

FRANCISCO JAVIER GÓMEZ, MOISÉS DE LEMOS
Y FRANCISCO SIERRA
(Coordinadores)

**Comunicación y desarrollo
cultural en la Península Ibérica.
Retos de la sociedad de la información**



**Comunicação e desenvolvimento
cultural na península ibérica.
Desafios da sociedade da informação**

ACTAS DEL

3 **ibérico**
de **comunicación**
de **comunicação**

CONGRESO
Congresso

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

**COMUNICACIÓN Y DESARROLLO CULTURAL
EN LA PENÍNSULA IBÉRICA. RETOS DE LA SOCIEDAD
DE LA INFORMACIÓN
ACTAS DEL III CONGRESO IBÉRICO DE COMUNICACIÓN**

FRANCISCO JAVIER GÓMEZ, MOISÉS DE LEMOS
Y FRANCISCO SIERRA
(*Coordinadores*)

COMUNICACIÓN Y DESARROLLO CULTURAL
EN LA PENÍNSULA IBÉRICA. RETOS
DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN
ACTAS DEL III CONGRESO IBÉRICO DE COMUNICACIÓN



SECRETARIADO D
PUBLICACIONES

Sevilla 2008

Colección Actas
Núm.: 68

Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de este libro puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación, sin permiso escrito del Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.

Comité Editorial:

Antonio Caballos Rufino (Director del Secretariado de Publicaciones)

Carlos Bordons Alba

Julio Cabero Almenara

Antonio José Durán Guardefío

Enrique Figueroa Clemente

Antonio Genaro Leal Millán

Antonio Hevia Alonso

Begoña López Bueno

Juan Luis Manfredi Mayoral

Antonio Merchán Álvarez

Francisco Núñez Roldán

- © SECRETARIADO DE PUBLICACIONES
DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA. 2008
Porvenir, 27 - 41013 Sevilla
Tfnos.: 954 487 447 - 954 487 452; Fax: 954 487 443
Correo electrónico: secpub4@us.es
<http://www.publius.us.es>
- © FRANCISCO JAVIER GÓMEZ, MOISÉS DE LEMOS
Y FRANCISCO SIERRA (Coords.). 2008

Printed in Spain. Impreso en España
ISBN: 978-84-472-1112-8
Depósito Legal: M-51.891-2008
Imprime: Dosgraphic, s. l.

ÍNDICE

<i>Notas de agradecimiento</i>	11
--------------------------------------	----

I. Mapas y territorios

<i>Sociedad de la información y cultura ibérica. Nuevos horizontes político-culturales</i>	15
--	----

FRANCISCO SIERRA CABALLERO

<i>Habitar o território das Ciências da Comunicação na Península Ibérica</i>	23
--	----

MOISÉS DE LEMOS MARTINS

II. Cultura ibérica y sociedad de la información

<i>Comunicación y Sociedad de la información. Nuevos paradigmas de la investigación en comunicación</i>	29
---	----

MIQUEL DE MORAGAS SPÀ

<i>As linguas ibéricas face a informação global</i>	43
---	----

ANTÓNIO FIDALGO

III. Cultura ibérica y espacio europeo de comunicación

<i>A ideia ibérica como recusa da «reductio ad unum». A propósito de A Jangada de Pedra de José Saramago</i>	57
--	----

MOISÉS DE LEMOS MARTINS

<i>Ciberperiodismo y cultura: en el inicio de un largo camino</i>	67
---	----

XOSÉ LÓPEZ

<i>O poder dos media no espaço europeu de comunicação</i>	83
---	----

JOÃO DE ALMEIDA SANTOS

IV. La investigación ibérica en comunicación. Balance y perspectivas

Sobre a génese e o desenvolvimento das ciências da comunicação em Portugal: racionalizar e internacionalizar..... 93
JOSÉ REBELO

La investigación en comunicación en España. Balance y sugerencias 113
JOSEP LLUÍS GÓMEZ MOMPART

V. Anotaciones al margen

A crise das Imagens segundo Italo Calvino 127
JOSÉ A. BRAGANÇA DE MIRANDA

Políticas e indústrias culturais na era digital: novos desafios 139
PEDRO JORGE BRAUMANN

III CONGRESO IBÉRICO DE COMUNICACIÓN

"COMUNICACIÓN Y DESARROLLO CULTURAL EN LA PENÍNSULA IBÉRICA, RETOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN"

Facultad de Comunicación
Universidad de Sevilla
Sevilla, 14 de noviembre de 2006

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

António Fidalgo (Portugal), Antonio García Gutiérrez (España), Enrique Bustamante (España), Francisco Sierra (España), José Bragança de Miranda (Portugal), José Paquete de Oliveira (Portugal), Joel Frederico da Silveira (Portugal), Juan Antonio García Galindo (España), Moisés de Lemos Martins (Portugal), Pedro Jorge Braumann (Portugal), Rafael Utrera (España).

COMITÉ ORGANIZADOR

Francisco SIERRA (Director).
Francisco Javier GÓMEZ PÉREZ (Coordinador).
Aurora LABIO (Secretaria).
José María MELÉNDEZ (Administrador).
Maribel GONZÁLEZ (Tesorera).
María del Mar RAMÍREZ ALVARADO.
Marina RAMOS SERRANO.
Enrique BUSTAMANTE.
Jesús TIMOTEO ÁLVAREZ.
Mariano CEBRIÁN.
Marcial MURCIANO.
Juan Antonio GARCÍA GALINDO.
Moisés DE LEMOS MARTINS.
António FIDALGO.
José BRAGANÇA DE MIRANDA.
José PAQUETE DE OLIVEIRA.
Joel FREDERICO DE SILVEIRA.
Pedro JORGE BRAUMANN.

COMITÉ EJECUTIVO

Francisco SIERRA (Director).
Francisco Javier GÓMEZ PÉREZ (Coordinador).
Enrique BUSTAMANTE (Presidente IBERCOM).
Moisés DE LEMOS MARTINS (SOPCOM).
Pedro Jorge BRAUMANN (SOPCOM).
José BRAGANÇA DE MIRANDA (SOPCOM).
Joel FREDERICO DA SILVEIRA (SOPCOM).
Antonio CHECA (Director Departamento de CAV, Publicidad y Literatura).
Antonio GARCÍA GUTIÉRREZ (Director Departamento de Periodismo I).
Juan Luis MANFREDI (Director Departamento de Periodismo II).



NOTAS DE AGRADECIMIENTO

Las Exposiciones Universales de Sevilla (1992) y Lisboa (1998) han trazado un estrecho vínculo cultural entre ambas ciudades y, por ende, han fortalecido la articulación de un espacio de reflexión y diálogo cultural, largo tiempo reivindicado desde el ámbito de las artes y el mundo de la cultura. En el campo específico de la comunicación, desde 2001 académicos de España y Portugal se han reunido en varios congresos internacionales que han brindado la posibilidad de un mayor acercamiento y la difusión de intereses comunes de investigación, a la vez que han contribuido a profundizar y fortalecer las estrechas y excelentes relaciones dispersas que, en las últimas dos décadas, se han extendido entre grupos de investigación, centros universitarios y académicos de uno y otro país.

El presente libro es el fruto del **III Congreso Ibérico de Comunicación**, celebrado en la ciudad Sevilla el 14 de noviembre de 2006, organizado por la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla y la Sociedad Portuguesa de Comunicación (SOPCOM). Bajo el título *Comunicación y desarrollo cultural en la Península Ibérica. Retos de la Sociedad de la Información*, se trató de contribuir al conocimiento mutuo de ambas tradiciones científicas nacionales, al tiempo que fueron presentados los principales avances y problemas estratégicos en el desarrollo cultural de la Sociedad de la Información en ambos países.

El Congreso, bajo la dirección de Francisco Sierra Caballero y la coordinación de Francisco Javier Gómez Pérez, giró en torno a dos ejes temáticos: “La Sociedad de la Información y los Retos del Pensamiento Comunicacional en España y Portugal” y “La Cultura Ibérica y el Espacio Europeo de la Comunicación”, con los cuales se alcanzaron a lo largo de una intensiva jornada los objetivos marcados: conocer los progresos y retos de la investigación científica en comunicación en Portugal y España y su proyección y vínculos históricos con el campo comunicológico latinoamericano, analizar los problemas mediáticos y culturales de desarrollo de la Sociedad de la Información en la Península Ibérica, desde el punto de vista de las políticas públicas, e identificar las principales líneas de investigación y aportaciones originales de la Comunicología

ibérica en el tratamiento de los problemas y áreas estratégicas de análisis de las industrias culturales.

En la consecución de estos objetivos, participaron Miquel de Moragas (Universidad Autónoma de Barcelona) y Antonio Fidalgo (Universidade da Beira Interior) con sendas conferencias magistrales; y Manuel Palacio (Universidad Carlos III de Madrid), Moisés de Lemos Martins (Universidade do Minho), Xosé López (Universidad de Santiago de Compostela), João Almeida Santos (Assessor do Primeiro-ministro do Governo Português), Joel Silveira (Universidad Politécnica de Lisboa), José Rebelo (ISCTE), Josep Lluís Gómez Mompert (Universidad de Valencia) y Pablo del Río (Universidad de Salamanca) en dos mesas redondas moderadas por José Paquete de Oliveira (ISCTE) y Xaime Fandiño (Universidade de Vigo). A todos ellos cabe agradecer su participación y compromiso intelectual con el espacio común de investigación.

Igualmente hay que agradecer el apoyo institucional y de patrocinio de diferentes instituciones y empresas que hicieron posible la celebración del III Congreso Ibérico de Comunicación y la publicación de este libro, entre ellas, la Universidad de Sevilla, la Sociedad Portuguesa de Comunicación (SOPCOM), muy especialmente el Parlamento de Andalucía y su Presidenta, D.^a María del Mar Moreno Ruiz, RENFE, la Radio Televisión de Andalucía (RTVA) y, finalmente, la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía, sin cuya ayuda la edición de estas actas no hubiera sido posible.

Por último, es justo reconocer la labor de las personas que han intervenido en el Comité Organizador responsable del Congreso, en especial a Aurora Labio (Secretaria), José María Meléndez (Administrador), Maribel González (Tesorera), María del Mar Ramírez Alvarado, Marina Ramos, Enrique Bustamante, Jesús Timoteo Álvarez, Mariano Cebrián, Marcial Murciano, Juan Antonio García Galindo, Moisés de Lemos Martins, António Fidalgo, José Bragança de Miranda, José Paquete de Oliveira, Joel Frederico de Silveira y Pedro Jorge Braumann, además del grupo de alumnos que colaboraron en la organización y secretaría del evento. Finalmente, no quisiéramos olvidar a los más de doscientos asistentes al Congreso que, con su presencia, avalaron la labor de organización y la calidad de los debates y conclusiones del mismo. A todos ellos, estas últimas líneas en prueba de nuestra más sincera gratitud.

FRANCISCO JAVIER GÓMEZ PÉREZ
MOISÉS DE LEMOS MARTINS
FRANCISCO SIERRA CABALLERO

I
MAPAS Y TERRITORIOS

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y CULTURA IBÉRICA. NUEVOS HORIZONTES POLÍTICO-CULTURALES

FRANCISCO SIERRA CABALLERO

Departamento de Periodismo I

Universidad de Sevilla

*«En un país marcado por la omnipresencia del Estado,
por una economía oligárquica, por una Iglesia hegemónica,
por partidos políticos inseguros y por unas clases medias
con poca historia y pocos medios, la independencia es un bien raro»*

Antonio Barreto

INTRODUCCIÓN

Toda frontera es una herida, una marca. No se trata sólo de una línea divisoria, sino sobre todo de una señal, de un lugar de comunicación o abertura que nos recuerda y distingue quiénes somos, y quiénes podríamos llegar a ser, puesto que, como las puertas, los puentes y los propios medios, las fronteras, las rayas que delimitan nuestros territorios, son lugares propicios para el diálogo, son lugares de pasaje y transgresión, de cruces y mestizajes. No es posible sociedad alguna sin fronteras, ni fronteras sin sociedades estructuradas capaces de proyectarse más allá de sí mismas. Como bien ha escrito António Cabrita, si bien las fronteras no pueden suprimirse sí que pueden y deben ser desenmascaradas, como toda operación lógica de demarcación. Y es que, por encima del debate sobre la tradición y la modernidad, las identidades son construcciones paradójicas, y fundamentalmente creativas. Si la cultura más que un sistema cerrado constituye una posibilidad, la potencia creativa del límite, siempre abierta a nuevas preguntas y reformulaciones, qué duda cabe que en nuestro caso, la cultura ibérica puede y debe ser redefinida, impulsada al calor del nuevo marco de relaciones internacionales y de construcción de la *cultura común* en eso que hoy hemos dado en llamar Sociedad de la Información.

Tal empeño no puede resultar más pertinente y oportuno. Pues el recobrado interés por el iberismo tiene lugar precisamente cuando se están fijando nuevas demarcaciones culturales, nuevas formas *invisibles* de de/limitación, que establecen márgenes de libertad y restricciones, estructuras desiguales e injustas de división del trabajo cultural que nos excluyen y *limitan*, imponiendo espacios domésticos de reproducción que esterilizan la capacidad de nuestras culturas populares para crecer y subsistir en el nuevo dominio científico-técnico de la sociedad del conocimiento. En esta deriva lógica de distinción y ordenamiento, el reconocimiento de los lugares comunes que nos vinculan y, de algún modo, nos afectan vuelve a incidir en los tópicos ilustrados de un orden del discurso potencialmente liberador pero en la práctica poco o nada productivo. En él, se insiste que, en efecto, es manifiesta una íntima y genuina tradición ibérica que nos conecta y compromete en la común herencia cultural y las historias paralelas de colonizaciones, devenir político y transformaciones recientes de nuestra contemporaneidad, en un territorio marcado por una peculiar dialéctica de tradición y modernidad, de integración y aislamiento respecto a Europa, de expansión y colonización a la vez que de mestizaje. La Península Ibérica ha sido rica, por su historia, en mixturas y reappropriaciones varias, proveniente en la mayoría de los casos de las migraciones y comercio del Mediterráneo. En palabras de la escritora brasileña Nélide Piñón, «el paso de los iberos, junto al de los celtas, convirtieron a la Península Ibérica en lo que es hoy», un espíritu de mezcla en donde se plasma la individualidad, la magia y el respeto a la ley. Espíritu de mezcla que, paradójicamente, ha sido potencialmente anulado por el distanciamiento e incomunicación entre ambos países: Primero por las fronteras políticas, más tarde por los intereses económicos, y, finalmente, por las identidades nacionales y la cultura-nación que edificaron ambos Estados. La producción, a nivel del imaginario, de sistemas unitarios de identificación y producción de sentido mediante la acumulación de materiales, recursos, dispositivos históricos y eventos para la memoria, y el olvido, colectiva han levantado, como resultado, un muro fronterizo de difícil transducción. A lo largo de nuestra historia, se constata como resultado la notoria ausencia de proyectos permanentes y ambiciosos de desarrollo común que reactiven la memoria ibérica y alcance a visualizar nuevos horizontes de futuro compartido. No creemos que, como decía Eugenio Montes, Portugal y España sean naciones paralelas que sólo puedan encontrarse en el infinito. Antes bien, la historia de portugueses y españoles, de este espacio común de la Península Ibérica, conforma un patrimonio cultural diverso capaz de definir un proyecto económico, político y cultural que nos ayude a redefinir nuestra peculiar posición periférica, territorial y políticamente, en la Unión Europea y en el mundo. Hoy más que nunca, cuando constatamos que «a los pueblos pequeños nadie les da oídos» (Saramago *dixit*), esta alejada posición de los centros de poder y decisión económico-políticos no sólo conforman una ventaja competitiva, sino la condición necesaria, en tanto que tierras extremas de Occidente, para aprender a pensar nuevos

escenarios y reglas del juego en los procesos de desarrollo a ambos lados de la frontera territorial más allá, desde luego, de los muros simbólicos y las aduanas económico-culturales que nos mantienen aislados en una diferencia que nos lleva a la indiferencia ante la suerte o deriva del aislamiento del «Otro» mientras seguimos separados.

