XX, el peso de la ciudad en el contexto nacional fue decreciendo paulatinamente. No obstante, hasta el presente se identifica a Popayán como la “Ciudad Blanca”, por conservar algunos rasgos particulares en su arquitectura y en especial su centro histórico: paredes blancas, organización en forma de damero, casonas con patio central y un buen número de iglesias coloniales de donde salen las célebres procesiones nocturnas durante la Semana Santa. A esto se suma cierto estilo aristocrático en su sociedad, donde priman los abolengos y las tradiciones familiares.

3 De ello pueden dar cuenta, entre otros, los trabajos de Andrew Whiteford (1963 & 2008), Jairo Tocancipá (2006) y Raymond Crist (2008), quienes presentan una amplia perspectiva de lo que es Popayán tanto desde un enfoque sociológico como antropológico.

Después de la conquista, Popayán se convirtió en sede de una aristocracia terrateniente, pues los amos vivían en la ciudad mientras se explotaban sus minas y sus haciendas ganaderas en territorios dominados administrativamente por la ciudad, funciones sociales que se desarrollaron así durante más de cuatrocientos años. Popayán entonces ejerció como eje de negocios y poder social, desempeñando un rol de ciudad capital (al menos provincial) muy importante.

Por estar a medio camino entre los puertos de Lima y Cartagena, y entre Quito y Bogotá, durante la colonia Popayán fue un lugar privilegiado para que ricos propietarios de minas y haciendas fijaran aquí su residencia, donde gastaban una buena parte de sus rentas, construyendo casonas e iglesias. “Muchos de los españoles que poblaron Popayán fueron hidalgos de noble linaje [y] con la acumulación de gran riqueza y poder en pocas manos, la estratificación social se hizo rígida” (Crist, 2008, p. 61), pues hacendados ganaderos y latifundistas gustaban de unir sus familias en matrimonio para acrecentar sus riquezas y asegurar perpetuar su prestigio social y poder económico.

La arquitectura de Popayán recoge ese legado histórico y social que se ha venido mencionando. El que Romero (1999) tipifica al hablar de las ciudades hidalgas y patricias, las mismas que a la postre se convertirían en las actuales ciudades coloniales. Estas ciudades, como Popayán, se preocuparon por las edificaciones de carácter religioso (como las iglesias, los claustros y los conventos), las mismas que hoy en día constituyen un patrimonio importante en el centro histórico de Popayán y que reflejan el poder y las directrices urbanísticas de las clases altas que han dirigido la ciudad durante siglos⁴.

Crist sintetiza lo que él llama “la personalidad de Popayán” de la siguiente manera:

Popayán contiene muchos rasgos que son comunes a las ciudades comparables en tamaño de toda América Latina, pero la historia y la tradición continúan pesando fuertemente sobre sus habitantes [...] las minas dejaron de ser trabajadas, los esclavos fueron libertados pero la mentalidad y los conceptos coloniales se quedaron atrincherados en Popayán [factores estos que han contribuido a] preservar el statu quo medieval en Popayán, cuyo énfasis está colocado sobre su glorioso papel en la historia, sus grandes familias y sus procesiones religiosas. (2008, p. 71-72)

2. La narrativa urbana de Popayán

La concepción de narrativa en este trabajo recoge, fundamentalmente, elementos de tres fuentes: por un lado la postura de Paul Ricoeur; por el otro, la propuesta de Hyden White, y, finalmente, los aportes de Dennis Mumby y Elinor Ochs. De Ricoeur (2003 & 2004) se toma la narrativa como la posibilidad de or-

4 Al respecto, puede verse el trabajo de José Urreste (2008).

ganización del tiempo vivido, de esta forma, la existencia adquiere sentido. De White (2003, 2001 & 1992) retoma la idea según la cual la narrativa –sobre todo la histórica– no es neutral sino, más bien, una forma de estar en el mundo. Desde Mumby (1997) se asume la narrativa como fenómeno de comunicación asociado al estudio de fenómenos sociales. De Ochs (2000) retoma la idea de narrativa como anfitriona de una gran variedad de géneros discursivos, donde el más importante es la conversación corriente, pero que se ubica en una temporalidad concreta y da cuenta de ideas o eventos situados en el tiempo.

Si observamos la narrativa que se ha producido en torno a Popayán como ciudad, vemos cómo los elementos señalados se encuentran presentes. La narrativa histórica de la ciudad, además de organizar el tiempo transcurrido, le da sentido a los eventos ocurridos en ella, los dota de una significación especial que gana valor con los años. Por esta razón, no se trata de una narrativa neutra sino de una que toma partido. Asimismo, se trata de un relato que da cuenta de los fenómenos sociales y culturales que tuvieron lugar en esta ciudad. Pero, más que relatar lo ocurrido y situar los acontecimientos en un plano espaciotemporal, la narrativa urbana se encarga de visibilizar y señalar aquello que merece ser perdurable y aquello que debe quedar en el olvido. La narrativa no solo recuerda –o ayuda a recordar– la historia, sino que indica qué de dicha historia es lo que se debe destacar más y por qué.

La narrativa urbana tradicional sobre Popayán puede rastrearse en una serie de textos que dan cuenta de cómo la élite intelectual de la ciudad expresó sus opiniones y, de paso, contribuyó a acuñar una idea y un concepto particular sobre Popayán. En varios textos publicados es evidente el peso que la tradición tiene a la hora de tipificar la ciudad, su gente y las dinámicas sociales que se dan en ella. Y, dado el peso que tiene lo escrito y lo textual en este proceso de consolidación de la narrativa, se puede hablar de Popayán como ciudad letrada o, mejor, una ciudad escrituraria.

Para Rama, la ciudad letrada “articuló su relación con el Poder, al que sirvió a través de leyes, reglamentos, proclamas, cédulas, propaganda y mediante la ideologización destinada a sustentarlo y justificarlo” (2004, p. 71). Por ello, tanto la ciudad letrada, como la escrituraria –que es una suerte de consecuencia o evolución de la primera– estuvo reservada a una minoría social. La ciudad escrituraria marca un deslinde entre el corpus legal (que crea y refuerza) y la vida social. Lo letrado de la ciudad, que para este caso se representa en lo que se escribe sobre ella, produce mensajes y construye sentidos de ciudad que se hacen públicos y son aceptados socialmente. La ciudad letrada, entonces, además de estar estrechamente relacionada con el poder, logra permear la vida cotidiana y legitima el statu quo hasta el punto de contribuir con su preservación. Para Rama, la ciudad letrada es la escritura represiva de las élites; por lo tanto, la escritura que se da en la ciudad, bien sea para construir las normas que la rigen o para dar cuenta de lo que en ella ocurre, reproduce los mecanismos de control social.

Ya en concreto, una fuente importante donde es posible rastrear la narrativa con la cual se ha enunciado tradicionalmente a la ciudad de Popayán es el ensayo de carácter histórico. Bajo esta denominación se incluye una serie de textos que van desde aquellos que se preocupan por dar cuenta de los principales acontecimientos de la ciudad, hasta los que se dedican a narrar anécdotas y reseñar eventos más propios de la cotidianidad urbana de Popayán.

Un trabajo doctoral previo (Buendía, 2014) señala que existe una amplia evidencia documental que puede tipificarse como ensayo histórico en referencia a Popayán. Sin embargo, buena parte de estos textos aparecieron como separatas, especiales o artículos de opinión en publicaciones de carácter literario o cultural de la ciudad (Bustamante, 1939). Quizá como antecedentes importantes del ensayo histórico en la ciudad en la primera mitad del siglo XX vale la pena señalar los trabajos de Olano (1910) y Arroyo (1955), pero estos no dejaron de ser puntuales y de plantear una suerte de narración cronológica de hechos.

Para los propósitos de este artículo se hace hincapié en los textos del siglo XX porque es en esta época cuando surge y se consolida la narrativa histórica de la ciudad (Buendía, 2014). Por otra parte, el interés reside en ver cómo se narra la Popayán contemporánea, pues los textos más antiguos cuentan la ciudad que fue, no la que se debate entre el pasado legendario y el presente. El ensayo histórico de la primera mitad del siglo XX, paradójicamente, habla desde un hoy sobre la ciudad del pasado.

Los textos seleccionados para este análisis son *Fastos payaneses*, de Arcesio Aragón⁵ (1939 & 1941), y *Popayán, ciudad procerca*, de Luis Martínez Delgado⁶ (1959). Esto en virtud de que el tipo de narrativa que estos textos expresan es la misma que ha contribuido significativamente a generar una suerte de identidad urbana con respecto a Popayán. Es, pues, una narrativa urbana que se ha posicionado, refrendado y legitimado socialmente. Adicionalmente, se trata de obras de más largo aliento, tanto por sus autores como por lo que exponen. Son libros que implicaron un proceso de investigación y que plantean una suerte de caracterización de la ciudad que se desarrolla a lo largo del texto. Por otra parte se trata de trabajos que, de alguna manera –aunque poco conocidos hoy en día–, se convirtieron en referentes para las obras que se publicaron posteriormente.

Fastos payaneses es uno de los textos más referenciados en relación con la narrativa tradicional de Popayán. Este libro goza de gran reconocimiento por cuanto presenta un resumen de la historia civil de la ciudad desde los orígenes hasta los gobernantes que tuvo ya en la época republicana. Se trata de un reco-

5 Arcesio Aragón (1872-1956) fue un abogado que estuvo vinculado laboralmente a la Universidad del Cauca y ocupó diversos cargos de la administración pública. Fue un constante colaborador –como columnista, editor o director– de diversas publicaciones literarias y culturales de la ciudad, siendo la revista *Popayán* el medio al cual estuvo más estrechamente ligado.

6 Luis Martínez Delgado (1894-1973) fue un escritor e historiador muy prolífico, miembro de la Academia Colombia de Historia. Sus obras, generalmente de contenido histórico, abarcaron biografías e historias locales y regionales de Colombia. Martínez Delgado colaboraba con frecuencia en diferentes periódicos y revistas culturales y literarias de Popayán.

rrido histórico y social desde los habitantes originales del valle de Pubenza, la etapa del descubrimiento y la conquista, la organización del gobierno y la vida colonial, algunos personajes ilustres de la Colonia, las guerras de la independencia y las transformaciones de la República. El libro consta de 2 tomos y el segundo de ellos presenta la historia eclesiástica de Popayán y una parte dedicada a recuerdos y tradiciones.

No obstante, el libro de Aragón no es inédito en sentido estricto, se trata más bien de la reedición de una publicación previa que el autor escribió por encargo del Concejo Municipal. Dicho libro se tituló *Popayán* (1930), una monografía sobre la ciudad que constaba de 55 capítulos, dividida en tres partes: 1) resumen de la historia civil, 2) resumen de la historia eclesiástica y 3) recuerdos y tradiciones.

Revisando las publicaciones de Aragón (1930, 1939 & 1941), es muy fácil percatarse de que los contenidos entre la una y la otra no varían significativamente. De hecho, en lo básico son los mismos, pues *Fastos payaneses* en su Tomo I (1939) es la reedición de la primera parte de *Popayán* (1930), con algunos apartes de la tercera. Dicho de otro modo, en *Fastos payaneses* se incluyen la historia civil de la ciudad y algunos apartes de los recuerdos y tradiciones que ya previamente se habían publicado en la monografía *Popayán*; lo único que se excluye, entonces, es el resumen de la historia eclesiástica. Lo relativo a la historia eclesiástica y los recuerdos y tradiciones, son publicados en el Tomo II de *Fastos payaneses* (1941), donde se agregan algunos capítulos dedicados al Concejo Municipal.

De otra parte tenemos un texto que también condensa la narrativa urbana sobre Popayán, o que al menos la expresa de forma más explícita y sistemática en el ensayo histórico; se trata de *Popayán, ciudad procera*, de Luis Martínez Delgado (1959), de la Academia Colombiana de Historia. Esta obra, como las de su tipo, se deshace en elogios hacia la ciudad y la exalta de todas las formas que le son posibles; afirma que:

Popayán, dentro de su medio ambiente, impone serenidad en el espíritu y exige, para dejarse conocer, algo diferente de la premura innecesaria [...]. Hermosa tierra de Pubenza, madre y nodriza de los más altos pueblos de Colombia, teatro de hechos inverosímiles [...]. Por aquí pasó la hidalga vida española, dejando en cada piedra el sueño de una leyenda. (Martínez Delgado, 1959, p. 17)

El libro de Martínez se centra básicamente en la condición procera de Popayán, pero también aborda el papel de la iglesia, de la Universidad del Cauca y del Real Colegio Seminario. El libro menciona las familias ilustres de la ciudad, algunos apuntes sobre monumentos y edificios (epigrafía de Popayán) y sobre sitios de la comarca de Popayán memorables por los hechos que en ellos sucedieron. Para desarrollar esta línea argumentativa, el autor plantea que fueron muchos y diversos los motivos que le dieron realce y fama a la ciudad, y entre estos motivos señala las condiciones “excepcionales” del medio ambiente, la

situación geográfica de la ciudad y la “distinción y nobleza de sus clases dirigentes”. En otras palabras, Popayán es así por una suma de factores, entre los que se destacan la geografía estratégica en la que se encuentra y la aristocracia de las gentes que la caracterizan.

Martínez relata cómo la ciudad adquirió poder y riquezas y de qué manera la concentración del poder económico dio origen a una prosperidad que desbordó las riquezas materiales y abarcó también los campos de la cultura y la intelectualidad:

La aristocracia de las rancias familias payanesas, que emulaban por sobresalir en los campos de la inteligencia y de la riqueza, le dio a Popayán el cetro de estudio y de cultura que prosperó no solo al amparo de las disciplinas intelectuales sino mediante la acumulación de riquezas materiales. La fuente principal, quizás, de estas riquezas la constituyó la minería [...] donde familias de estirpe obtuvieron inmensas concesiones que fueron explotadas a bajo costo y con halagüeñas utilidades. (Martínez Delgado, 1959, p. 40-41)

Para el análisis de estos textos de ensayo histórico, que dan cuenta de la narrativa urbana sobre Popayán, apelo a dos conceptos que ha trabajado ampliamente José Luis Romero en su obra *Latinoamérica: las ciudades y las ideas* (1999). Si bien Romero presenta una tipología bastante amplia de las ciudades que se gestaron en América Latina posterior a la llegada de los europeos a estas tierras, los conceptos que interesan para estudiar el caso de Popayán son los de las ciudades hidalgas y las ciudades patricias.

En este orden de ideas, se presentará cuáles son los rasgos característicos de este tipo de ciudades (hidalgas y patricias) según Romero y, paralelamente, se irá mostrando cómo en el ensayo histórico sobre Popayán se pueden encontrar esos mismos rasgos. Es decir, lo que se busca es mostrar y evidenciar cómo desde el ensayo histórico sobre Popayán se ha construido una narrativa urbana que puede ubicarse en una tipología específica.

Se trata, por tanto, de un trabajo de análisis documental que apela, en cierta medida, a la arqueología. Desde la perspectiva de Álvarez (2003, p. 265-266), la arqueología implica la descripción y el análisis de los discursos; en este caso, textos de ensayo histórico. Lo clave aquí es evidenciar cómo los textos, los relatos, se constituyen en las huellas que dan testimonio de la tendencia intelectual de un momento dado. Según Álvarez, la arqueología muestra “aquellos vestigios de lo que se ha institucionalizado, de lo que se han hecho prácticas, de lo que se ha solidificado como verdad en un momento histórico”. Metodológicamente, lo que se hizo fue contrastar los discursos del ensayo histórico con las categorías teóricas que sugieren los autores. De esta manera, vemos cómo los conceptos de ciudad que se plantean en lo teórico encuentran un respaldo empírico en los textos que se refieren a Popayán desde cierta caracterización y tipificación de la ciudad.

La revisión documental nos muestra cómo los elementos teóricos son recreados textualmente desde el ensayo histórico. Este ensayo, por su parte, resulta ser el reflejo de una sociedad o, al menos, el reflejo de su élite intelectual y letrada que la piensa y proyecta a través de la escritura. Lo publicado –lo dicho– en clave de ensayo histórico, que a la postre se convierte en la narrativa de y sobre la ciudad, es lo que se convierte en el foco del análisis. Ahora bien, sin pretender excluir otro tipo de caracterización que se pueda hacer, este trabajo puntual se centra básicamente en dos categorías de ciudad, que son las que propone Romero en su trabajo. Estas categorías –las de ciudad hidalga y ciudad patricia– siguen siendo vigentes y pertinentes para entender socioculturalmente a algunas ciudades como Popayán.

3. Popayán como ciudad hidalga

Las ciudades hidalgas, según Romero, se constituyeron como marginadas del mundo mercantil y se denominan así porque fueron hidalgos los grupos dominantes que se asentaron en ellas. Se trataba de sociedades que se establecieron en las Indias en los años posteriores a la Conquista. Estas sociedades, desde el principio, se diferenciaron de aquellas que poblaron las ciudades metropolitanas. Se trató entonces de “una sociedad barroca, escindida en privilegiados y no privilegiados, en gente que llevaba un estilo de vida noble y gente que no lo llevaba” (Romero, 1999, p. 71).

En el caso de Popayán, el ensayo histórico registra que la ciudad fue:

[de las] más favorecidas por la calidad de los colonos que aquí sentaron su planta; y así desde los comienzos de la época colonial, hasta que surgió el movimiento revolucionario de la emancipación, ella mantuvo en su seno un núcleo de personalidades distinguidas que [...] llamó profundamente la atención del viajero Humboldt y de otros viajeros ilustres. (Martínez Delgado, 1959, p. 34)

Desde esta perspectiva, puede señalarse que la hidalguía en Popayán fue un rasgo característico de la ciudad desde sus orígenes coloniales. Para Romero, “la hidalguía fue, en rigor, una ideología del grupo fundador a la que traicionaban los hechos” (1999, p. 73), pues se dio cierta contradicción en sus dinámicas sociales internas; pues era la riqueza el principal propósito de dicho grupo social y esta era una vía para el ascenso social. Sin embargo, en las sociedades hidalgas urbanas primaba un aire cortesano y no burgués. En el fondo lo que se constituyó fue una sociedad dual: que, por un lado, tenía una poderosa oligarquía y, por el otro, algunos títulos ibéricos que la ennoblecían.

Sobre Popayán se afirma que tanto la ciudad como sus habitantes tuvieron, desde el principio, unas condiciones particulares que,

[...] unidas a la riqueza y la aristocracia de sus dirigentes, habrían de contribuir, por de contera, a su rutina durante la prolongada guerra de la independencia y más tarde a un estancamiento que la han convertido en la ciudad universitaria por excelencia, conservando una noble y altísima tradición. (Martínez Delgado, 1959, p. 88)

Nobleza y tradición fueron entonces los elementos característicos de Popayán que se han procurado mantener gracias a la narrativa que sobre la ciudad ha contribuido a consolidar el ensayo histórico.

Las ciudades hidalgas de Indias fueron el resultado de sus clases dominantes, que determinaron el orden social de las mismas; un orden que, en ocasiones, se contradecía con lo que la realidad demostraba pero que, en todo caso, imprimía una suerte de identidad que procuraba enarbolarse. “Una vida noble fue la preocupación casi obsesiva de las clases hidalgas o con pretensiones de hidalguía. Consistía ante todo en desdenar los oficios mecánicos y en mantener separados a menestrales y caballeros” (Romero, 1999, p. 88). La narrativa tradicional de Popayán que se refleja en el ensayo histórico no estuvo ajena a esta perspectiva y, en consecuencia, señala que “Popayán contó siempre con abundantes recursos para sostener con desahogo una población de siete u ocho mil habitantes, en la cual no ha habido lo que en otras poblaciones se llama popalacho” (Martínez Delgado, 1959, p. 26).

Se gestó entonces en Popayán una pretensión: la de ser una ciudad destacada en donde era importante reafirmar una suerte de distinción social. Distinción que incluso sobrevivió a los estragos de la guerra de la independencia, pues los habitantes de la ciudad siguieron siendo considerados como ‘respectables’, debido a que entre los conciudadanos podían encontrarse propietarios muy acaudalados, dueños de una riqueza bastante notoria. Es decir, pese a la guerra, que demandó muchos recursos económicos y en la cual Popayán y varias de sus familias tradicionales estuvieron involucrados, en la ciudad siguió existiendo un buen grupo social lo suficientemente acaudalado como para afirmar que en la ciudad había riquezas.

Las sociedades hidalgas también se caracterizaron por exhibir con frecuencia un entusiasta orgullo por sus antepasados, a los cuales se dotaba de grandes virtudes y logros, que eran heredables, por supuesto, a las generaciones subsiguientes y endosables vía lazos familiares. Esto hacía que dicha sociedad tuviese una preeminencia garantizada frente a otras. Así, “las grandes familias ostentaban blasones y enumeraban genealogías. Pero sobre todo las unía un vigoroso sentimiento de clase” (Romero, 1999, p. 88). En el caso de Popayán, esta es una característica recurrente en el ensayo histórico que incluso hoy en día se reitera. Vemos entonces cómo se afirma que:

[...] la vieja ciudad de Popayán [es] aquella sociedad aristocrática y severa pero llena de cordialidad y atenciones delicadas para los forasteros distinguidos que recibía

en su seno. [La ciudad poseía un] círculo de hombres pensadores y sabios con que, con sobra de razón, se ufanaba entonces". (Aragón, 1939, p. 139)

Según Romero (1999, p. 103-104), de acuerdo con las tendencias de las clases dominantes, pasado el período de Conquista y hasta bien entrado el siglo XVIII, en América predominaron las ciudades mercantiles y las ciudades hidalgas, cada una esbozando y consolidando un estilo de vida particular. Estos dos tipos o estilos de ciudad coexistieron y se complementaron, pues aún en las ciudades hidalgas había actividades mercantiles y en las ciudades mercantiles sus sociedades anhelaban el lustre de los hidalgos. La hidalguía fue una obsesión que rondó las sociedades americanas en los primeros siglos de hispanidad. En ese período eran de gran valor los abolengos y blasones, que cuanto más antiguos eran mejores.

Esta es otra de las características que conserva Popayán y por la cual se la puede señalar como ciudad hidalga, una ciudad que siempre ha apelado a su pasado remoto, a sus raíces primigenias para erigirse como 'especial'. Uno de los autores señala que:

Tales fueron los comienzos de esta ciudad, que desde su principio se distinguió por su aire señorial y dominador; y aun hoy día, a pesar del incremento material que han tomado muchas otras poblaciones en el país, y de lo mucho que se ha ganado en elegancia y buen gusto en material de arquitectura, Popayán se hace notar aún por su sello característico de ciudad de blasones y de alcurnia. (Martínez Delgado, 1959, p. 33)

Como puede apreciarse, el ensayo histórico se ha encargado de resaltar el lazo de Popayán con su pasado remoto y con sus orígenes hispanos, por esta razón puede afirmarse que, desde esta perspectiva, Popayán fue –e incluso en algunos aspectos lo sigue siendo– una ciudad hidalga.

Cabeza de una extensísima y rica provincia del Virreinato desde 1540, es decir, por el decurso de casi tres siglos, la ciudad de Popayán tenía necesariamente fuertes vinculaciones con el régimen imperante, y era sede de una sociedad aristocrática, de la cual muchos de sus miembros estaban emparentados con personajes de gran figuración en la política española. (Aragón, 1939, p. 154)

Se trató, desde luego, de una hidalguía americana pero que conservaba los mismos rasgos característicos de la hidalguía europea, por lo menos en sus aspectos más fundamentales y que contribuyeron a consolidar un tipo de sociedad particular. Sociedad esta que se gestó casi al margen del tiempo histórico en que vivió y que, para sus integrantes, fue felizmente preservada en el tiempo e incluso superpuesta en otro contexto histórico y cultural, pues,

La hidalguía era en la península la expresión de una imagen del hombre que hundía sus raíces profundas en la estructura feudal pero que había sobrepasado no solo la etapa baronial sino también la etapa caballeresca y cortés para elaborar un modelo adecuado a la nueva concepción monárquica dentro de los principios que, desde el siglo XVI, se llamarían 'cortesanos' [...] el hidalgo debía vivir para su propio decoro y para testimoniar la vigencia de la dignidad del hombre. (Romero, 1999, p. 123)

En síntesis, la mentalidad hidalga asumió la concepción barroca de la vida. En América esta mentalidad fue decididamente urbana pero, lejos de darse en una ciudad mercantil o burguesa, se asumió el modelo de la corte, aunque se trató de una corte precaria pues se evidenciaba en el modelo social una serie de necesidades que procuran ocultarse con artulugios de ostentación (Romero, 1999).

4. La ciudad patricia

Las burguesías americanas, constituidas a finales del siglo XVIII, fueron dando paso a un nuevo orden social que se gestó en las luchas por la independencia y la fundación de las nuevas naciones. Este nuevo grupo social, fundamental y básicamente criollo, es el que Romero denomina patriciado. “Las ciudades fueron patricias porque en ellas se desarrolló el experimento fundamental del proceso constitutivo de cada país y en su ámbito se consolidó la nueva clase directora con sus peculiares maneras de vivir y pensar” (Romero, 1999, p. 201).

Popayán no estuvo ajena a esta dinámica social que se tejía en la nueva república, pues:

[...] consolidada la reforma política y administrativa del año 1886 y asegurada la paz y la tranquilidad nacionales después de la terminación de la guerra civil de 1889, [la ciudad], centro legendario de la colonización, y más tarde parte vital del antiguo régimen colonial, que aportó su corazón, su mente y sus riquezas a la guerra de la independencia, quedó como capital del actual departamento del Cauca. (Martínez Delgado, 1959, p. 119)

En el nuevo escenario sociopolítico de las naciones nacientes, la burguesía criolla se mezcló con los nuevos grupos de poder local que emergieron y, tanto unos como otros, constituyeron el patriciado que apostó al proyecto independentista. El proceso no estuvo ajeno a las tensiones y los altibajos pero estuvo claro que las viejas ciudades de tendencia señorial –como Popayán– fueron el escenario propicio para que surgieran los señores patricios que buscaban fundarse una patria nueva para sí (Romero, 1999, p. 202, 227). Quizá por esta razón el ensayo histórico registra sobre Popayán que “cuando algún día se haga la historia completa de Colombia y se conozcan todos los documentos que se han

publicado y los inéditos, se hará justicia, como merece, a esta ciudad, madre de sabios y cuna de ilustres patriotas” (Aragón, 1939, p. 159).

