

Paradigmas y aportes teóricos brasileños al Pensamiento Latinoamericano de la Comunicación

Ponencia Presentada en el GI
Teorías y Metodologías de Investigación en Comunicación para
XXII Encuentro Nacional AMIC 2010
Ciudad de México, 2-4 de junio de 2010, Universidad
Iberoamericana

Presenta:
Profesor Dr. Gustavo Adolfo León Duarte
GEIC – AL. Universidad de Sonora, México
Grupo Enseñanza e Investigación de la Comunicación en América Latina.
Universidad de Sonora, México

Resumen.

En primer término el texto formula una perspectiva global sobre cuáles son algunos de los principales paradigmas y aportes teóricos brasileños al Pensamiento Latinoamericano de la Comunicación (PLC). Posteriormente, centra su atención en definir algunas características teóricas de corte estructural y de hondo arraigo que identifican a cuatro teóricos emblemáticos de los estudios de la Comunicación en Brasil: Luiz Beltrão, Décio Pignatari, Muniz Sodré y Sérgio Capparelli. Las contribuciones identificadas aquí quizás pudieran adquirir una cierta consideración en la historia moderna del campo académico de la comunicación en Latinoamérica. No pocas están ligadas directamente con el pensamiento crítico y el sincretismo ético–epistemológico. Ambas son trascendentales para establecer un pensamiento comunicacional propio en los estudios de la comunicación en Brasil y en América Latina en general.

Resumo.

Neste texto pretendo formular uma perspectiva global sobre quais são alguns dos principais aportes teóricos brasileiros ao pensamento comunicacional latino-americano. Particularmente, o texto se centra em definir algumas características estruturais que identificam a quatro teóricos emblemáticos das Ciências da Comunicação em Brasil: Luiz Beltrão, Décio Pignatari, Muniz Sodré e Sérgio Capparelli.

Abstrac.

In this text, I try to formulate a global perspective on which are some of the principal theoretical Brazilian contributions to the communication Latin-American thought. Particularly, the text centers on defining some structural characteristics that identify four emblematic theoretical of the Sciences of the Communication in Brazil: Luiz Beltrão, Décio Pignatari, Muniz Sodré and Sérgio Capparelli.

Paradigmas y aportes teóricos brasileños al Pensamiento Latinoamericano de la Comunicación

Profesor Dr. Gustavo Adolfo León Duarte
GEIC – AL. Universidad de Sonora, México

Presentación.

En este texto pretendo formular una perspectiva global sobre cuáles son algunos de los principales aportes teóricos brasileños al Pensamiento Latinoamericano de la Comunicación (PLC). Por los objetivos explícitos del XXII Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) 2010, me concentro en definir algunas características teóricas de corte estructural que identifican a cuatro teóricos emblemáticos de las Ciencias de la Comunicación en Brasil: Luiz Beltrão, Décio Pignatari, Muniz Sodré y Sérgio Capparelli. Para ubicar el tratamiento del tema, parto de un primer reconocimiento: el hecho de que pueden existir y coexistir varias perspectivas y supuestos de análisis. Advierto que es ésta una perspectiva primordialmente latinoamericana, por una parte, y mexicana, por la otra. Lo que equivale a decir que mi texto puede no coincidir plenamente con los aportes teóricos brasileños al Pensamiento Latinoamericano de la Comunicación.

Esta perspectiva de análisis trata de ubicar exclusivamente algunas de las claves teóricas que considero como primordiales en la contribución brasileña al pensamiento de la comunicación, en el contexto de las contribuciones científicas que identifican a la iniciativa institucional de la Escuela Latinoamericana de la Comunicación (ELACOM). Considero, también, que las contribuciones identificadas aquí quizás pudieran adquirir una cierta consideración en la historia moderna del campo académico de la comunicación en Latinoamérica. Parto de entender que un par de claves medulares de entendimiento en las contribuciones teóricas brasileñas están ligadas directamente con el pensamiento crítico y el sincretismo ético–epistemológico. Ambas son trascendentales para establecer un

pensamiento comunicacional propio en los estudios de la comunicación en Brasil y en América Latina en general.