En este sentido, es el momento de superar el histórico antagonismo y la desconfianza que anulan el potencial cultural que nos distingue en las relaciones peninsulares. Parafraseando a Miguel de Unamuno, necesitamos superar la soberbia española y el persistente recelo portugués que alimentan la dialéctica de incomunicación entre ambos países, y procurar, añadiríamos nosotros, explicitar el capital cultural y las experiencias vividas en común en un territorio y un ecosistema cultural potente por su historia y realimentación, más allá del Atlántico, y del Mediterráneo. No nos referimos con ello, desde luego, a la tradicional concepción antropológica de la cultura ibérica y su mística idealista que protagonizó muchas de las reflexiones de las letras tanto lusas como hispanas, al insistir en los valores sagrados de una siempre imaginaria e hipotética Iberia. No tratamos de mirar atrás a una Arcadia perdida, a unos orígenes basados en el mito de la tierra, y la lectura fraternal, poética, de Cervantes y Camões. Este iberismo corresponde con lo que podríamos calificar de iberismo monárquico o autoritario, basado en los intereses político-materiales de la cultura tradicional, dominante, y premoderna que ha gobernado hasta las últimas dictaduras nuestra península. La unidad o encuentro entre ambas culturas se nos torna imposible si no vamos más allá de la triste visión de Felipe II y la dinastía borbónica. Frente a este modo de entender la cultura ibérica, existe un iberismo ilustrado, basado no tanto en una relación jurídica como en el intercambio de ideas y de expresiones culturales; pero también, y sobre todo, un iberismo federalista, que entronca con el pensamiento republicano y con tradiciones emancipatorias como el anarquismo o el comunismo libertario, a la vez que con las reivindicaciones regionales de los nacionalismos periféricos catalán, gallego, vasco o andaluz. Éste es un iberismo que podríamos calificar de histórico-materialista, un iberismo anclado en las condiciones de desarrollo, en la común y concreta historia y genealogías que definen nuestro ser y pensamiento, nuestra conciencia y limitada visión compartida, que ha de repensar la cultura ibérica desde una visión crítica para lograr trascender y realizar las posibilidades de futuro negado que nos son propias desde la reivindicación del espíritu de independencia, la cultura de resistencia a las invasiones romanas y la epopeya oceánica del republicanismo imaginado hace tiempo por Teófilo Braga.

Del republicanismo de Pi Margall a la revolución de los claveles, de Unamuno a José Saramago, el discurso iberista debe ser capaz de atravesar y recomponer un espacio cultural que, necesariamente, ha de ser repensado a partir de la tradición crítica a fin de evitar el naufragio del barco de las ideas en tránsitos inhóspitos de la razón de Estado y del espíritu absolutista que tanto y tan mal

hicieron en la historia común de ambos países. El reto parece cuando menos monumental. Nos enfrentamos a un mundo que está cambiando aceleradamente y en cuya compleja configuración debemos buscar nuestra identidad y proyecto político-cultural, caminando sobre nuestros pasos para interpretar los orígenes y huellas culturales en la piel de toro, a fin de explorar en nosotros mismos lo que podemos llegar a ser y lo que aspiramos a convertirnos. Empeño y dificultad, como digo, mayúsculos cuando el paralelismo político y social de la contemporánea trayectoria histórica de ambos países no ha sido acompañado de la necesaria voluntad de entendimiento y acortamiento de las distancias. Tan cerca, pero cultural y políticamente tan lejos, ambos países hemos permanecido al margen de nuestro común patrimonio, de nuestra común historia, de nuestra común aspiración al desarrollo. En los últimos años, sin embargo, parece que algo se mueve.

Recientemente, el Presidente de la Junta de Andalucía proponía al Primer Ministro Luso la creación de una *euromediteránea* con Portugal que incluyera, además de Andalucía, Extremadura, El Alentejo y el Algarbe, coordinando esfuerzos comunes en turismo, desarrollo y cooperación económica. Las reuniones bilaterales y las cumbres hispano-lusas, la última de ellas celebrada casi a la par que este III Congreso Ibérico de Comunicación, indican que los poderes públicos son plenamente conscientes y hace tiempo que se han percatado de la consistencia y oportunidad de un proyecto colectivo y conjunto de trabajo y articulación político-cultural entre ambos estados en el seno de la UE. La idea de partida que alimenta estas aproximaciones o acercamientos reconoce la importancia y necesidad de una alianza latina en la defensa de una posición común que, a partir de nuestro legado y potencial económico-cultural, fortalezca el papel de interlocutor y mediadores de ambos países en las relaciones internacionales no sólo ante Bruselas y la comunidad iberoamericana, sino en el marco de la división internacional del trabajo cultural que se perfila al amparo del nuevo proceso de reestructuración capitalista. Éste es, de hecho, el empeño de algunas organizaciones académicas recientemente creadas como la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC), una plataforma de encuentro entre culturas hispánicas, lusas y, en general, latinas, que trata de resistir culturalmente la hegemonía angloamericana reivindicando la diversidad cultural, para reconocernos y hacernos visibles, para crecer y aprender juntos construyendo horizontes y proyectos de vida en común.

A tenor de ésta y otras iniciativas, y desde el punto de vista teórico, parece lógico que, en el mundo que está conformándose con la globalización de la sociedad-red, el iberismo reformule sus planteamientos de partida para asumir una visión federalista que trascienda la mirada binacional cuestionando, en la era del modo de organización imperial, la perspectiva del Estado-nación, cuando más necesario es aprender a pensar sin Estado, o, más exactamente, cuando más

necesitamos redefinir nuestras estrategias y las relaciones de dominación desde el pensamiento del límite que desenmascara las fronteras como delimitaciones artificiales de control político-militar de reorganización de los flujos de mercancías y capitales. Éste es el reto de la globalización y de quienes abogamos por defender la diversidad cultural, éste debiera ser el primer paso para quienes pensamos que en estas tierras ignotas de Occidente todos somos ibéricos. De lo contrario, asistiremos impasibles al desgajamiento simbólico o «fantasmal» del espectro de Iberia, mientras discutimos sobre las formas de superar la brecha con Europa sin saber si no es más conveniente tomar el rumbo de América o construir con nuestro barco de ilusiones nuevos trayectos en el mapa de la historia, con otra carta de navegación y un nuevo cuaderno de bitácora, como en parte les sucede a los personajes de la novela de José Saramago, «La balsa de piedra». El desgajamiento de la Península Ibérica del viejo continente convirtiéndose en un territorio a la deriva que navega por el Atlántico, en busca de una nueva localización, es una genial metáfora del momento en el que nos encontramos.

En la novela de Saramago, todos los esfuerzos por ponderar y detener la «peligrosa» deriva de la península fracasan ante la travesía y evolución ineluctable de un curso de navegación que convierte a nuestro territorio en un trozo de unión entre América y Europa, y desde luego, entre Europa y el continente africano. La conclusión que puede colegir el lector es, a este respecto, utópicamente reveladora: la necesidad de que Europa mire al sur para que, en compensación por sus abusos coloniales, antiguos y modernos, contribuya a equilibrar el mundo desde el compromiso ético, desde la justicia y la igualdad. El artista sevillano Pedro G. Romero ironizaba, en el mismo sentido, sobre la idea de península navegante al representar en forma de balsa de piedra despegada de los Pirineos el curso de la historia que nos une a la América precolombina y a la cultura híbrida latina del subcontinente latinoamericano. Ya decía Ortega que la esencia de lo ibérico ha sido y es la peculiar resistencia a Europa, siendo ella misma, la cultura ibérica, parte de Europa, en forma de curiosa o paradójica dislocación de ambos países hacia Occidente. Tradición y modernidad conforman la peculiar cultura común, entre un talante dinámico, capaz, vital, moderno y optimista, que cree y trabaja duro por un porvenir mejor, y otro doliente y quejoso que parece incapaz de creer en el futuro empeñado como está en la idea de cuanto peor, mejor.

Siendo en parte cierta la aseveración de Ortega, quizás es el momento de que esta deriva pueda ser interpretada más que como circunstancia o accidente, como elección y posición elegida, para pasar del discurso de la cultura ibérica como paradigma de la cultura occidental desviada y marginal, a la afirmación de la periferia de las culturas emergentes y subalternas del indigenismo y los excluidos del mundo en el nuevo horizonte postcolonial. Un discurso tal trata de pasar del imaginario del aislamiento a la afirmación de la diferencia inter-

pretando el iberismo como la figuración antagonista de lo Otro, o los otros, las voces no asimiladas, irrepresentables o invisibles, inasibles y resistentes a lo hegemónico, la insurgencia de pueblos de frontera *invisibilizados*, la perfecta anomalía salvaje, el *locus* y *humus* de un apego insondable a la tierra y la cultura, característica, a decir de algunos expertos, de la cultura ibérica.

Este orden del discurso, en el fondo, promueve el ejercicio de pensar y forzar los límites, de desenmascarar, como decíamos al principio, las máscaras, de construir en común una «cultura de frontera», de frentes culturales, y de confrontación productiva de formas de sentir e imaginar comunes y distintas, realimentando el patrimonio territorial y geopolítico común, la penuria y el subdesarrollo estructural que nos define como culturas marginales o periféricas en comunión por la reivindicación de las necesidades de desarrollo territorial y colectivo de otras periferias y modos de enunciar que habitan en el mundo, en nuestro mundo colonizado y explotado. Para ello es preciso un diálogo intercultural crítico y creativo. No basta mirar u oír las creaciones y modelos culturales allende las fronteras, como siempre ha venido proponiendo el iberismo intelectual de salón, desde hace más de un siglo. Para entender al Otro hay que convertirse en intérprete, y mejor aún en objeto interpretado. Partimos para ello, como ventaja, de la potente creatividad y vitalismo irreductibles a la gramática del Capital, como allende los mares. La «mentalidad de Poniente» (Lourenço *dixit*) –el viejo sentido de la tierra, de la propiedad, los hábitos y modos de vida– constituye un material difícilmente absorbible por el Capital que pone por condición primera la falta de hábitos, en un mundo inhabitable. Y éste no es un capital, o cultivo social cualquiera, es el potente ecosistema de vida que nos permite seguir pisando suelo firme en un tiempo en el que, como decía Marx, todo se disuelve en el aire... Pero a su vez, este apego a la tierra, este cúmulo de energía, vida y hábito cultural, se debate en la contradicción que paraliza los proyectos de futuro en la región. Como advierte Fernando Rodríguez de la Flor, «en cuanto que pensamiento que se expresa en un habla de la frontera, y se vierte en la creación de un perfil del lugar o lugares donde desfallece y se anula en realidad la energía capitalista, ese iberismo, sin duda, también consiste en la reivindicación expresa de unos reinos de perfil *desvaído* (quizás estemos tratando del depósito de la memoria de reinos perdidos), en todo caso de lugares en donde sea ostentosa la existencia de una condición, como diría A. García Calvo (...) no progresada. Es decir de una tierra que renuncia (o le hacen renunciar) a vivir la prosperidad y el progreso franco (en medio del cual habita) y que, en realidad lo desdeña y le da la espalda, quizás por nostalgias de algo más antiguo y esencial».

Por ello, en buena medida, el empeño del iberismo en la Sociedad de la Información debe partir también de un compromiso y esfuerzo de pedagogía política de la memoria que actualice nuestras lecturas convergentes y disímiles de republicanismo, dictaduras, modernidades, transiciones, y, desde luego, de

imperialismos y colonizaciones varias, en África y, fundamentalmente, América. El Capital no tiene memoria, pero la cultura sí. Toda fórmula o pretensión iberista, si no quiere ser una forma reactiva o arcaísmo ingenuo, pasa por la interpretación del pasado y del presente-futuro, desde el punto de vista utópico, esto es, como anticipación y voluntad transformadora de nuestro futuro común. Evocar y reivindicar la cultura ibérica ha de ser una forma de resistencia intelectual y político-cultural. Especialmente cuando hoy se piensa el desarrollo peninsular desde una visión idealista, poco o nada reivindicativa, según una visión *mitopoética* que trata de exaltar las tradiciones de España y Portugal, de nuestro destino común, con la fe puesta en conformar un eje territorial del Poniente como la postmoderna zona provenzal del capitalismo integrado angloamericano y nórdico de la UE, definiendo el iberismo posible como la renuncia precisamente a la voluntad de cambio y de poder, de voz y de palabra. Esta forma postiberista, o postmoderna, construye un relato que podríamos calificar foráneo, pues observa el futuro ibérico desde fuera, no desde dentro, desde Bruselas o los centros del poder del capital transnacional, no desde los sujetos históricos concretos del Algarbe, Andalucía, Beira Interior o Extremadura. Se trata de un iberismo forjado por lusistas e hispanistas, o por intelectuales autóctonos que hablan de hermanamiento haciendo abstracción de la vida e historia material de nuestros pueblos, anulando la singularidad conflictiva y la posición periférica para redituvar nuestro patrimonio cultural en el margen, privilegiado, pero margen al fin y al cabo, del centro del sistema capitalista imperial, al no problematizar las relaciones de poder y las conexiones económico-culturales que atraviesan estos procesos identitarios, del pensamiento y organización del territorio.

Si no queremos ser los portavoces de un proyecto de integración basado en los mitos y relatos arqueológicos de los pueblos fundadores, para convertir nuestro territorio y patrimonio cultural en capital circulante, en campo estratégico de acumulación y especialización productiva del capital transnacional, es preciso recobrar la memoria viva del iberismo como pensamiento intempestivo, federalista, transformador y emancipatorio, como el relato incómodo de un futuro por venir, como la historia inconclusa a escribir por los nuevos bárbaros íberos y nómadas que viven subyugados en las fronteras de exclusión y aislamiento de nuestras economías subdesarrolladas, sobreviviendo en los pliegues del nuevo sistema-mundo de explotación y civilización destructiva, como la teoría y práctica de la resistencia al Imperio por la dignidad y la memoria de los olvidados, de los sin tierra, de los apátridas, metecos y esclavos de la globalización, por los sin voz que naufragan a la deriva, como esta tierra ignota, o desierto, dominio vacío que escapa al control, pero que en cualquier momento puede colonizar, y de hecho coloniza, el Capital. No se trata, en fin de un viaje o ruta de la inclusión, sino más bien el deambular por los espacios e intersticios excluyentes de la marginalidad y la periferia. Como en la fábula de Saramago, se trata de

horadar las grietas que aparecen sobre la tierra como una oportunidad promisoría para un futuro compartido.

BIBLIOGRAFÍA

- BARTOLOMEU JÁCOMO, A. (2004): «Cultura de fronteira: Um desafio à integração», Centro de Estudios Ibéricos (www.cei.pt) (consultado: 30 de julio de 2006).
- BASTENIER, Miguel Ángel (2006): «Esp-ugal o Portu-paña», *El País*, miércoles 4 de octubre, p. 10.
- CHACÓN, V. (2005): *A grande Iberia. Convergencias e divergencias de uma tendencia*, Brasil, UNESP.
- PETSCHEN, Santiago (2006): «El iberismo», *El País*, jueves 28 de septiembre, p. 17.
- RODRÍGUEZ DE LA FLOR, Fernando (2005): «El concepto de iberismo y su sentido Actual», Centro de Estudios Ibéricos (www.cei.pt) (consultado: 31 de julio de 2006).
- SARAMAGO, José (1993): *La balsa de piedra*, Madrid, Alfaguara.

HABITAR O TERRITÓRIO DAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA PENÍNSULA IBÉRICA

MOISÉS DE LEMOS MARTINS

Presidente da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM)

Habitar é a marca fundamental do ser, para falar com Martin Heidegger. Ou seja, a nossa identidade, seja a nossa identidade individual, seja nossa identidade colectiva, cumpre-se sempre num espaço, que é por nós habitado. Por essa razão dizemos que habitar um território é o destino a que é convocada toda a comunidade, viva, solidária e actuante.

O III Congresso Ibérico de Ciências da Comunicação lembrou-no-lo de um modo claro ao centrar a sua atenção nas distintas comunidades científicas que verdadeiramente habitam o território ibérico, no caso, as distintas comunidades portuguesa e espanhola.

Os territórios são, pois, coisas vivas, uma vez que são espaços por nós habitados, espaços que de nós recebem vida. Receber de nós a vida é fazer-se sonho. Dizemos então que os territórios são mais coisa sonhada, coisa imaginada por nós, do que coisa calculada. Neste sentido, a comunidade ibérica de Ciências da Comunicação é mais sonho do que cálculo. E é um sonho simultaneamente português e espanhol.

Bem sei que no cálculo estão todos os interesses. Ou dito de outra forma, bem sei que toda a espécie de interesses nos põe a fazer cálculos. E existem interesses da mais variada ordem, interesses científicos, económicos, políticos, culturais e religiosos, que quadriculam o espaço social em relações de força que combatem entre si, e que, uma vez cristalizadas, dão estados de poder, como aprendemos com Michel Foucault.

É inegável que, pelos interesses que temos, o cálculo está sempre presente na cena social e no território. Mas é na coisa sonhada, é no território imaginado pelas nossas distintas comunidades científicas que eu gostaria de insistir nestas breves palavras. Como coisa sonhada, os territórios são uma espécie de identidade

especialmente móvel, tanto dos indivíduos como das comunidades. Utilizando uma figura que o saudoso Abraham Moles costumava utilizar, podemos dizer que os territórios que habitamos comprovam a nossa identidade 'escargotique' (de 'escargot', caracol, em português), uma identidade espacialmente móvel, que desloca o imaginário que nos envolve.