Las clases patricias se articulaban no solo desde el poder político, sino también desde el militar; en consecuencia, no fue extraño encontrar nuevos líderes que, además de ser jefes políticos, resultaron también destacados militares. Su campo de acción fueron las guerras civiles que precedieron a los primeros años de independencia. En aquellos años de las nacientes repúblicas –y Colombia no fue la excepción–, los políticos-militares tenían la doble condición, sin mayores distinciones, y sobre ellos y sus ideas se constituían los Estados-nación. En tal contexto, el ensayo histórico señala que Popayán padeció “grandes sufrimientos”, debido a la “cruenta y larga lucha de la emancipación, que le valieron haber sido llamada, con justicia, por un célebre historiador militar, la ciudad de los grandes sacrificios” (Aragón, 1939, p. 190).

Las burguesías urbanas recurrieron al poderío militar de hacendados y mineros y estos, a su vez, apelaron al poder político (y urbano) de las primeras. De esa amalgama social y económica surgió el patriciado que predominó en la vida política pos-independentista. Se trató de “una nueva clase dirigente, de caracteres inéditos; surgió espontáneamente de la nueva sociedad y adecuada a ella [...] era, sin duda, un grupo que deseaba ardientemente el poder y la riqueza; pero no deseaba menos manejar y conducir la nueva sociedad” (Romero, 1999, p. 238). En el ámbito local, “en 1860 se extendió sobre el país una más terrible conflagración política, que estuvo a punto de llevar a Colombia a la disolución total, y es de anotarse que la chispa fue una vez más fraguada en esta tierra volcánica, engendradora de tempestades políticas”, señala Aragón (1939, p. 256), refiriéndose a Popayán. Vemos entonces que la ciudad era una cuna propicia para que se gestaran en ella los movimientos militares y políticos que estaban perfilando a la joven e inestable república.

En el ambiente social y político convulsionado de una nación en construcción, la lucha por el poder quedaba a merced de reducidos grupos. En ocasiones estos se organizaban bajo las banderas de un partido político pero lo que predominaban eran los grupos de interés, que podían ser cambiantes, dependiendo de las circunstancias, el apoyo o los recursos económicos con que se contara. Pese a ello, las diferencias entre unos sectores y otros apenas eran de matices. Si bien la lucha por el poder giraba en torno a políticos y militares, ambos grupos eran conscientes de que el papel de los otros era decisivo, por eso ante todo fueron complementarios, aunque ambos sabían que la política se decidía en las ciudades. Lo clave aquí es ver –y reconocer– cómo “junto a la ciudad política des-envolvía su vida la ciudad intelectual” (Romero, 1999, p. 289).

El ensayo histórico surgido en la ciudad ilustra muy bien este aspecto, dado que las publicaciones de este tipo sirvieron de tribuna, no solo para los políticos que quisieron plasmar su forma de pensar y concebir el mundo y la sociedad, sino que fueron el escenario para que una serie de intelectuales, académicos y artistas tuviesen también dónde exponer su obra. El ensayo de carácter histó-

rico en la ciudad se constituye en el espacio (letrado) donde la intelectualidad de Popayán se daba cita para exponer y debatir ideas. Se trató del ágora donde se perpetuó un ideario social y se consolidó un estilo de vida que quiso retomar las raíces más profundas que ligaban a esta sociedad con el mundo ibérico. Esta tribuna, por supuesto, enarboló la historia fastuosa de la ciudad y se dedicó básicamente a recordar y resaltar que:

[...] la historia de los sacrificios de Popayán y de su decisión heroica por la causa de la república no es, pues, una leyenda; es una historia escrita con sangre de sus hijos, y que la patria ha guardado, memoriosa y agradecida, en sus anales más gloriosos. (Aragón, 1939, p. 170)

Las nuevas sociedades surgidas con la independencia reconocieron y legitimaron a los patricios como su clase dirigente. Se trató de una élite que tenía características aristocráticas a pesar de los cambios históricos y sociales que se habían dado. En el nuevo orden social se amalgamó un poco de lo urbano y de lo rural, de lo señorial y de lo burgués. “El patriciado se fue consolidando gracias a la continuidad de acción de sus sucesivas generaciones, a la fortuna y al poder heredados, a la acción simultánea en diversos sectores de la sociedad, a las alianzas matrimoniales o económicas” (Romero, 1999, p. 239).

En el caso de Popayán, después de las guerras civiles posteriores a la independencia, se dio un patriciado pero en decadencia, dado que las riquezas de las familias pudientes:

[...] fueron consumidas por las guerras, cercenados los territorios de su extensa provincia, orientando el comercio por otras vías lógicas y perdida en gran parte su rancia aristocracia, que por diversas causas ha ido emigrando a otros lugares de la república para prolongar una tradición de distinción y señorío. (Martínez Delgado, 1959, p. 99)

Una de las características del patriciado –la cual, además, puede verse transparente e inmutable en la narrativa tradicional de Popayán– es que idealizaba sus orígenes y hacía grandes esfuerzos para que su condición fuera reconocida socialmente y se mantuviera en el tiempo. De ahí el interés y los esfuerzos por mantener el aire colonial en las ciudades donde el patriciado se establecía.

Fue preocupación fundamental de las sociedades patricias enmarcar su vocación de legítima aristocracia arraigada en la tierra dentro del cuadro de la civilización europea [...]. Las ciudades latinoamericanas reprodujeron durante la colonia las formas de vida hispanolusitanas y las fueron alternando al compás de los cambios que sufrió su sociedad. (Romero, 1999, p. 267)

Pese a los esfuerzos de la élite local por tratar de mantener el estatus de la ciudad en un lugar destacado, el desarrollo económico del país se encauzó por otras vías y Popayán ya no fue un importante centro de distribución y de producción. Poco a poco, la ciudad ha ido perdiendo la trascendencia que ostentaba siglos atrás y ha guardado para sí básicamente honores en torno a la cultura y la intelectualidad; se trata ahora de un patrimonio inmaterial que apenas compensa otras pérdidas. Este es el legado al cual Popayán se aferra y el cual se constituye en su baluarte: señalar que de su seno –como si se tratase de una buena madre fecunda– surgieron los hombres y las ideas que inspiraron los destinos de Colombia (Martínez Delgado, 1959).

5. Consideraciones finales

Existe una notoria y significativa narrativa urbana sobre Popayán que básicamente recoge como válido el legado hispánico de la ciudad y determina una serie de características particulares: exaltación del pasado, valoración de lo tradicional, nostalgia por las glorias (perdidas) de antaño, enaltecimiento de ciertos valores culturales (asociados a la cultura de élite), tipificación de la hidalguía como rasgo propio de los payaneses (que debe mantenerse), reducción de la ciudad a la arquitectura de su centro histórico y de las manifestaciones culturales a las procesiones de Semana Santa⁷.

Las diversas formas de nombrar a Popayán no se quedan en un simple formalismo literario, sino que están cargadas de sentido y se han repetido y reproducido a lo largo de los años. Así las cosas, si se revisa la documentación existente que da pie a la narrativa tradicional de Popayán, se encuentra una serie de constantes que bien pueden considerarse como una suerte de ‘patrón’ identitario a la hora de referirse a la ciudad.

Esta narrativa ha operado en la lógica de un pensamiento hegemónico y eurocéntrico, donde el discurso colonial sigue estando presente y latente en las diversas formas en que se asume y se nombra a la ciudad. A pesar de que la narrativa estudiada recoge textos del siglo XX, las ideas que a través de ella se expresan todavía poseen fuertes rasgos de una mentalidad colonial que vive y se re-crea en la ciudad.

La narrativa histórica opera aquí como un elemento útil para comprender los discursos de la ciudad y sus habitantes. En el caso específico de este trabajo, vemos cómo la narrativa tradicional ha estado en manos de la élite intelectual de la ciudad y, por esta razón, ha sido una narrativa tradicional y hegemónica. En el fondo, la narrativa tradicional opera en Popayán como un proceso educativo

7 Estas procesiones, muy afamadas nacional e internacionalmente, se celebran desde la época colonial y son una de las tradiciones más antiguas de Colombia. En 2009, cuando las procesiones conmemoraban 452 años de historia, fueron incluidas por la Unesco en su Lista de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

que busca formar/moldear al ciudadano en las lógicas coloniales. La narrativa histórica es, pues, el instrumento que ‘enseña’ cómo se es y se debe ser ciudadano de Popayán. Lo que esto implica es que se exalten y visibilicen ciertos valores y que otros, por el contrario, sean invisibilizados, porque se considera que poco aportan al imaginario de ciudad colonial que se tiene y se quiere seguir proyectando.

Bibliografía

- Álvarez, A. (2003). *Los medios de comunicación y la sociedad educadora. ¿Ya no es necesaria la escuela?* Bogotá: Magisterio.
- Aragón, A. (1930). *Popayán*. Popayán: Imprenta del Departamento.
- Aragón, A. (1939). *Fastos payaneses (Tomo I)*. Bogotá: Imprenta Nacional.
- Aragón, A. (1941). *Fastos payaneses (Tomo II)*. Bogotá: Imprenta Nacional.
- Arroyo, J. (1955). *Historia de la Gobernación de Popayán*. Bogotá: Santa Fe.
- Buendía, A. (2014). Narrativas urbanas y jóvenes escolarizados en Popayán. Comunicación y educación en la formas de narrar y habitar la ciudad. Tesis doctoral. Popayán: Rudecolombia - Universidad del Cauca.
- Bustamante, J.I. (1939). *Historia de la poesía en Popayán. (1536-1939)*. Popayán: Talleres Editoriales del Departamento.
- Crist, R. (2008). La personalidad de Popayán. *Cuadernos de antropología y poética*, 1(1), pp. 59-73.
- Hollingsworth, J. S. (1975). Valores de dirigentes y estudiantes de Popayán. En I. Webber, & A. Ocampo (Eds.). *Valores, desarrollo e historia: Popayán, Medellín, Cali y Valle del Cauca* (pp. 131-150). Tercer Mundo.
- Martínez Delgado, L. (1959). *Popayán, ciudad procera*. Bogotá: Kelly.
- Mumby, D. (1997). Introducción: narrativa y control social. En D. Mumby (Comp.). *Narrativa y control social*, (pp. 11-25) Buenos Aires: Amorrortu.
- Ochs, E. (2000). El discurso como estructura y proceso. En T. Van Dijk. *Narrativa* (pp. 271-304). Barcelona: Gedisa.
- Olano, A. (1910). *Popayán en la colonia*. Popayán: Instituto de Investigaciones Históricas.
- Rama, A. (2004). *La ciudad letrada*. Santiago: Tajamar Editores.
- Romero, J. L. (1999). *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Tocancipá, J. (2006). Cafés en la “Ciudad Blanca”: identidad, crisis cafetera y el restablecimiento del orden social en Colombia. *Revista de Estudios Sociales* (25), pp. 67-79.
- Urreste, J. (2008). Entre el tiempo y el espacio, o sobre plazas, campanas e iglesias en Popayán En M. Córdova (Ed.). *Lo urbano en su complejidad: una lectura desde América Latina* (pp. 325-338). Quito: Flacso.
- Ricoeur, P. (2003). *Tiempo y narración III. El tiempo narrado*. México D.F.: Siglo XX.

- Ricoeur, P. (2004). *Tiempo y narración I. Configuración del tiempo en el relato histórico*. México D.F.: Siglo XXI.
- White, H. (1992). *El contenido de la forma. Narración, discurso y representación histórica*. Barcelona: Paidós.
- White, H. (2001). *Metahistoria. La imaginación histórica en la Europa del siglo XIX*. México: FCE.
- White, H. (2003). *El texto histórico como artefacto literario y otros escritos*. Barcelona: Paidós.
- Whiteford, A. (1963). *Popayán y Querétaro. Comparación de sus clases sociales*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Sociología.
- Whiteford, A. (2008). What is Popayán? (H. Torres, Ed.) *Cuadernos de antropología y poética*, 1(1), pp. 13-27.

Contribuições de Eliseo Verón para os estudos de televisão no Brasil

Contributions of Eliseo Verón to television studies in Brazil

*Contribuciones de Eliseo Verón a los estudios sobre televisión
en Brasil*

Beatriz CAVENAGHI

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil / cavenaghi.bea@gmail.com

Maria José BALDESSAR

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil / mbaldessar@gmail.com

Cristiane FONTINHA MIRANDA

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil / crisfontinha@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Informe, pp. 369-383)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 04-03-2016 / Aprobado: 28-09-2016

Resumo

Considerando a trajetória de Eliseo Verón e sua influência nos estudos sobre o discurso midiático, este trabalho pretende refletir tais impactos no campo de estudos televisivos no Brasil, com base nos trabalhos publicados no Congresso Nacional do Intercom. O corpus da análise é composto pelos artigos apresentados nos Grupos Temáticos “Telejornalismo” e “TV e Vídeo” nos últimos seis anos, que trazem obras do autor entre as referências bibliográficas. Foram observados conceitos, abordagens e a bibliografia do autor usada nestes trabalhos. Como contexto para a análise realizada, apresentamos uma síntese da teoria que desenvolveu, com especial atenção aos conceitos que sustentam uma proposta metodológica para a análise de produtos televisivos.

Palavras-chave: Eliseo Verón; televisão; contrato; gramáticas; sentido.

Abstract

Considering the trajectory of Eliseo Verón and its influence on studies of media discourse, this paper aims to observe their impacts in the field of television studies in Brazil. This research is based on the papers published in the National Intercom Congress. By analyzing the articles presented in thematic group called “TV Journalism” and “TV & Video” in the last six years it is possible to verify the importance of the author’s works as a reference. It was observed the author’s concepts, approaches and bibliography used in these papers. As a context for the analysis, we present an overview of the developed theory, while focusing on the basic concepts that can be used as a methodology for the analysis of television products.

Keywords: Eliseo Verón; television; contract; grammar; signification.

Resumen

Teniendo en cuenta la trayectoria de Eliseo Verón y su influencia en los estudios sobre el discurso mediático, este trabajo pretende observar sus efectos también en el campo de los estudios sobre televisión en Brasil, basado en los trabajos publicados en el Congreso Nacional de Intercom. El corpus de análisis se compone de artículos presentados en los Grupos Temáticos “Periodismo televisivo” y “TV y Vídeo” en los últimos seis años, que tienen trabajos del autor entre las referencias bibliográficas. Se han observado conceptos, enfoques y la bibliografía del autor utilizada en estas obras. Como contexto para el análisis realizado, presentamos una síntesis de la teoría que desarrolló, manteniendo el foco en los conceptos que sustentan una propuesta metodológica para el análisis de productos de televisión.

Palabras clave: Eliseo Verón; televisión; contrato; gramáticas; sentido.

1. Introdução

Em meados dos anos 80, Eliseo Verón já demonstrava um interesse específico pela televisão enquanto um dispositivo produtor de discursos. No contexto latino-americano, ele foi um dos pioneiros no desenvolvimento de teorias e metodologias interessadas na compreensão dos fenômenos midiáticos. Em trabalhos mais recentes, deu atenção especial à televisão, mesmo sabendo que este meio era considerado “incompatível com a cultura tradicional dos intelectuais” (Verón, 2009, p. 18).

Nos últimos anos, compreender os anseios e preferências do telespectador tem sido um desafio importante tanto para o mercado televisivo quanto para os estudos acadêmicos. Com o surgimento dos meios de comunicação digital e com o avanço das tecnologias de produção e circulação de produtos audiovisuais, o cenário se tornou ainda mais desafiador. Repensar o modelo de produção e distribuição da televisão se apresenta como uma urgência, imposta principalmente pela Internet – muitas vezes vista como uma predadora capaz de tornar as mídias analógicas obsoletas, ou no mínimo, pouco rentáveis.

Com a morte de Eliseo Verón em abril de 2014, essa discussão tão urgente perdeu um de seus maiores entusiastas. Todo o esforço teórico empreendido pelo autor durante sua frutífera carreira, porém, permanece disponível e atual para continuarmos pensando os caminhos da pesquisa em televisão. Pode-se dizer que o trabalho do pesquisador argentino tem contribuído para este campo de estudos de duas formas principais: i) por meio da teoria da semiose social que desenvolveu, e sua consequente compreensão sobre a produção de sentidos a partir dos produtos midiáticos e; ii) dos diversos trabalhos que publicou tratando especificamente da televisão e seus modos de funcionamento.

A trajetória de Verón, aliás, é marcada por dualidades que, nos arriscamos sugerir, contribuíram tanto para o resultado final de seu trabalho quanto para a influência da qual goza no meio acadêmico. Um exemplo disso é a ascensão de dois países na carreira acadêmica do autor – Argentina, onde nasceu, obteve a graduação em Sociologia e passou suas últimas duas décadas de vida e a França, onde estudou com Lévi-Strauss e Roland Barthes no Centro de Estudos das Comunicações de Massa da Escola de Altos Estudos Francesa, considerada a “primeira tentativa séria de constituir na França um círculo e uma problemática de pesquisa em comunicação” (Mattelart & Mattelart, 2012, p. 90). Na França, Verón ainda desenvolveu boa parte de seus trabalhos, num estilo também marcado pela dualidade. Por um lado, criou teorias e metodologias para a compreensão dos processos semióticos e, por outro, ocupou-se da aplicação prática destes conceitos em estudos de mercado realizados para as indústrias de cosméticos e automóveis, além da comunicação social.

Verón também trabalhou com duas vertentes da teoria semiótica. Ainda na década de 50, no curso de Sociologia da Universidade de Buenos Aires, baseou-se na linguística saussuriana para fundamentar sua visão sobre as ciências

sociais. Mais tarde, passou a desenvolver trabalhos com base na teoria triádica de Charles Peirce. A teoria da semiose social desenvolvida por Verón, do mesmo modo, considera que o sentido se configura a partir da relação entre as instâncias de produção e de reconhecimento. Esta dualidade norteia toda a proposta metodológica que propõe para a análise de programas de televisão, cuja aplicação foi experimentada pelo autor inclusive em produtos contemporâneos como o Big Brother¹ e sobre a qual trataremos mais detalhadamente no decorrer deste trabalho.

Verón se tornou mais conhecido no contexto brasileiro a partir da publicação de seu primeiro livro em português, “Ideologia, Estrutura e Comunicação” (1977). A proposta teórica apresentada pelo autor rompia com o marco funcionalista presente nos estudos midiáticos da época e, por isso, sofreu resistências (Fausto Neto *apud* Verón, 2004). Mais tarde, publicaria outros três livros em português, além de diversos trabalhos que tratam das especificidades do discurso televisivo e constituem, hoje, um conjunto de ferramentas para os estudos na área, a partir de uma perspectiva social e complexa.

Considerando a trajetória do autor e sua influência nos estudos sobre o discurso midiático no Brasil, este trabalho observa seus impactos também para o campo de estudos televisivos². O artigo organiza-se da seguinte forma: o tópico a seguir apresenta uma síntese de conceitos desenvolvidos pelo autor, mantendo o foco naqueles que sustentam uma proposta metodológica para a análise de produtos televisivos. Na sequência, nos tópicos 3 e 4 trazemos um panorama dos reflexos do trabalho de Verón nos estudos televisivos no Brasil, tendo como base artigos publicados em congressos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

2. Contribuições de Verón para os estudos televisivos

Quando começou a pesquisar sobre os produtos midiáticos, em especial as mídias impressas, Eliseo Verón estava interessado em mapear os sentidos que emergem de um texto, como, por exemplo, uma capa de revista. Assim, pretendia superar duas correntes de análise enraizadas nos estudos semiológicos. A primeira, caracterizada pelo autor como “dos anos 1960”, se interessava apenas pelo produto, ou pela “análise da mensagem em si mesma” (Verón, 1984, p. 215). Segundo o autor, ao tentar fazer uma política da boa vizinhança com a linguística, a semiologia acabou tendo resultados que pouco contribuíram para o

1 Reality Show televisivo criado pela empresa holandesa Endemol e reproduzido em diversos países. Nele, um grupo de pessoas convive, durante três meses, em isolamento do restante da sociedade e sob a vigilância, 24 horas por dia, dos telespectadores. Na Argentina, foi batizado como “Gran Hermano”.

2 Atualmente, no Brasil, é notável a influência da teoria de Verón na aplicação de metodologias de análise de produtos jornalísticos impressos. Verifica-se isso através de pesquisas em bancos de dados online, inclusive no Portcom, repositório de trabalhos publicados pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

avanço da área, ou seja, praticando nada mais do que uma “linguística ultrapassada” (Verón, 1980, p. 175).

A segunda corrente de pensamento que Verón pretendia superar era a que chamou “dos anos 1970”, a qual não se interessava apenas por aquilo que o texto diz, mas também por seus modos de funcionamento. Ela considera que todo sistema produtivo deixa traços ou marcas nos produtos, que permitem mapear e reconstruir o processo que fez surgir o texto. Esta vertente de estudos procura compreender o “como”, analisando produtos com vistas aos processos (Verón, 1980).

A proposta apresentada pelo autor, diferente das duas praticadas até então, pressupõe que não há um sentido “dado” no texto, como sugeria a primeira abordagem, assim como não é possível que as gramáticas – ou os processos – geradoras do texto digam tudo sobre ele. Portanto, Verón delineia uma proposta metodológica que considera “o processo que vai da produção de sentido até a ‘consumação’ de sentido, sendo a mensagem o ponto de passagem que sustenta a circulação social das significações” (Verón, 1984, p. 216).

Para explicar essa teoria, ele retoma a questão básica dos dois elementos constituem os diversos discursos: *enunciado e enunciação*. Assim como a frase é a unidade linguística, o enunciado é a unidade do discurso. É um acontecimento singular, da ordem do conteúdo, daquilo que é dito e realizado por um enunciadador (Verón, 1984). Já a enunciação significa a forma desse conteúdo, os modos de dizer, conforme deixa claro o exemplo utilizado pelo autor:

Se compararmos duas frases: “Pedro está doente” e “Creio que Pedro está doente”, pode-se considerar que o que é enunciado é idêntico nos dois casos: o estado de doença atribuído como predicado a Pedro. Se essas duas frases são diferentes, elas o são não no plano do enunciado, mas no plano da enunciação: na primeira, o locutor afirma que Pedro está doente (podemos dizer: o enunciadador apresenta a doença de Pedro como uma evidência objetiva); na segunda, o locutor qualifica o que diz como uma crença e atribui a si esta última. (Verón, 1984, p.216)

Verón conclui, assim, que a diferença entre as duas frases estaria na relação do autor com aquilo que foi dito, no âmbito da enunciação, ou nas modalidades do dizer. Essa enunciação se dá a partir de um dispositivo que chamou de *contrato*³, constituído por: (1) a imagem do enunciadador, ou o lugar que ele atribui a si mesmo; (2) a imagem do destinatário, do ponto de vista do enunciadador; (3) a relação proposta para eles. O contrato é uma situação de troca, permeada por regras, permissões e restrições que devem ser reconhecidas pelos envolvidos na comunicação.

3 Quando utilizou como objeto empírico jornais e revistas, Verón se referiu ao dispositivo como “contrato de leitura”. Em outros trabalhos, porém, utilizou também o termo “contrato comunicativo”, com o mesmo sentido.

Podemos exemplificar a ideia do contrato no contexto da comunicação televisiva considerando dois telejornais concorrentes. Eles podem apresentar a mesma notícia e, inclusive, utilizar as mesmas fontes e as mesmas imagens, mas cada um deles firma, com seus telespectadores, um contrato diferente. Por isso, seus processos de enunciação – seus *modos de dizer* – são diferentes. A identidade de cada telejornal e sua especificidade perante a concorrência são fatores elaborados a partir das estratégias discursivas que utilizam para estabelecer vínculos com o telespectador.

A mídia propõe ao telespectador um relacionamento e estabelece as regras para essa relação via contrato comunicativo. Isso significa dizer que o texto televisivo, estabelecendo um sentido, traça um caminho a ser percorrido pelo telespectador. O emissor tem alguns critérios que determinam a imagem de si próprio como emissor do discurso. Ele deve saber, por exemplo, se o seu lugar de fala é uma revista feminina, ou um telejornal, ou um programa de humor. Em cada um desses “lugares” estarão estabelecidas certas regras do jogo comunicativo que serão perceptíveis no discurso.

A grande contribuição de Eliseo Verón, neste contexto é a consideração de que o telespectador, por sua parte, também “dá as cartas” do contrato comunicativo, a partir de seus modos de reconhecer o discurso. A ideia de contrato pressupõe uma aproximação entre o leitor e o processo de produção do sentido, considerando a relação entre ele e o emissor. Num processo recíproco, a forma como o receptor reconhece o discurso influencia o “modo de dizer” dos enunciados.

Para Verón, o importante entre um enunciado e outro é a relação que o emissor estabelece com o que ele diz. Essa interdiscursividade – na qual o receptor constrói o sentido de acordo com sua cultura, crença e vivências, gerando assim diversos outros discursos – provoca um constante processo de negociação entre produtor e receptor, numa troca permanente de sentidos. (Fausto Neto et al., 2010)

Ao posicionar a instância de reconhecimento no processo de produção de sentido, a proposta de Verón se diferencia, por exemplo, ao que aponta Umberto Eco sobre o Leitor Modelo (Eco, 1986). Para o autor italiano, há um sentido no texto, configurado a partir da imagem que o emissor faz do receptor. As estratégias desse texto, assim, são “ajustadas” pelo emissor para atingir determinado receptor “modelo”, não havendo nada mais a ser observado, pelo analista do discurso, do que o texto e suas estratégias.

A “lente” do contrato comunicativo sobre produtos midiáticos ajuda a superar também as limitações da análise de conteúdo, tão recorrente no campo de estudos televisivos. Uma vez que se interessa menos pelo que é dito – mesmo que o conteúdo não seja descartado na análise – e mais pelos modos de dizer, permite observar relações e trocas de sentido entre emissores e receptores.

Em resumo, Eliseo Verón destaca a existência de um *processo de produção de sentidos* que se dá no espaço de circulação entre a produção e a recepção.