En este sentido, existen varios agentes o grupos de agentes que implican desarrollos epistemológicos y éticos relativamente diferenciados. Aquí, por motivos de espacio editorial, sólo desarrollamos dos grandes grupos: 1). Un primer grupo puede ser identificado a partir de los primeros trabajos de investigación con enfoque crítico desarrollados en Brasil desde antes y hasta 1970. Se caracterizan por presentar un hibridismo metodológico y la influencia teórica de corrientes críticas y funcionalistas en el estudio de cultura de masas y cultura popular; 2). Un segundo grupo de agentes surge claramente a partir de la década de los 80, por la proyección que ha generado el pensamiento comunicacional brasileño en América Latina a través de una tendencia de pensamiento que en lo fundamental ocurre del interés latinoamericano por el tratamiento de productos mediáticos generados por la industria cultural brasilera y, al mismo tiempo, por la capacidad que tienen los aportes teóricos brasileños de innovar bajo una mezcla de contenidos críticos, con signos híbridos y rompiendo bloques cognitivos. (Marques de Melo, 2001: 29). No obstante, ambas líneas teóricas han desarrollado desde la década de los 90 un modelo de análisis peculiar que he llamado sincretismo ético-epistemológico.

Este modelo, con el cual se identifican no pocas elaboraciones teóricas brasileñas incluidas en la obra científica de la ELACOM entre el periodo de 1998 y 2008 (León, 2009), se preocupa por la reflexión de la comunicación como un fenómeno sociocultural y multidimensional, con la cultura popular y con la vida cotidiana. Se puede advertir desde ya que el factor diferencial no es tanto el método, sino el compromiso social y ético de su investigación por el cambio social en Brasil y en América Latina. Su perfil de acción se distingue por una gravitación ascendente hacia movimientos de des-territorialización e hibridación que la propia modernidad brasileña produce, lo que lleva a una parte significativa de los y las investigadores a utilizar una metodología cualitativa de corte comprensivo que busca, sobre todo,

la confiabilidad y el mayor grado de profundidad en el conocimiento del objeto estudiado.

Aportes brasileños al Pensamiento Latinoamericano de la Comunicación. De Barbosa Lima Sobrino a Luiz Beltrão de Andrade Lima.

El primer agente que define un pensamiento crítico de la comunicación en Brasil está cumpliendo en estas fechas 85 años. Una prueba irrefutable que evidencia este hecho histórico, es el trabajo pionero del pensamiento crítico que sobre temas comunicacionales llevó a cabo el investigador brasileiro Barbosa Lima Sobrino. De acuerdo con Marques de Melo (2004: 16), Barbosa Lima publicó en 1923, en Río de Janeiro, Brasil, el libro *O problema da imprensa*, donde demostró un sutil distanciamiento en relación con los procesos comunicacionales vigentes en las sociedades que disputaban la hegemonía política en el siglo XX. El pensador brasileiro esbozó soluciones potenciales, adoptando una estrategia diacrónica. Asimismo, revisó críticamente las tesis defendidas por figuras emblemáticas del periodismo brasileiro, como Evaristo de Vega, a la vez que repasó cuidadosamente los episodios históricos registrados por analistas del corte de Alfredo de Carvalho.

Es en la década de los 70 cuando el PLC empieza a lograr una identificación precisa de objetos, sujetos y enfoques de análisis de la comunicación. Con ello se cuestionarían los métodos, instrumentos y fines aplicados hasta entonces en el campo de la investigación de la comunicación en Latinoamérica. Es mediante la iniciativa institucional, liderada por Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), y algunas fuentes pioneras y trascendentales del campo, como iniciaría una serie de procesos y experiencias previas indiscutidas al instaurar el germen y cimiento de mayor peso para el desarrollo del campo académico de la comunicación en América Latina. Con la fundación de CIESPAL se originaría en América Latina un desarrollo progresivo de movimientos de convergencia y sobreposición de contenidos y metodologías sociales en torno al estudio de la comunicación. Con CIESPAL se abriría, además, la vía para iniciar, por un lado, el desarrollo de la institucionalización en su

investigación y, por otro, la consolidación de los procesos de enseñanza. El primer instituto de investigación científica de la comunicación que fue implantado a “imagen y semejanza” de CIESPAL fue creado precisamente en Brasil solamente cuatro años después de la fundación de éste último: el Instituto de Ciencias de la Información (ICINFORM).

El ICINFORM fue fundado en 1963 al interior de la Universidad Católica de Pernambuco, en Recife, Brasil, por el pionero de las Ciencias de la Comunicación en Brasil, el Profesor Luiz Beltrão de Andrade Lima (1918-1986). El aporte y la influencia que generó la obra de Luiz Beltrão son fundamentales para entender no sólo la génesis del ICINFORM sino el pensamiento comunicacional del Brasil y, por tanto, la vinculación y el aporte de éste al PLC. Hoy en día pocos estudiosos brasileños pueden dudar de que una de las principales contribuciones brasileñas a la teoría de la comunicación sea la folkcomunicación: la construcción de una teoría de la comunicación que trata de conocer y comprobar el cómo la mediación de la cultura popular influye en los procesos de decodificación y las consecuentes interpretaciones en los modos de pensar, sentir y hacer que los mass media emiten cotidianamente a la población.