Na era da economia-mundo, de dia para dia parece impor-se a ideia de que não existe mais mundo para lá das alianças, das solidariedades e da coesão que se erguem pela força da Economia, pelo dinamismo dos mercados, pelos compromissos políticos e pelo cosmopolitismo técnico-científico. Entretanto, com os nossos países a viverem o impacto do alastramento da sociedade da informação, penso, todavia, que a nossa tarefa não pode confundir-se com uma 'utopia cinética', fórmula que Peter Sloterdijk utilizou para caracterizar a situação actual, com a totalidade do movimento do mundo a converter-se na execução do projecto que temos para ele. Não, a nossa tarefa, em resposta à exigência de desenvolvimento cultural e mediático das nossas comunidades científicas, não pode vincular-nos senão às tarefas do momento, aos pequenos progressos que fazem toda a diferença no exercício da cidadania.

Dizia Musil que num tempo em que toda a gente se sente autorizada a agir como comerciante não podemos deixar de falar como idealistas. E que bem que o tema proposto para o Congresso Ibérico de Ciências da Comunicação ilustrou o aforismo de Musil! Quando se trata de Sociedade da Informação, a toda a gente começa a fugir o pé para o mercado dos média, para o negócio electrónico, para a e-economia, para a gestão do mercado das audiências, e mesmo para a influência no mercado global. Todos parecem agir como comerciantes. Mas ao introduzir o tema do desenvolvimento cultural e mediático do território na discussão da Sociedade da Informação, os organizadores deste Congresso deslocaram o debate. Foi o que aconteceu, por exemplo, quando foi feita a análise da cultura e dos média da Península Ibérica sob o enfoque das políticas públicas de comunicação. Neste caso, foi o tema da responsabilidade social e da cidadania, designadamente as questões ética e deontológica e da regulação dos média, que se tornaram centrais no debate.

A convocação da ética pode sugerir a convocação de uma lógica de caminho único para o sistema mediático português e espanhol. Mas não é esse o ponto de vista que adopto. Os média têm necessidade de uma direcção, sem que isso obrigue à determinação de um fim, de um *telos*, e portanto de um único caminho que a ele conduza. Penso que é possível abandonar totalmente a ideia de um fim último e único, sem que todavia devamos renunciar a darmos sentido àquilo que se passa connosco, tanto em termos individuais, como em termos sociais. E aquilo que se passa connosco é que não necessitamos mais de um sentido global e último para as nossas distintas comunidades científicas. Penso que devemos aprender a dispensar aquilo que foi uma exigência

fatal para a sociedade ocidental. Refiro-me a um sentido global e único para a história.

Mais do que respostas, que é verdade existem em abundância, aquilo que hoje verdadeiramente nos falta, e que também falta aos média naturalmente, é uma cultura de resistência, com a 'sensologia', ou o 'já sentido', no dizer de Mário Perniola, a tornarem-se categorias dominantes da cultura contemporânea, tendendo a nossa experiência a organizar-se em torno da subjectividade e da subjectividade, enquanto as nossas atitudes se enredam em atonia, demissão e conformismo.

A exigência ética de uma cultura de resistência, deve emparceirar com a ideia da afirmação da cultura ibérica no espaço europeu de comunicação, através de uma direcção comum na acção. O problema que temos pela frente é um problema de orientação e de organização. Falta-nos, com efeito, uma estratégia comum de investigação em Ciências da Comunicação, que nos consolide como comunidade científica e permita a nossa afirmação no espaço europeu.

O que nos acontece assemelha-se a uma aventura em que nos empenhemos de coração. Mas o que é próprio da aventura é que o imprevisto também está no programa. Pensando no espaço europeu de comunicação e no desafio que nos espera a todos, portugueses e espanhóis, direi que é esse trabalho de organização e de orientação aquilo que temos que conquistar ao imponderável e ao imprevisto, que são a trajectória de vida das nossas distintas comunidades científicas. Mobilidade na Península Ibérica de estudantes e professores, cooperação entre unidades de investigação, através do lançamento de programas comuns de mestrado e doutoramento, que sejam também atractivos para estudantes latino-americanos e africanos, projectos comuns de investigação e realização conjunta de colóquios e seminários, participação em redes que facilitem o trabalho cooperativo e a divulgação dos resultados da investigação, são estes alguns dos principais objectivos que figuram o sonho na Península Ibérica de uma comunidade de Ciências da Comunicação, viva, solidária e actuante.

É como signo deste desejo que merecem ser considerados os textos reunidos neste volume e deste modo dados à estampa.

II
CULTURA IBÉRICA Y SOCIEDAD
DE LA INFORMACIÓN

COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. NUEVOS PARADIGMAS DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN¹

MIQUEL DE MORAGAS SPÀ

Director del Instituto de la Comunicación (INCOM-UAB)

RESUMEN

Se analizan las nuevas convergencias que se producen en la «sociedad de la información» y su repercusión en la actividad académica de la comunicación: convergencias entre cultura y comunicación, entre medios y mediaciones, entre economía y comunicación, etc. También se analiza la nueva centralidad de las tecnologías de la información en la organización social. De todo ello se deduce la necesidad de importantes cambios de enfoque para las ciencias y la actividad académica de la comunicación: revisión de los paradigmas, nuevos enfoques pluridisciplinarios para la investigación, cambios en los esquemas de formación universitaria de especialistas. Finalmente, se analizan algunas consecuencias de estos cambios en las políticas de comunicación democráticas que ahora deben englobarse en el nuevo marco, más amplio, de «las políticas de sociedad de la información», donde convergen sectores que, hasta ahora, se consideraban autónomos o independientes entre sí.

COMUNICACIÓN Y «SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN»: RETOS PARA LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

La «Sociedad de la Información», lema que se ha ido generalizando para definir nuestra época, plantea importantes retos a la investigación de la comu-

¹ Como antecedentes de esta ponencia véase:

Miquel de Moragas, «Cambios en la comunicación, cambios en los estudios de comunicación», en *Signo y Pensamiento*, nº 47, vol. XXIV, julio-diciembre 2005, pp. 10-20.

Miquel de Moragas, «Investigación de la comunicación y política científica en España», en *Actas de la reunión científica de la Sociedad Española de Periodística (SEP)*, Santiago de Compostela, 2005.

nicación. Por una parte como consecuencia de la nueva centralidad que se atribuye a la información/comunicación en la sociedad y, por otra, por la multiplicación de procesos de convergencia, génesis de la globalización, que caracteriza a esta sociedad.

Primera evidencia: la comunicación aparece cada vez más integrada a «otros» fenómenos sociales y, viceversa, los fenómenos sociales ya no pueden explicarse de manera independiente de los procesos de comunicación, entendidos ahora como «mediaciones» y no, únicamente, que como «mediáticos»² (Martín Barbero, 1987).

Esto nos obliga a romper con las simplificaciones que consideraban a la comunicación como un factor de «influencia» (de la comunicación a la sociedad), como un factor social en sí mismo y no como parte integrante de la estructura de la sociedad.

Así, por ejemplo, se hace insostenible la tradicional distinción entre comunicación y cultura, no sólo como objetos distintos de investigación, sino también como políticas distintas: políticas de comunicación, políticas culturales. Algo semejante puede decirse de la relación entre comunicación y economía, o entre comunicación y tecnología, ante la necesidad de pasar del análisis de la influencia y de los condicionantes al análisis de su plena integración.

Estos procesos exigen la revisión de las prácticas académicas tradicionales (enseñanza e investigación) pero también, como veremos, inciden en la necesidad de revisar los conceptos clave sobre los que construir las políticas democráticas de comunicación en esta nueva sociedad.

Plantaremos la primera cuestión, la de la revisión de las prácticas académicas, abordando cinco principales temas:

1. Necesidad de revisión conceptual de los paradigmas de la comunicación.
2. Revisión temática e interpretación de las convergencias.
3. Reconsideración epistemológica de los «estudios de comunicación» ante el reto actual de transversalidad de las ciencias sociales.
4. Consecuencias de todo ello para la formación universitaria (de especialistas en comunicación y de investigadores en comunicación).
5. Nueva mirada a la necesidad de colaboración entre América Latina y Europa Latina.

Finalmente, concluiremos con una reflexión sobre las implicaciones de todo ello para las políticas de comunicación.

² Jesús Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones*, Barcelona, Gustavo Gili, 1987.

NECESIDAD DE REVISIÓN CONCEPTUAL DE LOS PARADIGMAS DE LA COMUNICACIÓN

Los paradigmas de la comunicación³, inicialmente concebidos para la construcción de la teoría de la información (Shannon⁴) y para delimitar el campo de estudio de la «mass communication research» (Lasswell⁵), han de ser sustituidos por nuevos mapas, con líneas y relaciones más complejas.

Esta renovación de los paradigmas⁶ constituye un reto teórico clave de la interpretación de la comunicación y de sus cambios en la sociedad de la información, considerando cuestiones como:

- Cambios en la direccionalidad del proceso de comunicación y en las formas de acceso a la información.
- Cambios en la función mediadora de los actores de la comunicación.
- Convergencias entre la comunicación y otros factores (cultura, economía, bienestar social).
- Aparición de nuevas «centralidades» (como la que corresponde a la producción de contenidos).
- Nuevas formas de mediación (portales, medios de referencia, fuentes anónimas).
- Prospectiva, avanzarse a los cambios que se suceden en la comunicación.

Estos paradigmas, en sus posibles formalizaciones, deben concebirse como instrumentos para la interpretación de los aspectos sociales de la comunicación. Podemos destacar, por ejemplo, las consecuencias que pueden derivarse del cambio de la dirección prioritaria de los procesos de comunicación: la que va desde el receptor a los nuevos y grandes almacenes (digitales) que almacenan la producción de la comunicación y no, como en la «era *broadcasting*», la dirección que va del emisor (difusor) hacia el receptor.

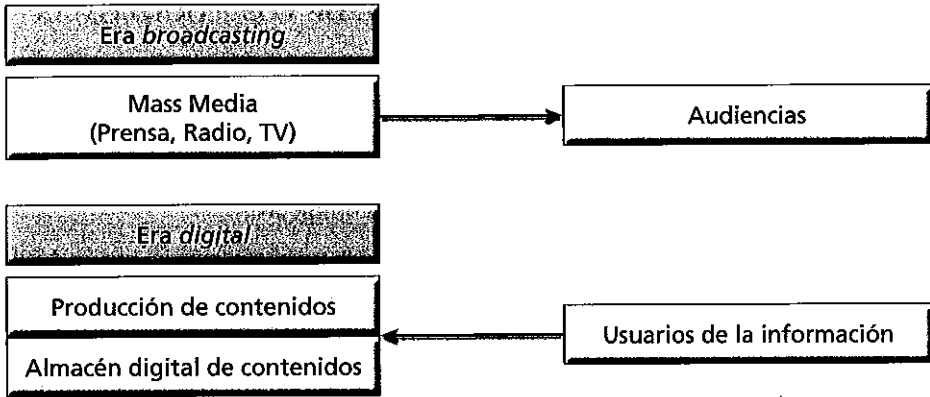
Los emisores, no sólo los profesionales clásicos de la comunicación sino también otros muchos profesionales (médicos, abogados, economistas, profesores, etc.), orientan su trabajo a la producción de información para que, posteriormente, pueda ser localizada y usada directamente por los receptores, con

³ G. Willett, *La Communication Modélisée*, Ottawa (Canadá), Editions du Renouveau Pédagogique, 1992.

⁴ C.E. Shannon, «A mathematical theory of communication», *Bell System Technical Journal*, 1948, vol. 27.

⁵ H.D. LASSWELL, «Estructura y funciones de la comunicación en la sociedad», en Miquel de Moragas (1993), *Sociología de la comunicación de masas. II Estructura, funciones y efectos*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili (versión original en inglés de 1948).

⁶ Miquel de Moragas, «Cambios en el paradigma de la comunicación», *Gran Enciclopedia Larousse* (suplemento), Barcelona, Editorial Planeta, 2003.



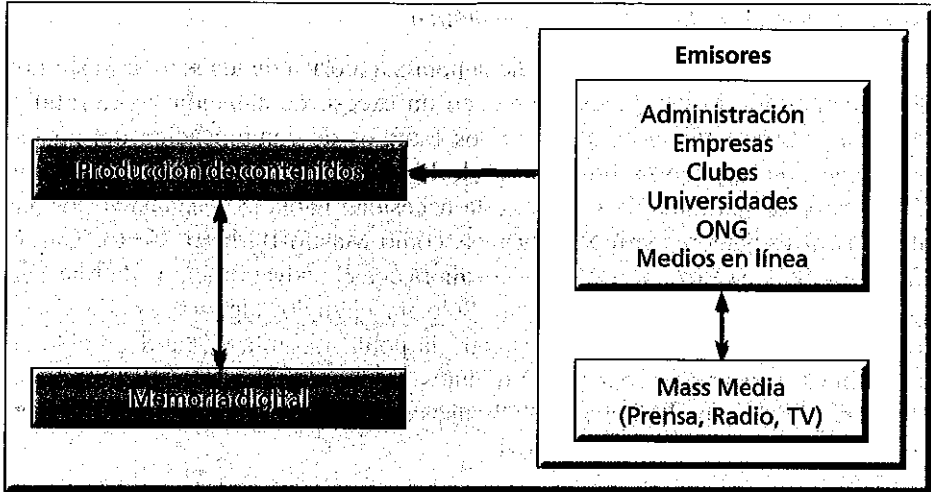
una consecuencia muy importante: el centro de gravedad del poder en la comunicación tiende a desplazarse de la difusión a la producción de contenidos, y no sólo en el caso de la industria audiovisual, sino también en el caso de los nuevos canales de Internet (comerciales, institucionales, educativos y de entretenimiento).

En su fase inicial este proceso se ha ido caracterizando por una aparente multiplicación de la oferta de comunicación. Pero debe reconocerse que esta multiplicación ha coincidido con la implantación de nuevas formas de control como:

- La aparición del *pay per view*.
- La concentración de la producción.
- La aparición de nuevos «mediadores» entre los usuarios y la memoria digital de la información.

Otra consecuencia social importante puesta al descubierto por el nuevo paradigma es la ampliación de los actores de la emisión (emisores institucionales). En la sociedad de la información, con Internet, las instituciones sociales (bancos, empresas, administración pública, universidades, clubes deportivos, etc.), pero también movimientos sociales (ONG, sociedades culturales, redes ciudadanas, etc.), se convierten en nuevos «medios de comunicación».

En este proceso coinciden experiencias de descentralización (multiplicación de la emisión) con nuevas formas de concentración que tienden a imponerse. Así, por ejemplo, en los primeros pasos de Internet, entre 1996 a 2001, destacó el papel más bien secundario de los medios de comunicación convencionales (prensa, radio, televisión, agencias de noticias). Los medios ocupaban posiciones intermedias o retrasadas en las listas de los sitios web más visitados, mientras otras instituciones no «mediáticas», lideraban las nuevas audiencias. En 2006, diez años después del inicio de este proceso, se observa una manifiesta recupe-



ración del protagonismo de los medios de comunicación, un nuevo liderazgo de los grupos de comunicación, ahora «multimedia», especializados en la producción y en la venta de la información.

La nueva complejidad de la comunicación se manifiesta también en la naturaleza de los receptores. La «comunicación de masas», si no substituida, se ve, por lo menos, complementada por lo que podemos denominar «personalización a gran escala» (*consumerización*), es decir, por la posibilidad de vender información personalizada a un gran número de personas en el mercado mundial. Este proceso, ya visible en la oferta televisiva a la carta, se irá extendiendo a medida que se implante el uso social de Internet, iniciándose una nueva forma de discriminación social, con la comercialización no sólo de la difusión, sino también de la recepción de la información.

REVISIÓN TEMÁTICA E INTERPRETACIÓN DE LAS CONVERGENCIAS

Los mencionados cambios en la comunicación, también en la interpretación de la sociedad de la información, exigen un cambio de enfoque respecto del objeto de estudio tradicional de la comunicación. Por su especial significación propongo considerar cuatro aspectos:

1. La insuficiencia de la centralidad mediática.
2. La convergencia entre comunicación y cultura.
3. La interpretación de los cambios tecnológicos y su incidencia en los contenidos de la comunicación.
4. Nuevas interpretaciones de la comunicación en la sociedad global.

La insuficiencia de la centralidad mediática

Sin duda que una de las causas de la pobreza teórica de los actuales estudios de comunicación reside, precisamente, en un exceso de atención y centralidad *mediática*. Este enfoque ha alejado a los estudios de comunicación del núcleo de la cuestión, que no es otro que el de la sociedad y la condición humana. Ya antes de la aparición de Internet esta necesidad había sido señalada por numerosos investigadores latinoamericanos, como Martín Barbero, Néstor García Canclini, Renato Ortiz, entre otros. Pero ahora con el «advenimiento» de Internet, esta necesidad es aún más acuciante. Sólo un ejemplo: algunos estudios⁷ nos informan que la audiencia televisiva entre la población infantil ha decrecido en los últimos diez años (cerca de 20 minutos menos de televisión al día), como consecuencia de la multiplicación de los usos de los nuevos media como Internet, las videoconsolas o la telefonía móvil.