O analista de discursos pode interessar-se ora pelas condições de produção de um discurso, ora pelas leituras que tiveram como objeto tal discurso, ou seja, pelos seus efeitos. Dizemos que ele se interessa, no primeiro caso, pela gramática de produção e, no segundo, por uma (ou várias) gramática(s) de reconhecimento. É claro que pode interessar-se pelas duas, ou seja, interessar-se na verdade, por um processo de circulação. (Verón, 1979, p. 51)

A observação das gramáticas de produção se dá por meio da análise textual. Já as gramáticas de reconhecimento poderiam ser observadas mediante pesquisas de recepção que buscassem verificar, junto aos telespectadores (e aos não-telespectadores) “o que se passa com os contratos propostos pelos suportes que fazem parte deste universo, qual a eficácia relativa de cada contrato, seus pontos fortes e fracos” (Verón, 1984, p. 234).

Atentar para esta dupla relação que se estabelece entre os produtos televisivos e o público sugere uma reavaliação inclusive na abordagem das pesquisas de recepção midiática já que “o fato de que dois indivíduos, hoje, leem o mesmo jornal ou a mesma revista, escutam o mesmo rádio ou veem regularmente o mesmo programa de televisão, diz-nos muito menos coisas sobre outros atributos desses dois indivíduos do que há vinte anos atrás” (Verón, 2009, p. 23).

O caminho para a elaboração de um projeto sem dúvida tão grandioso quanto desafiador implica em uma série de questões também de ordem prática. Por isso, este trabalho procura demonstrar o impacto da proposta teórico/metodológica de Eliseo Verón nos estudos de televisão no Brasil. Demonstra-se, no tópico a seguir, o percurso metodológico empreendido na tentativa de observar tal impacto.

3. Metodologia e corpus de análise

A ideia de contrato comunicativo postulada por Eliseo Verón é amplamente utilizada por pesquisadores brasileiros para a análise de produtos impressos, como jornais e revistas. No campo de estudos da televisão, porém, poucos autores relacionam o pensamento do autor. Para a análise proposta, optamos por relacionar pesquisas apresentadas nas últimas edições do *Congresso Nacional do Intercom*. O evento é realizado anualmente, desde 1977, pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – a mais antiga associação científica da área no Brasil. Cerca de 3.500 pesquisadores se reúnem anualmente nestes congressos⁴, compondo um grupo de estudos capaz de representar a produção acadêmica do país na área da comunicação.

4 Conforme informações do site da instituição: <http://www.portalintercom.org.br/>

Foram selecionados todos os trabalhos dos GTs *Telejornalismo e TV e Vídeo* apresentados entre 2009 e 2015 que incluem o autor entre as referências bibliográficas⁵. Onze artigos preencheram estes requisitos, sendo nove do GT *Telejornalismo* e dois do GT *TV e Vídeo*.

Quadro 1. Artigos que apresentam Eliseo Verón nas referências.

	Título	Autor	GT	Ano
1	Articulações entre Dispositivos Televisivos e Valores Jornalísticos na Cena de Apresentação do Jornal Nacional	Juliana Freire Gutmann	Telejornalismo	2009
2	Estudo Empírico e Construção Metodológica para Desvendar o Caso Isabella nos Telejornais	Jocélia da Silva Bortoli		2010
3	O texto na reportagem de televisão	Cárlida Emerim		
4	Coberturas em Telejornalismo*	Cárlida Emerim & Antonio Brasil		2011
5	O que Dizem os Enquadramentos de Câmera no Telejornal de Rede Brasileiro?	Juliana Freire Gutmann		2012
6	Posicionamento telejornalístico: o Jornal Nacional e o dilema entre a cobertura da Copa das Confederações e a cobertura das manifestações populares	Rosane Martins de Jesus		2013
7	A influência dos processos de midiatização na relação entre a televisão e o telespectador: um estudo de caso sobre a promoção “A empregada mais cheia de charme do Brasil”, apresentado pelo Fantástico	Daniel Pedroso	TV e Vídeo	2014
8	Propuesta de abordaje semiótico de la televisión digital. Significaciones y sentidos en torno a la problemática actual de Jujuy (Argentina)	Carlos González Pérez		
9	Televisão e internet: as diferenças de conteúdo e de narrativa entre o fluxo e o arquivo na cobertura jornalística	Cristiane Finger & Rafael Silva	Telejornalismo	2015
10	O tom do gênero docudrama no programa jornalístico Tribunal na TV: um estudo da atuação cênica do apresentador	Lucas Bonesi Ferreira& Florentina das Neves Souza		
11	A bancada do Jornal Nacional já não é mais a mesma: reflexões acerca da mise-en-scène na apresentação	Heidy Vargas		
* O artigo de autoria de Cárlida Emerim e Antônio Brasil (2011) não foi descrito e analisado porque não cita o trabalho de Verón ao longo do texto. O livro indicado nas referências, “Construir el acontecimiento”, de 1995, relaciona-se com o tema das coberturas televisivas, discutido pelos autores. A análise proposta no presente trabalho, porém, torna-se impossível sem que estas relações sejam explicitadas no texto do artigo apresentado por Emerim e Brasil.				

5 Apesar da realização do evento há 38 anos, apenas em 2009 houve a separação de grupos de trabalho específicos de telejornalismo. Por isso a escolha deste ano como ponto de partida para a coleta dos artigos que fazem parte do corpus.

Os artigos selecionados não foram analisados quanto ao conteúdo específico de que tratam. Foram observados apenas conceitos e abordagens referentes ao trabalho de Eliseo Verón utilizados em cada artigo, para a visualização de um panorama que nos permitiu inferir sobre a contribuição do autor para os estudos brasileiros. Também foi analisada a bibliografia do autor usada nestes trabalhos, conforme destacado no Quadro 2. Seguindo essa proposta, o tópico a seguir traz uma breve descrição dos trabalhos⁶ para, na sequência, discutirmos pontos de interesse e tendências observadas na análise.

4. Análise dos artigos

No trabalho apresentado em 2009, Juliana Gutmann apresenta o “eixo O-O”, criado pelo autor para explicar a relação “olho-no-olho”⁷ que se constrói a partir da linguagem dos telejornais como um efeito criado a partir do olhar fixo do apresentador televisivo para a câmera (Verón, 1983). Considerando esta relação, Gutmann discute a produção de efeitos relacionados ao jornalismo – como credibilidade e atualidade – no Jornal Nacional (Rede Globo de Televisão). No artigo que apresenta posteriormente, em 2012, a autora considera o mesmo conceito na análise que faz dos enquadramentos de câmera na cena de apresentação do telejornal. Gutmann fundamenta-se em Verón para reforçar que o contato entre apresentadores e público e a consequente relação de confiança estabelecida entre eles se dá a partir do corpo do apresentador, em especial pelo olhar diretamente para a audiência por meio do eixo O-O.

Verón aparece contribuindo de forma mais específica para a construção de metodologias de análise nos trabalhos de Bortoli (2010) e Emerim (2010). No primeiro caso, a autora investiga como os telejornais operam narrativamente a partir da redundância e da novelização. O estudo considera os “os modos de dizer” da mídia (Verón, 2004) para a elaboração de uma categoria de análise da cobertura do assassinato de uma criança que teve grande destaque nos telejornais brasileiros em 2008. Já Emerim traz uma discussão sobre o texto na reportagem de televisão, destacando suas características e apontando seu potencial analítico enquanto objeto empírico. A pesquisadora destaca a visão de Eliseo Verón sobre a materialização dos efeitos de sentido em suportes midiáticos, compreendendo “as reportagens televisivas como textos: objeto a ser descrito e interpretado”.

O artigo apresentado por Jesus (2013) discute o posicionamento do Jornal Nacional (Rede Globo de Televisão) diante da cobertura de dois acontecimentos simultâneos, a Copa das Confederações no Brasil e manifestações populares contra o evento. O autor utiliza o trabalho de Eliseo Verón sobre o processo de

6 Citados por ordem cronológica, conforme o quadro 1. Apenas para fins de organização do texto, foram reunidos na sequência os dois artigos de autoria de Juliana Freire Gutmann (2009 e 2012).

7 No original, em francês, “les yeux dans les yeux”, ou “Y-Y”.

construção dos acontecimentos pela mídia (Verón, 1983), apenas destacando, na fundamentação teórica do trabalho, que “o acontecimento é construído *no e pelo* discurso” e que “o discurso se enuncia no imaginário”. Não há outras referências ao trabalho do autor neste artigo.

No trabalho de Pedroso (2014), recorre-se à teoria da mediatização de Eliseo Verón. O artigo discute por que as imagens e os vídeos produzidos pelos telespectadores “estão cada vez mais visíveis no discurso televisivo contemporâneo” e, para tanto, utiliza o conceito de mediatização. A “vertente latino-americana” de discussões sobre o tema é apresentada, destacando que ela se fundamenta no trabalho de Verón e tem como pressuposto a percepção das “transformações na sociedade e nos fenômenos culturais a partir dos discursos que afetam a mídia e são por ela afetados”.

González Péres (2014) estuda os canais televisivos que transmitem o sinal de televisão digital na província argentina Jujuy. A partir de uma perspectiva semiótica, o autor está interessado nas transformações estéticas e de produção de sentidos estabelecidas a partir da nova tecnologia. O trabalho não aprofunda teoricamente conceitos de Eliseo Verón, mas faz referência à importância do autor no contexto da produção midiática na Argentina. Em uma nota de rodapé, o autor destaca que Verón participa ativamente do setor multimídia no país, com contribuições para o estudo dos meios de comunicação e com consultorias para setores da indústria televisiva, tendo se posicionado contra a aprovação da “Ley de Medios” aprovada em 2009.

O trabalho apresentado por Finger e Silva (2015) observa pontos de intersecção entre o conteúdo e a narrativa audiovisuais na televisão, caracterizada pelo fluxo, e a Internet, caracterizada pelo arquivo. Para tanto, empregam a conceituação de Eliseo Verón sobre o que é televisão: “ela é a articulação de um suporte tecnológico e uma prática social, mas pode ser mais”. Não há outras discussões que relacionem trabalhos do autor.

Ferreira e Souza analisam um programa de caráter policial exibido na TV entre 2010 e 2011, procurando relacionar a atuação do apresentador com características do docudrama. A referência a Eliseo Verón aparece a partir do trabalho de Gutmann (2009), autora já citada aqui e que integra o corpus da pesquisa. Por ser este um caso único, em que um autor cita outro que também compõe nosso corpus de análise, reproduz-se a observação do autor a seguir:

Juliana Freire Gutmann (2009), utilizando o espanhol Eliseo Verón (1998), explica que o autor coloca o jogo dos “olhos nos olhos” do profissional na televisão é a marca do discurso informativo na televisão e que marca a credibilidade do enunciado. É neste jogo do olhar que se estabelece a confiança do telespectador para com o mediador de determinado programa. No caso do Tribunal na TV em questão, além do olhar interpelativo do apresentador estar carregado de dramaticidade, é gerado a confiança de que as informações transmitidas por ele são reais, gerando maior “confiabilidade” nas dramatizações. (Ferreira & Souza, 2015)

Há ali a referência ao livro *La Semiosis Sociale*, mas a obra não chega a ser retomada pelos autores do artigo.

Por fim, o trabalho de Vargas (2015) discute as mudanças no visual e no estilo de apresentação do Jornal Nacional, da Rede Globo, que ocorreram a partir de 2015. O trabalho de Eliseo Verón sobre os apresentadores de TV (Verón, 1983) aparece no artigo e ajuda o autor a refletir sobre a função do cenário do telejornal na performance de apresentação.

Quadro 2. Bibliografia do autor utilizada nos trabalhos analisados

	Autor	Bibliografia Citada
1	Juliana Freire Gutmann	Il est là, je lê vois, il me parle. <i>Revue Communications</i> , n° 38, Paris: Le Seuil, 1983. <i>La semiosis sociale</i> . Barcelona: Editorial Gedisa, 1998.
2	Jocélia da Silva Bortoli	<i>Fragments de um tecido</i> . São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.
3	Cárlida Emerim	Esquema para el análisis de la mediatización. In: <i>Diálogos Felaçac</i> , Lima, n.48. 1997. <i>La semiosis social</i> . Barcelona: Gedisa, 1996. <i>Construir el acontecimiento</i> . Barcelona, Espanha: Editorial Gedisa, 1995.
4	Cárlida Emerim & Antonio Brasil	<i>Construir el acontecimiento</i> . Barcelona: Gedisa, 1995.
5	Juliana Freire Gutmann	Il est là, je lê vois, il me parle. <i>Revue Communications</i> , n° 38, Paris: Le Seuil, 1983.
6	Rosane Martins de Jesus	<i>A Produção de Sentido</i> . São Paulo: Cultrix/Edusp, 1980. <i>Construir El Acontecimiento</i> . Buenos Aires -Argentina: Editorial Gedisa S.A, 1983.
7	Daniel Pedroso	<i>Fragments de um tecido</i> . São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004. <i>Esquema para el análisis de la mediatización</i> . In: <i>Diálogos Felaçac</i> , Lima, n.48. 1997. La mediatización ayer y hoy. In Carlón M. & Fausto Neto, A. <i>Las políticas de los internautas: Nuevas formas de participación</i> . 1. ed. Buenos Aires: La Crujía, 2012.
8	Carlos González Pérez	<i>La semiosis social: fragmento de una teoría de la discursividad</i> . Barcelona: Gedisa, 1998.
9	Cristiane Finger & Rafael Silva	<i>Los público entre producción y recepción: problemas para una teoría del reconocimiento</i> , mimeo, Cursos da Arrábida 2001 "Públicos, Televisão" (trad. Natália Ferrante)
10	Lucas Bonesi Ferreira & Florentina das Neves Souza	<i>La semiosis sociale</i> . Barcelona: Editorial Gedisa, 1998.
11	Heidy Vargas	Il est là, j ele vois, il me parle. <i>Revue Communications</i> , Paris, n. 38, 1983.

5. Discussão e conclusões

O conjunto de trabalhos reunidos como corpus de análise para este artigo representa, sem dúvida, um recorte sobre a produção acadêmica recente que se interessa pelos produtos televisivos e seus impactos na sociedade. Esse recorte, necessário em qualquer análise, representa apenas uma “fatia” daquilo que poderíamos observar – e por isso mantemos o devido cuidado com generalizações e inferências – ao mesmo tempo em que representa um olhar que destaca especificidades e pontos de interesse deste campo de estudos.

Verificamos uma evidente diversidade de abordagens e de “usos” da teoria de Eliseo Verón nos trabalhos analisados. Cada um dos autores utiliza aspectos específicos, dentre a produção do autor, que são aplicados também de formas diversas. Isto pode estar relacionado, em certa medida, pela diversidade que marca a obra de Eliseo Verón, em textos e reflexões que extrapolam a teoria da semiose social para tratar de temas específicos como a construção do acontecimento e os processos de mediação. Mesmo assim, observamos – pela recorrência em cinco trabalhos⁸ – a influência do primeiro livro do autor, *La Semiosis Social*, que parece ser utilizado de forma genérica, como o livro que reúne os principais conceitos do autor relacionados à produção do sentido e que, portanto, daria conta de “representar” seu pensamento. Isto porque, entre os quatro trabalhos em questão, apenas dois trazem citações diretas desta obra do autor. Bortoli (2010), aponta os “modos de dizer” como uma categoria de análise para telejornais, mas não chega a explicar a origem ou os fundamentos deste conceito. Ferreira e Souza (2015) também não fazem nenhuma citação direta nem ao livro nem aos conceitos do autor. Apenas Emerim (2010) fundamenta o uso dos conceitos de Verón para o desenvolvimento de uma metodologia específica de análise para telejornais, destacando que a materialidade do sentido se dá no texto.

Os trabalhos apresentados por Bortoli (2010) e Emerim (2010), aliás, são os únicos que aproximam os conceitos de Verón de uma proposta de análise de produtos televisivos. Porém, os dois se mantêm no nível do texto (ou das gramáticas de produção), deixando de lado toda a produção do autor sobre as gramáticas de reconhecimento e suas possíveis aplicações para os estudos televisivos.

Os trabalhos analisados também não utilizam a produção bibliográfica do autor – publicada na forma de artigos – sobre as especificidades do discurso televisivo. Entre eles, destacamos trabalhos onde o autor discute especificamente o discurso de telejornais (Verón, 1989), programas eleitorais de televisão (Verón, 2003) e realities show (Verón, 2009). Apenas Gutmann, nos dois artigos que apresentou, utiliza o conceito do “olho no olho” destacando seus efeitos na produção de sentidos a partir dos apresentadores do telejornal.

8 Em quatro deles, com o título em espanhol. Uma citação é feita à edição em português, com o título “A produção do sentido”.

Não deixamos de considerar que a própria teoria da semiose social traz diversas contribuições para este campo de estudos, como tentamos demonstrar ao longo deste trabalho, mesmo que não trate especificamente de televisão. É uma teoria que pode ser aplicada para o estudo e para a análise empírica de diversos formatos do discurso midiático, com potencial para ajudar na compreensão dos modos de funcionamento do discurso telejornalístico. Duas experiências de pesquisa podem ser utilizadas para exemplificar esta potencialidade.

O trabalho de Antônio Fausto Neto, que acompanhou boa parte da trajetória de Eliseo Verón no Brasil, é o mais emblemático. O autor considera, com base no conceito de contrato comunicativo, que o discurso jornalístico “arruma” o receptor em uma posição conveniente, do ponto de vista do emissor, para a leitura dos textos (Fausto Neto, 1991). Esse pressuposto é empregado pelo autor em análises de produtos televisivos, especificamente os telejornais, cujo foco de interesse se mantém no modo de construção e funcionamento dos contratos de leitura, “especialmente as maneiras de construir o campo da recepção” (Fausto Neto, 1995, p. 9). Em outras palavras, a investigação tenta apontar como os telespectadores são “capturados” pelo texto televisivo, especialmente a partir de operações que tentam “torná-los imaginariamente presentes no interior do próprio telejornal” (Fausto Neto, 1995, p.12). O autor identificou algumas operações enunciativas utilizadas pelos telejornais para construir o contrato de leitura e, assim, estabelecer o vínculo com o telespectador, na medida em que as marcas linguísticas, observadas nos textos televisivos, “tratam de instituir e fazer funcionar os vínculos entre emissão e recepção, além da instauração do fluxo e dos lugares nos quais um e outro são colocados” (Fausto Neto, 1995, p. 48).

Em uma experiência de pesquisa mais recente, Cavenaghi (2013) testou um percurso metodológico de análise baseado nas “gramáticas de produção” e no contrato comunicativo proposto por Verón. Essa experiência metodológica permitiu a compreensão das regras de cada contrato e seus modos de funcionamento no interior dos programas jornalísticos, ou seja, “o desvelamento das “cláusulas” que o telejornal oferece à aceitação ou à recusa do telespectador” (Cavenaghi, 2013, p. 136).

O estudo dos programas televisivos e telejornalísticos tem avançado, no Brasil, assim como algumas metodologias têm sido empregadas, testadas e aperfeiçoadas (Duarte, 2004; Becker, 2005; Gomes, 2011). Mesmo assim, como destaca Gomes, “a importância que a televisão assume no Brasil ainda não produziu, como resultado, o desenvolvimento de métodos de análise adequados de seus produtos” (Gomes, 2011, p. 17). A compreensão dos modos de relacionamento que se estabelecem entre os programas e seus telespectadores pode fornecer subsídios para o aperfeiçoamento do telejornalismo, tanto do ponto de vista da prática mercadológica quanto da teoria que busca refletir sobre essa prática social. Porém, este é ainda um desafio metodológico a ser superado nas pesquisas brasileiras.

Referências bibliográficas

- Mattelart, A. & Mattelart, M. (2012). *História das teorias da Comunicação*. São Paulo: Loyola.
- Becker, B. (2005). *A linguagem do telejornal: um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil*. Rio de Janeiro: E-papers.
- Bortoli, J. da S. (2010). Estudo Empírico e Construção Metodológica para Desvendar o Caso Isabella nos Telejornais. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 33, Anais. Caxias do Sul.
- Cavenaghi, B. (2013). *Telejornalismo local: estratégias discursivas e a configuração do telespectador*. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina. Dissertação de Mestrado em Jornalismo do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo.
- Duarte, E. B. (2004). *Televisão: ensaios metodológicos*. Porto Alegre: Sulina.
- Eco, U. (1986). *Lector in fábula*. São Paulo: Perspectiva.
- Emerim, C. (2010). O texto na reportagem de televisão. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 33, Anais. Caxias do Sul.
- Emerim, C. & Brasil, A. (2011). Coberturas em Telejornalismo. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 34, Anais. Recife.
- Fausto Neto, A. (1991). *Mortes em derrapagem: os casos Corona e Cazuza no discurso da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Rio Fundo.
- Fausto Neto, A. (1995). *Impeachment da televisão: como se cassa um presidente*. Rio de Janeiro: Diadorim.
- Fausto Neto, A.; Rocha, S.; Alli, F.; Bozzetto, L. Isais, L. S. & Vallejos, M. (2010). (Re) Visitando os conceitos de contrato de leitura: Uma proposta de entendimento dos pontos de vínculo entre emissor/receptor da sociedade dos meios para sociedade midiaticizada. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 33, Anais. Caxias do Sul.
- Ferreira, L. B. & Souza, F. das N. (2015). O tom do gênero docudrama no programa jornalístico Tribunal na TV: um estudo da atuação cênica do apresentador. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 38, Anais. Rio de Janeiro.
- Finger, C. & Silva, R. (2015). Televisão e internet: as diferenças de conteúdo e de narrativa entre o fluxo e o arquivo na cobertura jornalística. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 38, Anais. Rio de Janeiro.
- Gomes, I.M.M. (2011). *Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo*. Salvador: EDUFBA.
- Gutmann, J.F. (2009). Articulações entre Dispositivos Televisivos e Valores Jornalísticos na Cena de Apresentação do Jornal Nacional. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 32, Anais. Curitiba.
- Gutmann, J.F. (2012). O que dizem os enquadramentos de câmera no telejornal de rede brasileiro? En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 35, Anais. Fortaleza.

- Jesus, R.M. de. (2013). Posicionamento telejornalístico: o Jornal Nacional e o dilema entre a cobertura da Copa das Confederações e a cobertura das manifestações populares. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 36, Anais. Manaus.
- Pedroso, D. (2014). A influência dos processos de mediatização na relação entre a televisão e o telespectador: um estudo de caso sobre a promoção “A empregada mais cheia de charme do Brasil”, apresentado pelo Fantástico. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 37, Anais. Foz do Iguaçu.
- Pérez, C.G. (2014). Propuesta de abordaje semiótico de la televisión digital: Significaciones y sentidos en torno a la problemática actual de Jujuy (Argentina). En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 37, Anais. Foz do Iguaçu.
- Vargas, H. (2015). A bancada do Jornal Nacional já não é mais a mesma: reflexões acerca da mise-en-scène na apresentação. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 38, Anais. Rio de Janeiro.
- Verón, E. (1979). Dicionário das ideias não-feitas. En. Verón, E. *Fragmentos de um tecido*. (pp. 49-75). São Leopoldo: Unisinos.
- Verón, E. (1980). *A produção de sentido*. São Paulo: Cultrix.
- Verón, E. (1983). Il est là, je le vois, il me parle. En *Communications*, 38, 1983. Recuperado de <http://bit.ly/2eS8syD>.
- Verón, E. (1984). Quando ler é fazer: a enunciação no discurso da imprensa escrita. En Verón, E. *Fragmentos de um tecido*. (pp. 215-238). São Leopoldo: Unisinos.
- Verón, E. (1989). Espaces énonciatifs du journal télévisé, un retour de l'énoncé? Journées d'Etudes sur l'information télévisée. *Bulletin du Certeic*, 10, pp. 67-72. Paris.
- Verón, E. (2003). Televisão e política: história da televisão e campanhas presidenciais. En Verón, E. & Fausto Neto, A. *Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral*. São Paulo: Hacker
- Verón, E. (2004). *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo: Unisinos.
- Verón, E. (2009). Os públicos entre produção e recepção: problemas para uma teoria do reconhecimento. *ECO-Pós*, 12(1), pp. 11-26.

Perspectiva comparada entre iniciativas de comunicación comunitaria de TV en Brasil y España: primeros apuntes

*Comparative Perspective between TV community communication
initiatives in Brazil and Spain: first notes*

*Perspectiva Comparativa entre iniciativas de comunicação
comunitária de TV no Brasil e na Espanha: primeiras notas*

Adilson Vaz CABRAL FILHO

Universidad Federal Fluminense, Brasil / acabral@comunicacao.pro.br

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Informe, pp. 385-398)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 21-05-2015 / Aprobado: 14-09-2016

Resumen

Este artículo se propone investigar cómo se involucran las iniciativas de comunicación comunitaria y sus organizaciones constitutivas en el proceso regulatorio de la digitalización de distintos países, como Brasil y España. Se trata de un estudio de caso comparativo entre los dos países, por las diferencias y similitudes de sus aspectos políticos y culturales que merecen destaque: están en momentos diferentes de la transición hacia la digitalización de la transmisión de TV; cuentan con una estructura diferente y participación de las organizaciones constitutivas de las iniciativas de comunicación comunitaria, y tienen gobiernos distintos y complejos en lo que se refiere a la proximidad con las cuestiones del sector.

Palabras clave: políticas de comunicación; democratización; digitalización; regulación; derechos.

Abstract

This paper aims to investigate the engagement of community communication initiatives and their constitutive organizations in the regulatory process of digitization at different countries like Brazil and Spain. It is a comparative case study between these two countries, their differences and similarities of their political and cultural aspects that need to be highlighted: they're at different moments of the transition to the digitalization of TV transmission; they have different structure and involvement from constituted organizations of community communication initiatives and have different and complex governments in regard to the proximity of community communication questions.

Keywords: communication policies; democratization; digitalization; media regulation; rights.