Es decir, con la teoría de folkcomunicación, Luiz Beltrão comprende “*el proceso de intercambio de mensajes a través de agentes y medios ligados directa e indirectamente al folclore y entre sus manifestaciones, algunas pueden ser de carácter y contenido periodístico, constituyéndose en vehículos adecuados para la promoción del cambio social*” (Beltrão, 2001: 73). En mi opinión, la configuración del soporte teórico que desarrolla Luiz Beltrão puede ser entendido a partir de dos obras que simbolizan la síntesis de su pensamiento y que concretan sus teorías entorno a su principal objeto de estudio, la folkcomunicación. El primero de ellos es *Comunicación y Folclore* (Beltrão, 1971). Se trata de un estudio de los agentes y los medios populares de información y expresión de las ideas, resultante de su tesis doctoral, la primera tesis de doctorado en comunicación en Brasil (Beltrão, 1967).

En esta investigación documental y de campo, Luiz Beltrão se ocupa de trazar las directrices de la Folkcomunicación. Enfoca el estudio del lenguaje popular partiendo de una lengua indígena autóctona del Brasil, el tupi, y de la llegada de los jesuitas al mismo. Su estudio está dividido en dos partes, el lenguaje oral y la información escrita. En estas manifestaciones populares, Beltrão identifica la “folkcomunicación opinativa” que puede ser interpretada, contrariamente a la cultura de masas, como la información, trasmutada en opinión, procesada a través de la sátira, de la crítica, de la caricatura y de los símbolos donde hay manifestaciones y rituales de las clases populares en connaturalidad entre los eventos y sus participantes. (Rocha, 2000: 203).

La segunda obra de Beltrão es *Folkcomunicación: la comunicación de los marginados*, texto publicado en 1980 por la Editorial Cortez. Quizás el principal aporte de esta obra es la construcción de una teoría de la comunicación que trata de conocer y comprobar el cómo la mediación de la cultura popular influye en los procesos de decodificación y las consecuentes interpretaciones en los modos de pensar, sentir y hacer que los mass-media emiten cotidianamente a la población. Es decir, con la teoría de Folkcomunicación, Luiz Beltrão comprende los procesos de intercambio de informaciones y manifestaciones de opiniones, actitudes e ideas del pueblo a través del folclore. (Targino, 2000: 179). O más precisamente, Folkcomunicación es la comunicación a través del folclore. En palabras de Luiz Beltrão “la Folkcomunicación es, por naturaleza, estructura, un proceso artesanal y horizontal, semejante en esencia a los tipos de comunicación interpersonal ya que sus mensajes son elaborados, codificados y transmitidos en lenguajes y canales familiares a la audiencia, por su parte conocida psicológica y vivencialmente por el comunicador, aunque dispersa” (Beltrão, 1980: 28).

El pensamiento comunicacional que de manera indisoluble une al ICINFORM con la producción de Luiz Beltrão, concretamente a partir de las dos obras arriba mencionadas, supone el tránsito de un sentido de la comunicación unido inicialmente al “desarrollismo” que imprimía el CIESPAL en la década del sesenta a

un modo de pensar la comunicación de masas ligado de manera íntima a las prácticas y al clima social, económico y cultural que se vivía en una determinada región y en un periodo histórico concreto del Brasil.

Aportes brasileños al Pensamiento Latinoamericano de la Comunicación: Décio Pignatari, Sérgio Capparelli y Muniz Sodré.