El papel de los medios (radio, televisión, prensa) sigue siendo fundamental en nuestras sociedades, pero ahora esto debe ser interpretado en el marco de las nuevas mediaciones.

La convergencia entre comunicación y cultura

Esta misma consideración, del tránsito de los medios a las mediaciones, nos refiere directamente a la necesidad de considerar la convergencia entre los sectores de la comunicación y de la cultura. Sólo algunos ejemplos.

Obsérvese la transformación experimentada por el deporte en los últimos 20 años. Los Juegos Olímpicos o los Campeonatos Mundiales de fútbol, se han convertido en verdaderos laboratorios de los cambios estructurales en la comunicación: nuevos *media*, audiencias, producción televisiva, deporte mediático, patrocinio, política, forman un nuevo conglomerado de influencias, de convergencias, determinando un fenómeno verdaderamente global. Global no únicamente por su mundialización, sino también por el cruce de factores que le caracterizan.

Obsérvese también, las nuevas tendencias de las políticas culturales, de la UNESCO (Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales)⁸, de la Unión Europea (con el Programa Media)⁹ o de alguna de nuestras autonomías (Generalitat de Catalunya, con la creación del Instituto de Industrias culturales, ICIC)¹⁰, para comprender que las fronteras entre estas políticas y las políticas de comunicación se van difuminando o tienden a desaparecer.

⁷ <http://www.aimc.es/>

⁸ <http://portal.unesco.org/culture/es/>

⁹ http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/media/index_en.html

¹⁰ <http://cultura.gencat.net/icic/>

La interpretación de los cambios tecnológicos y su incidencia en la comunicación social

La interpretación de la incidencia de los cambios tecnológicos en la comunicación, con múltiples enfoques posibles, ha sido una constante en la historia de los estudios de comunicación. Baste recordar enfoques tan contraopuestos como los de Mac Luhan y Adorno o, más recientemente, de Manuel Castells¹¹ y Negroponte¹². Esta temática, ante la aceleración de los cambios, es ahora más importante que nunca.

Los cambios tecnológicos inciden, directa e indirectamente, en la organización social y en nuestros sistemas culturales. Las tecnologías no cambian los deseos y las necesidades profundas de la comunicación humana, pero sí las formas de darles satisfacción o frustración.

Uno de los principales retos de los actuales estudios de comunicación consiste, precisamente, en saber interpretar las consecuencias que producirán estos cambios tecnológicos tanto en los contenidos como en los usos sociales de la comunicación: formas de ocio, creación de espacios de intercambio cultural (mundialización y localización), inclusión y exclusión.

El interés por la tecnología no es, pues, únicamente «tecnológico», sino social, relativo a la estructura de la comunicación (producción, distribución y consumo), a los contenidos de la comunicación (tecnologías y rutinas de producción) y a los usos culturales de la comunicación (consumo y utilidades, identidades e integración, información y conocimiento).

Nuevas interpretaciones de la comunicación en la sociedad global

La comunicación se inserta ahora en un nuevo marco global entendido en una doble dimensión: global por lo que se refiere a la mundialización, pero también global por lo que se refiere a la intersección de factores: cultura, comunicación, educación, bienestar social, salud, etc. que caracterizan a nuestra sociedad.

Las inmigraciones, tan dramáticas, de cayucos y pateras, son, finalmente, el resultado de esta globalización, mejor dicho de las contradicciones que emergen de esta globalización, en parte determinada por la explotación histórica de estas regiones y la huida del hambre y la miseria, pero también por el reclamo de los símbolos y sistemas de vida del mundo occidental opulento. Cada vez que vemos un cayuco de hombres desesperados por la supervivencia, con camisetas o gorros de los clubes de fútbol de moda en Europa, comprendemos, de forma dramática, la intersección de factores económicos y culturales que caracterizan a nuestra sociedad.

¹¹ Manuel Castells, *La Era de la Información*, Alianza, 1996, 1997, 1998.

¹² Nicholas Negroponte, *Being Digital*, The MIT Press, 1995.

La expresión global es fructífera cuando se propone para expresar esta complejidad, pero es inadecuada cuando se utiliza como simplificación. Nuestra sociedad es efectivamente mundial, pero al mismo tiempo local. Sin entender esta dialéctica no pueden comprenderse fenómenos culturales como la identidad y la diversidad cultural.

RECONSIDERACIÓN EPISTEMOLÓGICA DE LOS «ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN»

Los cambios que se producen en la comunicación, cambios en el paradigma, nuevas convergencias, plantean un principal problema epistemológico: la insuficiencia de las antiguas barreras y especializaciones teóricas, disciplinas, con objetos y metodologías independientes.

Este problema afecta, desde luego, al conjunto de las ciencias sociales (sociología, psicología, antropología), pero también, y creo que de una manera muy especial, a los estudios de comunicación (prefiero la denominación «estudios» a la expresión «ciencias»).

Estos estudios han sabido superar, en diversas etapas de su historia, la confusión de ser identificados con alguna disciplina concreta. Es el caso de la confusión entre la «mass communication research» y la sociología o, más recientemente, el caso de la concepción de la semiótica o de la economía política como ejes excluyentes de la interpretación de la comunicación.

Los nuevos paradigmas y la constatación de las nuevas convergencias desautorizan estos enfoques «unidisciplinares» y reclaman aproximaciones interdisciplinares como recurso para avanzar en el conocimiento de la comunicación.

Para superar esta situación, la investigación en comunicación deberá plantearse pues en términos interdisciplinares. Por una parte, reclamando el concurso de la experiencia académica de la Antropología, la Sociología, la Psicología, la Lingüística o la Historia para entender los aspectos culturales/simbólicos de la comunicación y, por otra, reclamando la aportación de la Economía, el Derecho o la Ciencia Política, también de la Historia, para entender otro aspecto fundamental de la comunicación: la estructura de los medios.

¿Cómo estudiar temas como el lema de este congreso (*«Comunicación y desarrollo cultural en la península ibérica retos de la sociedad de la información»*) sin el apoyo de aportaciones y enfoques teóricos de distintas tradiciones y experiencias académicas?

El peor camino a seguir, el gran error posible, sería intentar resolver esta complejidad, paradójicamente, por la vía de la mayor simplificación posible: proponiendo «la comunicación» como una ciencia autónoma y autosuficiente, desvinculándose así del debate general que afecta al conjunto de las ciencias sociales y, aún, de la ciencia en general.

Ahora bien, la interdisciplinariedad que reclamamos desde el punto de vista epistemológico, no se contradice con la existencia de un campo de estudio propio y específico de la comunicación. Por el contrario la comunicación se adivina como uno de los ejes de las ciencias sociales modernas.

Los estudios de comunicación tienen un objeto central, de interés general para el conjunto de las ciencias sociales: la identificación del papel(es) que corresponden a la comunicación en la sociedad, lo cual significa múltiples concreciones: estudio del papel de la comunicación en la política, en las relaciones sociales, en la economía, en la educación, en las relaciones internacionales, et-
cétera.

CONSECUENCIAS DE TODO ELLO PARA LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA

Los estudios de comunicación, tanto por lo que se refiere a la formación como a la investigación, sufren el efecto de una importante paradoja: su situación actual se caracteriza, al mismo tiempo, por un fuerte crecimiento e implantación académica y por una fuerte crisis, por lo que respecta a las bases teóricas de la formación y la investigación.

Por lo menos en el marco iberoamericano asistimos a una fuerte demanda de estudios¹³. Todas las universidades solicitan, o mejor, necesitan, crear estudios especializados en comunicación. Como consecuencia el número de profesores y de alumnos se ha multiplicado exponencialmente, pero no así la producción de conocimientos sobre comunicación.

Deberíamos empezar por reconocer que el crecimiento cuantitativo de la demanda de estudios en comunicación no debe ser interpretado desde posiciones de autocomplacencia, sino más bien de forma reflexiva y autocrítica.

Ante esta demanda, por lo menos en España, se ha cometido un primer error: crear centros universitarios de comunicación sin ningún programa de formación o preparación específica del profesorado. Pero aún puede cometerse un segundo error: confundir esta demanda (de estudiantes en comunicación) con la legitimación de la actual oferta de contenidos formativos, considerando, erróneamente, que el incremento de la demanda justifica la sustitución de la formación humanística y social de base por una hiperespecialización (comuni-

¹³ En los últimos 25 años, desde la creación de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) en 1981, los estudios de comunicación han experimentado un crecimiento cuantitativo espectacular. En América Latina, según un estudio reciente de FELAFACS, existen 1.026 Facultades o Escuelas de Comunicación. En España se han identificado (2005) hasta 44 universidades que imparten estudios de comunicación, con un total de 113 licenciaturas. En el curso (2006-2007) se ofrecerán en España un total de 93 programas de doctorado.

cología) y una prematura formación práctica en comunicación. La autocrítica debe evitar la frecuente confusión que se produce entre lo que son únicamente demandas escolares y formativas, con razones teóricas de fondo.

La confusión se agrava con el inmovilismo de los planes de estudio y su rutina reproductiva, de universidad en universidad, alimentando la tendencia a la «autarquía teórica», aislando a los estudios de comunicación de las ciencias sociales y las humanidades, substituyendo la formación de base de los alumnos (ciencias sociales, humanidades) por una prematura, aunque atractiva, formación práctica en comunicación, a la búsqueda del éxito profesional inmediato.

El reclamo a la interdisciplinariedad no debe limitarse pues a la investigación, sino que también debe extenderse a la formación. 30 años de experiencia de las facultades de Ciencias de la Comunicación han puesto en evidencia las consecuencias negativas de una formación mosaico, sin fundamentos sólidos en las ciencias sociales y humanidades, que termina traduciéndose en puntos débiles de la formación y también de la investigación en comunicación.

La consecuencia más evidente de este desfase es el desplazamiento de la investigación sobre comunicación referenciada en las principales revistas internacionales y reconocida en los programas de I+D, de los centros especializados en comunicación (de nuestras facultades y departamentos) a otros centros universitarios no especializados en comunicación pero que realizan importantes investigaciones sobre esta temática.

Una nueva mirada a la colaboración entre América Latina y Europa Latina

Estos nuevos retos hacen que la colaboración académica entre Latinoamérica y Europa sea más pertinente que nunca.

En este sentido quisiera empezar por afirmar que, desde mi punto de observación, se constata un mayor dinamismo e innovación en América Latina que en España y, en general, en Europa.

En los últimos años los estudios de comunicación latinoamericanos se han ido consolidando en el panorama internacional, especialmente gracias a las aportaciones de los estudios culturales, cada vez más integrados a nuevos estudios interdisciplinares de la comunicación, aportando nuevos temarios, en la mencionada dirección de los «medios a la medicaciones». Así lo demuestran, por ejemplo, los títulos de los dos últimos grandes encuentros de FELAFACS y ALAIC celebrados en 2006: «Comunicación y Gobernabilidad en América Latina» (ALAIC), «Incertidumbre, comunicación, poder y subjetividad» (FELAFACS).

Este progreso de los estudios culturales no es en absoluto incompatible, sino todo lo contrario, con una recuperación de otra importante tradición de

los estudios latinoamericanos: las políticas de comunicación, comprometidas ahora con el desarrollo sostenible (económico y educativo), el uso de las nuevas tecnologías y la democratización de los medios.

La confluencia de estas dos tendencias, estudios culturales, políticas de comunicación, marca la singularidad de la aportación latinoamericana a los estudios de comunicación internacionales.

Por otra parte, la política científica debe promover la creación de redes, facilitando la participación de los expertos en programas y circuitos de difusión científica internacionales. En este sentido, visto desde Europa, la actividad asociativa de la comunidad científica latinoamericana especializada en comunicación aparece como una experiencia ejemplar. La tarea histórica de FELAFACS y de ALAIC y de sus respectivas asociaciones nacionales, constituye un ejemplo sin parangón en Europa.

Estamos pues muy lejos de los años 60 y 70 cuando la investigación latinoamericana trataba de encontrar su propia personalidad distinguiéndose de las aportaciones norteamericanas y europeas. Ahora es tiempo de una colaboración más equilibrada y igualitaria.

La nueva colaboración debería crear plataformas comunes en las áreas básicas de la actividad académica: grupos de investigación comparada, producción de contenidos educativos específicos (libros de texto, documentos en línea), difusión de conocimientos (revistas especializadas) y, muy especialmente, programas de doctorado y postgrado de calidad.

Personalmente considero que este diálogo académico no debe formularse de manera reductiva entre España y América Latina, sino, desde España, en un marco más general de la cooperación latina, compartiendo el potencial y la masa crítica de investigadores de Portugal, España, Francia e Italia, como prioridad.

Esta cooperación debería plantearse a escalas distintas, también a nivel mundial, con una nueva y sistemática cooperación entre universidades, con nuevas redes de cooperación internacional, coordinando iniciativas como las Cátedras UNESCO de Comunicación, con objetivos compartidos y bien definidos.

Igualmente debería revisarse la participación latinoamericana, y también española, en las plataformas académicas internacionales. Considero una cuestión del máximo interés estratégico revisar y ampliar nuestra participación en las grandes asociaciones internacionales de comunicación, especialmente en la AIERI/IAMCR, no sólo por nuestro propio interés en el intercambio de informaciones, o en la promoción y difusión de nuestras investigaciones, sino también para influir más directamente en su orientación científica, de acuerdo con los objetivos y sensibilidades de nuestras políticas culturales y de comunicación.

La teoría y sus aportaciones a las políticas democráticas de comunicación

La reciente celebración de los 25 años del Informe Mac Bride¹⁴ nos ha brindado la oportunidad de recordar la relación existente entre la investigación en comunicación y políticas de comunicación o, dicho de otra forma, la importante responsabilidad que corresponde a la investigación en la construcción de las políticas democráticas de comunicación.

La revisión conceptual constituye sin duda una parte fundamental de estas políticas. Recordemos que el Informe Mac Bride vino a desplazar del discurso de la Unesco el paradigma dominante de las teorías desarrollistas de autores como Lerner y Schramm¹⁵. En la base de aquellos cambios se encontraban los nuevos conceptos, las nuevas teorías de la dependencia y la contribución de autores latinoamericanos como Luís Ramiro Bertran o Antonio Pasquali¹⁶.

Hoy, como entonces, la revisión conceptual debe estar en la base de las nuevas políticas de comunicación. Dos ejemplos actuales:

1. Las políticas de comunicación modernas, como consecuencia de los mencionados procesos de convergencia, deben cambiar sus referentes y convertirse, más bien, en políticas de la sociedad de la información. No basta ya con la referencia a la regulación de los mass media, sino que ahora deben afrontarse otros retos como la producción de contenidos, la redefinición de los espacios de comunicación (por ejemplo la comunicación de «proximidad»), la nueva misión del servicio público de comunicación, etcétera.
2. La convergencia entre cultura y comunicación no sólo reclama la revisión de antiguos conceptos, sino la postulación de otros nuevos que permitan interpretar y posteriormente regular, las acciones culturales: gestión de la diversidad, desarrollo de modelos sostenibles de las industrias culturales nacionales, respeto a los derechos culturales de las minorías.

Pero tampoco deberíamos reducir la teoría de la comunicación a un mero recurso I+D de las políticas parlamentarias de comunicación. El compromiso de la investigación debe ser un compromiso abierto con la sociedad, cuya principal finalidad es aportar conocimientos sobre las lógicas de la comunicación,

¹⁴ Véase «XXV aniversario del Informe MacBride: Comunicación internacional y políticas de comunicación», en *Quaderns del CAC*, nº 21, enero-abril 2005.

¹⁵ D. Lerner, *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*, New York, Free Press, 1958.