Resumo

Neste artigo se propõe investigar como se envolvem as iniciativas de comunicação comunitária e suas organizações constitutivas no processo regulatório da digitalização de distintos países como Brasil e Espanha. Trata-se de um estudo de caso comparativo entre os dois países, pelas diferenças e similaridades de seus aspectos políticos e culturais que merecem destaque: estão em momentos diferentes da transição para a digitalização da transmissão de TV; contam com estrutura e participação distintas das organizações constitutivas das iniciativas de comunicação comunitária e têm governos distintos e complexos no que se refere à proximidade das questões desse setor.

Palavras-chave: políticas de comunicação; democratização; digitalização; regulação; direitos.

1. Introducción

Este trabajo¹ intenta comprender cómo las iniciativas de comunicación relativas a la televisión comunitaria buscan apropiarse de los procesos regulatorios y tecnológicos planteados por la transición a la tecnología digital, realizada por completo en España.

Se propone realizar una investigación comparativa entre Brasil y España a partir de un análisis bibliográfico y documental, para identificar similitudes y diferencias relativas a un tema clave para la convergencia de conocimientos en torno a áreas con enfoques complementarios, como la economía política de la comunicación, las políticas de comunicación, la comunicación comunitaria, así como estudios críticos relacionados con las áreas de cibercultura, nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, y estudios audiovisuales.

La selección de los casos se justifica por ser dos países que están en diferentes momentos de la transición hacia la digitalización total de la televisión (el apagón analógico en Brasil, inicialmente previsto para 2016, ahora se plantea para 2018), tienen diferente estructura y participación de las organizaciones constitutivas de las iniciativas de comunicación comunitaria y tienen gobiernos distintos y complejos en lo que se refiere a la proximidad con los temas de la comunicación comunitaria.

2. Delimitación del tema y contextualización del objeto

Dada la especificidad del análisis, son necesarias la definición y la delimitación del objeto de este estudio: no se trata de iniciativas de carácter meramente local, sino de actividades que, más allá de la delimitación geográfica, no persiguen fines de lucro o comerciales. Son televisiones de barrio (o conjunto de barrios cercanos) organizadas desde el contexto local, contando, no obstante, con la participación de representantes sociales que caracterizan la diversidad y la pluralidad que se refleja en lo local, pero que se referencia y se relaciona con otros niveles, buscando contribuir al desarrollo local y a la inserción de lo local en el desarrollo de la sociedad.

Dicho objeto de estudio, que aquí se aborda, tampoco está relacionado con la teledifusión por cable o cualquier otro sistema que implique pago mensual o según demanda del espectador, sino que se trata de la ocupación social de un espacio electromagnético, público y administrado por el Estado, pero utilizado por el sector privado o por el Estado en su papel de servicio público. Por lo tanto, en lugar de limitarse a la búsqueda de espacios de circulación de contenidos, se refiere a la disposición para el enfrentamiento por la ocupación de la radiodifu-

1 Integra la investigación de los estudios de postdoctorado realizada en la Universidad Carlos III de Madrid, de agosto 2012 a febrero 2013, financiada por CAPES / MEC / Brasil en la Universidad Carlos III de Madrid, con n. de proceso 955311-8.

sión electromagnética por parte de la sociedad, a partir del advenimiento de los procesos de digitalización en curso.

Es importante mencionar que la desregulación del sector audiovisual, en marcha en España desde la década de 1990, no solo permitió el desmantelamiento de la prestación del servicio de comunicación de carácter público por parte del Estado, sino que también estableció referencias para una TV local con modos de mercado. En palabras de Ángel Badillo, en el análisis de las televisiones locales en la región de la comunidad autónoma de Castilla y León, se trata de:

[...] modelos de negocio muy similares orientados a la creación de canales autonómicos efectivos de televisión privada estructurados en un modelo de red descentralizada, generada mediante la suma de emisoras locales que consiguen una cobertura territorial superior a la local con las sinergias económico-empresariales, publicitarias y de programación que esto supone (2003, p. 476).

En Brasil, por su parte, la televisión es principalmente de mercado, teniendo, sin embargo, un rol de fortalecimiento de las políticas del gobierno que, a su vez, son propuestas e impulsadas por los empresarios del sector. Además, la configuración de oligopolios privados en la TV brasileña coloca a las emisoras locales de naturaleza comercial en vinculación con redes nacionales de televisión, otro hecho inhibitorio de la pluralidad de los medios de comunicación en el país.

Cada cual a su modo, Brasil y España, como en parte considerable de los países en todo el mundo, establecen mecanismos regulatorios que fortalecen la comunicación como actividad comercial de importancia estratégica para el control social, fomentando y promoviendo la participación de la sociedad a través del consumo de bienes, en general, y de los contenidos periodísticos, publicidad y entretenimiento ofrecidos por estas emisoras, sean de alcance nacional o local.

De este modo, restringen formas de participación de la sociedad organizada que se dispone a apropiarse –de modo social, tecnológico y legal– de estos medios para propagar sus propios contenidos. En el análisis de las leyes en vigor, así como de las prácticas del Estado y sus agencias de regulación en los más diversos países, prácticas similares afectan su existencia cotidiana y llevan a la sociedad a buscar otros modos de propagar sus contenidos y expresar sus manifestaciones culturales.

Esto ocurre a pesar de un historial de manifestaciones de agencias gubernamentales globales y regionales. Como producto de los debates promovidos por Unesco en los años sesenta y setenta del siglo pasado, en los ochenta se divulgaron los resultados del trabajo de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación de la Unesco, el informe “Un mundo y múltiples voces. Comunicación e información en nuestro tiempo”, conocido como Informe MacBride (Unesco, 1980). En él se abordó el desigual flujo internacional de la información, constituyéndose así como marco de la discusión respecto del

derecho a la comunicación como derecho humano, más allá del simple derecho a obtener información.

Casi dos décadas después, la realización de la Cumbre Mundial por la Sociedad de la Información (CMSI), que tuvo su primera etapa en diciembre de 2003 en Ginebra y la segunda en noviembre 2005 en Túnez, rescata los principios establecidos en el Informe MacBride, contextualizándolos en el momento actual de convergencia tecnológica multimedia en red, en el cual las personas se afirman cada vez más como potenciales autores y emisores de contenidos, pero no cuentan con la posibilidad de apropiarse de los medios en lo referido al espacio electromagnético en tiempos de digitalización de la radiodifusión.

Los documentos más recientes de la Unesco y del Parlamento Europeo afirman la necesidad de tener más pluralidad en los medios, entendiendo que los Estados-nación deben comprometerse y no medir esfuerzos para hacerla posible. Así como Argentina y Uruguay, otros países de América Latina, o como Ecuador y Bolivia, están adoptando sistemas de comunicación con tres sectores: estatal, privado y un tercer sector, formado por representantes organizados de la sociedad. Esta comprensión tiene referencia en el documento de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos titulado “Declaración de Principios por la Libertad de Expresión” (OEA, 2000), en el cual se establece que “las concesiones de radio y televisión deben considerar criterios democráticos, que garanticen igualdad de oportunidades de acceso a todos los individuos”.

También el Parlamento Europeo se manifiesta en este sentido, al trabajar un informe sobre los llamados medios del tercer sector de la comunicación –ni públicos desde el Estado, ni privados desde el mercado, sino “organizaciones sin fines de lucro y responsables en lo referente a la comunidad donde sirven” (Parlamento Europeo, 2009).

Esta concepción está en consonancia con la propuesta elaborada por AMARC –Asociación Mundial de Radiodifusión Comunitaria (2010)–, a través de su plataforma de “Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y en los servicios de la comunicación audiovisual”, que trabaja con la idea de que “los criterios de administración [...] deben asegurar que las frecuencias se asignen en función del interés general y de forma equitativa entre los distintos tipos de prestadores de medios de radiodifusión (pública, comercial y comunitaria) [...]” (AMARC, 2010, p. 43).

En Brasil, el sistema de comunicaciones es mayormente privado, con relativa presencia del sector público-estatal y una participación comunitaria restringida. Hay una ley específica sobre el sector comunitario solamente para la radio, en lo que se refiere a la ocupación del espectro electromagnético. La Ley 9612/98 y su reglamentación posterior son muy restrictivas en relación con la existencia de este tipo de iniciativas en el país: limitan la potencia a 25 watts; restringen el alcance a 1 kilómetro de radio y la distancia entre dos emisoras a 4 kilómetros de radio como máximo; no permiten publicidad, solamente patrocinio bajo la forma de apoyo cultural; no establecen fondos públicos de apoyo,

entre otras limitaciones. La TV no tiene una ley específica para el sector y tampoco encuentra referencias en la ley de radiodifusión comunitaria, que se limita a la radiodifusión sonora.

A pesar de no estar reglamentada y de ser fruto de controversias entre investigadores y militantes de la democratización de la comunicación en el país, esta temática está establecida en el Artículo 223 de la Constitución brasileña, cuando menciona la “complementariedad mutua entre los sistemas privado, público y estatal” (Brasil, 1988), y es ratificada en una de las propuestas de la I Conferencia Nacional de la Comunicación (I Confecom), ocurrida en 2009, que aprobó:

[...] reglamentar el artículo 223 de la Constitución Federal, definiendo los sistemas público, privado y estatal. El primero debe ser entendido como el integrado por organizaciones de carácter público administradas de manera participativa a partir de la posibilidad de acceso universal de los ciudadanos, sus estructuras dirigentes, y sujetas a control social (I Conferencia, 2009, traducción del autor).

Por su parte, la Ley General de Comunicación Audiovisual de España (Ley 7/2010) establece un sistema dividido entre público (estatal) y privado, pero explicita la existencia de un servicio de comunicación audiovisual sin fines de lucro (Artículo 32). También clarifica que “la Administración General del Estado debe garantizar en todo caso la disponibilidad del dominio público radioeléctrico necesario para la prestación de estos servicios” y que los costos de la explotación anual de los servicios no podrían ser superiores “a 100.000 euros en el caso de los servicios de comunicación audiovisual televisiva y de 50.000 euros en el caso de los servicios de comunicación audiovisual radiofónica”, salvo autorización expresa del gobierno español.

El contraste con la realidad de marginalidad, invisibilidad y sofocamiento de estas iniciativas en ambos países permite que el objeto de estudio que se trata en esta investigación no se entienda como menor o periférico (en relación con su importancia en el sistema general de las comunicaciones), restringido o sin relevancia (por referirse a una parte menor de la población, sin interés en invertir en estas iniciativas), sino comprender que la sociedad reivindica y tiene derecho a un bien común, que es el espacio electromagnético, y que, cada vez más en tiempos de tecnologías de la transmisión digital, con garantía y apoyo de cualquier Estado, este reto podrá ser ejercido sin impedimentos. Además, la comunicación comunitaria, al contribuir al desarrollo local de las poblaciones con las cuales actúa, contribuye también al amplio desarrollo de la sociedad.

Al entender lo social como un tercer sector público, distinto del Estado o del mercado, se vislumbra la posibilidad de su regulación, bajo la forma de lo previamente presentado, como se evidencia en las iniciativas en marcha en Uruguay, Argentina, Venezuela (principalmente en este último, también en relación con las inversiones para viabilizar iniciativas comunitarias, como Vive TV y Catia),

además de Bolivia y Ecuador, teniendo como referencia la propia documentación de la Unesco en consonancia con AMARC.

El desafío no es solamente la regulación de este tercer sector en las legislaciones nacionales, sino también su implementación y monitoreo, para no dar lugar al surgimiento de un subsector privado sin fines de lucro, capaz de reproducir el modo mercantil en un nivel más restricto, ni un subsector público-estatal, cuya viabilidad estaría condicionada a la subordinación a los gobiernos locales o a la autoridad nacional de ocasión (sobre este tema, ver Cabral, 2012).

3. Cuadro de referencias para una perspectiva comparada internacional

La propuesta de este trabajo es establecer un cuadro de referencias para ser aplicado como modelo de análisis de la viabilidad de iniciativas de comunicación comunitaria en TV, partiendo de la regulación general y específica, del funcionamiento del sistema de comunicaciones y del sector específico, incluyendo los mecanismos de viabilidad disponibles en la legislación y puestos en marcha por activistas, “para comprender la situación mundial actual de la digitalización de la radio y la TV, así como sus avances y demandas respecto de la afirmación de la comunicación como derecho humano” (Cabral Filho & Cabral, 2011).

En un primer momento de la formulación de este cuadro, se buscó aplicar el modelo al caso brasileño a través del artículo “Medios de la sociedad civil, derechos a la comunicación y la transición para lo digital en Brasil: estableciendo una estructura analítica para una perspectiva comparada internacional”.²

La propuesta aquí presentada consiste en comparar las observaciones iniciales de la investigación con base en España, relacionándolas con el caso brasileño y buscando identificar sus similitudes y diferencias, sus avances y limitaciones. Se trata, por lo tanto, de ofrecer una investigación de base para el análisis en otros países, que también sea útil para las perspectivas internacionales comparadas sobre cómo estos cambios se pueden comprender como oportunidades para mejorar y (r)establecer iniciativas comunitarias de transmisión mediática, teniendo en consideración los nuevos desafíos de la digitalización de la radio y la TV.

Según el artículo mencionado (Cabral Filho & Cabral, 2011),

Este cuadro intenta responder preguntas generales como:

¿Qué nuevas posibilidades para las iniciativas de difusión basadas en las personas/ las comunidades está ofreciendo la transmisión de la TV y radio digital?

¿Qué incrementos están siendo producidos por activistas en las comunidades y otros grupos para aumentar la apropiación social de la transmisión digital?

2 El artículo fue inicialmente escrito con la investigadora Eula Dantas Taveira Cabral, presentado en la Conferencia de IAMCR de 2010 y publicado posteriormente en la *Revista Brasileira de Políticas de Comunicação*.

¿Cuál es el rol del Estado en la disposición de empoderar a las personas para conducir tales iniciativas en la programación, la producción, la gestión de emisoras y la participación política?

¿Cómo el Estado u otros agentes tratan el financiamiento y otros tipos de apoyo a estas iniciativas?

Y parte de seis grandes tópicos para la construcción del presente cuadro:

País			
Legislación		Sustentación	Rol del Estado
¿Cuál?	(marcos legales, características)	(fondos específicos, publicidad)	¿Fomenta? / ¿Regula? / ¿Monitorea? ¿Hay apoyo financiero? / ¿Capacita?
¿Cómo?	(libre - autorizada - no permitida)		
Participación social		Funcionamiento	Amplitud
¿En la gestión? / ¿En la programación y producción?		¿Potencia? / ¿Red? / ¿Qué frecuencias?	¿Alcance? ¿Oportunidades?

Para el análisis comparativo con el caso español, el cuadro de referencia generado fue completado de la siguiente forma:

Brasil			
Legislación		Sustentación	Rol del Estado
¿Cuál?	Decreto 5820/2006; Portaria 189/2010 y Ley 12485/2011.	Fondos específicos y limitados, en forma de recursos humanos, infraestructura y financiamiento a través de convocatorias provenientes de diversas fuentes (más relacionadas con la TV). Patrocinio en forma de apoyo cultural.	Responsable del canal, orienta formación del consejo, establece líneas generales de programación y producción.
¿Cómo?	En la TV permite el Canal de la Ciudadanía.		
Participación social		Funcionamiento	Amplitud
Envío de contenidos solicitados, pero no hay deliberación específica para los canales de la ciudadanía.		Canales de la Ciudadanía van a ocupar el UHF alto (canales 60 a 69).	Un canal por ciudad, menos de 80 canales, donde ya existe TV por cable ya están siendo habilitados. Pocos son realmente comunitarios.

4. Primer análisis: política brasileña

La Ley 8977/95 se relaciona solamente con el sistema por cable y establece como obligatorio un canal comunitario en los paquetes de programación de las operadoras, a cargo de organizaciones de la sociedad en las respectivas áreas de concesión. Subutilizados por la sociedad organizada, son terreno de arbitrariedades políticas y/o comerciales diversas: de poco más de 5500 ciudades de Brasil, menos de 300 tienen TV por cable y, de estas, menos de 80 cuentan con el canal comunitario en el paquete de canales ofrecido a la población.

El Decreto 5820/2006 trata las definiciones iniciales de la TV Digital Terrestre en Brasil y establece la existencia del Canal de la Ciudadanía, a cargo del Estado. La Portaria 489/2012, reelaborada por el Ministerio de las Comunicaciones, establece directrices para el Canal de la Ciudadanía, asociando su implementación en las ciudades a la existencia de un Consejo de Comunicación en cada ciudad, que recibe del Ministerio la responsabilidad de su gerencia; la Ley 12485/2011 se ocupa de la regulación integral de los sistemas de TV por suscripción (cable o satélite).

No hay determinación de fondos público-estatales de ayuda para los canales comunitarios, solo convocatorias eventuales de diversas fuentes de apoyo que no pueden hacer publicidad, únicamente patrocinio como apoyo cultural, sin manifestación de ningún tipo de contenido publicitario. El Estado monitorea las concesiones pero es el Congreso Nacional (Diputados y Senadores) quien las aprueba.

Así, fue posible responder a las preguntas iniciales con la siguiente formulación:

- los espacios de transmisión de contenidos están significativamente restringidos y desatendidos en Brasil, a pesar del potencial aumento de posibilidades de transmisión y de la consecuentemente esperada pluralidad de los medios;
- frente a esta política de asfixia, manifestada en el modo en que se ejerce la legislación en la práctica, los implicados en las iniciativas de comunicación comunitaria ponen más esfuerzos en hacer viables sus iniciativas que en pensar la transición a lo digital. Será, sin embargo, una discusión inevitable, con el cambio a lo digital prorrogado definitivamente para 2018;
- el Estado podría fomentar el sector no comercial y no estatal, no solo como regulador y fiscal, sino con apoyo financiero y capacitación, en lugar de omitir y restringir formas de sustentación de los medios. La sociedad necesita reivindicar ese deseado cambio de rol. Por otro lado, los últimos gobiernos brasileños vienen descentralizando el presupuesto de la propaganda oficial para la inserción de propaganda local, imponiendo, sin embargo, la transmisión de campañas políticas en el horario electoral gratuito de las iniciativas comunitarias.

Cabe, por último, una nota relativa a un aspecto más general del sistema de comunicación en el país, sobre el sentido de preservación de los medios comerciales brasileños, que los lleva a ocupar espacios en los más diversos niveles para no perder legitimidad de inserción en la sociedad: acciones conjuntas locales, de *merchandising* social, y también la búsqueda de nuevos públicos-objetivo (religiosos, luchadores profesionales de MMA –*mixed martial arts*– o televentas).

4. Una primera mirada al caso español

España es un país con fuertes contrastes regionales, que se distingue de Brasil por tener un mayor equilibrio económico y político, lo que permite la existencia de una federación descentralizada de comunidades autónomas. Los niveles superpuestos de organización bajo la forma de ciudades, provincias y comunidades autónomas contribuyen, aunque también establecen desafíos o *impasses*, en lo que se refiere a la implementación de políticas de comunicación en el país.

La Ley General de Comunicación Audiovisual funciona como el marco regulatorio del sector, incluyendo diversas áreas como televisión y radio (abierta, por suscripción y móvil); sistemas abiertos, codificados y de pago; medios comunitarios sin fines de lucro, así como se encarga de las formas de organización y actuación de las compañías en relación al Estado, de la regulación a través de la Agencia Estatal de Radiocomunicaciones y de la digitalización de la radiodifusión sonora terrestre, entre otros aspectos relevantes.

A pesar de la visibilidad de los temas manifiestos en la regulación, es motivo de críticas por parte de los investigadores de los estudios críticos de la comunicación la ausencia de instrumentos como el de la amplitud de las licencias y de procedimientos claros para la adquisición de las concesiones, y también la mención de los fondos públicos gubernamentales de apoyo a las iniciativas comunitarias de comunicación, capaces de garantizar el amplio derecho a la comunicación y, más adelante, la práctica regulatoria para los gobiernos en las más diversas instancias.

Miriam Meda González (2010, p. 42) señala que existe mayor disposición para “establecer restricciones e impedimentos al desarrollo de los medios de comunicación ciudadanos y sin ánimo de lucro que para facilitar el ejercicio del derecho humano a la emisión (y no solo recepción) de información”. La Ley General es llamada por la autora, en consonancia con organizaciones sociales españolas del campo de la democratización de la comunicación, como Ley UTECA –en referencia a la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas, la asociación empresarial del sector en España– por la proximidad de sus intereses con el texto final de la norma. La ley parte de un concepto de comunicación más próximo al mercado ‘audiovisual’ que a su comprensión como derecho humano básico, al igual que las regulaciones de algunos países en Europa y América Latina, y de acuerdo con recomendaciones de agencias multilaterales, como

la ONU y la Unesco, a partir de documentos firmados por los países miembros, entre los cuales está la propia España.

Para Ángel Badillo,

El surgimiento y la potencialidad de crecimiento de las industrias del hipersector de la información y de la comunicación han impregnado buena parte de las políticas públicas en el área del audiovisual y las telecomunicaciones, orientándolas hacia la competencia y hacia la creación de sectores poderosos capaces de competir en una economía de carácter cada vez más globalizado (2003, p. 19).

Este movimiento fue capaz de alcanzar las televisiones de carácter local, llevándolas al concepto de televisiones de proximidad, más allá de restringir su dimensión política y sus formas de sustentación. Nada sorprendente, por lo tanto, en la tentativa de restricción del funcionamiento de los medios comunitarios sin fines de lucro a la inviabilidad económica y regulatoria por parte de la Ley General de la Comunicación Audiovisual. Por otra parte, el autor aborda las iniciativas de carácter local, pero con fines de lucro, en la región de Castilla y León, que posibilita la comprensión de los movimientos políticos de estas iniciativas, más allá de los agentes privados del alcance nacional.

Al relacionar teoría y praxis de la televisión alternativa en perspectiva comparada entre España, Estados Unidos y Venezuela, Chiara Sáez Baeza (2008, p. 185) identifica un cambio en el conjunto de la reglamentación legal que transformó el espacio local “en un espacio del conflicto, en el cual la evidencia va a demostrar que los principales beneficiados fueron los grupos de la comunicación y no necesariamente los proyectos centrados en el desarrollo local y la sociedad civil”. Esta visión consolida y amplía exactamente la idea de que la reglamentación está delineada para favorecer al mercado mientras que, inclusive en el ámbito local, las oportunidades de participación de la sociedad son cada vez más restringidas.

Un análisis de las iniciativas locales en tiempos de TV Digital Terrestre fue elaborado por Raquel Vinader Segura (2010), demostrando cómo la digitalización de las TV contribuyó a la propia normalización del sector (pp. 12-13), en el contexto de una política que ha servido más para obstaculizar, y hasta imposibilitar, canales locales en diversas regiones del país. La simple inexistencia de convocatorias para la entrega de concesiones para TV digitales terrestres locales, además del cierre arbitrario –a través de lo económico, lo legal y la fuerza– de los canales que ya habían consolidado una historia significativa al lado de las comunidades con las que actuaban, son algunos ejemplos de los impedimentos encontrados.

Cabe destacar que estos trabajos son tres tesis de doctorado (de Badillo, de Sáez Baeza y de Segura) y una disertación de maestría (de González) relativamente recientes, que muestran una creciente preocupación por el tema, así como la maduración de investigaciones en profundidad en el área, pese a que

evidencian cuánto todavía hay que caminar en la legitimación de este conjunto de temas en relación a las investigaciones críticas en el campo comunicacional, aunque la bibliografía trabajada aquí no agote el volumen más amplio de producciones en este sector.

La AMARC, a nivel mundial, y la Red de Medios Comunitarios de España (ReMC), a nivel nacional, son organizaciones recurrentemente citadas en referencia a la movilización de la sociedad civil en el caso español. Más allá de la formulación de principios para una legislación democrática en el sector, AMARC es una organización de alcance mundial, que intenta elaborar sus propuestas de modo articulado con las regiones en las que actúa. La ReMC, por su parte, actúa en el proceso de democratización de la comunicación española, en “acontecimientos y dinámicas que tengan lugar tanto en medios comunitarios locales de diversas procedencias como en redes autónomas, así como actuaciones directas llevadas a cabo con motivo de procesos legales audiovisuales” (ReMC, 2012).

Otro aspecto para profundizar en esta investigación es el acompañamiento en la vida cotidiana de las iniciativas de comunicación comunitaria, puesto que –más allá de la existencia de la legislación– la práctica regulatoria toma formas propias, relacionadas con los agentes políticos actuantes, de la misma forma que el poder-hacer y la disposición de luchar por espacios legítimos junto a las autoridades y a la sociedad.

En este sentido, los acontecimientos siguientes llaman especial atención:

- el cierre de las emisoras TeleK, de Vallecas, y del Canal 33, por iniciativa de Esperanza Aguirre mientras era presidenta de la Comunidad de Madrid, en 2012, en un acto arbitrario por la ausencia de fundamento jurídico y por la actitud en sí misma;
- el cambio de la frecuencia del canal 33 (de 33 UHF a 45 UHF), con la entrada de TVE en la misma frecuencia inicialmente destinada a ellos, generando costos derivados de la adquisición de la infraestructura necesaria para la adecuación del canal;
- y, por fin, la amplia indignación respecto a la convocatoria de concursos para otorgar canales de TV Digital Terrestre, que privilegió a los grupos privados sin tener en consideración a los medios comunitarios sin fines de lucro, que, a pesar de la materialidad legal, no tienen cómo sustentarse jurídicamente, pues:

[...] las autonomías alegan que para que ellas puedan destinar licencias a los medios comunitarios los planes técnicos han de contemplar paquetes específicos para este tipo de iniciativas ciudadanas, pero en la teoría no hay ningún impedimento legal que no les permita destinar cualquier licencia prevista en dichos planes a medios de comunicación que no sean necesariamente comerciales (González, 2010, p. 40).

Los análisis elaborados por los investigadores hasta el momento indican que la Ley General de la Comunicación Audiovisual no clarifica espacios y oportunidades para la comunicación comunitaria, si bien evidencia su existencia en el artículo 32, en el cual se establecen algunas condiciones que debemos destacar:

- las entidades prestadoras de estos servicios deberán justificar la procedencia de sus fondos, así como el desglose de gastos e ingresos, si los hubiere (Art. 32 par. 6);
- la autoridad audiovisual establecerá un sistema de evaluación de gestión financiera y un registro específico para el depósito de su memoria económica (Art. 32 par. 6);
- las entidades titulares de los servicios de comunicación audiovisual sin ánimo de lucro deberán acreditar el pago de cuantos derechos, cánones o tasas, se deriven de su actividad (Art. 32, par. 7).