Un protagonista de la generación de los “pioneros” de la ELACOM es el profesor brasileño Décio Pignatari.¹ Su propuesta teórica resalta el vanguardismo de una trayectoria híbrida entre lo publicitario y lo semiológico. Cuatro ejes temáticos pueden definir su posición en la estructura del campo de la comunicación de Brasil: 1). En las cuatro décadas que recorre la obra de estudios sobre la comunicación del Profesor Pignatari se envuelve intensamente por lo que Freitas (2001: 39) llama “*signagem*”, es decir, por los procesos signitos presentes en las relaciones entre el hombre y las cosas del mundo. El devenir de esta preocupación en Pignatari es el contacto estrecho de este con el diseño y el arte concreto; 2). Las primeras reflexiones de Pignatari sobre enseñanza de la comunicación aparecen con su libro *Contracomunicación* (Pignatari, 1971a), donde propone los principios de estructuración de una nueva escuela de comunicación. En este texto, Pignatari enfatiza la integración de medios y vehículos de comunicación, códigos y lenguajes, y la aproximación entre cuerpo docente y alumno a la teoría de la información y la semiótica, las cuales formarían la espina dorsal teórica que subsidiaría el conocimiento de los medios de comunicación de masas. Para ello, Pignatari recurriría al investigador canadiense Marshall McLuhan “para afirmar que es preciso restituir la investigación en su sentido original de experimentación, descubriendo y creando”. Evidentemente, Pignatari no compartía la visión crítica Frankfurtiana que dominó los estudios de la comunicación en las décadas de los 60 y 70 en Brasil; 3). Por el contrario, Pignatari representó la antítesis de ello, vislumbrando en las tesis del Profesor

1 Décio Pignatari es Doctor en Letras por la Universidad de Sao Paulo (USP), Brasil. Es Profesor “Libre- Docente” de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la USP. Sus libros más destacados son *Información, Lenguaje y Comunicación* (1971) y *Contracomunicación* (1971a).

McLuhan y el teórico estadounidense Norbert Weiner, fundador de la cibernética, como los medios idóneos y capaces de dar cuenta del nuevo espacio mediático de la comunicación, concretamente en la teoría de la comunicación y la semiótica. Por ello, es que “en la mayoría de sus artículos es posible encontrar comentarios a favor de los mass media como instrumento cultural que en primera instancia, es capaz de reunir lo que hay de mejor en todos los otros lenguajes y de hacerse presente en todas las clases sociales”. (Freitas, 2001: 35-70); 4). La estrategia “contra-comunicativa” de Pignatari también traía implícita una metodología particular de estudio de la comunicación. De acuerdo con Duarte (2001: 49-52), el método de Pignatari es el de caminar al revés y por la historia, a “contrapelo” y es también el método de Benjamín, en sus tesis de Filosofía de la Historia, al juzgar eficazmente una interpretación materialista de la historia... Pignatari adopta esta estrategia para, paradójicamente, informar más y mejor. *Contracomunicación* es para Duarte el libro mejor valorado en la obra de Pignatari.

En este sentido, las ideas centrales que fusionan como “matriz proliferante” el pensamiento comunicacional de Pignatari son las siguientes: a) El objeto de un sistema comunicacional es su cualidad diferencial que revela el más alto grado de información de un organismo vivo; b) La dialéctica sistémica de la comunicación implica contracomunicación, esto es, “sólo el incomunicable comunica: comunicación como sistema, como proceso de producción e interpretación de signos, en síntesis, capacidad de crear o diseñar lenguaje”; c) El diagrama del pensamiento comunicacional de Pignatari se envuelve, en principio, por una conciencia del lenguaje ya que ahí está “la tecnología de las tecnologías”; d). La capacidad simbólica de la comunicación camina de lado a lado entre representación y comunicación, de ahí que exista una correlación inevitable entre comunicación y codificar la realidad, donde comunicación sería el meta-sistema de cualquier organismo vivo, que precisa comunicar para sobrevivir.

Por su parte, el trabajo académico del Profesor brasileño Sérgio Capparelli² se inscribe en la tradición o en el referente teórico propio de la economía política, abordando los medios de comunicación, particularmente la televisión, a partir de una inserción amplia en la estructura social, económica, política y cultural. El profesor Sérgio Caparelli es considerado un representante de la generación de los “renovadores” del PLC, el cual promueve y desarrolla la idea de la comunicación como un área de estudio multidisciplinar. De acuerdo con el análisis de las ideas comunicacionales de Sérgio Capparelli, la relación de los medios de la comunicación con los problemas sociales, políticos y económicos es una de las preocupaciones constantes en Capparelli, de donde emerge siempre la situación de los sectores oprimidos en la sociedad. Pero ésta constatación también tiene consecuencias en otros órdenes.