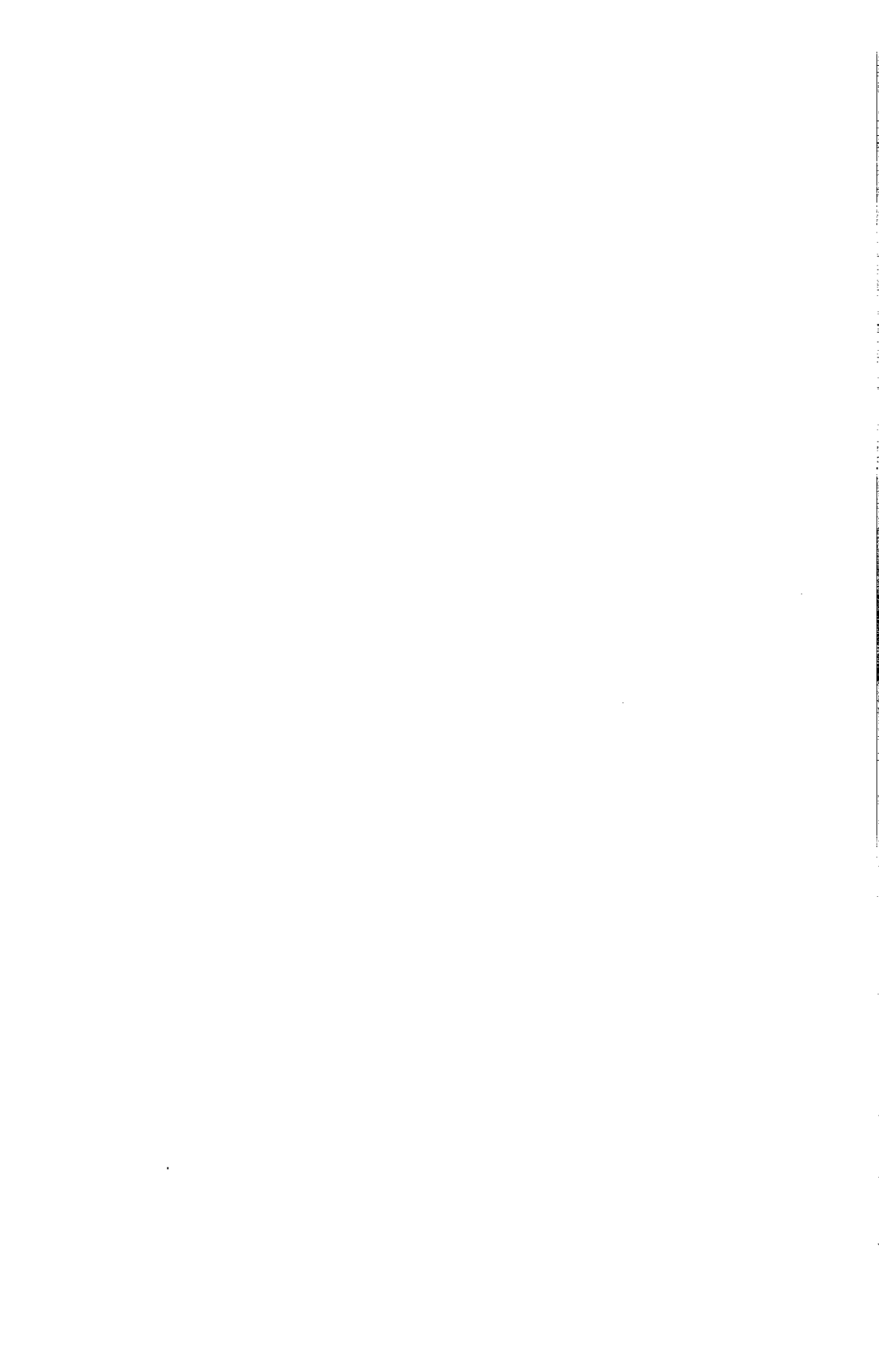
W. Schramm, *Mass Media and National Development, The role of information in developing countries*, Urbana, University of Illinois Press, 1964.

¹⁶ Véase las aportaciones de L. Ramiro Bertran, A. Pasquali, H. Schmucler, Armand Mattelart en «Comunicación internacional y políticas de comunicación. XXV Aniversario del Informe Mac Bride», en *Quaderns del CAC*, número monográfico, Barcelona, 2005. Disponible en www.portalcomunicacion.com.

que permitan a todos los actores sociales adaptar estos conocimientos a sus prácticas. En este sentido debe destacarse la función de la investigación universitaria, función de producción de conocimientos de libre acceso, no restringido por los intereses comerciales o por estrategias particulares que condicionan a buena parte de la investigación sobre comunicación que se realiza en nuestra sociedad.

Ahora bien, también debemos reconocer que lo que paraliza a las políticas de comunicación no son siempre, ni prioritariamente, problemas teóricos, o una deficiente conceptualización de los procesos, el principal obstáculo nace de los grupos de presión que esgrimen su fuerza política potencial ante la opinión pública como arma de defensa o garantía de sus privilegios en el sistema comunicativo. Las deficiencias y lagunas de las políticas de comunicación de la Unión Europea, incapaz de regular la concentración de la comunicación y establecer garantías al pluralismo, es un ejemplo de esta dificultad fundamental.

A la investigación de la comunicación le corresponde, pues, una importante responsabilidad: la interpretación crítica de las funciones de los medios de comunicación. Los *medios* tienen como misión democrática, bien reconocida, la crítica a la función pública, pero ellos también deben ser objeto de crítica democrática, función que corresponde a la investigación en comunicación. Ésta es nuestra tarea y, también, nuestro compromiso con la democracia.



AS LINGUAS IBERICAS FACE A INFORMAÇÃO GLOBAL

ANTÓNIO FIDALGO

Universidade da Beira Interior

1. O TEMA

O espanhol tem em 2006 mais falantes nativos que o inglês, 390 milhões face a 354 milhões, e o português com 210 milhões está bem à frente do francês com 120 milhões ou do alemão com 100 milhões. Só o chinês, com 850 milhões de falantes e o hindi com 400 milhões estão à frente do espanhol. O português vem em 6 lugar a seguir ao árabe, que conta com 272 milhões de falantes¹. Contudo, o espanhol e o português não têm uma presença correspondente na Internet. Segundo os dados do Internet World Stats, os utentes da Internet de língua espanhola são 82 milhões (7,5%), e os de língua portuguesa 34 milhões (3,1%). O inglês, o chinês, e o japonês encontram-se à frente do espanhol, respectivamente com 323 (30%), 144 (13,3%) e 86 milhões (8%)². Existe pois uma clara deficiência das duas línguas ibéricas na Internet, pelo menos em termos comparativos. Na era da informação tal deficiência é grave e importa colmatá-la.

A informação faz-se em línguas. Podemos ter todos os meios técnicos, as melhores redes telemáticas, fibra óptica até casa, podemos ter a maior quantidade de informação e a de melhor qualidade, pela relevância ou exactidão dos dados, mas se não tivermos uma língua natural para divulgarmos essa informação, ela de pouco ou nada nos serve. A questão é a de em que língua essa informação é feita, fornecida ou recebida. Como mostrarei é uma questão cultural e social de extrema relevância, mesmo uma questão de poder, e portanto também política.

A luta linguística é de suma importância na era da informação. Queiramos ou não, estamos nessa luta. Seria ingénuo pensar que no âmbito das línguas a

¹ Estes números são da Wikipedia, consultados em novembro de 2006.

² <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>.

convivência é pacífica. De modo algum; há línguas que se expandem, há as que retrocedem, há as que se reforçam, há as que definham, as que morrem e as que nascem. É dever dos falantes de um língua cultivá-la e promovê-la. É não menos que a identidade de uma povo, de uma cultura, de uma civilização, que se joga na língua em que sente, pensa, se exprime e comunica. A história um povo, de uma nação, está na língua ou nas línguas a que chamou e chama suas. No dia em que desaparecessem era essa historia que se esboroaria.

Com efeito, existem poderosas forças uniformizadoras no que concerne às línguas, levando á extinção de muitas. Milhares de línguas desapareceram no último século, cerca de 5 mil, o que daria em média a morte de 50 línguas por ano³. A Wikipedia apresenta uma lista de 72 línguas em risco de desaparecimento (com menos de 1.000 falantes ou em rápido declínio) só nos Estados Unidos da América e de 30 no Brasil⁴.

2. O DOMÍNIO DO INGLÊS

Indiscutivelmente o inglês é hoje a língua dominante no mundo, tal como outrora o foram o latim e o francês. A questão é saber se esse domínio tem hoje um significado diferente.

Numa primeira abordagem poderíamos comparar o inglês hoje ao latim do império romano. Mas há diferenças substanciais. Se o latim era sobretudo a língua da administração imperial, isso não acontece hoje com o inglês, não obstante a *Commonwealth*. A força do inglês não é de carácter político-administrativo, mas sim, económico, político, cultural e científico. Apesar do império, o latim nunca foi tão hegemónico como hoje o inglês. A expansão do cristianismo beneficiou certamente da unidade política do império romano, do mundo comum criado à volta do Mediterrâneo, do *Mare Nostrum*, e das vias de comunicação que ligavam todo as partes do império a Roma, mas os documentos essenciais do cristianismo, os Evangelhos, chegaram a nós em grego. O próprio imperador romano, Marco Aurélio, escreveu os seus *Pensamentos* em grego. Ora a dimensão política do inglês advém-lhe sobretudo de ser hoje, não apenas uma língua administrativa, mas também a língua da economia, do comércio, da cultura, sobretudo da cultura de massas, tipo Hollywood, e da ciência. No campo da ciência podemos comparar hoje o inglês ao grego do império romano ou ao latim medieval.

³ Ramin Jahanbegloo, *Quatro Entrevistas com G. Steiner*, Lisboa, Fenda Edições, 2000. George Steiner alerta para a morte sucessiva de línguas: «Os linguistas que estudam a história diacrónica e os antropolinguistas pensam que na breve história do homem, existiram provavelmente no planeta vinte mil línguas. Há cem anos as estimativas falavam de dez mil enquanto hoje variam em torno de cinco mil, tendo em conta que todos os anos desaparece um bom número de línguas, para já não falarmos dos dialectos» (p. 180).

⁴ http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_endangered_languages.

Como segunda língua o inglês leva de longe a palma a todas as outras línguas. Como vimos é apenas a 4ª língua nativa mais falada, mas pensa-se que mais de mil milhões de pessoas falem um inglês com maior ou menor fluidez. Enquanto cerca de 70 milhões terão o espanhol como segunda língua, no caso do inglês esse número varia entre os 150 e os 1.500 milhões de falantes.

O inglês tem a vantagem da distribuição geográfica enquanto língua nativa e de ser língua oficial de países muito povoados. Os falantes de espanhol concentram-se na Europa e América, ao passo que o inglês é falado como língua materna nestes dois continentes e na Oceânia, Austrália e Nova Zelândia. Depois existem países de África e Ásia onde a história deu ao inglês um papel fundamental como língua oficial, em África destacam-se a Nigéria, a África do Sul e o Quénia, e na Ásia, a Índia, o Paquistão, o Bangladesh e Hong-Kong (China).

A hegemonia do inglês parecia, há algum tempo atrás, não só um facto adquirido, como se pensava que o seu avanço seria irreversível e que essa hegemonia continuaria a aumentar imparavelmente. Tal posição – ideia, ou sentimento –, todavia, é menos unânime hoje. George Steiner tem uma afirmação curiosa e de relevo sobre esta matéria no prefácio à segunda edição (1992) da obra seminal *Após Babel*. Com efeito escreve em Julho de 1991 que quando redigia a primeira versão da obra – 1ª edição é de 1975 – o avanço do inglês como língua franca parecia imparável:

«Na altura em que estava a escrever *After Babel*, o domínio crescente, em todo o mundo, do esperanto anglo-saxónico parecia óbvio e irreversível. E em larga medida ainda é o caso. A ciência, a tecnologia, o comércio e a finança internacional falam, melhor ou pior, um inglês-americano. (...) Mais importante ainda, a linguagem dos computadores, os códigos meta-linguísticos e os algoritmos da comunicação electrónica que presentemente revolucionam a bem dizer todos os aspectos do conhecimento e da produção, da informação e da projecção, fundam-se sobre um sub-texto, na linguística pré-histórica, que é fundamentalmente anglo-americano. Os computadores e os bancos de dados falam dialectos do anglo-americano enquanto língua materna.

Apesar disso, hoje o quadro apresenta-se-me de um modo menos claro do que então. Enquanto determinantes e determinadas por paixões tribais, regionais e nacionais pela identidade, as línguas provam ser muito mais resistentes à racionalização e aos benefícios da homogeneidade e formalização técnica, do que alguma vez se poderia esperar. Esforços árduos em vista a uma uniformização linguística, por exemplo, na Índia ou no Sudoeste Asiático, revelaram-se vãos. (...) Além disso, o espanhol e o chinês desenvolvem energias de expansão territorial e demográfica que podem vir a desafiar o inglês-americano»⁵.

⁵ George Steiner, *After Babel. Aspects of language and translation*, Oxford, Oxford University Press, 1992, p. xvii.

Steiner tem razão. Às tremendas forças de uniformização linguística opõem-se as identidades nacionais, culturais e religiosas que emergiram com uma força impensável há trinta ou quarenta anos atrás. Nos países outrora colonizados ou dominados ressurgem identidades, tradições, línguas ou dialectos próprios. O crescente desaparecimento do francês como língua de referência nos países do norte de África vai certamente a par com o ressurgimento nacionalista e religioso que ocorre naqueles países. Curiosamente no 2º volume de *A Era da Informação, O Poder da Identidade*, Manuel Castells não se detém no aspecto linguístico como factor capital na constituição, afirmação e expressão das identidades⁶. Ora, flamengos, catalães e bascos sabem bem o quanto a língua é um elemento crucial da sua identidade histórica.

3. LÍNGUA FRANCA. O PIDGIN

Historicamente língua franca designa uma língua, usada na século XVIII na bacia de Mediterrâneo, baseada no italiano, mesclada de termos espanhóis e de outras línguas mediterrânicas, visando fins comerciais entre povos que falavam línguas diferentes. Hoje entende-se por língua franca uma língua comum em qualquer área, seja no comércio ou na ciência. Um caso exemplar é a utilização do inglês nos aeroportos, em que os anúncios são feitos na língua vernácula e em inglês. O termo inglês *pidgin*, significando uma linguagem simplificada feita a partir de elementos de duas ou mais línguas, usada como instrumento comunicacional entre falantes cujas línguas maternas são diferentes, traduz o termo língua franca.

A diferença no mundo actual é que o inglês não é apenas a língua franca do comércio, é também a língua franca da ciência, da cultura de massas (cinema, televisão, música), e das tecnologias da informação. Também nestes campos se dá a simplificação que caracteriza o *pidgin*. Talvez isto pareça um contra-senso no que toca à ciência, mas aqui poderei contar a opinião de um colega, professor de engenharia, sobre uma razão pela qual, as teses em engenharia são cada vez redigidas em inglês em vez de português. Os doutorandos não sabem português e preferem a facilidade e simplicidade que caracterizam a sintaxe e o léxico do *pidgin* científico.

Nas tecnologias da informação o recurso ao *pidgin* é patente nos termos de *rebutar*, fazer um *save* ou um *download*, *clicar*, mandar um *email* ou fazer *reply*, carregar num *link*, etc. Os jovens que passam os dias agarrados aos computadores em rede crescem num *pidgin* informático, a bem dizer universal. Muitos deles não sabem inglês, e como a Internet ainda é sobretudo gráfica, o *pidgin* é de tipo gráfico e não oral (ao contrário dos *pidgins* anteriores, apenas orais).

⁶ Manuel Castells, *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. Volume II, O Poder da Identidade*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

Conhecem os termos escritos, ou então falados com o som do vernáculo, mas não com a pronúncia inglesa. Aliás aqui podemos falar de *pidgins* sectoriais, uma mistura de inglês e de línguas especializadas, as chamadas *LSP-languages for special purposes*.

De uma perspectiva não linguista, mas tão só de simples observador, creio poder afirmar sem levantar objecções que o inglês que se utiliza em todas as latitudes e longitudes do planeta é diferente do inglês literário ou mesmo do inglês estilo *oxbridge*. A sintaxe é mínima e o vocabulário reduzido. Há quem lhe chame o *dutch english* ou *airport english*. Num mundo globalizado, dominado pela língua inglesa, as linguagens especializadas tornam-se *pidgins* sectoriais baseados no inglês. São dois fenómenos que se potenciam mutuamente.

Obviamente é questionável que o inglês enquanto língua internacional da era da informação seja um *pidgin* ou língua franca no sentido apontado. É que o inglês internacional tem por detrás o facto e o estatuto de língua nativa à escala planetária: do Este ao Oeste, do Norte ao Sul, encontramos nações com o inglês como língua oficial ou uma das línguas oficiais, basta citar Hong-Kong, Austrália, Índia, África do Sul, Nigéria, Estados Unidos. O inglês internacional não deixa de se reger por critérios linguísticos bem determinados do inglês, e, portanto, poder-se-á considerar demasiado atrevido considerá-lo um *pidgin*. Alguém que fale nativamente o inglês terá mais facilidades que um falante do inglês como segunda língua. Por outro lado, é inquestionável que à medida que certos povos se vão apropriando do inglês, libertados das imposições coloniais, vai havendo uma criouliização do mesmo, de tal ordem, que é impossível uma comunicação entre falantes do inglês tal como é tipicamente falado nas respectivas regiões. Aqui entrariamos um debate eminentemente linguístico, em que não quero entrar, desde logo por falta de competência.