Estos temas merecen ser más detallados en relación a las iniciativas de comunicación comunitaria y sus agentes; las organizaciones sociales que actúan en la construcción de una política más democrática de la comunicación; las autoridades que legislan y que ejercen las leyes relativas al sector y los investigadores que buscan comprender y señalar perspectivas consistentes respecto al sector. De esta forma, no se opta por trabajar con reflexiones finales en este artículo, precisamente por ser presentados los instrumentos del análisis que necesitan ser trabajados en la realidad contemporánea de España, Europa y otros países. Sin embargo, cabe señalar que las dinámicas reguladoras establecen modos distintos de conducta por parte de los Estados, que incluso se transforman con el tiempo, lo que demanda la continuidad del análisis acerca de las políticas nacionales de comunicación comunitaria.

Referencias bibliográficas

- AMARC. Asociación Mundial de Radios Comunitarias (2010). *Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual*. Disponible en <http://bit.ly/2eXzyUV>.
- Badillo, A. (2003). La desregulación de la televisión local en España: el caso de Castilla y León. Tesis publicada en 01/04/2003. Disponible en <http://bit.ly/2fetafB>.
- Brasil. (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado Federal.
- Cabral Filho, A.V. & Cabral, E.D.T. (2011). Mídia da sociedade civil, direitos à comunicação e a transição para o digital no Brasil: estabelecendo uma estrutura analítica para uma perspectiva comparada internacional. *Revista Brasileira de Políticas da Comunicação*, v. 1, pp. 1-14, 2011. Disponible en <http://bit.ly/2eXyjoC>.

- Cabral Filho, A.V. (2012). Nem privado nem estatal: a ideia de público como um sistema de comunicação. *Revista eCOMPÓS*. Brasília, v.15, nº 1, ene./abr. Disponible en <http://bit.ly/2eOZ69e>.
- Meda González, M. (2010). La Ley UTECA y el Tercer Sector de la Comunicación: comparativa internacional de las fallas de la legislación española audiovisual y respuesta de la sociedad civil. Disertación de Master. Universidad de Valladolid. España. Disponible en <http://bit.ly/2eiSXyi>.
- OEA (Organização dos Estados Americanos) (2000). *Declaração de Princípios sobre Liberdade de Expressão*. Disponible en <http://bit.ly/2eiTkJp>.
- Parlamento Europeo (2009). *Resolución del Parlamento Europeo, de 25 de septiembre de 2008, sobre los medios del tercer sector de la comunicación (TSC)*. Disponible en <http://bit.ly/2feupLV>.
- ReMC - Red de Medios Comunitarios de España (2012). Red de Medios Comunitarios de España. Artículo de Wikipedia. Disponible en <http://bit.ly/2feswPp>.
- Sáez Baeza, C. (2008). Tercer sector de la comunicación, Teoría y praxis de la televisión alternativa. Tesis doctoral. Disponible en <http://bit.ly/2dP3Bk6>.
- Segura, R.V. (2010). La TDT en la comunidad de Madrid: motor del cambio de las televisiones locales. Tesis de Doctorado. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en <http://bit.ly/2fewkjB>.
- Sousa, H. et al. (2012). *A regulação dos media na Europa dos 27*. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, Braga. Disponible en <http://bit.ly/2eP7kyo>.
- Unesco (1980). *Um Solo Mundo, Voces Múltiples - Comunicação e Informação em Nosso Tempo*. Unesco. Disponible en <http://bit.ly/1khDkaZ>.

Reseñas



Matrices culturales del neoliberalismo: una odisea barroca

Eliseo R. COLÓN ZAYAS

Editorial: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Salamanca, España.

Año: 2013

Páginas: 158

ISBN: 978-84-15544-41-8

1. La odisea de llamarse Eliseo: sobre las matrices barrocas del neoliberalismo y el melodrama de los orígenes

*Salvaje. Sí. Será mi polifonía
Mi género no se lo cuento ni a mi tía
Nómada vengo a postdatar el futuro
Que en el presente se ve ya.
No soy de aquí, ni soy de allá
Bajtín y Barthes me hacen vibrar
Y a un simulacro me convoca Baudrillard.*

*Magali García Ramis,
“Himno transnacional de los postmodernistas”, 2000.*

Confieso, con efecto espectacular y profético, que conocí a Eliseo Colón en los tiempos hiperreales del Quinto Centenario. Fue una época en que Debord y Baudrillard desfilaron en pasarela por el gigantesco Jumbotron de la Sony, bailaron salsa en clave de *El Gran Combo* en la explanada del Pabellón de Puerto Rico en Sevilla y volaron con la saeta que prendió el fuego olímpico en Barcelona. El mundo le pertenecía a la tecnología mediática y al simulacro. Todavía.

En Puerto Rico, la última colonia en despedir al Imperio Español de América en 1898, los fastos tomaron un giro único en este lado del mundo. Tras la visita de Don Juan Carlos y Doña Sofía a la isla en 1987, nos declaramos más españoles que nunca desde la profesión de fe en la lengua castellana que nos valió el

premio Príncipe de Asturias, la Gran Regata que trajo los vientos nuevos de la globalización post-Guerra Fría con marinos ucranianos vendiendo medallitas de Lenin a ávidos consumidores puertorriqueños y la reconversión totémica de espacios urbanos en San Juan y Ponce.

Estando en Ponce por aquellas fechas, un chofer de carro público me secretó que el gobernador Rafael Hernández Colón le había mandado a construir el pabellón a una de las infantas con la que se pensaba casar. El alucine llegaba a su clímax melodramático con ese amor ultramarino. Cadenciados por los boleros de Luis Miguel, que Eliseo ha analizado puntualmente, y la bachata romántica de Juan Luis Guerra, gestionamos el 1998 desde 1992 en un delirio de Hispanofilia.

Pero más rápido que el suspiro del moro al mirar por última vez a Granada, y como recordatorio de que estábamos en tiempos de pulverizaciones (había colapsado el Muro de Berlín y la Cortina de Hierro) y de que estábamos en tiempos de imágenes que solo necesitaban diez segundos en retina como la de la lengua sacada a su oponente electoral), en enero de 1993 un nuevo gobernador, Pedro Rosselló, ocupó La Fortaleza y pasó por el *shredder* ideológico a la Ley del Idioma Único. A renglón seguido, procedió a convocar un plebiscito sobre el estatus político de Puerto Rico, donde la fórmula absolutamente postmoderna “lo mejor de los dos mundos” prevaleció frente a las cartesianas opciones de Anexión a Estados Unidos e Independencia. Por supuesto, nada comparable a la apoteosis neoliberal de la fórmula “Ninguna de las anteriores”, con la que contestamos en 1998 a ritmo de Marc Anthony una segunda convocatoria de Rosselló a decidir sobre nuestro destino final, en el momento en que se conmemoraban cien años de invasión de la isla por los norteamericanos.

En la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras de los noventa, tres proyectos de pensamiento y escritura, *Bordes*, *Nómada* y *Postdata*, trastornaron los encuadres departamentales en los que discurrían con placidez beatífica las disciplinas y se constituía la representación intelectual. Fueron esas revistas, entre otras cosas, las plataformas donde se naturalizó un nuevo *sensorium* a lo Walter Benjamin –uno de los dioses tutelares de Eliseo–, otras maneras de ver, oír, calibrar realidades y generar memoria cuyos referentes populares, legitimados sin problema alguno desde la década pasada, eran el videoclip, el videojuego y la ATH.

Recuerdo que Eliseo y yo montamos un acto de *vaudeville* en el que yo hacía de modernidad y él de postmodernidad con participación ocasional de Arturo Torrecilla. Cuando *Postdata* publicó en 1995 el libro *Polifonía salvaje* que recogía los ensayos de su plantel de colaboradores –entre ellos Eliseo Colón–, la crítica cultural Carmen Dolores Hernández tituló su reseña para *El Nuevo Día*, “¡Ahí vienen los postmodernos!”, versión contemporánea de “¡Los indios vienen!”, que representaba las ansiedades de la intelectualidad, digamos consagrada, ante los nuevos vocabularios y la *lesa patria* de muchas de las propuestas de los

‘posmos’. A otros les dio por llamarnos “los afrancesados” y nos invitaban a irnos a París VII, donde quizás no necesitábamos traducción.

Por aquellos años intentamos en vano renovar el currículo universitario con un programa transdisciplinario en Estudios Culturales cuyo prontuario se distribuía en áreas que tenían nombres *avant la lettre*, como Redes, Espacios y Tiempos, Identidades, etc., y que habría significado la hoguera para algunos de nosotros si todavía hubiese estado operando la Santa Inquisición.

Con una Marilyn Monroe en plenitud transfigurativa en la portada, Eliseo Colón lanzó en 1996 su libro *Publicidad, Modernidad, Hegemonía*, en el que la publicidad emerge como un instrumento tecnológico y discursivo de máxima rentabilidad persuasiva que inscribe a las masas en la cultura moderna del mercado. Con las campanadas del año 2000 –y mientras el mundo padecía del síndrome apocalíptico del Y2K–, Eliseo Colón hizo estallar su propia computadora Hal (Kubrick, 2001 *Odisea del Espacio*) con *Archivo Catalina. Memorias Online*, una novela escrita con los lenguajes de la cibernética y del melodrama, tanto histórico como del corazón.

Tres años después, con *Medios mixtos*, armaba un balance de veinte años de escritura sobre la comunicación y la cultura, que comenzaba con un ensayo sobre la otredad en la conquista de América y finalizaba con la nueva panacea y *alibi* neoliberal del *Total Quality Management*. A partir de entonces no se produjo el descanso del guerrero, aunque es uno de sus apellidos. Ha trabajado Eliseo un popurrí, solo en apariencia *randomizado*, que incluye el gusto latino, el astrólogo Walter Mercado, *La Ilustración Española*, entre otros, y recientemente se regodea –*no pun intended*– en la vedette Iris Chacón.

Por todos estos años como amante embozado entra y sale de la semiótica – acá entre nos, su *true love*. Para mí, la presentación de *Matrices culturales del neoliberalismo: odisea barroca* constituye, de muchas maneras, un cierre de círculo, una vuelta al origen. Es *Odisea*, tejido que se deshace para volver a empear. Abordo con suspense melodramático, dos modalidades que asume esta Ley de Cierre.

2. La vida es puro teatro

La vuelta a la madre es uno de los resortes narrativos y emotivos del melodrama. Las matrices de Eliseo en este libro se encuentran en el siglo XVII, aunque algunas de ellas son requintos de la tardía Edad Media católica, llena de vidas ejemplares y autos sacramentales –por aquello de que la fe sin teatro, al igual que sin sangre, no entra. Es un siglo –el XVII– que provoca lecturas distintas. Volviendo al año de 1992, Eliseo y yo leímos un libro que nos había recomendado Walter Quinteros, un querido amigo a quien todavía extrañamos. Escrito por Stephen Toulmin, profesor de Humanidades en la Universidad de Northwestern, *Cosmopolis* narraba el triunfo del racionalismo binario y de las certezas metafísicas formuladas en lenguaje matemático a partir de un asesi-

nato: el de Enrique de Navarra, aquel que abjuró de su fe protestante y volvió al seno de la madre iglesia católica para ser rey de Francia, proclamando que París bien valía una misa. Para Toulmin, el asesinato del pragmático Enrique dejó *nati-muerta* una agenda de modernidad más diversa, plural, porosa y confirmó otra más ortodoxa, más encuadrada, de mentiras y verdades absolutas, de jerarquías definidas para el cuerpo y la mente. El 'yo' sería el resultado de un parto de la inteligencia: "Pienso, luego existo".

Propongo que el libro de Eliseo es la contracara del postmortem de Enrique, que recupera las teatralidades y otras tecnologías de representación que constituyen ese inventario de configuraciones que serpentean (no hay líneas rectas en el barroco) la modernidad y que reaparece cada vez que se hace imposible pretender que el mundo es geométrico. Este barroco paralelo, retorcido como *El éxtasis de Santa Teresa* del escultor Bernini, es una respuesta otra a las mismas incertidumbres que produjo la fragmentación del orbe cristiano y simultáneamente su expansión con el Descubrimiento de América, la escenografía de fondo del barroco en su génesis.

Si en el orden cartesiano las sensorialidades y sensualidades se pusieron en sordina y bajo sospecha, muy pronto nuevos sabores, corporalidades y tentaciones desbordaron los diques. Su conversión en lenguaje, en archivo, fue imprescindible. Surge el Barroco para asegurar supervivencias y controles: la del propio orden cartesiano y la del propio desafío a ese orden.

Lo que Eliseo logra es develar el otro Barroco, el que Toulmin no toca, obnubilado por el triunfo tan tajante del orden racional. El otro Barroco que no hará implosión como los grandes iconos y narrativas de la Modernidad, sino que sobrevivirá a las trampas de la razón y la fe, porque también les sirve; el Barroco que se camuflará de melodrama en el siglo XIX hasta convertirse en la gramática ya desnuda con la que describimos nuestros días y furores, sin abochornarnos.

Como buen camaleón, el Barroco sirve a tirios y troyanos. Es para todas las épocas, sobre todo para esta que, como aquella que dio lugar al sabor Barroco original, está llena de incertidumbres, de riesgos, de victimizaciones.

¿Dónde se esconde el Barroco? Como semiótico que se precia, en el libro de Colón el Barroco se vuelve tubería, enmarañado de bajo fondo, infraestructura. *Goes deep*. Emerge cuando pulsa que los encuadres, los límites, las jerarquías se resquebrajan y huele los miedos que se detonan. El Barroco es oportunidad. Colin Campbell, en su libro *La ética romántica* y el espíritu del *consumismo moderno*, testimonia una de las grandes reencarnaciones barrocas. Cuando la ética protestante que le dio forma cultural al capitalismo de primera generación rindió su vida útil generando grandes acumulaciones que no tenían por dónde canalizarse, un signo barroco –el hedonismo personal– mutó de pasión inconfesa puritana a signo material de prosperidad. Así nació el consumo moderno. Que necesita, por supuesto, que haya masas.

El barroco germina en lo masivo. Por eso también el melodrama –otra reencarnación del Barroco– es hijo de la Revolución Francesa, como el *kitsch*, hijo de

la segunda revolución industrial, y como el fascismo, hijo doliente de las trincheras de la Primera Guerra Mundial. El Barroco se energiza con el yo frágil, drenado por la entropía creciente del mundo, por los niveles crecientes de abstracción y por la soledad en medio de los grandes números, el maquinismo y la velocidad. No solo la lejanía de Dios –cuya ausencia Nietzsche se pregunta quién habrá de cubrir– o el pequeño pueblo cuya partida llora Fausto al oír las campanas de la iglesia, es la soledad en medio de la abstracción racional que no cesa de expandirse.

1968 es año cero. No en balde, *Matrices* comienza entonces... cuando los efectos de la válvula de escape, que fue la Segunda Guerra Mundial, están ya anestesiados y urge una nueva reencarnación. En París, Praga, México, Berkeley, San Juan de Puerto Rico, prenden las protestas. Como la Ofensiva del Tet a comienzos de ese año que puso a temblar a Estados Unidos en Vietnam, los fuegos se propagan. Ciertamente fue un espectáculo de extendida pirotecnia, de calles encendidas para mostrar desprecio zafio a la autoridad y a todo el que tuviera más de treinta años. Había nacido la sociedad del espectáculo, precozmente denominada por Debord.

Cuatro años después, Eliseo se avecindaba en el territorio reconvertido de Pittsburgh. Comenzaría entonces a generar una bibliografía que, en un inicio, partió de la teatralidad literaria tan decisiva en el Barroco y que aplicó a la dramaturgia de Luis Rafael Sánchez, y más tarde a la comedia y lo cómico en Puerto Rico; para luego transitar, de mano de inventarios profundos del lenguaje, a la geografía plural del neoliberalismo. *Matrices* es un libro genealógico y arqueológico a la misma vez.

3. It's alive!

No es lo mismo hablar del neoliberalismo que verlo venir, dice el neo-refrán que acuño para esta representación. No me refiero a la exitosa 'operación rescate' del capital frente al ataque de las burbujas, aun cuando las medicinas hayan resultado amargas para la inmensa mayoría del mundo. Remito a la clasificación triple A (en la escala Moody's) del neoliberalismo en producir los mecanismos y tecnologías de subjetivación y sujeción de identidades de mitigación, de recomposición de lugar y recuperación de edades de oro inexistentes sin que la gente se dé cuenta de la mano siniestra.

Si *Matrices* apunta a un neoliberalismo que simultáneamente puede generar su propio simulacro como enemigo y las terapias y especialistas que lo aniquilarán (en versión *Avatar*), los últimos tiempos en la Universidad de Puerto Rico son su *exhibit* de pasarela. Ese es el segundo círculo y ya oigo las trompetas. Como ha descrito con claridad *Matrices*, las épocas de riesgo e incertidumbres, de la aparición de nuevos mundos para los que no se tienen aún las traducciones necesarias, requieren de mecanismos rápidos y de probada eficacia, aunque se vistan de ropajes novedosos.

La efectividad de las metáforas para persuadir en la comunicación política, por ejemplo, descansa siempre en que remiten a dominios de origen sedimentados en nuestro ADN de símbolos. La enfermedad es uno de esos dominios y el Puerto Rico enfermo incurable (el que no lo hace a la entrada, la hace a la salida) reaparece cada vez que perdemos capacidad para leer los mapas y nos agarra la calambrina. ¿Cómo apaciguar los miedos, con qué agua de azahar atajamos el ataque de nervios cuando el GPS ya no localiza?

No los agobio con el listado de remedios, en el capítulo 3 del libro de Eliseo aparecen los perennes *best-sellers* a lo Paulo Coelho, a los que podemos añadir –para estar *up-dated*– las descargas por el asunto de Miss Universe o quién es el macho que pasa a la próxima etapa de Mira quién baila. Su nivel de peligrosidad y/o banalidad es asunto para discutirse. Lo que quisiera atender en estas líneas finales es la gran terapia grupal del neopopulismo cuyo contagio advertimos tanto en los planteamientos del *Tea Party* en Estados Unidos como en la descalificación de la inteligencia y el buen juicio en la Universidad de Puerto Rico. No crean que están muy alejados de los protocolos sentimentalistas, espectacularizantes y de identidades remendadas ya ensayados en los *reality shows*, la prensa del corazón y Facebook.

A propósito de sucesos recientes acaecidos en torno a la Escuela de Comunicación planteé públicamente mi temor de que el anti-intelectualismo (el que trabaja queda penalizado y de lo inteligente se sospecha) y el redentorismo pasarán de ser discursos periféricos a ser discursos centrales en estos tiempos de difícil codificación. Del redentorismo les diré que se refocila en simular que la universidad es el sitio donde se resuelve el destino de la patria, gobiernan los de abajo y se triunfa sobre el capitalismo y la globalización. Sus armas: el infundio, el escarnio y el chisme. El lugar por excelencia desde donde se vomita fuego es en las redes sociales, en su versión más farisea, como reencarnación de la vecindad bochinchera que modeló el personaje televisivo de ‘La Comay’. En ese cuadrante de la semioesfera no se exigen corroboraciones ni evidencias, es suficiente con invocar las causas sagradas y decir las palabras precisas de cólera que alimentan los narcisismos salvadores. Los contenidos barrocos y melodramáticos en su versión WalMart (de más pequeño común denominador) tienen allí mercado para suplir disfraces identitarios que permiten transitar las aguas procelosas de los tiempos de riesgo. En esa odisea de llamarse Eliseo, el círculo que comenzó con el milenio se cerró para beneplácito de sus amigos. Como el Barroco se canta y se llora –y es un *transformer* natural–, a él recurrimos, pero en su versión Baccarat, para desearle a nuestro querido Eliseo gozosas aventuras estéticas, abundancia de tecnologías para desmontar y volver a montar, feracidad lingüística, apetitos de la carne y del espíritu satisfechos y que nos convide a los amigos a celebrarlo.

Silvia ÁLVAREZ CURBELO

Universidad de Puerto Rico / salvarezcurbelo@gmail.com

Racismo en Chile. La piel como marca de la inmigración

Editora: María Emilia TIJOUX

Editorial: Universitaria. Santiago, Chile.

Año: 2016

Páginas: 284

ISBN: 978-956-11-2502-5

Este volumen colectivo editado por María Emilia Tijoux, académica de la Universidad de Chile, recoge los trabajos presentados en el seminario homónimo al libro, realizado en Santiago de Chile en abril de 2015, organizado por Tijoux y su equipo de investigadores. Además de ellos, participaron académicos, funcionarios estatales y activistas de organizaciones migrantes. El objetivo, tanto del seminario como del libro al que dio lugar, ha sido estudiar y sacar a la luz las condiciones adversas en las que viven muchos inmigrantes en Chile, a causa de la discriminación racista. Se trata de una exploración colectiva del modo en que tiene ocasión localmente un fenómeno mundial –que se configura material y simbólicamente en la relación históricamente gestada entre migración, economía política y racismo institucional y cotidiano–, en la época de la circulación ilimitada del capital y la circulación administrada de poblaciones. El índice actual de movilidad transnacional de migrantes se estima, en efecto, en torno al 3 % de la población mundial.

En este intento, “sacar a la luz” –desde el silencio y obviedad de su naturalización o normalización– las condiciones adversas en que viven muchos inmigrantes a causa de la discriminación racista significa resistir políticamente al fenómeno mediante el desmontaje científico-social y teórico de discursos y prácticas racistas en todos sus niveles. No solo la descripción sociológica del fenómeno situado y la proposición de “políticas públicas contra el racismo en Chile”, sino también su desmontaje como operación de praxis teórica orientada a la desterritorialización de estructuras institucionales y discursivas del poder a las que damos vida psíquica. A este respecto, Tijoux da la clave en la presentación del libro:

¿Cómo hacerse cargo no solo de la descripción y cuantificación de interacciones particulares, sino de la cuestión de la ‘emancipación’ respecto de estructuras lógicas, imaginarias e institucionales que articulan los hábitos de la violencia y la clausura del horizonte de lo común? (p. 17).

La ‘emancipación’ aquí apunta a la apertura de ‘lo común’, privatizado o ‘clausurado’ en una forma de comunidad nacional –forma de la “propiedad privada” (*privateigentums*) en el sentido más esencial pensado por Marx–, comunidad racializada, clasificada y sexualizada, atravesada en su carne por los espectros lógicos e imaginarios que articulan la gramática identitaria del racismo, el machismo, el clasismo y la xenofobia, de momento arraigados en la historicidad imperial-colonial y estatal-nacional de esta parte del Cono Sur. Lo ‘común’ señala así hacia una lógica de la diferencia, lógica que interrumpe y desbarata a la lógica del gobierno económico-político sacrificial de la vida. En este sentido, la situación de los inmigrantes ‘negros’ (procedentes principalmente de Ecuador, Colombia, República Dominicana y Haití) opera como la imagen dialéctica, quizás paradigmática, de la situación de una multiplicidad heteróclita de inmigrantes que se hallan en el reverso negativo de la cesura entre la proyección, promoción y protección de una forma de vida ascendente y la producción de una vida despreciable, explotable y sacrificable. En Chile, las dos mayores oleadas de inmigración afrodescendiente han sido la del esclavismo colonial (inmigrantes ‘forzados’) y la de los inmigrantes contemporáneos en contexto de ‘globalización’ neoliberal (inmigrantes empujados por el conflicto y la pobreza). Los inmigrantes ‘negros’ figuran aquí paradigmáticamente, puesto que en Chile, en cuanto a su participación y huella histórica en nuestro mundo de la vida, estos van como ‘desaparecidos’, en virtud del ‘blanqueamiento’ discursivo de la ‘raza chilena’ como entidad metafísicamente proyectada, con componente predominante español, mezclado con “lo mejor del araucano”, ello contrastando sordamente con una negritud borrada, estéticamente reprimida (estética policial) mediante un discurso que venía forjándose desde el siglo XIX a través de voces como las de Diego Barros Arana o Francisco Encina, o la de Vicente Pérez Rosales, entre muchas otras, apuntalando la construcción y consolidación identitaria del Estado-nación de Chile. Esto situaría al ‘negro’, como figura presente/ausente, en lo más bajo de la escala del *humanismo chilensis* desde el siglo señalado (Cfr. p. 21-33).

Sin embargo, esta violencia simbólica y material que toma cuerpo en Chile con ominosa y desapercibida violencia en la “distinción entre ‘inmigrante’ y ‘extranjero’”, va mas allá de la figura del afrodescendiente, pues se expresa en la discriminación de inmigrantes procedentes principalmente de seis países latinoamericanos con fuerte raíz indígena y negra (los ‘inmigrantes’ vienen de Perú, Bolivia, Ecuador, Colombia, República Dominicana y Haití, los demás son ‘extranjeros’). De modo que el asunto que alienta en el corazón del libro, más allá de la imprescindible descripción de la situación de los inmigrantes, es la configuración histórica y la expresión contemporánea de la intencionalidad racista *chilensis*, que se autoafirma performativamente como tal en su régimen de producción de ‘lo humano’. Mientras los inmigrantes buscan trabajo, residencia y estabilidad (tranquilidad), hacen frente a un *ethos* chileno que los ‘ve’ (ideas y afectos) y los ‘trata’ (prácticas) con “recelo, temor y/u odio”; esto es, como ‘enemigos’ –desde una política de la partición amigo/enemigo que se define en vir-

tud de la frontera económica entre lo propio y lo impropio, entre lo mismo y lo otro, entre lo familiar y lo infamiliar, entre lo seguro y lo peligroso. Las mentadas “ideas y afectos” que articulan la percepción y apreciación que el chileno medio tiene de los inmigrantes –orientando así el trato práctico y declarativo que se les ofrece– son ideas y afectos que arraigan en la ‘lógica de la fractura entre vida ascendente y vida sacrificable’ y que se van configurando durante los últimos siglos en el ‘imaginario colonial’ (esclavitud, desprecio y sometimiento de salvajes) y el ‘imaginario estatal-nacional’ (nacionalismo ‘blanco’ y guerras interestatales y de pacificación interna). La “inmigración como problema” –con el consecuente despojo de derechos sociales y humanos correlativo a esta percepción– se abastece así de estigmas simbólicos (fenotípicos y culturales) y fronteras geográficas que espacializan la cesura vital entre, por un lado, la ‘civilización’ y la ‘buena raza’ estéticamente cifrada en la *blanquitud*, y, por otro, la ‘barbarie infiel’ y ‘mala raza’ de indígenas y negros.