Por ejemplo, en el hecho de que Capparelli tiene una idea más clara de que comunicación es un área de estudio multidisciplinar, con innumerables interfases - aunque siempre utilice el paradigma de la economía política-, donde se percibe una profundidad de enfoques y de perspectivas teórico-metodológicas, que actualmente circulan en la comunicación. (Chitto, 2001: 117). Los ejes temáticos que definen la posición del pensar, decir y hacer de Capparelli en materia de teoría de la comunicación en Brasil es:

1). Desde que nace en 1980 el trabajo de Sérgio Capparelli, propone la realización de investigaciones de comunicación con un carácter concreto, significando con esto, iniciar la investigación con un diagnóstico de comunicación, a partir de la realidad y el uso racional de la comunicación en los procesos que se vivencian en América Latina. Es decir, para Capparelli la investigación en comunicación podía tornarse en un medio instrumental para mejorar el conocimiento de Brasil y de América Latina, como el desarrollo de estos pueblos; 2). Ello se muestra

2 Sérgio Capparelli es Profesor de la Universidad Federal de Río Grande del Sur, Brasil. Entre su producción sobre estudios de comunicación destacan: *Comunicación de Masas sin Masas* (1979), *Televisión y Capitalismo en Brasil* (1982), *Dictadura e Industrias culturales en Brasil, Argentina, Chile y Paraguay* (1989) y *Al Fin Solos: La Nueva Televisión en el Cono Sur* (Albornoz y Capparelli, 1999).

claramente en su primer libro, *Comunicación de Masas sin Masas* (1980), donde, a partir de detectar que si bien las empresas periodísticas de Brasil contaban con las condiciones tecnológicas que hacían posible la producción masiva de periódicos, concluyó que el consumo fue siempre impedido por las condiciones de analfabetismo y de la situación económica de la población. Esta falta de masa, para el autor, da lugar a que el radio y la televisión se instalasen con tanta intensidad, principalmente en Brasil. Los medios quedarían así: La TV como medio de comunicación nacional, la radio funcionando en los niveles regionales y el periódico girando entorno a una elite letrada. (Chitto, 2001: 111); 3).

La distinción epistemológica que define el abordaje teórico-metodológico de la comunicación de la propuesta de Capparelli es su articulación con un fondo analítico amplio que comprende a la economía, la política, la cultura y a la sociedad; en *Televisión y Capitalismo en Brasil* (Capparelli, 1982), Capparelli detalla dicho abordaje a partir situar a la televisión brasileña dentro del modelo capitalista de producción. Capparelli concretaría con claridad las dos etapas o momentos en las que se divide la implantación de la televisión en Brasil, que asiste desde 1964, para criticar y denunciar como este medio de comunicación (al igual que lo haría con la radio y el periódico) es una de las causas del capitalismo dependiente impuesto en la sociedad brasileña, porque, “además de divertir o instruir, el medio asume funciones ligadas al sistema capitalista, citando: ofrecer nuevas posibilidades al capital; propaganda de productos; ampliación del mercado y del sector comunicación; por llevar la idea de necesidad de consumo para generaciones de la sociedad que anteriormente no participaban del mercado y la difusión y refuerzo de ideología dominante...”. (Chitto, 2001: 114-115); 4). De manera específica, uno de los primeros aportes de la obra de Capparelli a los estudios de la comunicación en Latinoamérica se concretizan al finalizar la década de los 80 con su publicación *Dictadura e Industrias culturales en Brasil, Argentina, Chile y Paraguay* (Capparelli, 1989).

En esta obra, de nueva cuenta, Capparelli abordará la comunicación analizando la radio, la televisión y la imprenta, en relación con los aspectos políticos, económicos y sociales. La vertiente política de la obra desvela el uso con el que fue hecho desde los medios el alcance y los objetivos políticos del poder de Estado. Respecto a la relación con la situación económica, Chitto apunta que esta esfera muestra que el modelo de industrialización dependiente no fue exclusiva de países del cono sur, más aquí encontró el terreno fértil para aliarse a los grupos dominantes del capital internacional "... con relación a la situación social, el análisis proviene de la historia de estos pueblos perneada por la situación política y económica a la que fueron sometidos durante las dictaduras que se implantaron casi simultáneamente en los países del cono sur... el autor ya incluye un pasaje de esos países para la democracia, mostrando como los medios de comunicación contribuirían para que esto ocurriera" (Chitto, 2001: 114-115).