Em termos de comunicação, o que importa fixar é que, encarando o inglês como língua universal de comunicação, ele tem de ser visto como uma estrutura linguística mínima, em termos sintácticos e lexicais. Mínimos que não permitem a elaboração de poesia ou de prosa literária e incapazes pois de possibilitar a expressão de sentimentos mais complexos. Ora são estes mínimos, tão aptos a uma universalização na comunicação, que depois ficam aquém de outros fins das línguas, expressão artística, reflexão filosófica, manifestação espiritual e sentimental. Com efeito, a razão porque Umberto Eco, na obra *A Procura da Língua Perfeita*, considera só ocasionalmente os *pidgins* no seu livro, é por serem demasiado imperfeitas: «Línguas de *bricolage*, ou seja, línguas que nascem espontaneamente do encontro de duas civilizações de língua diferente. Exemplos típicos são aqui os *pidgin* que surgem nas regiões coloniais. Apesar de supranacionais, essas línguas não são universais, mas línguas parciais e imperfeitas, possuindo um léxico e uma sintaxe extremamente elementares, que servem apenas para a expressão de certas actividades igualmente elementares,

como as transacções comerciais, sem a riqueza e a flexibilidade suficientes para a expressão de experiências de ordem mais elevada»⁷.

O inglês enquanto língua franca é um inglês de superfície, onde as palavras e as expressões são despidas da sua profundidade histórica, do seu sentido múltiplo. É um inglês à *Forrest Gump*, de uma dimensão simplista e por vezes idiota. O síndrome de Asperger, de que essa conhecida personagem fílmica sofre, encontra o seu espelho na forma como o inglês é falado pela grande maioria dos que o falam como segunda língua: repetem os mesmos termos e expressões, ignoram segundos, terceiros e ulteriores sentidos, adquirem tiques estranhos, e é-lhes inacessível o humor e a ironia.

A perspectiva do inglês como língua franca universal atravessa muitas mentes e, mesmo que inconscientemente, determina processos e modos de agir. É um canto de sereia para mentes bem intencionadas. Soa-lhes como se a humanidade viesse a ter uma língua universal onde todos os povos se entenderiam. Pouparia custos, reduziria distâncias, estimularia a integração de zonas mais desfavorecidas, facilitaria a cooperação, contribuiria para o bem de todos, sem excepção. Contudo, tal ideia pode ser um pensamento piedoso ou bem intencionado mas que a realidade depressa reduz a cinza. Com efeito, a predominância do inglês traduz-se numa pauperização bem real dos vernáculos. Por outro lado, a imposição do inglês como língua de comunicação contribui para uma.

4. A PAUPERIZAÇÃO DOS VERNÁCULOS

A difusão do inglês, geográfica e temática, a uma escala global leva a uma pauperização dos vernáculos. As novas realidades, científicas, tecnológicas, culturais e sociais, são expressas com termos ingleses, que não respeitam a história das línguas vernáculos e que mais e mais se vêem invadidas não só por novos termos (*breefing, workshop, meeting, etc.*), mas que sofrem também semantizações esdrúxulas. Há quem diga em português que finalmente *realizou* algo que ainda não tinha compreendido ou que *foque* aquilo em que se quer concentrar. A morte de línguas é algo que existe, e a tremenda difusão do inglês é certamente uma ameaça à existência de línguas minoritárias e sem suficiente *background* social, económico e cultural.

A par dessa pauperização ocorre uma inanidade comunicativa dos vernáculos. Num mundo globalizado, mediatizado de lés a lés, o que importa é a língua franca que todos possam compreender. Assim, vemos nas manifestações árabes, muçulmanas, contra os Estados Unidos, ou os manifestantes anti-globalização na Europa, trazer cartazes escritos em inglês, o *pidgin* universal. Para a televisão são importantes os cartazes e também alguém que fale ou arranhe o inglês.

⁷ Umberto Eco, *A Procura da Língua Perfeita*, Lisboa, Presença, 1996, p. 18.

Mas é provavelmente na Internet que o *pidgin* universal se vem afirmando contra os vernáculos. Muitos sítios, *sites*, têm uma versão em vernáculo e outra em inglês. Considera-se que ou está em inglês e é mundial ou cosmopolita, ou é em vernáculo e então é local, regional, provincial. A pátria está na língua e o cosmopolitismo no inglês.

A Internet é de certo modo a mais recente fase na marcha triunfal do inglês como língua franca. Os programas estão em inglês, a estrutura linguística subjacente é o inglês, de tal modo que ninguém pode ser um perito em coisas de Internet se não souber inglês, pelo menos ao nível do citado *pidgin*, e se alguém souber inglês e nada mais, daí não lhe advém grande desvantagem. Mesmo no caso extremo de alguém dominar todas as línguas, à excepção do inglês, estaria em desvantagem a quem soubesse apenas inglês.

À medida que o mundo se torna mais global, que a velocidade dos transportes encolhe as distâncias geográficas, que as redes de telecomunicações se espalham em maior largura de banda e numa crescente densidade, sobretudo com a extraordinária largura de banda móvel, por todos os recantos do mundo, do meio do deserto aos mais altos mares, a pressão por uma só língua aumenta. É uma tendência inevitável que os defensores dos vernáculos terão de ter em devida conta. Se quiserem preservar a sua língua, expoente máximo da cultura, têm de saber musculá-la na comunicação diária e global.

5. PARA UMA DIVERSIDADE LINGUÍSTICA

Apesar do quadro escuro aqui traçado, mas que considero bastante realista, espero que haja maneiras de defender e desenvolver os vernáculos, e mais, que os vernáculos tenham uma função importante na sociedade de informação. A diversidade linguística é uma riqueza a preservar, na medida em que cada língua é um acto de liberdade e constitui uma singularidade preciosa que importa preservar.

No já referido livro de Ramin Jahanbegloo, *Quatro Entrevistas com G. Steiner*, Steiner alerta para a morte sucessiva de línguas: «Os linguistas que estudam a história diacrónica e os antropolinguistas pensam que na breve história do homem, existiram provavelmente no planeta vinte mil línguas. Há cem anos as estimativas falavam de dez mil enquanto hoje variam em torno de cinco mil, tendo em conta que todos os anos desaparece um bom número de línguas, para já não falarmos dos dialectos»⁸. Uma língua, cada língua, é um acto de liberdade e de sobrevivência: «Cada língua é um acto de liberdade que permite ao homem sobreviver. A sua multiplicação, análoga à de vinte e oito mil espécies de borboletas numa ilha das Filipinas, parece ser um desperdício,

⁸ *Ibidem*, p. 180.

uma dissipação, uma profusão insensata. Mas, muito pelo contrário, realizando assim cada língua uma formidável economia de liberdade, o homem reduz de um passo a inexorabilidade da sua condição de mortal bem como as suas servidões económicas e biológicas. A vertiginosa complexidade das línguas é uma riqueza compensadora para os países ou as regiões mais despojados do mundo: no Calahari, nos desertos da Austrália ou em certas tribos de Bornéu, cuja economia é extremamente precária». E Steiner prevê também um cenário negro: «Virá um dia em que enfrentaremos uma crise psicológica considerável: O monolingüismo reinará num planeta que sofrerá a dominação económica do anglo-americano, ao qual já quem chame o «esperanto do comércio»⁹.

A língua, cada língua, como uma certa mundividência, de vida, de cultura, adaptada a um meio ambiente específico, é um bem a preservar. A pergunta é: Como se faz isso num mundo aberto? Como proteger, usar, e cultivar uma língua específica num mundo cada vez mais uniforme? A questão, penso, é a do enraizamento. O vernáculo é a raiz mais profunda de um povo e de uma nação. Trata-se ao fim e ao cabo de uma questão de identidade. Tal como o presente das línguas se joga fundamentalmente na identidade dos povos e dos indivíduos que a falam, o mesmo se passará com o seu futuro. O milagre da ressurreição de línguas consideradas mortas, como o hebraico, ou do ressurgimento de línguas como o galego ou o catalão assenta na afirmação da identidade dos povos.

6. MULTIPLICIDADE DE ZONAS FRANCAS LINGÜÍSTICAS

A afirmação do espanhol e do português face ao inglês como línguas de comunicação e de informação num mundo global passa desde logo por um reforço da comunicação entre os que as falam como línguas maternas. O intercâmbio editorial entre Portugal e o Brasil e os países africanos de expressão oficial portuguesa continua a ser incipiente. A língua tem de funcionar como um importante instrumento comercial, cultural e político.

É que a actividade linguística dos nativos de uma língua funciona como a actividade económica interna de um país. Quanto maior for essa actividade tanto maior a sua força. A língua num país que produzisse mais bens culturais no seu vernáculo, do que importando-os de línguas estrangeiras, que editasse mais livros de autores nacionais ou procedesse à tradução de autores estrangeiros, em vez de importar pura e simplesmente livros em línguas estrangeiras, é uma língua que se reforça. A tradução da Bíblia por Lutero é um marco fundamental na criação do alemão moderno.

Ou seja, a importância de uma língua não se mede unicamente pelo número dos que a falam como primeira ou segunda língua. Uma língua também faz

⁹ *Ibidem*, p. 183.

valer a sua força graças à informação que veicula. Isto é tanto mais assim, quanto é certo que com a Internet a importância de um língua se mede pelos conteúdos disponibilizados nela. E aqui o inglês leva claramente a primazia a todas as outras línguas. Podemos não encontrar os autores clássicos no original, gregos e latinos, mas encontramos-los sem dúvida nas traduções em inglês, caídas no domínio público.

Dito isto, é claro ser de primordial importância disponibilizar o maior número de informação, literária, científica, cultural, visual, musical, económica, na Internet, acessível ao maior número de falantes, nativos e não nativos de uma língua. Felizmente hoje a música latina tem-se afirmado com uma força extraordinária no mercado *online* de música e tem contribuído em muito para a difusão das línguas ibéricas (no caso do português, a música brasileira, samba, bossa nova), na América do Norte e na Europa Central.

Aproveitando a metáfora comercial, urge criar uma ampla e intensa zona franca das línguas ibéricas. Por zona franca linguística entendo um conjunto de povos e nações que possam comunicar entre si, usando os vernáculos, sem necessidade de recorrer à tradução. Cada pessoa poderá usar a sua língua materna ou o seu dialecto e ser entendido directamente, com maior ou menor esforço, pelos outros. Isto é o que acontece aliás dentro de uma mesma língua, com diversidade de dialectos e acentos. Um brasileiro dificilmente entenderá uma conversa entre camponeses de Trás-os-Montes, ou um lisboeta dificilmente entenderá a pronúncia mais acentuada da ilha de S. Miguel nos Açores. O mesmo acontecerá com o espanhol nas múltiplas longitudes onde é falado. O mesmo acontece com o inglês tal como é falado na Escócia ou num subúrbio negro de Nova Iorque. Não se trata, porém, de línguas diferentes. Após algum período de habituação as pessoas entender-se-ão sem abdicar da sua língua. Tomarão consciência das diferenças, ultrapassá-las-ão e eventualmente rir-se-ão delas.

Uma zona franca linguística não significa necessariamente uma uniformização linguística. Poderá e deverá haver lugar a diferenças, maiores ou menores, a especificidades próprias. Enquanto organismos vivos as línguas adaptam-se aos novos contextos, a realidades culturais, geográficas, sociais e religiosas distintas, mas preservando a sua identidade. É nesta abrangência de uma língua face aos dialectos e pronúncias que a tornam diversa que deverá ancorar a sua relação com as línguas afins. O espanhol e o português são línguas próximas, de tal modo que um brasileiro entenderá melhor um espanhol aberto que um português cerrado. Nesta zona franca devem caber as outras línguas ibéricas, de menor dimensão demográfica, como o catalão e o galego. A sua inclusão nesta zona franca linguística representa uma vontade de apostar na diversidade, de enriquecer ao máximo tal diversidade, alargando o universo de termos e expressões.

Mas tem sentido falar de uma zona franca se houver a intenção e a prática de aproveitar e usar do estatuto de zona franca, que neste caso significa viajar

pelas diferentes línguas, ouvi-las no seu próprio contexto, fazer comércio com elas, isto é, habituarmo-nos a lidar com elas, a ler os seus textos, a entender os seus sons. Durante as décadas de 70 e 80, quando em Portugal havia apenas dois canais públicos de televisão, nas zonas de fronteira onde se apanhava o sinal das televisões espanholas, aprendia-se naturalmente espanhol. Dado que em Portugal os filmes estrangeiros não eram dobrados, e nessas zonas o analfabetismo era ainda grande, muitas pessoas viam os filmes dobrados em espanhol. Habituar-se a ouvir e a entender uma língua próxima. É justamente este o caminho que importa trilhar. Criar uma zona franca das línguas ibéricas, do norte da Galiza até Timor Leste e da Catalunha até ao sul do Chile, passando por África e Estados Unidos da América. Compreender catalão ou galego requer obviamente tempo e esforço por parte dos falantes nativos de espanhol ou de português, mas essa aprendizagem é muito diferente da de uma língua fora desta zona franca. Desde logo porque as estruturas gramaticais são muito próximas e em segundo lugar porque o vocabulário é partilhado em mais de 85% dos termos. Espera-se que cada um fale a sua língua no contacto uns com os outros, tal como fazemos neste momento, em que faço esta comunicação em português aqui em Sevilha, em 14 de novembro de 2004. Falo na minha língua materna, receberei perguntas noutras línguas ibéricas, e responderei na volta em português.

A globalização da informação, assente numa sociedade de rede, propicia um comércio linguístico intenso, mesmo entre lugares muito distantes. As comunicações de voz tendem a tornar-se grátis, tal como grátis são hoje as visitas a páginas da Internet. O que circula são apenas bytes. As comunicações VOIP, a televisão sobre IP, darão a possibilidade de intensificar o intercâmbio linguístico, de criar verdadeiramente essa zona franca das línguas ibéricas, que à partida conta com 600 milhões de falantes e de consumidores de produtos linguístico-culturais: informação, música, televisão, cinema, jogos.

Não se julgue que estabelecer esta zona franca das línguas ibéricas significa uma fusão das diferentes línguas numa única língua, num *portunhol* tal como o já usamos por vezes entre nós ou como é falado nas zonas de fronteira entre o Brasil, o Uruguai e o Paraguai. Antes essa zona franca será um forma de defesa e de afirmação dos vernáculos face à pauperização linguística de que falei atrás.

A língua em que crescemos, em que sentimos e pensamos é a nossa pele intelectual e espiritual. É isso que reivindicamos na era da globalização, não perdermos a identidade para aceder aos bens culturais, nem sermos minorizados por não nos expressarmos tão fluentemente em inglês como os falantes nativos de inglês. Se não formos capazes de criar uma zona franca linguística forte, e tudo o que ela comporta de cultural e civilizacional, seremos esmagados pelo *pidgin* universal. Trata-se de uma reivindicação, mas é simultaneamente também de um dever. Nomeadamente do dever de activamente promover o comércio lin-

guístico, de não recusar à partida os produtos linguístico-culturais das línguas afins da zona franca, de procurar a proximidade onde num primeiro momento vê estranheza e diferença.

A constituição da zona franca de línguas ibéricas terá de ultrapassar alguns obstáculos históricos e culturais e que explicito mediante a narração de um caso verdadeiro. Há uma dezena de anos atrás quando um empresário português se dirigiu a um político catalão e o cumprimentou em espanhol a resposta desse político veio fria e distante em inglês, retorquindo: «How do you do, Sir». Entre as línguas ibéricas não temos apenas coabitação, mas temos também choques e desavenças. Uma forma airosa será recorrer ao tal inglês-pidgin. É o campo neutral de uma língua estrangeira. Porém isso faz-se com o sacrifício de uma proximidade linguística inquestionável. Melhor seria que esse político tivesse respondido em catalão, afirmando a sua identidade linguística mas sem sair da zona franca em que aqui nos entendemos. Por seu lado, os portugueses queixam-se muitas vezes que têm de ser eles a «hablar el portunhol» e que os espanhóis não fazem um esforço para entender o português. Contudo, isso deixa de ser cada vez mais verdade. Numa tentativa de lado a lado segurar a independência, portugueses e espanhóis viveram de costas durante séculos. A realidade dos nossos dias é completamente diferente. Desapareceram as fronteiras, temos a mesma moeda, e falamos línguas muitíssimo próximas, como talvez não se encontrem outras na Europa. Maria Flor Pedroso na edição do semanário *Expresso* reconhece o esforço que em Espanha se faz para aprender português: «*SABIAM ustedes que, só na Extremadura espanhola, há nove mil alunos de Português? Na sétima edição do Ágora-Debate Peninsular, realizada no fim do passado mês de outubro na belíssima cidade espanhola de Cáceres, confirmei o que havia descoberto há um ano em Mérida, na edição anterior deste debate: já é possível falar-se português em palestras organizadas em terras de Espanha –e ser-se perfeitamente entendido. O lusitano tradicional chegava a Espanha e disparava um portunhol orgulhoso, cheio de dislates*»¹⁰.