Aquí, claro está, los marcadores identitarios de raza y nacionalidad se cruzan con los de clase y género. En cualquier caso, la ‘lógica de la fractura’ tiene como ejes cruciales la ‘clasificación’ (nosotros/ellos) y la ‘jerarquización’ (superiores/inferiores). En un gesto teórico que me parece decisivo, Tijoux habla de un “inconsciente colonial”, remitiendo de esta manera a una perspectiva postcolonial que apunta a la crítica de la reproducción contemporánea de las lógicas y prácticas coloniales, traducidas históricamente en la clave de un identitarismo de corte nacionalista, articulado por la ficción política de un “nosotros superior” a una “alteridad inferior” –ficción hoy espectralmente funcional a las nuevas gramáticas políticas y económicas (imperialismo y colonialidad) del capitalismo mundializado (globalización). Los procesos clasificatorio/jerarquizantes de *racialización* y *etnificación* operan así como condiciones de posibilidad suficientes para violentar (maltratar, explotar, abusar sexualmente, castigar y abandonar) a los inmigrantes (por su ‘alteridad’ e ‘inferioridad’). La materialidad de este proceso se objetiva en estructuras sociales –discursivas e institucionales– estructurantes de subjetividades, cuyo comportamiento discriminatorio y violento se suscita en relación con los índices más o menos cruzados de ‘alteridad’ racial/cultural (identidad, ideal de la ‘comunidad pura’) y ‘desviación’ respecto de la moral social –son más o menos trabajadores, más o menos extrovertidos, más o menos disipados y calientes, etc. (normalización, ideal de la ‘comunidad disciplinada’).

Dados el racismo y la xenofobia articulados desde tales lógicas, y gestados históricamente como disposiciones habituales reproductibles desde tales imaginarios, los inmigrantes quedan expuestos a la discriminación y a violencias de toda suerte, en medio de un cuadro donde su figura-fetichismo es ya signo de una oportunidad económica de hiperexplotación, ya objetivo del paradigma político securitario que castiga y segrega, o ‘en el mejor de los casos’ sujetos fetichizados de una política estetizante y folklorizante de corte culturalista –que invisibiliza y deja incuestionadas sus condiciones de vida y muerte en el

contexto de una economía política sacrificial (“falsos procesos de inclusión”, *cfr.* p. 98-99).

Más allá de la descripción sociológica del racismo en Chile, el libro editado por Tijoux da cuenta de algunas claves para el despliegue de una ‘política anti-racista’. Al posicionamiento político por la ‘libre movilidad’ (las infracciones a la ley de extranjería son “una cuestión que en contextos de libre movilidad de personas no aparecería en los registros delictuales”, *cfr.* p. 123) se suma una compleja política de desactivación del racismo que cierra las fronteras simbólicas y geográficas, una política que pasa por la destrucción de la noción de ‘raza’ (científicamente obsoleta, obsolescencia reconocida por la Unesco desde 1951) y un inmenso trabajo reflexivo-destructivo sobre la gestación histórica de las lógicas e imaginarios racistas (colonia y Estado-nación) que abastecen el ensamble dispositivo de los discursos (medios de comunicación –‘racismo mediático’–, ciencias humanas y sociales, ciencias biomédicas) y las instituciones jurídicas (ley de extranjería, derecho penal, derecho laboral).

Respecto del entramado de este libro, su tejido consta de cuatro capítulos de teoría e investigación socio-histórica, además de un apéndice de ‘recomendaciones’ de políticas públicas contra el racismo en Chile. El capítulo I expone el ‘vínculo entre racismo e inmigración’ a partir del ideal de *blanquitud* determinado desde los imaginarios colonial y estatal-nacional, construcción soberana del ‘pueblo’ chileno mediante un dispositivo de *racialización y etnificación* jerarquizada sacrificialmente –‘animalización’ del otro, del inmigrante de raíz africana o indígena, convertido en objeto de violencia inmunitaria y explotación laboral. El capítulo II expone el ‘estatuto jurídico de la inmigración en Chile’, en conexión con la cuestión del racismo de Estado, considerando sus condiciones fácticas y sus desafíos en términos de ley de extranjería y políticas públicas, jurídico-laborales y penales. El capítulo III explora los contornos del fenómeno de ‘la espacialización del habitar inmigrante en la ciudad’, tanto en la zona fronteriza del norte como en la zona metropolitana, considerando condiciones de discriminación en su vida cotidiana, trabajo, relación con las instituciones; además de procesos de segregación residencial y guetificación en curso. El capítulo IV insiste en ‘la figura paradigmática del “negro” en el imaginario racista’, atendiendo a políticas culturales del Estado de Chile, discursos científicos y fenómenos de sexualización cotidiana de ‘negras’ y ‘negros’. El libro se cierra con un apéndice que contiene una serie de ‘recomendaciones de políticas públicas contra el racismo en Chile’, elaboradas por un conjunto de diversos académicos y organizaciones, consistente en la identificación de problemáticas y la proposición de políticas públicas para subsanarlas, en los ámbitos de ciudadanía y jurisprudencia, trabajo, salud, cultura, género, educación, urbanismo y territorialidad.

Gonzalo DÍAZ LETELIER

Universidad de Santiago, Chile / gonz.diaz.letelier@gmail.com

Epistemología de la comunicación. Análisis de la vertiente Mattelart en América Latina

Efendy MALDONADO

Editorial: Ediciones CIESPAL. Quito, Ecuador.

Año: 2015

Páginas: 244

ISBN: 978-9978-55-133-2

La mutación en curso de los regímenes de significación; las nuevas formas de producción, distribución y acumulación de capital; las luchas por reivindicar la dignidad de los sujetos históricamente subalternizados por la hegemonía colonial y capitalista; entre otros tantos factores, exigen agenciamientos que operen como fuerzas disruptivas y creativas, capaces de promover un cambio en los modos de aproximación e intervención de la realidad. Hoy, el diseño de tácticas y estrategias dentro del campo del conocimiento, requiere de una praxis investigativa y de construcción teórico-metodológica que no sólo permita describir y comprender el mundo, sino también sea capaz de coadyuvar a su transformación.

En este sentido, Efendy Maldonado nos presenta un metatexto teórico-investigativo centrado en la sistematización, profundización y problematización del enorme legado de la obra de Armand Mattelart, cuyos aportes en la construcción del campo y el pensamiento comunicacional han sido claves para su desarrollo y criticidad. Legados como los de Armand Mattelart deben ser relevados no tan sólo por su rigurosidad en el plano cognoscitivo, a su vez, por el compromiso ético-político que ha marcado su carrera como intelectual, situación que lo posiciona como referente indiscutido dentro del campo comunicacional que, a contracorriente de los dispositivos de regulación del conocimiento, se yergue en perspectiva crítica y transformacional.

La travesía epistemológica que nos ofrece Efendy Maldonado en torno al pensamiento de Mattelart contribuye a dismantelar los juicios que apuntan al inadecuado proceso de ideologización que, para la (a)crítica conservadora, evidencian los planteamientos tendenciosos que en nada tributan a la maduración de la racionalidad científica fundada en los parámetros de lo que Castro Gómez

denomina “Hybris del Punto Cero”. Justamente, el autor de esta obra enfatiza las implicancias que en el pensamiento de Mattelart adquiere el proceso de ideologización, el cual, por lo demás, no puede desvincularse de la propia dimensión praxeológica que llevó a Armand a trascender el inmanentismo del propio campo académico. Porque, como nos propone Efendy, para Mattelart era un factor central posicionar al sujeto como eje central del desarrollo histórico, situación que se traduce en asumir el propio emplazamiento dentro del entramado social, político, económico y cultural que en Latinoamérica ha tejido el relato de la desigualdad, la exclusión y la dominación. En tales términos, Mattelart ha sido sujeto consciente del cronotopos al cual su narrativa teórica y analítica responde.

Es por ello que el pensamiento de Mattelart no puede ser concebido como un diseño lineal, ni mucho menos anclarlo a la instrumentalización cognoscitiva. Para acceder a sus fundamentos epistemológicos se torna necesario entender que su obra evidencia una permanente lectura crítica del entorno, así también, un revisionismo de la propia producción de conocimiento. Los temas centrales que se identifican en la narrativa de Mattelart van de la comprensión y denuncia de las estructuras de dominación ideológica, pasando por los análisis de los sistemas multinacionales de información y los procesos de mediatización social, hasta llegar a la reivindicación del sujeto popular como agente que en lo cotidiano logra resistir y subvertir el control y la dominación. Efendy Maldonado establece que el pensamiento de Mattelart se divide en dos momentos. Una primera etapa, que abarca la década del 1960 y 1970, en la cual su investigación estuvo centrada en la economía de los sistemas tecnológicos de información y comunicación imperialistas y de la “crítica ideológica” de los productos de los medios de comunicación de masas; y una segunda etapa que, desde la década de 1980, da cuenta de una “producción epistemológica” que busca explicar las nuevas realidades geopolíticas mundiales, los procesos de informatización y globalización, y una preocupación que en el campo de la comunicación muchas veces está ausente o carente de profundización, esto es, el estatuto disciplinario del propio campo de los estudios en comunicación.

Sin lugar a dudas, la propuesta de Efendy sobre esta periodización de la obra de Mattelart da cuenta de un pensador que a partir del dinamismo y la conciencia histórica buscó aportar a la construcción de una subjetividad política capaz de criticar y poner en tensión la estructura del sistema capitalista y sus sistemas de información y comunicación, en tanto dispositivos al servicio de la reproducción del orden imperante.

Algunos otros aspectos que quisiera destacar sobre el libro de Efendy Maldonado refieren a la clarificación de diversos conceptos y posiciones epistémicas que a lo largo de la trayectoria de Mattelart han permitido configurar un esquema epistemológico-teórico-conceptual que da cuenta del potencial que su obra presenta para la configuración del pensamiento crítico comunicacional. Aportes centrales que Efendy identifica en el legado de Matteart son: el quiebre con el eurocentrismo; la problematización de la cultura cotidiana; la superación

del instrumentalismo de izquierda y el esquematismo cultural; la comprensión del fenómeno ideológico, entendido como conjunto de prácticas materiales insertas en el sistema de circulación de los bienes simbólicos; la dimensión del consumo; la reivindicación del sujeto popular y su implicancia en la construcción del devenir histórico; la crítica al determinismo y el elitismo cultural; la historicidad del propio campo disciplinario; los usos sociales de los medios, entendiendo que en esas dinámicas se enfretan prácticas sociales en conflicto, como respuesta a la estructuración de un mundo marcado por la clasificación y estratificación de los sujetos; en fin... Son algunas claves que el lector podrá ir reconociendo y despejando en este libro en torno al legado del pensamiento de Armand Mattelart.

También es relevante enfatizar que obras como la efectuada por Efendy Maldonado son urgentes de incluir dentro de una agenda regional que aboga por la consolidación de “otra comunicología posible”. Los trabajos de sistematización y puesta en valor de los marcos mnémicos que sostienen el pensamiento crítico de la región Sur son fundamentales al momento de programar el rol, los objetivos, los problemas, los campos, las metodologías y los enfoques que la investigación en comunicación asumirá para aportar a la comprensión de las sociedades que habitamos y para el diseño de los nuevos mundos que esperan ser habitados. De ahí que obras que se estructuran a partir de una lectura en clave histórica, centrada en narrativas disruptivas al canon hegemónico, capaces de ofrecer sentidos éticos y políticos antagónicos al relato de lo unívoco, como es el caso del trabajo de Mattelart, adquieren un potencial epistemológico que todo aquel que se inserta al campo de la comunicación debe considerar como herramienta de su trabajo. En efecto, la obra de Efendy Maldonado debe ser valorada como fuente de permanente consulta y como insumo central para orientar las lecturas de los nuevos y los ya no tan nuevos investigadores de la comunicación.

En esta obra, adscrita a una línea que Efendy junto a su equipo definen como “investigación de la investigación”, lo comunicacional se devela como parte de un universo intelectual anclado a las condiciones socio-históricas de producción de conocimiento, lo cual es un acto de lucha política y epistemológica, si se considera que el relato de la modernidad occidental ha operado a través del desanclaje de toda experiencia posible. Parafraseando al propio Efendy, el trabajo que aquí se reseña asume la aventura del conocimiento en su carácter inventivo, renovador y subversivo a partir de la reivindicación del pensamiento de Mattelart, considerado fuente estratégica para transformar un mundo en el cual el desperdicio de la experiencia, la subalternización y la hegemonía del capital han sido normas a legitimar para asegurar el devenir permanente de un orden que, evidentemente, debe ser confrontado.

Claudio MALDONADO RIVERA

Universidad Católica de Temuco, Chile / c.maldonado01@ufromail.cl

A era da iconofagia. Reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura

Norval BAITELLO JUNIOR

Editorial: Paulus. São Paulo, Brasil.

Año: 2014

Páginas: 160

ISBN: 978-85-349-3993-5

A era da iconofagia. Reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura es un libro clave en la destacada obra de investigación de Norval Baitello Jr., iniciada hace más de tres décadas en Berlín (Alemania), donde se doctoró con una tesis sobre las relaciones entre el dadaísmo y la antropofagia (corriente de ruptura estética surgida en Sao Paulo en las primeras décadas del siglo XX). El libro posterior, *Dadá-Berlín*, fue prologado por Haroldo de Campos, uno de los referentes de las primeras obras de Baitello y referencia fundamental de los estudios semióticos y literarios, o lo que hoy llamaríamos estudios culturales, en América Latina. Pero fueron *O animal que parou os relógios* (Annablume, 1999), libro escrito ya en su retorno a Sao Paulo, y la fundación del Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia (CISC), los dos hechos que transformaron a Norval Baitello en una de las principales referencias, no solo de los estudios semióticos, sino de comunicación primero en Brasil, luego en América Latina y en Europa.

En 1990 el Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia realizó uno de sus primeros encuentros, con Harry Pross e Ivan Bystrina, y se abordó el tema: ¿el periodismo pierde el pie de la historia? A partir de esa reunión científica, las presencias de Vicente Romano (catedrático español, muerto en fechas recientes, potenciador de la ecología de la comunicación y del pensamiento crítico), Dietmar Kamper (sociólogo de la comunicación), Ryuta Imafuku, Siegfried Zielinski, Tomas Bauer, Hans Belting, Gunter Gebauer, Christoph Wulf –entre otros de una larga lista de teóricos e investigadores–, en diálogo con el CISC, ya tenían en la escritura de Norval Baitello Jr. un espacio de efervescencia teórica.

En ese contexto, la iconofagia comienza a transitar por sus escritos y los de otros teóricos latinoamericanos (como Rodrigo Browne de Chile), al principio de forma precaria y con los años como uno de los dispositivos claves para articular una teoría crítica sobre la comunicación y la cultura. Rigurosidad y creatividad son dos ámbitos que en la escritura de Norval Baitello no son incompatibles, sino aparatos de escritura e investigación. La primera versión del texto fue publicada en el año 2002 (editorial Hackers), traducido al castellano en 2004 (editorial Arcibel, Sevilla). No obstante, esta edición no es, simplemente, una segunda de aquella primera de 2002, sino un texto que, acompañado de imágenes, permite retomar su lectura y considerar la actualidad que presenta el texto.

A era da iconofagia. Reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura, en efecto, trabaja tres áreas fundamentales: la comunicación, la imagen y la cultura. Los tres dispositivos se cruzan, entrelazan, dialogan y entran en conflicto entre ellos. Es decir, no es posible comprender la comunicación sin una lectura de la imagen y la cultura que ponga en cuestionamiento cómo han sido considerados estos conceptos con anterioridad en el campo científico. Cuestiona, por lo tanto, las lecturas funcionalistas y funcionales de la comunicación, la reducción de la imagen a la semiótica, el arte o la estética y la cultura como demarcación entre antropología y obra de arte. No es casual que Norval se iniciara con los dadaístas, leyendo a Walter Benjamin, Vilém Flusser, Harry Pross o Ivan Bystrina; con la antropofagia (Oswald de Andrade, Tarcila do Amaral), Haroldo de Campos y muy cercano a Eduardo Peñuela Cañizal (uno de los pioneros en los estudios de la semiótica de la imagen en América Latina). Su particular y ‘original’ lectura de las imágenes (como icono, no en el sentido semiótico sino como desplazamiento cultural), su interés por el cuerpo (o los cuerpos), por el nomadismo como crítica a la sociedad sedentaria (sedada, adormilada, ‘dominada’) y por los elementos marginales de las culturas (podríamos hablar con Flusser de las ciencias de la basura o con Warburg de las ciencias sin nombre), transforman su texto en uno de los escritos claves sobre comunicación de las últimas décadas. Cuando la comunicación, en muchos momentos, parece que está atravesando una etapa de ‘cansancio’ epistémico, y se repiten –texto tras texto– los mismos postulados, Norval golpea “a martillazos” (Nietzsche) las bibliotecas, las aulas y los despachos universitarios. Abre agujeros e intranquiliza la serenidad de quienes pensaban que ‘ya está bien’ de ‘quemarnos la cabeza’, de tanto pensamiento crítico, y se regodean de manual en manual citando lo ya dicho.

La originalidad de Norval está en la “diferencia” (Deleuze), en lo ‘diferente’, en la postvida y sobrevida de las imágenes (Warburg), en las cajas negras (Flusser). Iconofagia es devorar pero, de manera fundamental, ser devorado por las imágenes. La subjetividad ‘sin’ sujeto (a-sujetado), es decir, como proceso de cambio y transformación, como crítica a la técnica cada vez más mecanicista. La imagen pierde sustento, indescriptibilidad, y se acomoda para el consumidor-consu-

mido (otra versión de la iconofagia, esta vez en la sociología de Moulián). Se reciben imágenes 'repetidas' (como fue el caso del atentado a las Torres Gemelas) pero agobiantes para un consumidor que 've' la diferencia donde no hay más que 'formas' sin 'fondo'. La cultura pantallizada e irrepresentable, de un *homo ludens* ya transformado en *homo imagónico*.

Víctor SILVA ECHETO

Universidad de Zaragoza, España / vecheto@gmail.com

MPM: a agência dos anos de ouro da publicidade brasileira

André Iribure & Nilda Jacks

Editorial: Insular. Florianópolis, Brasil.

Año: 2015

Páginas: 200

ISBN: 978-85-7474-847-4

Escrever sobre a história significa rever o seu passado, os acontecimentos e pessoas que constituíram seus passos, suas características, e contar lembranças. Estudar a história de uma agência de publicidade é uma oportunidade para compreender a formação de uma empresa no mercado publicitário, envolvendo a configuração profissional; a estruturação da idéia de negócio; a conquista de clientes; o relacionamento com a concorrência e com os demais *players*; a relação com instâncias influenciadoras como o governo e os movimentos políticos, econômicos, culturais, legais e sociais que, muitas vezes, impõem direcionamentos às agências e ao próprio fazer publicitário. É um momento para analisar a constituição do próprio mercado em determinados contextos.

Em meio ao desenvolvimento tecnológico que propiciou uma ampliação anteriormente impensável à atividade, especialmente no que se refere ao uso de ferramentas para o desenvolvimento dos trabalhos; aos modos do fazer publicidade; aos meios e formas de contato com os consumidores; aos produtos que migraram de uma idéia de anúncios em espaços pagos e pré-definidos para conteúdos que circulam a partir da iniciativa do anunciante ou do próprio receptor, que pode ser co-produtor e mesmo produtor das mensagens; entre outras alterações, pode-se pensar que cenários anteriores não têm mais validade para a compreensão da atividade publicitária e suas múltiplas configurações contemporâneas. Por que contemplá-los? Essa descoberta se dá nas páginas do livro “MPM: a agência dos anos de ouro da publicidade brasileira”, de André Iribure e Nilda Jacks.

A MPM surgiu praticamente com o início do mercado publicitário no Brasil e no Rio Grande do Sul, em 1957; seu desenvolvimento coincide com a evolução desse mercado e, ao mesmo tempo, torna-se determinante a ele. Esta resenha tem a intenção de, ao apresentar o livro, evidenciar as principais contribuições

da MPM para os delineamentos da história da publicidade brasileira e a constituição dessa atividade profissional.

André Iribure e Nilda Jacks contam a história da MPM em quatro ciclos, sugeridos pelos próprios fundadores da agência como os marcos do percurso de sua existência. O primeiro deles (1957-1959) – “A estrutura inicial da MPM” –, trata da instalação da agência em Porto Alegre, no estado do Rio Grande do Sul, em 1957. Nesse momento, ocupa três salas de um prédio, envolvendo as áreas de diretoria, criação, mídia e contabilidade; conta com sete clientes, entre eles Petrólio Ipiranga, A. J. Renner, SAMRIG (Sociedade Anônima Moinhos Riograndense), Frigorífico Renner e Cia. Vinícola Riograndense. Dois anos depois, muda-se para um andar inteiro de outro prédio em função de espaço. Desse período, pode-se visualizar três questões importantes para o desenvolvimento da atividade publicitária empreendido pela MPM: o foco no atendimento aos clientes como diferencial, o reconhecimento dos clientes ao trabalho dos profissionais da agência que já se tornava necessária a seus negócios e algumas estratégias, visando a promoção nacional dos clientes de maior porte.

Os autores observam que o segundo ciclo (1960-1974) – “A MPM/RJ e a expansão nacional” –, inicia com o reconhecimento no âmbito nacional da MPM como agência expressiva do Rio Grande do Sul e com o desafio de ultrapassar as fronteiras do estado para atuar no Rio de Janeiro junto ao cliente Ipiranga. Delineia-se a partir desse fato um aspecto do desenvolvimento do negócio publicitário empreendido pela MPM – o acompanhamento da expansão de seus clientes, promovendo sua própria expansão.

Iribure e Jacks comentam que o cenário era promissor: com a presidência de Juscelino Kubitschek (1956-1961), havia emprego de capital do governo e de empresas multinacionais no desenvolvimento do País. A agência cresceu junto com o Brasil: ampliou o número de clientes e de profissionais, constituiu o segundo escritório, no Rio de Janeiro. Percebe-se o seguimento da mesma estratégia que trouxe a MPM até aqui e que se tornaria um caminho para o desenvolvimento do próprio mercado: tentativa de conquistar clientes com os quais teria possibilidades de faturamentos significativos e o investimento na relação com eles (excelência na prestação dos serviços e no bom atendimento); visualização do Governo Federal como um segmento de negócio.

O envolvimento da MPM no âmbito político chamou a atenção para a importância do trabalho de uma agência de publicidade na promoção de políticos, das causas dos Governos e de instituições ligadas a eles. Por outro lado, esse período ensinou a complexidade da vinculação de uma agência a um Governo devido às controvérsias que essa ligação pode inspirar, arriscando comprometer sua relação com possíveis novas contas desse mesmo setor e com os clientes já existentes.

Ao longo do livro, é possível perceber que uma estratégia que a agência uniu às demais responsáveis pelo desenvolvimento do seu negócio, foi a compreensão sobre a necessidade de inserir-se nas instituições que orientam a profissão

a fim de poder interferir em seus rumos. Isso aconteceu em vários momentos da história da agência, entre eles, quando Luiz Macedo assumiu a presidência da ABAP (Associação Brasileira das Agências de Publicidade) em 1972; em 1967, a MPM tornou-se representante dos Serviços Internacionais de Agências de Publicidade (SIDAP); em 1980, Petrônio Correa, presidente da ABAP, ajuda a constituir o CONAR e assume como seu primeiro presidente.

Com a expansão para a cidade de São Paulo, em 1961, a história contada expõe diretrizes que possibilitaram uma agência regional tornar-se nacional à época. Uma estratégia para se estabelecer nos estados, evitando a desconfiança do mercado local, foi regionalizar-se – contratar profissionais locais, compreender os clientes e os consumidores do contexto. Outro plano adotado, nesse sentido, foi a compra de agências locais a fim de incorporar seus clientes e seus modos de trabalhar na região.

Além dos casos que contribuíram para a agência prosperar, os autores apresentam exemplos de investimentos equivocados em anunciantes cujas promessas de investimentos na MPM não se efetivaram, como o caso Mafisa, empresa do ramo têxtil, que proporcionou uma crise financeira à agência.

Já em 1966 e 1967 participava do ranking das dez (10) melhores agências do Brasil; nesse mesmo ano adquiriu seus dois primeiros clientes multinacionais – SAMBRA (Sociedade Algodoeira do Nordeste Brasileiro) e Massey-Ferguson.

Nesse período, a agência vivencia o profissionalismo de empresas de comunicação que aprimoram formatos de comunicação, entre eles os espaços publicitários – configurações de anúncios pré-estabelecidos e tempos para os comerciais de rádio e televisão; os comerciais precisavam ser melhor produzidos, estimulando a criação a buscar formas mais eficazes do fazer publicidade. Os autores contam que o posicionamento da agência diante desse cenário foi elaborar estratégias de criação e um planejamento de comunicação para cada cliente, prevendo investimentos.

A MPM já planejava trabalhos que extrapolavam a mídia convencional por meio de assessoria de imprensa, promoções, eventos, etc., unindo esforços de jornalistas e relações públicas ao trabalho publicitário. O livro apresenta estratégias da agência para resolver *cases* de seus clientes. Uma delas, explorada pelo mercado em geral posteriormente, estimulou a criação de outra agência – RS Escala Comunicações Ltda. a fim de abarcar dois anunciantes concorrentes no mesmo setor – JHSantos e Imcosul.