Para Ramos (2001: 119-124), el aporte de la obra de Capparelli en los estudios de la comunicación en Latinoamérica se centra en tres aspectos significativos: 1). En el estudio de los efectos de las instituciones regionales de comunicación, especialmente las que proyectan políticas neoliberales o "políticas económicas heredadas del neoliberalismo "thatcherista" y "reganiano" vía Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional, y Organización Mundial de Comercio, explicitadas en el llamado Consenso de Washington; 2). En la década de los 90, cuando Capparelli amplía su foco de análisis a redes de comunicación mediadas por computadora, donde, "sin concesión a modismos que tanto apocalípticos como integrados le han dado al complejo tema de la convergencia digital de la comunicación, Capparelli parte de la investigación de campo dispuesto a investigar, de un modo integrado, el nuevo escenario de la comunicación en el cono sur" (Ramos, 2001: 122); 3). En este sentido, el foco principal y su aporte se centran en la televisión. De aquí nace el proyecto de investigación sobre la televisión en el cono sur que durante tres años, y bajo el liderazgo del Profesor Capparelli, llevaron a cabo investigadores de la Universidades de Buenos Aires, la Católica de Montevideo, la Federal Río Grande del Sur y la Universidad de

Brasilia. Los resultados de la investigación se publicaron en *Al fin solos: la nueva televisión en el cono sur* (Albornoz y Capparelli, 1999).

Para Capparelli (2001: 94-95), el trabajo científico se conecta directamente con la acción de la actividad política. Acredita que la biografía de un investigador, su visión del mundo, la realidad política de su país, las variaciones culturales con las que convive, la estructura universitaria en las que participa, etc., son elementos que forman parte e inciden de manera muy fuerte en la investigación dentro del campo de la comunicación. De ahí que desde su opinión, se pueda aceptar la realidad tal como esta y cooperar para que esta avance en una u otra dirección; considera que las perspectivas de análisis de la comunicación no avanzan cronológicamente sino que unas son sustituidas por otras; para el investigador brasileño, tanto los temas como los abordajes en la investigación de la comunicación son recurrentes y son sustituidos y ultrapasados debido a la dinámica propia de la realidad; se renuevan y son vueltos a situar en el centro de interés³. El Profesor Capparelli (2001: 91), ve el trabajo de investigación como opciones que éste tiene por recorrer, como presupuestos teóricos que hace uso en tanto son procedimientos y opciones en su vida científica. En este sentido, procura situar históricamente algunas de sus opciones por temas y abordajes, construyendo un diálogo con su memoria personal histórica. Por ello, no acepta que el investigador en comunicación sea inocente. Tiene y traza sus valores, sus principios, su manera de ver el mundo, sus prioridades dentro de la vida social. Al mismo tiempo, encuentra objetos de estudio que tienen su propia lógica, sus ingredientes y su trayectoria dentro de la sociedad.

También, para Capparelli (2001: 92-93), las opciones de investigación significan pérdidas. Pérdidas del objeto debido a la opción hecha y debido al recorte hecho.

3 Como ejemplo de ello, Capparelli ubica los estudios sobre la economía política crítica en el actual escenario de globalización y de tecnologías digitales. Argumenta que en esta corriente de estudio los instrumentos de análisis no son inmutables pues “pasan por un refinamiento al comenzar a hacer empleados con una mayor flexibilidad y, principalmente, bajo una conciencia de ser apenas una de las puertas explicativas para los fenómenos comunicativos”. (Capparelli, 2001:95).

También él tiene iluminaciones, a manera de los artistas, y las entiende más como un producto de síntesis que de análisis, y mucho más de creación que de racionalidad; es en dichas iluminaciones, donde Capparelli ubica la relación y la proximidad entre investigador y poeta, en tanto tienen procesos de estados febriles de creación, los cuales casi siempre acontecen en momentos inesperados: en la hora del almuerzo, al ir caminando rumbo a la escuela, en medio de un filme, entre otros.

El investigador brasileño Muniz Sodré⁴, puede ubicarse como un representante teórico de la generación de los “innovadores” del PLC. Ello obedece principalmente porque Sodré propone un nuevo sistema conceptual para el campo de la comunicación. Su obra de estudio de la comunicación puede ubicarse dentro de una multiplicidad de temáticas y su proposición básica es la lectura crítica de los medios. Para Paiva, la obra de Muniz Sodré se relaciona siempre con la lectura crítica de la producción mediática de la sociedad, el contexto político, económico e histórico y, justamente por esa razón, es que su investigación hace uso de varios saberes y campos de conocimiento, no privilegiando un campo teórico determinado o una metodología específica. (Paiva, 2001: 83). De hecho, esa es una característica que define con bastante claridad el pensamiento de Sodré al respecto de qué constituye el campo de la comunicación. La especificidad que marca uno de los pilares de estudio en Sodré viene marcado por el abordaje de los productos generados por la cultura de masas, el estudio de la cultura y la identidad nacional: “Un ejemplo de eso es su análisis de medios brasileños, cuyo resultado, casi una profecía, fue el libro *La Comunicación de lo Grotesco*, un ensayo sobre cultura de masas en Brasil, publicado en 1972 por la editora Vozes” (Paiva, 2001: 82).