Termino com um relato pessoal. Numa visita aos Estados Unidos da América, há três semanas, tive a oportunidade de, com um outro português, poder estar, numa tarde de Sábado, com alguns americanos de origem hispânica, dois de Puerto Rico, um da Colômbia e outro de México. A conversa girou em espanhol e em português, com palavras aqui ou ali em inglês. Foi uma sensação de hospitalidade, de facilidade, de calor humano. Não senti aquele desconforto de quem veste roupa alheia, emprestada. As palavras vinham pura e simplesmente, fluíam, como o ar que se respira.

¹⁰ Expresso, 11 de novembro de 2006.

III
CULTURA IBÉRICA Y ESPACIO EUROPEO
DE COMUNICACIÓN

A IDEIA IBÉRICA COMO RECUSA DA «REDUCTIO AD UNUM». A PROPÓSITO DE A JANGADA DE PEDRA DE JOSÉ SARAMAGO

MOISÉS DE LEMOS MARTINS

Centro de Estudos Comunicação e Sociedade (CECS) da Universidade do Minho

«Pensando bem, não há um princípio para as coisas e para as pessoas, tudo o que um dia começou tinha começado antes [...]» (Saramago, 1986: 50).

«As vidas não começam quando as pessoas nascem, se assim fosse, cada dia era um dia ganho, as vidas principiam mais tarde, quantas vezes tarde de mais, para não falar daquelas que mal tendo começado já se acabaram, por isso é que o outro gritou, Ah, quem escreverá a história do que poderia ter sido» (Saramago, 1986: 18).

«[...] José Saramago sugeria que a Península não era europeia ou que ele talvez não desejava que o fosse. Essa extravagante e original ficção é um discurso acerca da Península (não apenas nem sobretudo de ordem geográfica) suspenso pelo fio de um certo complexo de ressentimento do que somos ou nos sentimos como peninsulares em relação à Europa, mas é igualmente uma reivindicação da nossa autonomia ibérica» (Lourenço, 2005: 77-78).

Ao reflectir sobre a cultura ibérica e o espaço europeu de comunicação, gostaria de colocar a minha intervenção sob o signo da viagem. A ideia que eu vou procurar desenvolver tomo-a de *A Jangada de Pedra*, a obra que José Saramago escreveu em 1986.

A ideia de destino ibérico tal como é proposta por Saramago remete para um espaço de disputa, para onde diferentes projectos e objectivos convergem e se enfrentam. O ano de 1986 foi o ano da adesão de Portugal e da Espanha à Comunidade Económica Europeia. De algum modo *A Jangada de Pedra* é precursora, em termos romanescos, das novas trincheiras políticas nacionalistas que varreram a Europa três anos depois, a partir da Queda do Muro de Berlim. A Comunidade Europeia exprimia uma vontade economicamente homogeneizante, com políticas regionalizadoras para aplanar as diferenças. Mas

levantava-se a dúvida: essa razão política e economicamente homogeneizadora favorecia ou não uma vontade culturalmente descentralizadora, que preservasse os fluxos culturais transnacionais? E mais, essa razão, política e economicamente homogeneizadora, respeitava ou não a história de países «com sonhos de asas de caravelas», como podemos dizer de Portugal e da Espanha, retomando uma expressão de Gilbert Durand?¹

Estava então em questão o discurso e a prática política de Portugal e da Espanha, interpretando e projectando cada um destes países, de forma singular, o conceito de destino peninsular. Mas havia que contar igualmente com as diferentes leituras do que seria o destino ibérico, que se faziam dentro de cada espaço nacional, leituras essas que eram motivadas pelas mais variadas diferenças, designadamente por diferenças de nacionalidades, e também por diferenças sociais, económicas e políticas.

O romance de Saramago dá conta desse debate, de um modo geral em tom irónico, por vezes de um modo caricatural. Convoco aqui apenas uma caricatura. Depois de por artes romanescas, a península se ter aquietado no meio do Oceano, segue-se uma caricatura feita à conta de parangonas de jornais: «Nasceu a Nova Atlântida, No Xadrez Mundial Moveu-se uma Pedra, Um Traço de União entre a América e a Europa, Entre a América e a Europa um Pomo de Discórdia, Um Campo de Batalha para o Futuro» (Saramago, 1986: 297).

Entretanto a caricatura recebe um conjunto de condimentos que a apimentam. Escreve o narrador: «mas o título que maior impressão causou produziu-o um jornal português, foi assim, Precisa-se Novo Tratado de Tordesilhas, é realmente a simplicidade do génio, o autor da ideia olhou para o mapa e verificou que, mais milha menos milha, a península estaria posta sobre o que fora a linha que naqueles tempos gloriosos, dividira o mundo em duas partes, pataca a mim, pataca a ti, a mim pataca» (*ibidem*: 297-298). E a caricatura fica finalmente com as cores definidas. De novo o narrador: «Em editorial não assinado propunha-se a adopção, pelos dois países peninsulares, de uma estratégia conjunta e complementar que os tornasse no fiel da balança da política mundial, Portugal virado para ocidente, para os Estados Unidos, a Espanha voltada para oriente, para a Europa» (*ibidem*: 298). A narrativa espraia-se ainda pela réplica de um jornal espanhol, que «para não ficar atrás em originalidade» defendeu a tese de que tinha sentido ser Madrid o centro político da península, e desagua na «súbita revivescência dos estudos ocultistas e esotéricos», que deu para «esgotarem todas as edições da História do Futuro do Padre António Vieira e das Profecias do Bandarra, além da Mensagem do Pessoa» (*ibidem*).

¹ Sobre parte desta história de países «com sonhos de asas de caravelas», publicamos, em colaboração, *Comunicação e Lusofonia. Para uma análise crítica da cultura e dos media* (2006).

Mas o debate sobre o destino peninsular era ainda mais complexo, uma vez que era indissociável daquilo a que habitualmente chamamos globalização. E à ideia de iberismo colocava-se (assim como ainda hoje se coloca) o seguinte problema: não é que o iberismo quisesse ver a Ibéria como espaço de resistência à globalização, que quase sempre é entendida como americanização ou mercantilização do mundo. Também não é pelo lado da ameaça a uma reclamada identidade ibérica que a globalização pode constituir, a meu ver, um contexto importante para pensar o mundo ibérico. A globalização é, de facto, uma dimensão fundamental do debate sobre a identidade ibérica, apenas na condição de retirarmos dela argumentos que nos permitam contrariar a tentação do essencialismo, essa armadilha que sempre converte «a história em natureza e a contingência em eternidade» (Barthes, 1984: 198 e 209), quando se trata de pensarmos identidades colectivas.

Amarrado o marinheiro ao leme, *A Jangada de Pedra* encena este debate. Diante do nosso inevitável destino europeu, num mundo globalizado pela economia e pelas tecnologias da informação, que em *A Jangada de Pedra* são ainda só as velhas tecnologias da imprensa escrita, rádio e televisão, o «desgarre da península» encena, de um modo dramatizado pela arte romanesca, «os nós-cegos da crise» (Saramago, 1986: 211), ou seja, as hesitações que em meados dos anos oitenta percorriam o «navio-nação» peninsular, uma «jangada de pedra» triplamente periférica na sua deriva oceânica, ao largo da Europa, da África e da América².

Penso que o texto de Saramago dá conta de um entendimento da linguagem que se desenvolveu sobretudo a partir do começo dos anos oitenta, depois de ter sido reabilitado academicamente em finais de cinquenta, por Chaïm Peralman (1958), na Bélgica, e por Stephen Toulmin (1958), na Inglaterra. Refiro-me ao entendimento argumentativo da linguagem. Este entendimento corresponde a um verdadeiro mito das origens da civilização ocidental, pois permite pensar que a argumentação é a resposta que é possível dar às catástrofes culturais: aquilo que é feito pelas palavras, só por elas pode ser desfeito. Foi nesse sentido que Saramago opôs *A Jangada de Pedra* ao protocolo que selava o novo vínculo dos países ibéricos à Comunidade Económica Europeia. *A Jangada* é um propósito imaginário que desfaz na palavra e por palavras esse vínculo, que no Saramago da época era um vínculo de catástrofe.

Esta ideia que fez da argumentação a resposta possível para as catástrofes culturais e que é o mito sobre que repousa a civilização ocidental, é uma ideia central da retórica antiga, que todavia se diluiu durante a Idade Média, a ponto de praticamente se ter perdido até aos dias de hoje. Deste modo, o que vimos

² Ver também, a este propósito, E. Lourenço (2005: 77).

impor-se à vida colectiva, ao longo dos últimos séculos, foi um modelo assente nos axiomas de necessidade, certeza e verdade universal³.

A extensa alegoria de um território que navega no oceano e das personagens que também são navios em insólita viagem, fez-nos pensar na condição humana e naquilo onde hoje o humano se decide, pelo menos no modo ocidental e europeu de entender o humano: na experiência da fragmentação, do nomadismo e da contingência. As águas tranquilas da experiência da unidade e da conciliação, de que nos falam a lógica da identidade de Aristóteles e a dialéctica de Hegel, deslocam-se para um outro mar, de águas um tanto erráticas e caóticas, com os protagonistas a sentirem-se como deuses «que tivessem decidido não ser eternos para poderem, no sentido exacto da expressão [*carpe diem*], aproveitar o tempo» (Saramago, 1986: 239).

A *Jangada de Pedra* dá conta, com efeito, desta mudança na nossa racionalidade. Nela não apenas se dilui a lógica da identidade de Aristóteles e a dialéctica de Hegel, como se dilui igualmente todo o propósito de emancipação histórica. Penso que há em a *Jangada* uma espécie de indecisão, uma hesitação, que a aproxima do pensamento da diferença, que são o pensamento de Nietzsche, Freud e Heidegger.

Abandonando aos poucos as remansosas águas da experiência da unidade e da perfeição, o arquetipal leito do pensamento da identidade e da conciliação de *A Jangada de Pedra* entra em convulsão e faz-se corrente que se desloca, sem demasiada vertigem todavia (apenas «umas tonturas», como chega a ser sugerido), para aquilo que constitui a experiência mais marcante da nossa contemporaneidade, que é, como referimos, a experiência da fragmentação, do nomadismo e da contingência.

Todas aquelas experiências de que nos fala *A Jangada de Pedra* são já experiências que remetem para uma «razão sensível» (Maffesoli, 1996), o que também quer dizer, para a impureza do olhar, ou seja, para experiências insólitas e ambivalentes, para experiências excessivas que nos provocam perturbação e que já pouco têm a ver com a experiência da unidade e da identidade. Existe em Saramago um paganismo, um certo holismo imemorial e vitalista, uma reconciliação com a natureza «a que ninguém pode fugir», embora as coisas aconteçam «tal como naquelas histórias de fadas, embruxamentos e andantes cavalarias ou nas outras não menos admiráveis aventuras homéricas, em que, por prodigalidade da árvore fabuleira ou telha dos deuses e mais potências acessórias, tudo podia acontecer ao invés da repetição e do costume, de não natural maneira [...]» (Saramago, 1986: 69).

³ Ver o nosso ensaio *A Linguagem, a Verdade e o Poder. Ensaio de Semiótica Social* (2002, sobretudo pp. 84-102).

Na «errante viagem» em que embarcou (*ibidem*: 289), vemos o navio peninsular a girar para ocidente, e depois a cair, com Portugal e Espanha de pernas para o ar (*ibidem*: 315), esperando o sol à mão esquerda e vendo-o aparecer à direita (*ibidem*: 319), e agora a girar em direcção ao sul, e ainda para todos os lados, à roda de si mesmo, «em sentido diabólico, isto é, ao contrário dos ponteiros do relógio, o que [...] foi causa imediata de tonturas na população portuguesa e espanhola» (*ibidem*: 299).

É se é insólita a viagem do navio peninsular, não o é menos a viagem dos cinco principais protagonistas da narrativa, embarcados numa galera de outros tempos (a galera é na narrativa de Saramago uma espécie de carroça, todavia com nome de barco, o que não é aqui, por certo, uma coincidência), puxada por um decrépito cavalo, e seguindo os passos de um cachorro sem voz, um cachorro incapaz de ladrar. 1) É insólita a experiência do indelével risco marcado no chão pela vara de negrilho da Joana Carda, que abre a terra, partindo-a como se fora uma melancia. 2) É insólita a experiência do bando de estorninhos que não despregavam pé de junto de José Anaiço, feito «involuntário chamariz de pássaros loucos» (*ibidem*: 120). 3) É insólita a experiência da pedra atirada ao mar por Joaquim Sassa, havendo quem acreditasse que ela tivesse partido o Continente. 4) É insólita ainda a experiência da terra a tremer no corpo de Pedro Orce, um verdadeiro sismógrafo ambulante. 5) É insólita, finalmente, a experiência do interminável fio azul que, sem que nada o fizesse esperar, conduz as quatro errantes personagens a casa de Maria Guavaira.

Mas as pessoas «dos prodígios não chegam a saber nem metade, e sobre a metade conhecida o mais comum é enganarem-se, principalmente porque querem, à viva força, como Deus Nosso Senhor, que esses e os outros mundos estejam feitos à sua imagem e semelhança, para o caso pouco importando quem os fez» (Saramago, 1986: 180).

As coisas deixaram todavia de ser o que foram. Diz o narrador: «os povos são inconscientes, lançam-nos numa jangada ao mar e continuam a tratar das vidas como se estivessem numa terra firme para todo o sempre [...]» (*ibidem*: 60). Mas o que é facto é que já não estão firmes. Glosando o poeta Paul Celan (1996: 46), mas alterando a sua tese, o tempo já não mantém nenhum dos acentos que lhe convêm: o agudo da actualidade, o grave da historicidade e o circunflexo da eternidade (o circunflexo que é um sinal de expansão do tempo).

A era das «grandes narrativas» parece, com efeito, exaurida. *A Condição Pós-moderna* de Lyotard é de 1979 e *A Jangada de Pedra* de Saramago é de 1986. Afigura-se então com maior clareza que a nossa vida colectiva, tanto no que toca aos acontecimentos, como no que respeita aos valores, releva antes da contingência, da incerteza e da plausibilidade. *A Jangada de Pedra* de Saramago dá conta deste percurso da racionalidade ocidental, da necessidade para a contingência, da certeza para a incerteza, da verdade universal para a plausibi-

lidade. Com efeito, diz o narrador ainda na parte inicial da obra, ou seja, ainda antes do início da viagem: «Passam os tempos, confundem-se as memórias, em quase nada acabam por distinguir-se a verdade e as verdades, antes tão claras e delimitadas, e então, querendo apurar o que ambiciosamente denominamos rigor dos factos, vamos consultar os testemunhos da época, documentos vários, jornais, filmes, gravações de vídeo, crónicas, diários íntimos, pergaminhos, sobretudo palimpsestos, interrogamos os sobreviventes, com boa vontade de um lado e de outro conseguimos mesmo acreditar no que diz o ancião sobre o que viu e ouviu na infância, e de tudo haveremos de concluir alguma coisa, à falta de convictas certezas faz-se de conta [...]» (Saramago, 1986: 36-37). E numa viagem que não pára nem mesmo após o fecho da narrativa de *A Jangada de Pedra*, fica a questão: «Os homens e as mulheres [...] seguirão o seu caminho, que futuro, que tempo, que destino?» (*ibidem*: 330).

Dir-se-ia que a categoria da identidade está «saturada» (Sorokin) em Saramago e que o que existe são identificações múltiplas. Saramago combate, a meu ver, a exacerbação e a fetichização da unidade. Tanto combate as ideias nacionalistas portuguesas e espanholas, como combate a ideia de Europa (de Comunidade Europeia), que exprimia, como assinalámos, uma vontade económica e politicamente homogeneizante, com políticas regionalizadoras para aplanar as diferenças.

Na exacerbação e fetichização do uno espreitam o monoteísmo, a que Nietzsche chamou o «monotoneísmo». Deus é uno, o indivíduo é uno, enfim, o Estado, a Igreja, a instituição, a nação, a Europa, o mundo são unos. À exacerbação e a fetichização do uno em Saramago têm uma estrutura paranóica. «Paranoien» é um conhecimento que se impõe de cima. Penso que a Saramago não repugnaria a sentença de Baudelaire: «Deus é o maior dos paranóicos». A exacerbação e a fetichização do uno supõem, por outro lado, a passagem do ser infinitivo (a divindade) ao ser nominal, como diz Steiner referindo-se a Heidegger. Supõem a intransitividade dos nomes, por exemplo, de Deus e da Igreja, e não a transitividade do ser infinitivo, como é o caso de divindade e de transcendência. A exacerbação e a fetichização do uno remetem para uma estática, para Parménides, sendo a perspectiva logocentrada.