Em relação às funções dos profissionais, segundo Iribure e Jacks, já se tinha a compreensão de que um profissional de atendimento não era apenas o contato do anunciante, mas que devia conhecer todo o funcionamento da agência e os serviços que pode oferecer a seus clientes. Sobre a estrutura e a relação entre as diferentes áreas que compreendiam a agência, também havia o entendimento da necessidade de integração entre elas. Em várias reuniões da MPM participavam os profissionais de atendimento, os chefes de departamentos (áreas) e o pessoal da criação.

Na década de 1970 a agência implementou o programa de estágios a fim de proporcionar aos estudantes de comunicação uma experiência de mercado.

A MPM inicia seu terceiro ciclo (1975 - 1984) – “A fusão com a Casabranca” – ocupando o quinto lugar no ranking de agências, sendo a terceira entre as nacionais. A perspectiva era tornar-se a maior agência nacional a partir da fusão com a Casabranca. Com isso, a agência incorporaria clientes importantes e profissionais de renome nacional que já trabalhavam na Casabranca e adquiriria uma identidade referente ao mercado paulista, na tentativa de desvincular-se da imagem de agência gaúcha especialmente. Continuou a estratégia de recrutar profissionais locais, aproveitando seu conhecimento sobre os anunciantes e consumidores da região, e adaptá-los ao modo de trabalho da MPM.

Iribure e Jacks observam que a Casabranca ampliou a concepção da MPM sobre a criação publicitária, evidenciando, por exemplo, a necessidade da construção de conceitos como base para a criação das mensagens, o que exigiu a aproximação das áreas do planejamento e da criação – áreas suportes da fusão entre as duas agências. Justamente a união entre essas duas áreas colocou a MPM no primeiro lugar do ranking das agências de publicidade no ano de 1975, demonstrando seu crescimento acelerado no período.

Em 1977, à época de seus 20 anos, a MPM contava com um padrão nacional referente à sua estrutura de agência, envolvendo as áreas de atendimento, mídia, criação, planejamento, *merchandising*, relações públicas, pesquisa e tráfego. O livro evidencia algumas noções importantes para a execução do trabalho publicitário que são defendidas ainda hoje e já eram princípios naquela época: supervisores das áreas responsáveis por grupos de contas; profissional de atendimento criativo, integrado ao negócio do cliente e grande conhecedor das potencialidades da agência para oferecer-lhe suas soluções; foco na sintonia entre planejamento e criação e no desenvolvimento de propostas de comunicação e não mais apenas na criação de anúncios isolados; cliente como coparticipante no processo de criação, assumindo riscos das tomadas de decisão; planejamento com a missão de compreender a realidade do mercado, os consumidores e os problemas de comunicação dos anunciantes; integração entre as diferentes áreas em privilégio às melhores soluções para o cliente.

Esse ciclo demonstra, ainda, segundo os autores, a perspicácia sobre a necessidade de reestruturação da gestão de uma grande agência: ao invés de ser organizada nessa perspectiva, seus sócios preferiam concebê-la como quatro agências médias – unidades São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Belo Horizonte – administradas autonomamente. A intenção era garantir a agilidade e o atendimento de agências médias e contar com uma estrutura nacional de grande agência que oferecia suporte às unidades. A filosofia da MPM se sustentava no trabalho do mercado e dos clientes, com base no atendimento a esses e no profundo conhecimento de seus consumidores. A trajetória da agência apresenta como elementos de seu sucesso: o desempenho empresarial, atuação

em diversos mercados, investimento nos profissionais e o desempenho criativo adquirido especialmente com a fusão com a casabranca.

Em 1981 passa a atuar no mercado internacional, no Chile, em função de um cliente que exportava para aquele país. Em 1982, a MPM passa a atuar no interior de São Paulo. Em 1982, ocupava o 34º lugar entre as cinquenta maiores agências do mundo.

Iribure e Jacks apresentam o quarto ciclo (1985 - 1991) – “A agência de comunicação” –, salientando seu aspecto principal: ampliação da noção de “Agência de Propaganda/Publicidade” para a de “Agência de Comunicação” em função de já haver um trabalho na abrangência da comunicação dos clientes sem se limitar apenas à publicidade. A MPM propõe o conceito de *full service*, oferecendo uma assistência completa ao que se refere à comunicação de seus clientes. Essa perspectiva tornou-se uma necessidade também devido ao cenário econômico difícil em função de um período inflacionário que atingia a todos em meados da década de 1980. Percebe-se que a atitude da agência nesse período já demonstra o posicionamento adotado hoje em momentos de crise: incentivo às empresas a investirem em comunicação, proximidade da agência com o negócio do cliente a fim de ajudá-lo a identificar estratégias para otimizar seus recursos, competir e tornar a comunicação sua aliada nesse período difícil, preocupação com os resultados do cliente mais que com as comissões de veiculação. Essas eram as grandes vilãs nos relacionamentos entre agência e anunciantes, sendo necessário superar os interesses da primeira nas verbas de veiculação para garantir investimentos possíveis e rentáveis aos anunciantes. Esse problema do investimento da verba publicitária do cliente se perpetuaria ao longo da história da publicidade brasileira, sendo possível identificá-lo ainda na contemporaneidade (Silva & Toaldo, 2010).

Os autores contam que, em 1987, a MPM completa 30 anos e, a fim de implementar seu conceito de comunicação total, os sócios expandem a reestruturação iniciada no ciclo anterior para o interior de cada unidade de negócio. Inicia um processo de segmentação em suas áreas para melhor atender as diferentes necessidades de comunicação de seus clientes, como, por exemplo: MPM Press, MPM Medical, MPM Class e MPM Marketing Direto. O conceito baseava-se em dois âmbitos: estrutura de unidade de negócios e comunicação integrada. A MPM tornou-se um grupo de comunicação organizado em unidades de negócio, a fim de compreender pequenas estruturas em uma maior, visando a agilidade e a flexibilidade no processo decisório. Cada unidade de negócio organizava-se em módulos referentes às áreas de especialidade da agência – atendimento, mídia, criação, planejamento e pesquisa – e ao espaço físico. Cada módulo era responsável por um grupo de clientes, tinha autonomia na operação e era dirigido pelos Diretores das áreas de especialização. Havia um módulo de serviços, envolvendo produção gráfica e eletrônica, estúdio, laboratório, finanças e contabilidade, que atendia os diferentes módulos. Com essa reestruturação, Iribure e Jacks observam que a agência propiciou integração entre os membros das equipes, trocas

de idéias e relacionamentos desburocratizados, cultura participativa e pró-ativa em que todos eram responsáveis por se envolver com os problemas dos clientes e por produzir soluções integradas entre as diferentes áreas da agência.

Iribure e Jacks finalizam a história sobre “a agência dos anos de ouro da publicidade brasileira” contando que o encerramento dos ciclos de existência da MPM acontece a partir de sua compra pela agência internacional Lintas Worldwide, em 1991. As fusões com agências internacionais eram características à época a fim de incorporar contribuições de ordem econômica, administrativa e operacional. Os três sócios da MPM ocuparam lugares na presidência da nova agência que se denominava MPM: Lintas. A partir desse momento, a filosofia e postura profissional adotadas pela MPM cedem lugar à gestão da Lintas. Em 1996, a Lintas é comprada pela Amirati Puris, sendo denominada de Amirati Puris: Lintas, e o nome da MPM é extinto definitivamente.

Por fim, após reler a história de uma agência significativa do mercado publicitário brasileiro, que se confunde com a narrativa dos acontecimentos que o constituíram, cabe reafirmar a convicção de que a compreensão de muitas questões do presente está na forma como a história da atividade se desenvolveu no passado. Daí a importância de conhecer a estruturação da atividade ao longo do tempo para compreender e avaliar suas modificações, questões que ainda persistem e evoluções.

Mariângela MACHADO TOALDO

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil / mariangela.toaldo@ufrgs.br

Referências bibliográficas

Silva, I. & Toaldo, M.M. (2010). *Publicitários + Anunciantes: a dinâmica de uma relação complexa*. Porto Alegre: Entremeios.

Los medios sin fines de lucro entre la Ley Audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015

Editoras: María Soledad SEGURA & Cintia WECKESSER

Editorial: Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.

Año: 2015

Páginas: 200

ISBN: 978-987-707-047-7

El libro en versión digital *Los medios sin fines de lucro entre la Ley Audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*, compilado por María Soledad Segura y Cintia Weckesser; es una obra organizada en 4 apartados:

- I. Asociaciones de medios sin fines de lucro (con 9 relatos).
- II. Gremios del sector audiovisual (con 5 relatos).
- III. Áreas del Estado vinculadas a políticas de comunicación (con 4 relatos).
- IV. Universidad pública (con 7 relatos).

El título del texto ubica al lector en el campo de estudio abordado: los medios de comunicación comunitarios, populares, alternativos y cooperativos. En este no se señala que los ítems temáticos anteriores se refieren al caso argentino, pero en la presentación del libro –escrita por María Soledad Segura¹– inmediatamente el lector queda informado. Sin embargo, esa omisión, justamente hace justicia a los alcances del libro. En el discurso de la lectura que alude a casos, experiencias, reflexiones, conflictos, tensiones, luchas, aciertos, desaciertos, dificultades y logros (entre posibles calificativos) del campo temático señalado anteriormente, se tiene la sensación de que su contenido trasciende el caso del

1 Docente de las Facultades de Ciencias de la Comunicación y de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) e investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Directora del proyecto de investigación “Sociedad civil y derechos a la comunicación y la cultura” del Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba-Argentina.

país en cuestión. Se retratan situaciones similares al pasado, el presente y, posiblemente, al futuro de los medios de comunicación comunitarios, populares, alternativos, grupales, cooperativos y ciudadanos de la mayoría de los países de la región latinoamericana. Dicho de otra manera, en este libro no se presenta el relato histórico de un solo país, sino de un continente entero.

La presentación del libro logra comunicar los puntos álgidos que el lector encontrará en su contenido. El símil con el lente fotográfico llamado “ojo de pez” describe la sensación. Se percibe en dicha presentación la comprensión del objeto de manera panorámica pero no menos profunda, compleja y dinámica. Es la mirada de quien conoce el tema estudiado, sus dimensiones y perspectiva histórica, sus acontecimientos y consecuencias, y puede entonces –rápida y eficientemente– contextualizar al lector. Expresiones utilizadas en la presentación del libro se transforman en pistas de exploración, entre algunas: ilegalidad, mercado, precariedad, norma, ley, reconocimiento legal, desconcentración de propiedad, dificultades, desafíos, gestión, sostenibilidad, políticas públicas, favorecimiento, detrimento, articulación, estrategias. Expresiones que dan cuenta del tejido de sentido ofrecido al lector, al que incluso le da la opción de seguir debatiendo.

El título define el hilo conductor de la publicación y la ubicación de la obra en un tiempo y espacio determinado. En palabras de María Soledad Segura:

La compilación de este libro reúne debates que se inscriben en un período histórico especialmente significativo para los medios comunitarios, populares, alternativos y cooperativos en la Argentina. Este lapso de tiempo transcurre entre dos hitos: la sanción de la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en octubre de 2009 y los decretos 13, 236 y 267 que la modificaron en aspectos sustanciales en diciembre de 2015. (p. 5)

Pero el lector va a encontrar que trasciende las temáticas sobre legislaciones y decretos, e incluso el propio campo de la comunicación, para adentrarse en la propia historia moderna de la construcción de una nación, sus conflictos de carácter económico, político y social, las tensiones vividas entre los diversos sectores sociales –con intereses en pugna. La preocupación por la comunicación política está en el clima que suscita el libro; se pueden identificar las interfaces entre la comunicación y la política. Una y otra vez aparece el debate del acceso a la información, las condiciones de los flujos mediáticos, las articulaciones entre procesos comunicativos y ciudadanía, la necesidad de democratizar la comunicación, de abrir espacios a los medios alternativos, comunitarios y populares, y de construir sociedades realmente democráticas y no solo en el papel.

A través de un entramado de voces –unas, de integrantes de las principales redes de medios comunitarios, alternativos, populares y cooperativos de la Argentina; otras, de dirigentes de algunos de los gremios de trabajadores del sector audiovisual, varias de representantes de áreas del Estado vinculadas a políti-

cas de comunicación audiovisual, y algunas de investigadores de universidades públicas dedicados al estudio de estos temas— los textos hablan desde experiencias de vida y casos concretos. Muestran logros y dificultades en las prácticas de comunicación. Un ejemplo: el tema de la sostenibilidad institucional, gremial, y personal. Este último considerado frecuentemente como “tabú”, pero fundamental para quienes integran los equipos de trabajo y tienen que sostener familias y vivir dignamente. Algunos de los testimonios no dudan en “poner el dedo en la llaga”, señalando el tema de lo económico como un factor determinante en el desarrollo de los medios de comunicación —sin fines de lucro (como señala el propio título del libro)— y la urgencia por buscar diversas fuentes de sostenibilidad, entre las que se considera la integración productiva, referida a poder pensar el sector de los medios sin fines de lucro y no excluir la mirada empresarial. En esa exposición de ideas, los autores de los textos hacen eco de las reclamaciones de centenas de emisoras comunitarias en América Latina que no logran el punto de equilibrio económico de sus proyectos. Muchas son “ahogadas” por impuestos estatales, penalizadas, ven confiscados sus equipos e incluso encarcelados sus realizadores. Medios de comunicación comunitarios discriminados por parte de medios comerciales que impugnan su derecho a “la torta publicitaria”, o por carecer de profesionales con títulos educativos reconocidos.

Cabe destacar también el carácter crítico de la mayoría de los textos, que muestra que sus autores “no tragan entero”, especialmente en temas como el de la censura informativa (de hecho, algunas presentaciones son abiertamente combativas).

Otro aspecto que muestra el carácter internacional del libro reseñado es la preocupación por no solo crear medios, sino articular acciones para sacar adelante los proyectos comunicativos y sociales. Una búsqueda común en buena parte de los colectivos de medios comunitarios sin fines de lucro en América Latina. El lector familiarizado con este tipo de experiencias y de bibliografía puede ver retratada su realidad próxima y, si no es el caso (porque pueden existir excepciones), varios relatos de la experiencia Argentina muestran que, a partir del sentido de realidad sobre necesidades y conflictos, hay espacio para propuestas imaginativas y realizables.

El contenido del libro fue construido a partir de varias modalidades: exposiciones presenciales presentadas en jornadas de trabajo organizadas en 2013 y 2014 en la Escuela de Ciencias de la Información (ECI) de la Universidad Nacional de Córdoba², y artículos científicos escritos específicamente para el libro. Como se dice coloquialmente, “da para todos los gustos”: incluye textos con preocupaciones académicas, estatales, comunitarias, empresariales, mixtas, etc. Aborda temas eminentemente conceptuales y clasificatorios, otros de

2 Actividad dinamizada por el equipo de investigación “Sociedad civil y derechos a la comunicación y la cultura” junto con las secretarías de Extensión y de Investigación de la ECI, con participación del Círculo Sindical de la Prensa de Córdoba.

políticas y estrategias, de la articulación *entre actores sociales, o aquellos que se refieren a aspectos operativos y de capacitación*. Y así sucesivamente.

Otros aspectos que merecen destacarse y se evidencian en el libro son los siguientes:

- Los textos no tienen un único origen, unos son fruto de debates sobre el tema, realizados en eventos públicos; de ahí la riqueza del lenguaje oral de los testimonios. Otros son producto de análisis escritos, como señala Soledad Segura, algunos de ellos “sintetizan estudios de los recientes procesos de concursos de licencias de televisión digital sin fines de lucro”. Esta modalidad de metodología mixta y de construcción colectiva del conocimiento, ofrece múltiples miradas, además de diversas posturas políticas y enfoques teóricos disímiles.
- En la mayoría de los textos, al final, se incluyen fragmentos del debate generado con sus preguntas, respuestas y/o comentarios alusivos a la exposición realizada.
- La magnitud del trabajo colaborativo que muestra la capacidad de co-gestión de las personas e instituciones involucradas, en donde se percibe la importancia del trabajo de todos sus integrantes (desde los responsables de la edición hasta quienes transcribieron los textos grabados).
- La presencia y credibilidad de la Universidad Nacional de Córdoba y sus colaboradores en todo el proceso vivido.

En el cierre de la presentación del libro María Soledad Segura dice:

Pretendemos que esta publicación sirva de insumo para la docencia e investigación universitarias, y para alimentar los debates de los diversos actores involucrados en el diseño de estrategias y políticas destinadas al sector de medios sin fines de lucro en particular, y a fomentar la diversidad del sistema mediático en general. (p. 7)

Pueden tener certeza las compiladoras de esta obra, como también sus autores, de que es una pieza estimulante. Queda la sensación de que valió la pena dedicarle el tiempo a la lectura y que para aquellos que pensamos y actuamos en este campo temático se constituye como una obra de referencia.

Esmeralda VILLEGAS URIBE

Universidade de São Paulo, Brasil / evillegas2@hotmail.com

Hacia el Sur. La construcción de la ciudadanía suramericana y la movilidad intrarregional

Jacques RAMÍREZ GALLEGOS

Editor: CELAG. Quito, Ecuador.

Año: 2016.

Páginas: 151

ISBN: 978-9942-14-167-5

1. Antecedentes

La utopía de integrar a las naciones latinoamericanas, hacer realidad el sueño de Bolívar y otros libertadores y constituir la Patria Grande se remonta a los inicios de las repúblicas de la región. Sea mediante leyes o meras declaraciones simbólicas, dichas ideas, impulsadas principalmente por intelectuales y políticos, han estado presentes en los imaginarios sociales, traducéndose en varios países en un tratamiento favorable e incluso en el otorgamiento de la nacionalidad para los ciudadanos regionales. No obstante, desde mediados del siglo XX, tras los pasos pioneros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y como resultado de la crisis del concepto más amplio de América Latina, el proyecto de integración regional se ha venido afirmando siempre más en el ámbito suramericano: primero con la creación del Mercado Común del Sur (Mercosur) y, más recientemente, con la Unión de Naciones Suramericanas (Unasur).

Tradicionalmente, los países se asocian por motivaciones de carácter económico que incluyen la expansión de sus mercados o condiciones de negociación más favorables frente a otros bloques regionales. El regionalismo no excluye el tratamiento de dimensiones políticas y sociales, pero solo los procesos considerados más abiertos o postliberales las han incorporado de forma progresiva. La CAN, el Mercosur y la Unasur constituyen tres buenos ejemplos en los que se han abordado diversas temáticas entre las que la extensión de derechos y la búsqueda por la libre movilidad merecen especial destaque.

Estos tres casos no son los únicos que dedican atención a este argumento. Procesos de integración tan disímiles como la Comunidad Económica de Estados de África Occidental (Cedeao) o la Unión Europea han hecho esfuerzos significativos para ofrecer respuestas regionales a las migraciones humanas. En

este contexto, pero a contracorriente de las tendencias que conciben a la migración como peligro o amenaza para la seguridad nacional, la idea de creación de una ciudadanía suramericana supone una esperanza para quienes entienden la integración regional de forma integral, mediante acuerdos no solo económicos, sino también sociales, políticos y culturales. La propuesta parte de la constatación de que la migración intrarregional es hoy una realidad que crece de forma progresiva en números e impactos. La misma cuenta con importantes progresos realizados por parte de la CAN y del Mercosur, en lo que concierne –sobre todo– a la afirmación del enfoque de derechos en las políticas migratorias, pero busca ir más allá, no solo recogiendo sus logros, sino elaborando acuerdos diversificados capaces de tener en cuenta la heterogeneidad de pueblos, culturas y cosmovisiones que constituyen la región.

2. Presentación del texto

La necesidad de comprender el significado y los enfoques sobre ciudadanía suramericana, así como los avances que han surgido en la búsqueda de su alcance o las formas en las que se expresa la movilidad humana a nivel regional son solo algunas de las preocupaciones que animan esta obra. En consecuencia, el trabajo está dividido en cuatro apartados que delimitan muy bien su contenido y que, además de ser leídos en su conjunto, pueden también ser consultados separadamente.

En la primera sección, Jacques Ramírez nos ofrece una resumida revisión del concepto de ‘ciudadanía’, dedicando especial atención a los debates teóricos que han surgido como efecto de la globalización y del aumento de las migraciones internacionales. En concreto, se aboga por la ampliación de los derechos de las personas con independencia de los Estados a los que estas pertenezcan. Dos son los conceptos que expresan este propósito: la noción de ‘ciudadanía mixta’ y el reconocimiento del principio de *‘ius domicile’*. El primero resume las pertenencias múltiples de los individuos y la necesidad de construir de forma democrática un proceso por el que los niveles local, nacional y regional actúen paralelamente como fuente y garantía de derechos y bienestar. El segundo, por el contrario, apela a la superación de fórmulas que supeditan el disfrute de derechos a vínculos sanguíneos o a nacer en un determinado territorio. Lo que se defiende, en sustancia, es un contexto de integración –no solo económica, sino también política y social– en el que los ciudadanos suramericanos puedan transitar libremente, vivir y pertenecer a un país de la región en condiciones iguales a sus nacionales por el mero hecho de residir en su territorio. Así, ante la naturalización, se propone la ciudadanización a través del ejercicio de derechos, sobre todo políticos, en un proceso que comporta tanto la construcción de un sentido de pertenencia e identidad suramericana, como compromisos y responsabilidades por parte de todos los actores involucrados.

En la segunda parte del libro se analizan las experiencias de la CAN, el Mercosur y de la Conferencia Suramericana de Migraciones (CSM) en el camino de construcción de una ciudadanía regional. De esta manera, en primer lugar se reconocen los importantes avances alcanzados por la CAN y el Mercosur en materia de reconocimiento de derechos y protección social, migraciones fronterizas, documentación o combate a la discriminación y xenofobia. En segundo lugar se enumeran sus límites, toda vez que el trabajo de ambos procesos ha satisfecho intereses económicos o laborales, incorporando muchas veces visiones de control y seguridad nacional al tratamiento del tema migratorio. Conjuntamente, se reconoce que la CSM –a pesar de no tener carácter vinculante– ha sido fundamental a la hora de establecer debates y perspectivas sobre las migraciones en la región. El sinnúmero de discusiones y propuestas surgidos en estos procesos confluyen y alimentan a la Unasur, que –con objetivos marcadamente políticos– busca profundizar y ampliar sus resultados para hacer realidad tanto la identidad como la ciudadanía suramericana.

En la tercera parte del trabajo se estudian las migraciones internacionales hacia y entre los doce países que conforman la Unasur. Pero, además de ofrecer un pormenorizado panorama sobre las principales corrientes migratorias, se analiza con cifras actualizadas quiénes y cuántos son los migrantes intrarregionales que viven en cada país. De esta forma, se constata que sí, por un lado, la emigración extrarregional continúa siendo significativa, por otro, en un contexto en que la movilidad humana se verifica en todas las direcciones, la inmigración intrarregional ha adquirido un peso significativo, aunque con diferencias notables entre un país y otro. Más allá de las cifras, se evidencia que, en diversas proporciones, todos los países son origen y destino de ciudadanos suramericanos y que once de los doce Estados que conforman la UNASUR tienen como principal grupo de inmigrantes a personas provenientes del bloque. En definitiva, sea como trabajadores, refugiados, solicitantes de asilo o estudiantes, los ciudadanos suramericanos se desplazan, especialmente a nivel bilateral y fronterizo, al tiempo que requieren respuestas adecuadas para asegurar el ejercicio de sus derechos.

Finalmente, la cuarta sección del libro está dedicada a sintetizar los principales temas abordados por la CAN, el Mercosur y la Unasur en materia de movilidad humana y concluye con una propuesta: el “Acuerdo Unasur sobre Movilidad Humana, Residencia y Ciudadanía Suramericana”, que está siendo promovido actualmente por la Secretaría General del organismo. Este busca no solo incorporar los avances obtenidos en los demás bloques, sino que se propone ofrecer una perspectiva innovadora, capaz de formular soluciones integrales ante la complejidad del panorama migratorio regional. En tal sentido, se enumeran políticas y medidas administrativas concretas para garantizar tanto la libre movilidad de las personas como el ejercicio real de sus derechos en toda la región. Al mismo tiempo, se delinear disposiciones específicas para poner fin

a la condición de irregularidad de los migrantes intrarregionales y garantizar la disminución de la xenofobia y de la discriminación.

3. Discusión

El libro en su conjunto constituye un aporte de extrema actualidad y relevancia para pensar tanto las migraciones intrarregionales como las respuestas efectivas ante los desafíos que estas suponen. El trabajo, de obligada consulta para intelectuales, políticos y demás interesados en el tema, tiene el mérito de combinar el análisis teórico sobre la ciudadanía y sus formas de expresión, con el examen estadístico de la movilidad humana en la Unasur y el estudio de los avances obtenidos por otros procesos regionales en su tratamiento. Su novedad radica, sin embargo, en que a partir de la perspectiva de derechos humanos genera propuestas coherentes que ponen en el centro del debate a las personas, en cuanto sujetos de derechos no solo de un país, sino de la región como un todo.

A pesar de sus virtudes, el proyecto enfrenta también numerosos desafíos, como la necesidad de traducir a la práctica las excelentes ideas antes expuestas o los obstáculos de llevar a cabo un proyecto político de esta magnitud en un contexto regional marcado por crisis económicas, propuestas de flexibilización de la CAN o del Mercosur, y por la disminución de gobiernos o tendencias que defienden con fervor sus premisas. Por si no bastase, en un escenario en el que las personas de la región se conocen poco y la ciudadanía suramericana todavía no está presente en el horizonte de la gente, los retos de hacer que más de 413 millones de personas se identifiquen en un proyecto común son enormes. No obstante, tanto la identidad como la ciudadanía suramericana son procesos en construcción, y planteamientos como los expuestos en este trabajo constituyen bases sólidas para la realización de un sueño colectivo capaz de mejorar la movilidad y los niveles de bienestar de todos los miembros de la región.

María del Carmen VILLARREAL VILLAMAR

*Universidade Estadual do Norte Fluminense, Brasil /
mariavillarreal85@gmail.com*

Planificación y comunicación

Juan DÍAZ BORDENAVE & Horacio MARTINS DE CARVALHO

Editorial: Ediciones CIESPAL. Quito, Ecuador.