4 Muniz Sodré es Profesor y Coordinador del Postgrado en Comunicación en la Universidad Federal de Río Grande del Sur, Brasil. Entre su obra reciente se destaca: *Reinventando la Cultura: la Comunicación y sus Productos* (1998) y *Sociedad, Cultura y Violencia* (2001).

No obstante lo anterior, para el propio Sodré (2001a: 71-75), si existe actualmente un campo de conocimiento con una posición reflexiva sobre la vida social con un objeto muy claro, es precisamente la comunicación. Para este investigador, el comportamiento “indisciplinar” de los estudios de la comunicación resulta de la incómoda condición de estar comprimida entre las grandes disciplinas de pensamiento social y de una multiplicidad de prácticas socioculturales activas, que generalmente lanzan una sombra sobre el objeto. Sin embargo, está claro: la comunicación tiene como objeto la vinculación entre el yo y el otro, sea considerando el punto de vista individual sea el colectivo” (Sodré, 2001a: 71-75). De ahí que Sodré ubique a la comunicación desde varios modos y niveles de estudio como ha pasado en la historia de los sistemas de pensamiento, desde Platón y Aristóteles, pasando por Husserl, Heidegger o Habermas, lo que la ha llevado a ser tratada como, primero, un subtema de disciplinas del pensamiento social sistematizado en el siglo XIX y, ahora, se encamina progresivamente para una posición de autonomía relativa en faz de las disciplinas sociales y humanas ya consolidadas.

Con todo, la concepción más novedosa que Sodré (2001a: 72-74), aporta al campo de estudios de la comunicación se relaciona directamente con la autonomía relativa que tiene el objeto de estudio de la comunicación. En este sentido, Sodré afirma que la garantía que tiene la comunicación respecto a su autonomía en el objeto de estudio viene dada antes que nada, por su especificidad de vinculación social que, en sentido lato, es el objeto de estudio de una ciencia de la comunicación. En sentido estricto, la evidencia de que las prácticas socioculturales comunicacionales o mediáticas vienen instituyéndose como un campo de acción social correspondiente a una nueva forma de vida, que propone llamar “bios-mediático”. (Sodré, 2001a: 72-74).

El “bios mediático” es, para Sodré la resultante de la evolución de los medios y de su progresiva intersección con las formas de vida tradicionales. Indica que en una “ciencia de la comunicación cabr  la producción de conocimiento específico (y no

marcadamente sociológico, antropológico, psicológico, periodístico, etc.) sobre la socialización decurrente de esa nueva realidad histórica” que, en todo caso, indica Sodré, requerirá de un nuevo sistema de pensamiento basado en una anarquía de ideas y teorías tal y como lo propondría Feyerabend en *Contra el Método*.

Bibliografía.

- ALBORNOZ, Luís y CAPPARELLI, Sérgio (1999). *Al Fin Solos: La nueva televisión en el cono sur*. Buenos Aires. Editorial Ciccus-La Crujía.
- BELTRÃO, Luiz (1967). *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias*. Tese de Doutorado. UnB, Brasília.
- (1971). *Comunicação e folclore*, São Paulo, Melhoramentos.
- (1980). *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados*, São Paulo, Cortez.
- (2001). *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias*. Porto Alegre. EDIPUCRS.
- (2001a). *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo, Umesp.
- CAPPARELLI, Sérgio (1979). *Comunicación de masas sin masas*. São Paulo, Cortez.
- (1982). *Televisão e capitalismo no Brasil*. Porto Alegre. Editora LPM.
- (1989). *Ditadura e indústrias culturais no Brasil, na Argentina, no Chile e no Paraguay*. Porto Alegre. Editora da Universidade/UFRGS.
- (1998). Cenário e espelhos. En, Marques de Melo, José y Gorski, Juçara (1998) *A trajetória comunicacional de Luiz Ramiro Beltrán*, São Paulo, UNESCO – UMESP. I CELACOM, pp. 53-56.
- (2001). “Economia política da paixão pela pesquisa”. En, MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina y DOS SANTOS, Marli (2001) *Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano: Décio Pignatari Muniz Sodré e Sérgio Capparelli*. São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil. UNESCO – UMESP. IV CELACOM, pp. 91-102.
- CHITO, Ida (2001). “Idéias comunicacionais de Sérgio Capparelli”. En, MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina y DOS SANTOS, Marli (2001) *Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano: Décio Pignatari Muniz Sodré e Sérgio Capparelli*. São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil. UNESCO – UMESP. IV CELACOM, pp. 109-118.
- FREITAS, Hélio (2001). “Décio Pignatari: designer da linguagem”. En, MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina y DOS SANTOS, Marli (2001) *Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano: Décio Pignatari Muniz Sodré e Sérgio Capparelli*. São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil. UNESCO – UMESP. IV CELACOM, pp. 35-48.
- LEÓN, Gustavo (2008). *Escola Latino-Americana de Comunicação. A nova hegemonia*. São Paulo: Cátedra UNESCO Comunicação Brasil-UMESP.
- (2009). *La nueva hegemonía en el Pensamiento Latinoamericano de la Comunicación*. México: PEARSON-Prentice Hall.
- (2010). *Sobre la institucionalización de la comunicación en América Latina*. México: PEARSON-Prentice Hall.
- MARQUES DE MELO, José (1978). *Comunicação, modernização e difusão de inovações no Brasil*, Petrópolis. Vozes, pp. 7-252.
- (1979). “Ensino de comunicação no Brasil”. En, MARQUES DE MELO, José; FADUL, Anamaria y LINS DA SILVA, Carlos (1979). *Ideología y poder no ensino de comunicação*. São Paulo. Cortes y Moraes, pp. 31-41.
- (1983). *Teoria e pesquisa em comunicação. Panorama latino-americano*, São Paulo, INTERCOM/Cortez, pp. 7-303.
- (2001). “Pensamento comunicacional brasileiro no cenário da Escola Latino-Americana de Comunicação”. En MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina y DOS SANTOS, Marli (2001) *Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-*