Año: 2015

Páginas: 324

ISBN: 978-9978-55-126-4

La reedición de esta clásica obra de Juan Díaz Bordenave y Horacio Martins de Carvalho se sitúa en el marco de una estrategia de recuperación/reinvención de la comunicología crítica en América Latina. En este empeño es en el que hay que entender el trabajo que Ediciones CIESPAL lleva desarrollando en los últimos años, publicando los trabajos de algunos de los clásicos de la escuela latinoamericana de comunicación como Jesús Martín Barbero, Luis Ramiro Beltrán o los autores del volumen que aquí se reseña.

Este ejercicio de recuperación hay que entenderlo dentro de una perspectiva histórica y holística. Histórica porque los debates que inspiraron las principales aportaciones de dicha escuela siguen aún hoy vigentes. Si en las décadas de los 60 y los 70 la denuncia a la dependencia económica y comunicativa que aquejaba a los países del Sur o periféricos con respecto a la dominación de los del Norte o centrales en un modelo de creciente globalización capitalista, en la actualidad no se pueden entender las agrias polémicas en torno a la reactivación de las políticas nacionales de comunicación que toman forma a través de leyes de comunicación en países como Uruguay, Argentina, Bolivia, Venezuela o Ecuador si no es como resultado de un escenario profundamente antidemocrático, producto de entender que la libertad de expresión es sinónimo de la libertad de empresa.

También es un ejercicio holístico pues el rol de la comunicación ha ido crecientemente ocupando un lugar central en el modelo social, lo que ha llevado a algunos autores, no sin polémica, a situarnos en una sociedad de la información o informacional. De lo que no cabe ninguna duda es que el entorno digital media crecientemente las relaciones económicas, políticas, sociales y culturales y que el derecho a la comunicación se posiciona como una reivindicación estratégica para movimientos sociales y gobiernos populares a nivel general. La comunicación se revela pues como un campo privilegiado, pero un campo en disputa, como una nueva lógica social atravesada por tendencias antagónicas en el que la tendencia de subsunción real de la sociedad en el capital parece estar ganando la mano.

Sirvan las líneas anteriores para contextualizar por qué CIESPAL, que tuvo un papel protagónico en los debates en torno al Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, proyecto que quedó truncado por la ofensiva neoliberal que a principios de la década de los 80 significó la salida de los Estados Unidos y Reino Unido de la UNESCO, así como el giro conservador de la institución de las Naciones Unidas, asume este proyecto de recuperación y reinvención de obras como *Planificación y comunicación*. No es casualidad que, junto con la reedición de los clásicos anteriormente mencionados, se estén promoviendo nuevos foros de diálogo e intercambio de experiencias en torno a la comunicación para el desarrollo y el cambio social. Tal es el caso del *Foro Latinoamericano y Caribeño de Comunicación Popular y Comunitaria*, co-organizado por CIESPAL, FLACSO, el Foro de Comunicación para la Integración de NuestrAmérica y la Agencia Latinoamericana de Información, o el *Foro Regional Comunicación para la Agricultura Familiar y el Desarrollo Rural Sostenible*, co-organizado por CIESPAL, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Reunión Especializada sobre Agricultura Familiar de MERCOSUR.

Juan Díaz Bordenave, comunicador y agrónomo paraguayo, y Horacio Martins de Carvalho, sociólogo y agrónomo brasileño, abordan en *Planificación y comunicación* el papel de la comunicación en procesos más amplios de planificación para el desarrollo. Lo hacen a través de 324 páginas y seis capítulos en los que no solo encontramos reflexiones sobre comunicación participativa para el desarrollo democrático (expresión preferida por Luis Ramiro Beltrán frente a la tradicional de comunicación para el desarrollo, ligada frecuentemente al paradigma informacional de corte funcionalista), sino incluso reflexiones epistemológicas sobre los diferentes modelos de comunicación que han inspirados formas distintas, e incluso antagónicas, de acercarse y comprender el proceso de comunicación.

En el primer capítulo, que lleva por título “La comunicación en las mallas de la dominación” los autores se centran en realizar un diagnóstico de las dimensiones de la dominación y la dependencia, tanto externas como internas, generadas en el marco de la red neocolonizadora que determina el devenir de los países latinoamericanos en la década de los 70. De esta manera, buscan establecer la base conceptual de la realidad a partir de la cual planear el uso de la comunicación. En este primer capítulo se mezclan procesos de dominación étnica, económico-social, educacional y comunicativa con la teoría de la dependencia o la doctrina del *free flow of information*, lo que termina dibujando un completo escenario de los aspectos que marcaban el campo de la comunicación en la época, muy movilizado en la crítica a las políticas del desarrollismo y su traducción difusionista así como a la adopción de paradigmas y marcos teóricos exógenos a la realidad latinoamericana.

La descripción de los diferentes modelos de comunicación que han sido enunciados por parte de diferentes perspectivas y tradiciones teóricas ocupan

el segundo capítulo, titulado “Hacia nuevas formas de pensar la comunicación”. Se da cuenta así de la progresiva complejización en la concepción de la comunicación como proceso, desde las primeras reducciones funcionalistas que caían en una visión unidireccional, pasiva, persuasiva y descontextualizada de aquella hasta las perspectivas más críticas que entienden la comunicación como un proceso complejo, dialógico, participativo y situado en unas coordenadas económicas, políticas y sociales concretas.

En el tercer y cuarto capítulo, “La ortodoxia de la planificación racional” y “La planificación como ingeniería de la alienación” respectivamente, se desentrañan los principales conceptos y enfoques que sobre planificación han dominado la aplicación de la comunicación en procesos de desarrollo. Para los autores, el proceso de planificación se ha destacado tradicionalmente por constituirse como un mecanismo de alienación y control social en su aplicación en América Latina, siendo los comunicadores agentes puestos al servicio de dichas lógicas. Se trataría entonces de subvertir dicha dinámica por otra en la que el leitmotiv del proceso de desarrollo sea el cambio social, siguiendo parámetros de comunicación horizontal y participativa. Destaca el apartado dedicado al análisis crítico del diseño de proyectos en comunicación, contrastando aquellos que se ponen al servicio de la rentabilidad financiera con los que responden a una lógica social en la búsqueda de su impacto, lo que termina determinando el tipo de proyecto que se pone en marcha, los intereses a los que se responde y los sectores sociales a los que se beneficia. En este sentido, es interesante la descripción que Díaz Bordenave y Martins de Carvalho realizan sobre el papel del comunicador en procesos de desarrollo, abordando la manera en que sus marcos de pensamiento así como sus enfoques e instrumentos pueden determinar de manera crítica el impacto del proceso de comunicación para el desarrollo.

En el quinto capítulo ya se empiezan a plantear las alternativas a los modelos expuestos y criticados en apartados anteriores. De este modo, “Planificación de la comunicación. Los fines se parecen a los medios” se centra en esbozar un modelo que, lejos de caer en la tendencia a la vigilancia, el control o la alienación que inspiraba la mayor parte de experiencias de comunicación para el desarrollo en la época, pusiera el acento en una comunicación atravesada por los principios de solidaridad, libertad, diálogo, justicia social o interacción, principios que, al fin y al cabo, apuntan a un modelo de comunicación democrática y participativa.

Finalmente, como conclusión del volumen, el sexto y último capítulo se centra en plantear el modelo ideal de planificación de la comunicación en procesos de desarrollo, sintetizado en la máxima “Planificación sin plan. Una alternativa liberadora para la comunicación”. En línea con los postulados de autores como Paulo Freire o Iván Illich, en el modelo propuesto por los autores el interés no está tanto en los resultados o fines, motivantes de las lecturas funcionalistas impregnadas de racionalidad instrumental, sino en el proceso, en el que se han de reproducir dinámicas de empoderamiento de la comunidad objeto de inter-

vención de manera que esta identifique sus propias necesidades y formule las soluciones a sus propios problemas. Es en este proceso en el que la comunicación despliega todo su potencial como herramienta para la liberación en procesos de cambio social. Pero el problema del desarrollo no es algo que se agote en el debate comunicacional pues la planificación sin plan, señalan los autores, tiene a una democracia efectivamente popular como la única guía para la acción.

En definitiva, como en 1978, CIESPAL edita un libro que supone un aporte fundamental para los debates actuales en el ámbito de la comunicación. El contexto ha cambiado pero los problemas no, en todo caso estos se han agudizado en un escenario en el que con nuevos conceptos, como sociedad de la información, nos referimos a viejas dinámicas, como las crecientes desigualdades producto del modo de desarrollo capitalista. Si en décadas anteriores la dominación producto del modelo difusionista era el enemigo a batir, actualmente la extensión de la transferencia de tecnologías y capitales entre centro y periferia toma el nombre de neodifusionismo, lógica que impregna las políticas públicas de comunicación en un escenario crecientemente desregulado y liberalizado donde el principio de acceso y servicio universal ha laminado el principio de derecho a la comunicación y la noción de servicio público. Al igual que en los años 70, el pensamiento latinoamericano en el ámbito de la comunicación tiene mucho que aportar.





AGOSTO

Presentación: Revista Chasqui, edición 131 “Diálogo de saberes: giro decolonial y comunicología latinoamericana”

El pasado 17 de agosto se realizó en la Universidad Católica de Temuco, Chile, la presentación del nuevo número 131 de Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación. El Monográfico de esta edición tiene por título “Diálogo de saberes: giro decolonial y comunicología latinoamericana”, y fue coordinado por el comunicador chileno Claudio Maldonado Rivera, quien participará de la presentación junto con el Coordinador Editorial de Chasqui, Gabriel Giannone.

Conversatorio: Socialismo del siglo XXI

Socialismo del siglo XXI es el nombre del nuevo conversatorio del Seminario Permanente de Pensamiento Crítico Latinoamericano ‘Bolívar ECHEVERRÍA’ en el que participaron Marta HANECKER, autora y socióloga comunista chilena; Carol DELGADO, Embajadora de la República Bolivariana de Venezuela en Ecuador; Francisco SIERRA CABALLERO, Director General de CIESPAL; y Julio PEÑA Y LILLO, Presidente del Consejo Administrativo de CIESPAL, el próximo 22 de agosto de 2016 a las 18h00, en las instalaciones de la institución.

CIESPAL, uno de los embajadores turísticos de reuniones de Quito

Por la organización del VIII Encuentro Pan-Americano de Ciencias de la Comunicación (PANAM-2017) y el X Congreso Internacional de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura, que se llevará a cabo en Quito entre el 12 y 14 de julio de 2017, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) recibió un reconocimiento como Embajador de Quito, por su aporte para desarrollar en la ciudad el turismo de MICE (Reuniones, Incentivos, Conferencias y eventos, por sus siglas en inglés).

SEPTIEMBRE

I Jornada de Trabajo sobre políticas de ciudad: visibilidades y sensibilidades desde una ecología de saberes

El Coordinador Editorial de Chasqui participó en el panel “La problemática de ciudad desde proyectos editoriales: avances, desafíos y políticas de visibilidad”, junto con Loretta Magallanes (de la Revista Astrolabio) y Marcelo Corti (de la editorial “Café de las ciudades”). Esta reunión académica se desarrolló en el marco de las Jornadas de Trabajo sobre políticas de ciudad, que tuvieron lugar en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.

• **I Congreso Internacional: Los territorios discursivos en América Latina -inter-culturalidad, comunicación e identidad-**

• El Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, la Sociedad Latinoamericana de Estudios Interculturales -SoLEI-, y la Universidad de La Frontera -UFRO- organizaron el 1er Congreso Internacional: Los territorios discursivos en América Latina -interculturalidad, comunicación e identidad-, el que se desarrolló en la ciudad de Quito, Ecuador, desde el 12 al 14 de septiembre de 2016 en dependencias de CIESPAL.

• Este Congreso tuvo el propósito ofrecer un amplio espacio de reflexión y diálogo a los diversos estudiosos e investigadores que, desde Latinoamérica y otros continentes, abordan el ámbito de las prácticas comunicativas, del discurso y de las producciones textuales que se han generado y se generan a través del extenso territorio de América Latina e Indoamérica, definiendo sus problemáticas y su identidad.

• **Tecnopolítica, cultura digital y ciudadanía es parte de los Grupos de Trabajo de CLACSO 2016 -2019**

• El Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) ha seleccionado sus nuevos Grupos de Trabajo para el período 2016-2019. El Dr. Francisco SIERRA CABALLERO, Director General de CIESPAL y el Dr. Javier MORENO GÁLVEZ, Director de Investigación de CIESPAL lideran la propuesta de Grupo de Trabajo en torno a *Tecnopolítica, cultura digital y ciudadanía* que surge para analizar las modificaciones estructurales que ha tenido la organización social en Latinoamérica y el Caribe en base al uso estratégico de las tecnologías de información y comunicación, rediseñando la acción social y política, configurando espacios de interacción de carácter híbrido, donde lo offline y lo online se enredan para la consecución de objetivos socio-políticos diseñados en función de las necesidades de la ciudadanía.

OCTUBRE

• **El Director General de CIESPAL participó en Coloquio Internacional en México**

• “Tejiendo nuestra historia. Investigación de la comunicación en América Latina” es el nombre del Coloquio en el que participará Francisco SIERRA CABALLERO, Director General de CIESPAL, que se llevó a cabo en el Auditorio Mario de la Cueva, de la Coordinación de Humanidades, de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), entre el 3 y 4 de octubre de 2016.

• Este espacio busca reflexionar acerca de la historia, la situación actual y el futuro de la investigación de la comunicación en los países de América Latina, con el propósito de identificar elementos que permitan construir un relato regional del campo, su organización, sus protagonistas y las investigaciones que se realizan.

• **Conversatorio “El sujeto político del feminismo: diferencias, transversalidad de las luchas y alianzas políticas”**

• En el marco del Seminario Permanente de Pensamiento Crítico Latinoamericano “Bolívar ECHEVERRÍA”, el 20 de octubre se desarrolló en CIESPAL el conversatorio “El sujeto político del feminismo: diferencias, transversalidad de las luchas y alianzas políticas”. En este encuentro académico participaron: Alicia REIGADA (FLACSO Ecuador), Rosimeire BARBOZA (Universidad de Coimbra) y Susana WAPPENSTEIN (FLACSO).

• **México| Conversatorio: Comunicación comunitaria y movimientos sociales**

• En la ciudad de México, el 04 de octubre, se desarrolló el conversatorio: *Comunicación comunitaria y movimientos sociales*. El Director General de CIESPAL, Dr. Francisco SIERRA CABALLERO ha sido invitado a participar con la Dra. Cici-
lia PERUZZO, profesora de la Universidad Metodista de São Paulo y el Dr. Jorge GONZÁLEZ, profesor de la Universidad Nacional de México. La ponencia del Dr. SIERRA giró en torno a *La Producción de lo Común. Comunicación Popular y cambio Social*. El conversatorio es coordinado por el Dr. Tommaso GRAVANTE y es organizado por el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la Universidad Nacional Autónoma de México.

• **México| Ediciones CIESPAL presentó el libro “Divulgación audiovisual, multimedia y en red de la ciencia y la tecnología”**

• XEEP Radio Educación y la Escuela de Altos Estudios (ESAE) del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE) en su 60 Aniversario y dentro del marco de la 11ª Bienal Internacional de Radio y la XXVIII Bienal Internacional de Cine Científico BICC 2016 Ronda-Madrid-México realizan la jornada *Cátedra Dr. Mariano Cebrián Herreros*. En el marco de este evento se realizó la presentación de la obra póstuma de Mariano Cebrián Herreros, *La Divulgación Audiovisual Multimedia para la Ciencia y Tecnología*, Ediciones CIESPAL-ASECIC, publicada en 2015, y que actualmente se encuentra en preparación para una coedición digital multimedia con el ILCE dentro de la Bienal Internacional de Cine Científico BICC Ronda-Madrid.

• **Seminario Milton SANTOS profundizó el debate de Habitat III sobre ciudad e imaginarios**

• El pasado viernes, 21 de octubre de 2016, se desarrolló el III Seminario Internacional Milton SANTOS, que en esta edición profundizó sobre ciudad e imaginarios, en el marco de Habitat III. Ponentes de Colombia, Brasil, España, Italia y Ecuador analizaron la situación y el futuro de las ciudades del mundo. La conferencia de apertura estuvo a cargo del profesor Armando SILVA.

Seminario Latinoamericano Internet, Redes Sociales y Radios Comunitarias

El Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina fue el espacio donde expertos de Bolivia, Argentina, México, Colombia, España y Ecuador debatieron sobre la situación y los nuevos retos de las radios

- comunitarias de la región, con la llegada del internet y de las redes sociales. El
- eje central de la discusión fue el uso de software libre en estos espacios, carac-
- terizados por ser más democráticos y participativos. Este evento se desarrolló
- en la sede de CIESPAL durante el 24 y 25 de octubre de 2016.

• **Inauguración de Medialab Quito**

- Con una presentación de lo que comprende el Medialab UIO, un recorrido tanto
- por la Mediateca como por los Espacios de Trabajo Colaborativo (ETC) y un acto
- musical se abrieron oficialmente nuevos lugares de interacción social, cultural
- y tecnológica en CIESPAL, los que están diseñados para experimentar y realizar
- emprendimientos colectivos que busquen solucionar problemas cotidianos o
- territoriales. “Este es un espacio ciudadano, de encuentro, de confluencia, de
- imaginación socializada. Les invitamos a hacer un uso activo de sus instalacio-
- nes”, resaltó Francisco SIERRA CABALLERO, Director General de CIESPAL, durante
- la inauguración del MedialabUIO, quien además precisó que estos sitios están
- destinados para la gente que quiere hacer las cosas, para aquellos que quieren
- narrar historias.

• **Foro Regional: Comunicación para la Agricultura Familiar y el Desarrollo Rural Sostenible**

- El acceso equitativo a la información, conocimiento y diálogo entre distintos sec-
- tores rurales son esenciales para promover la agricultura familiar, la reducción de
- la pobreza y los medios de vida sostenible en América Latina y el Caribe, en este
- contexto la Comunicación para el Desarrollo juega un papel fundamental, señaló
- Jorge SAMANIEGO representante de la Organización de las Naciones Unidas para
- la Alimentación y la Agricultura (FAO) en la inauguración del *Foro Regional Comuni-*
- *cación para la Agricultura Familiar y el Desarrollo Rural Sostenible* que fue organizado
- por la FAO de manera conjunta con el CIESPAL y la Reunión Especializada en Agri-
- cultura Familiar (REAF) con el apoyo de la Asociación Mundial de Radios Comuni-
- tarias (AMARC) y que se desarrolló el 07 y 08 de noviembre en Quito.

ENERO

• **Presentación de Revista Chasqui N°132 “Cine, política audiovisual y comuni-**

- **cación”**
- CIESPAL junto con la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales organizarán
- en la sede de FLACSO, Ecuador la presentación del número 132 de la Revista
- Chasqui, cuya Monográfico aborda la temática de “Cine, política audiovisual y
- comunicación”. Allí participarán Susana Sel, coordinadora del Monográfico, ade-
- más de autores de la publicación y miembros de CIESPAL. Se invita a toda la
- comunidad académica de Quito a participar del evento.

Políticas de Comunicación e Integración Económica Intercontinental

X CONGRESO INTERNACIONAL
DE LA UNIÓN LATINA DE
ECONOMÍA POLÍTICA DE LA
INFORMACIÓN, LA COMUNICACIÓN
Y LA CULTURA - **ULEPICC**

VIII ENCUENTRO
PANAMERICANO-PANAM
DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN.

12/14
Jul.
2017

ulepicc 

UNIÓN LATINA DE ECONOMÍA POLÍTICA
DE LA INFORMACIÓN, LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA


CIESPAL

www.ulepicc.org www.ciespal.org

Presentamos una propuesta integral que
conjuga todos los servicios logísticos y técnicos
para lograr excelencia en sus eventos, además de
servicios complementarios



CENTRO DE EVENTOS Y CONVENCIONES

- CENTRO DE EVENTOS Y CONVENCIONES
- CENTRO AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIA (CAM)
- EDICIONES CIESPAL COEDICIONES Y SERVICIO DE EDICIÓN, DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
- SERVICIO DE IMPRENTA



Para mayor información del tarifario, paquetes, etc.
Ingresa a: www.ciespal.org

AMERICA LATINA en movimiento

nueva imagen en web
más completa
más ágil...

- realidad regional actualizada diariamente
- dinámicas sociales
- noticias, opinión y análisis
- más de 81 mil documentos clasificados
- búsquedas por tema, autor, fecha, país, palabra



www.alainet.org

Un NUEVO punto de comunicación y lectura



Diego de Almagro N32-133 y
Andrade Marín - Edif. CIESPAL
Teléfono: (02) 254 0017
Horario de atención:
Lunes a viernes de 9h30 a 18h30

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

SUSCRIPCIÓN ANUAL



3 EDICIONES \$ 57,00 por Año
(+ costos de envío)

Detalle de la suscripción anual:

3 números de la revista.

Los costos de envío (3 envíos por separado)

se calcularán de acuerdo a la dirección de envío seleccionada
en el enlace de compra

<http://suscripcioneschasqui.ciespal.org>

*Puede realizar varias suscripciones para recibir más de
un ejemplar en un solo envío consolidado, 3 veces al año*

Descuentos sobre el valor de suscripción:

A partir de 4 suscripciones, 25%

A partir de 8 suscripciones, 30%

A partir de 15 suscripciones, 40%

CIESPAL



Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación

N° 134 / abril 2017

Publicidad y Buen Vivir

Coordinadores: Dr. Antonio Caro Almela y Dra. Marta Pacheco Rueda

El título del presente monográfico ilustra bien a las claras el dilema al que hoy se enfrenta, con creciente dramatismo, la humanidad en su conjunto: o bien proseguir un consumismo cuya expansión exponencial conduce a la destrucción del planeta Tierra y uno de cuyos principales estímulos es la publicidad comercial, o bien propiciar un cambio civilizatorio del cual la filosofía del Buen Vivir, tal como se define en la Constitución de la República del Ecuador de 2008 y en la boliviana de 2009, en cuanto versión actualizada del ancestral *Sumak Kawsay* de los pueblos andinos originarios, constituye un adecuado exponente.

Fecha límite para la recepción de artículos: 27 de enero de 2017.

Visite la nueva página de Chasqui
revistachasqui.org

Chasqui
Revista Latinoamericana de Comunicación

CIESPAL

Inicio Acerca de Para autores Números anteriores Archivo

Buscar...

Chasqui
Revista Latinoamericana de Comunicación
132

Cine, política audiovisual y comunicación

Convocatorias

Lecturas

Envío de Artículos

Chasqui es una iniciativa del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL). Desde el año 1972 se propone como un espacio para el desarrollo y difusión del pensamiento crítico en torno a la relación entre comunicación, cultura y política. En ella participan diferentes pensadores unidos por la necesidad común de proponer, desde la comunicación, ideas impugnadoras al pensamiento dominante y al poder.

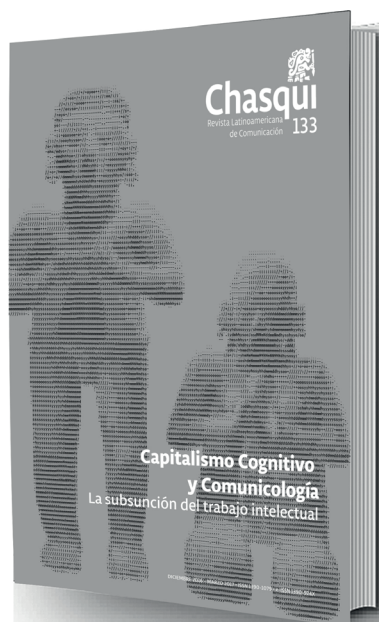


PRÓXIMO NÚMERO



Revista Chasqui N° 133

**Capitalismo Cognitivo
y Comunicología.
La subsunción del trabajo
intelectual**



Coordinador de Monográfico: **Francisco SIERRA CABALLERO**

Si los procesos de acumulación por desposesión son una característica del modo contemporáneo de explotación capitalista, discutir los sistemas de propiedad intelectual y sus efectos en el conjunto de las industrias culturales y sistemas de información y conocimiento de la región se torna una prioridad estratégica. Para el caso, se apunta a la necesidad de repensar las formas de determinación del trabajo creativo, la jerarquización de los discursos científicos y las autorías con las que hoy se encubren desigualdades de la división internacional del trabajo intelectual entre el norte y el sur globales. Asimismo, analizar problemas concretos, como la centralización y el oligopolio de las plataformas de divulgación científica basadas en criterios típicos de un diagrama en el que se valora un tipo de rentabilidad ajena a la producción de nuevo conocimiento, o incluso la estigmatización de determinados campos dentro de las disciplinas por su baja rentabilidad económica.



POLÍTICA EDITORIAL

- Chasqui acepta artículos originales e inéditos. No se acepta material previamente publicado. Los autores son responsables de obtener los oportunos permisos para reproducir parcialmente material (texto, tablas o figuras) de otras publicaciones y de citar su procedencia correctamente. Las opiniones expresadas en los artículos publicados son responsabilidad de los autores.
- El texto completo de los artículos sólo puede ser enviado en los idiomas español o portugués.
- En la lista de autores firmantes deben figurar únicamente aquellas personas que han contribuido intelectualmente al desarrollo del trabajo; haber colaborado en la recolección de datos no es, por sí mismo, criterio suficiente de autoría. Chasqui declina cualquier responsabilidad sobre posibles conflictos derivados de la autoría de los trabajos que se publiquen.
- Se permitirá un número máximo de tres autores por artículo.
- Los artículos enviados deben versar sobre aspectos sociales, culturales, políticos, y académicos de la Comunicación. Al mismo tiempo, deben abordar los temas desde una perspectiva de investigación y estar elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y una propuesta teórica específica.
- Para orientar sus textos a la sección correspondiente, los autores deben revisar las Políticas de sección de Chasqui. Es importante notar que la sección *Monográfico* está definida temáticamente por una convocatoria específica, a la cual los autores deberán orientar sus artículos al momento de realizar su envío.
- Solo se recibirán archivos en formato OpenOffice o Microsoft Word.
- *Todos los manuscritos deberán respetar nuestras **Normas de publicación**, disponibles en nuestra página web: **www.revistachasqui.org***