- americano: Décio Pignatari Muniz Sodré e Sérgio Capparelli. São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil. UNESCO – UESP. IV CELACOM, pp. 23-34.
- (2004). “Prefacio”. En, MARQUES DE MELO, José y GOBBI, Maria Cristina (2004) *Pensamento Comunicacional Latino-Americano*. São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil. UNESCO – UESP. VII CELACOM, pp. 15-18.
- (2004a). “Los tiempos heroicos. La formación de la comunidad latinoamericana de la comunicación”. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. ALAIC. São Paulo, Brasil, pp. 10-21.
- (2004b). *A esfinge mediática*. São Paulo. Paulus, pp. 11-335.
- (2005). *Midiologia para iniciantes. Uma viagem coloquial ao planeta mídia*. Educs. Caxias do Sul, Brasil; pp. 13-211.
- PAIVA, Raquel (2001). “Pluralidade cultural”. En, MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina y DOS SANTOS, Marli (2001) *Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano: Décio Pignatari Muniz Sodré e Sérgio Capparelli*. São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil. UNESCO – UESP. IV CELACOM, pp. 81-84.
- PIGNATARI, Décio (1971). *Información, Lenguaje y Comunicación*.
- (1971a). *Contracomunicación*.
- RAMOS, César Murilo (2001). “Sérgio Capparelli: a centralidade de uma trilogia”. En, MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina y DOS SANTOS, Marli (2001) *Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano: Décio Pignatari Muniz Sodré e Sérgio Capparelli*. São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil. UNESCO – UESP. IV CELACOM, pp. 119-124.
- ROCHA, Samantha (2000). “Luiz Beltrão: da criação do ICINFORM à teoria da folkcomunicação”. En, MARQUES DE MELO, José y GOBBI, Maria Cristina (2000) *Gênese do pensamento comunicacional latino-americano: o protagonismo das instituições pioneiras- CIESPAL, ICINFORM, ININCO*. São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil. UNESCO – UESP. III CELACOM, pp. 193-212.
- SODRÉ, Muniz. (1998). *Reinventando la Cultura: la Comunicación y sus Productos*.
- (2001). *Sociedad, Cultura y Violencia*.
- (2001a). “Bios mediático: um novo sistema conceptual no campo da comunicação”. En, MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina y DOS SANTOS, Marli (2001) *Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano: Décio Pignatari Muniz Sodré e Sérgio Capparelli*. São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil. UNESCO – UESP. IV CELACOM, pp. 71-76.
- TARGINO, Maria (2000). “A contribuição do ICINFORM na gênese do pensamento comunicacional brasileiro”. En, MARQUES DE MELO, José y GOBBI, Maria Cristina (2000) *Gênese do pensamento comunicacional latino-americano: o protagonismo das instituições pioneiras- CIESPAL, ICINFORM, ININCO*. São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil. UNESCO – UESP. III CELACOM, pp. 167-180.