Saramago contrapõe a coerência do diverso e do heterogéneo, a esta «astúcia da razão», a esta exacerbação e fetichização do uno, que conduzem à unidade, a Deus, à teodiceia, à nação, ao Estado, a Portugal, à Espanha, à Europa, enfim, à racionalização, que como assinalámos é um paradigma «saturado», retomando a expressão de Sorokin. Deste modo, à estrutura paranóica, a esse olhar de Deus, Saramago contrapõe um paganismo (no sentido etimológico de 'paganus', camponês), com a sugestão tectónica, de um apego à terra. Ao ser nominal, contrapõe o ser infinitivo, não a identidade (da nação ou da Europa), mas as identificações múltiplas, o ser infinitivo, ou seja, o ser não definitivo. E à tópica do logocentrismo Saramago contrapõe um lococentrismo, qualquer

coisa que é local, e não universal. A ideia de localismo remete também para o «génio do local», para os seus arquétipos, no dizer de Gilbert Durand, ou então para as suas «dobras» ('plis'), como assinala Gilles Deleuze. Dir-se-ia que o lococentrismo não se acomoda mais com uma explicação do mundo, que seria única. O lococentrismo convoca as implicações, o que se esconde nas dobras, enfim, os arcaísmos do seu passado (Maffesoli, 2000: 35)⁴.

O pensamento da unidade lança um propósito de sentido para diante (um projecto, uma perspectiva), fundando-o numa origem perdida. O pensamento da unidade é um progressismo, uma dinâmica para a frente, um devir linear. Em contraposição, o pensamento do diverso é um movimento em espiral, um movimento que não sendo linear, também não é circular. É mítico: convocando coisas antigas, apresenta-as de outra maneira, não se limitando a repeti-las. O pensamento da heterogeneidade é, pois, um pensamento metanóico, um pensamento acolhedor, um conhecimento que abre à pluralidade e combate a unidade.

A «reductio ad unum», pelo facto de o «mundus» ser «immundus» (Tertuliano), é em Saramago uma proposta etnocídica. A sua proposta iberista, decorrendo do pensamento do diverso, é servida pela poderosa figura retórica da alegoria. Hoje em dia, a alegoria é uma figura maior da retórica, a ponto de suportar a obra de Saramago, tanto em termos micro como em termos macro-estruturais. Vemos essa demonstração no *Ensaio sobre a Cegueira* (1995), em *A Jangada de Pedra* (1986) e em *A Caverna* (2000), por exemplo. Mas nem sempre foi assim no que respeita à alegoria. Todo o edifício da retórica empalideceu com o tempo. E a alegoria não teve melhor sorte. Ganhou reputação, mas morreu dela, por servir a catequese e o manifesto político. Ao colocar-se ao serviço do dogmatismo, a alegoria mineralizou o pensamento⁵.

A origem do drama barroco alemão, escrita por Walter Benjamin em 1928, veio todavia mostrar como a figura da alegoria se tornou uma figura fundamental na modernidade. Dando voz no teatro barroco ao discurso apologético e dogmático, a alegoria deu-nos a conhecer *por fora o cadáver* em que o humano se tornara: pensamento mineralizado, dogma, catequese e manifesto político. Com efeito, a alegoria barroca não é para Benjamin mais do que isso: catequese e dogma, numa luxuriante apologia da fé. Na modernidade, entretanto, a alegoria vai dar-nos a *conhecer o cadáver por dentro*, representando o humano em perda, empobrecido e esvaziado da sua interioridade. Benjamin disserta, com

⁴ Ver também de Michel Maffesoli, *La Conquête du Présent. Pour une Sociologie de la Vie Quotidienne* (1998 [1979]).

⁵ Escreve Pierre Cabanne: «Política e socialmente, o barroco está ligado à Europa hierarquizada do Santo Império Romano-Germânico, da poderosa máquina espanhola das suas colónias americanas, da Itália dos papas e dos ducados; a arte francesa desconfiará sempre deste imperialismo internacionalista, tal como das forças irracionais, dos excessos da paixão. Manter-se-á senhora de si. "O clássico é aquilo que é são", dizia Goethe» (P. Cabanne, s/d [1988]: 8).

efeito, sobre a perda de qualidade da experiência moderna, com o imparável empobrecimento da vida humana⁶.

A ideia iberista de Saramago inscreve-se nesta linha de pensamento de Benjamin, uma linha crítica, sem dúvida, mas pessimista, ou melhor, melancólica, em que a figura da alegoria se associa à figura da ironia, para mostrar a interioridade do cadáver em que se tornou o homem ocidental. Quem vive a crise contemporânea de uma cultura que não tem mais fundamento sólido que a garanta, não pode deixar de se sentir melancólico. Uma coisa é batermo-nos pelo humano, como uma obrigação de cidadania e por imperativo ético. Coisa bem diferente é imaginar que ainda é possível restabelecer a unidade da cultura pela convocação dos seus universais clássicos, o *logos*, o *ethos* e o *pathos*.

A lógica da identidade de Aristóteles, que procura estabelecer o verdadeiro, do mesmo modo que a lógica neo-realista, que imagina a emancipação colectiva, remetendo para a estrutura dialéctica e dramática hegeliana de uma reconciliação final, não são conjugáveis com a lógica da diferença, do diverso e do heterogéneo, que têm uma estrutura trágica, com as tensões sociais a não poderem esperar a redenção de uma síntese final que as pacifique.

Concluo o meu ponto de vista dizendo que podemos falar de uma *mimesis* fantástica em Saramago, distinta da *mimesis* aristotélica, e também da *mimesis* neo-realista. É através dessa *mimesis* fantástica que Saramago sonha o destino da Ibéria. No pensamento da diferença existe sem dúvida uma exigência ética. Não a exigência do dever ser e do caminho único, mas a exigência do humano, que se abre ao diverso, ao contingente, à pluralidade. Ou seja, uma exigência lococêntrica, que contrarie uma lógica logocêntrica e a exigência arqueológica de um regime metanóico, de uma conversão interior, em oposição à logomaquia de um regime paranóico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARTHES, Roland (1984 [1957]): *Mitologias*, Lisboa, Edições 70.
- BENJAMIN, Walter (1984 [1928]): *Origem do drama barroco alemão*, trad., apres. e notas de Sergio Paulo Rouanet, Brasiliense, São Paulo.
- BENJAMIN, Walter (1992 [1936-1939]): «O narrador. Reflexões sobre a obra de Nicolai Lesskov», in *Sobre arte, técnica, linguagem e política*, Lisboa, Relógio d'Água, pp. 27-57.
- CABANNE, Pierre (s/d [1988]): *A Arte Clássica e o Barroco*, Lisboa, Edições 70.
- CELAN, Paul (1996 [1971]), «O meridiano», in *Arte Poética. O Meridiano e Outros Textos*, Lisboa, Colibri, pp. 41-64.
- LOURENÇO, Eduardo (2005): *O outro lado da lua. A Ibéria segundo Eduardo Lourenço*, edição e entrevista de Maria Manuel Baptista, Porto, Campo das Letras.

⁶ O empobrecimento da experiência é um tema presente, por exemplo, na queda da figura do narrador (Benjamin, 1992).

- MAFFESOLI, Michel (1996): *Eloge de la raison sensible*, Paris, Grasset.
- MAFFESOLI, Michel (1998 [1979]): *La Conquête du Présent. Pour une Sociologie de la Vie Quotidienne*, Paris, Desclée de Brouwer.
- MAFFESOLI, Michel (2000): *L'instant éternel. Le retour du tragique dans les sociétés post-modernes*, Paris, Denoël.
- MARTINS, M.; SOUSA, H. e CABECINHAS, R. (2006): *Comunicação e Lusofonia, para uma análise crítica da Cultura e dos Media*, Porto, Campo das Letras.
- MARTINS, M. (2002): *A Linguagem, a Verdade e o Poder. Ensaio de Semiótica Social*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian e Fundação para a Ciência e a Tecnologia/Ministério da Ciência e da Tecnologia, Textos Universitários de Ciências Sociais e Humanas.
- MEYER, Michel e OLBRECHTS-TYTECA (1988 [1958]): *Traité de l'argumentation – la nouvelle rhétorique*, Editions de l'Université de Bruxelles, Bruxelles.
- SARAMAGO, José (1986): *A Jangada de Pedra*, Lisboa, Caminho.
- TOULMIN, Stephen (1993 [1958]): *Les usages de l'argumentation*, II vol., Paris, PUF.



CIBERPERIODISMO Y CULTURA: EN EL INICIO DE UN LARGO CAMINO

XOSÉ LÓPEZ

*Profesor de Periodismo. Facultad de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad de Santiago de Compostela*

El ciberperiodismo es una realidad. Actualmente ya sabemos que el periodismo ha llegado a la red de redes para instalarse en los cibermedios y caminar de la mano de las tecnologías digitales. No dudamos que nos encontramos en la primera fase de un proceso de profundas transformaciones en el hipersector y en un escenario donde Internet, un medio de comunicación esencial de la era digital, no sólo plantea nuevos desafíos al periodismo actual, sino que ha pasado a convertirse en una herramienta básica para los redactores de contenidos que trabajan para todos los soportes. Las ediciones digitales de la prensa en Internet fueron el primer paso de un proceso de definición de los productos elaborados de acuerdo con algunas de las características del nuevo medio en línea. Su nacimiento se produjo, pues, a la sombra de sus hermanos mayores, prensa, radio y televisión, pero hoy ya ha conseguido la emancipación. Después de más de diez años de experimentación intensa, consolidó formas singulares. La mayoría de edad, que podemos considera alcanzada desde fechas recientes, cuando ha definido sus rasgos fundamentales, le permite un vuelo autónomo. Es sólo el comienzo de un largo camino que ofrece una nueva oportunidad para el cultivo de la diversidad cultural en esta sociedad cada vez más local y más global. El tiempo nos dirá si la sabemos aprovechar.

INTRODUCCIÓN

Desde que nacieron los cibermedios, a los investigadores en Comunicación se nos ha ampliado el campo de trabajo y, por tanto, los desafíos. La aparición de un nuevo medio de comunicación no sólo ha ampliado el sistema mediático, la oferta de información y el campo para la actividad profesional, sino que ha colocado a la comunidad científica ante el reto de articular la investigación

específica con método científico, que es un procedimiento para tratar un conjunto de problemas y cada clase de problemas requiere un conjunto de métodos o técnicas especiales (Mario Bunge, 1983: 24). Y en los últimos años tenemos que reconocer que la comunidad científica ha respondido al nuevo reto con la elaboración de varios proyectos cuyas conclusiones han aparecido en artículos de revistas o en libros y que responden a dos grandes corrientes estratégicas, una acerca de los grandes estudios sobre el fenómeno de la red de redes y otra del análisis de la estructura del sistema de medios de comunicación que utiliza soportes telemáticos (Josep María Casasús, 2002)¹. Un análisis de la producción editorial de los últimos años refuerza esta afirmación².

En la actualidad está asumido que Internet es un medio de comunicación que permite, por primera vez, la comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido y a una escala global (Manuel Castells, 2001: 16). No hay grandes matizaciones a esta reflexión, aunque sí a las denominaciones surgidas alrededor del medio, que han sido muchas, y por lo tanto también del periodismo en Internet, que en esta ocasión centra nuestras reflexiones. En estos años se han empleado como expresiones sinónimas, entre otras, las siguientes: «periodismo electrónico», «periodismo multimedia», «periodismo en línea», «periodismo telemático», «periodismo digital» o «ciberperiodismo». Unas han tenido más fortuna que otras, pero a todas se han formulado objeciones, algunas muy fundadas. Quizás por ello nos resulta interesante la propuesta de los defensores de ciberperiodismo por razones de precisión y economía del lenguaje (José Manuel Gómez y Eva Leal, 2001: 95). De ahí que me parece apropiado referirme al ciberperiodismo como aquella especialidad o modalidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, la elaboración y, muy especialmente, la difusión de contenidos periodísticos (Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría, 2003: 17). Ésta es una consideración muy pertinente para el avance de nuestras reflexiones y para situarlas en el momento presente.

A partir de este apunte y de la constatación de la presencia de esa modalidad de periodismo en el escenario mediático del siglo XXI, puedo afirmar que el ciberperiodismo ya ha conseguido construir un lugar importante en la socie-

¹ El análisis de los avances en la investigación académica sobre periodismo digital los ha analizado el profesor Josep María Casasús en la ponencia que defendió en el VII Congreso de la Sociedad Española de Periodística, celebrado en Sevilla en marzo del año 2002, y que tituló «Nuevos conceptos teóricos para la investigación en periodismo digital».

² La relación de libros es muy amplia, pero citaremos sólo como muestra los textos de Manuel Castells (*La era de la información. La sociedad red*, en Alianza Editorial, en 2000 –segunda edición–, y *La Galaxia Internet*, en Plaza & Janés, 2001); de Javier Díaz Noci (*La escritura digital*, en el servicio de publicaciones de la Universidad del País Vasco, en 2001); de José Ignacio Armentia, Jon Elexgaray y Juan Carlos Pérez (*El diario digital*, en Bosch, 2000); María Ángeles Cabrera (*La prensa online*, en Cims, 2000), y Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría –coordinadores– (*Manual de Redacción Ciberperiodística*, en Ariel, 2003).

dad actual. Y en esta sociedad actual, donde la Comunicación aparece como un elemento central, también ocupa un lugar destacado la cultura, con toda la herencia cosechada del pasado y la realidad construida en el presente. Es por ello que resulta difícil separar comunicación y cultura, al menos entendiendo por ésta no sólo la acumulación de conocimiento y saberes, sino también la construcción continua de una identidad que se relaciona con otras identidades del escenario mundial.

No podemos olvidar que cada grupo social no sólo dispone de un conjunto de costumbres, modos de vida, conocimientos y grados de desarrollo, sino que realiza un conjunto de manifestaciones que expresa su manera de ser y de vivir. Nos referimos a manifestaciones que se trasladan, muchas veces, mediante mensajes a través de los medios de comunicación. Quizás por todo ello en el siglo XXI, en un escenario de comunicación mundial, la cultura ha de ser también el más fértil patrimonio íntimo de cada persona cultivada cada hora y cada día (José Manuel de Pablos, 2001: 258).

Desde mi punto de vista, una visión actual sitúa el concepto de cultura con la idea de grupo o comunidad de forma que en el ser humano la dimensión cultural y la dimensión social pueden considerarse caras de una misma moneda; no es posible concebir una manifestación cultural sin la presencia o participación en la misma de un grupo más o menos amplio de individuos; por otra parte, la vida en sociedad de la persona conduce, *per se*, a la creación de trazos culturales, considerados éstos en la acepción más amplia de la palabra. Sin duda, todo hecho cultural es, en sí, una proceso de comunicación (Xosé Antonio Neira y Xosé López, 2000: 465). No obstante, en la era de la información, la memoria cultural sigue habitando la narración, pero no sólo aquella que conserva las trazas y las formas de la tradición sino aquella otra que la reinventa desde las nuevas tecnicidades y los nuevos lenguajes (Jesús Martín Barbero, 2000: 105). Es algo aparentemente contradictorio, pero que no podemos olvidar al hablar de ciberperiodismo y cultura.

En la sociedad actual, la cultura es sin duda un medio privilegiado para el desarrollo tanto de los pueblos como de las personas³. Si aceptamos esta premisa, que defienden los responsables de la Unesco, asumimos que el futuro de una cultura y de un país depende de la capacidad para, sobre la base del trabajo de todos los actores sociales y económicos en un proyecto común, la creación de discurso propio y su difusión a nivel mundial, en el escenario de la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Y la red de redes es, sin duda, uno de los principales canales para la difusión y el acceso desde cualquier parte

³ Federico Mayor Zaragoza, en su etapa al frente de la Unesco, sostuvo que la cultura es el medio privilegiado para el desarrollo tanto de los pueblos como de las personas. Una referencia con estas palabras la encontramos en *El Correo de la Unesco* de julio de 1993 (París, United Nations Educational Scientific and Cultural Organization, p. 9).

y en cualquier momento. De ahí que todos los países que tratan de difundir su cultura en el mundo diseñen estrategias de comunicación y promuevan medios de comunicación, que incluyen desde prensa hasta cibermedios, para que su discurso cultural tenga eco en el escenario mundial.

A partir de estas premisas conceptuales sobre el nuevo medio, los pasos dados por el ciberperiodismo en estos años —acerca de esta cuestión ya disponemos de abundante bibliografía— y una reflexión actual acerca de la relación entre cultura y comunicación, he formulado las reflexiones y propuestas que expondré a continuación. Para la redacción del texto también he aprovechado los resultados de las investigaciones realizadas por el Grupo Novos Medios⁴ en los últimos cinco años, que han permitido la elaboración de una ponencia para el congreso de Periodística celebrado en Barcelona en el año 2004 —ese texto ha servido de base para esta nueva comunicación—, y la experiencia de un producto creado en el laboratorio de este equipo de la Universidad de Santiago, Culturagalega.org, y que ha cumplido tres años en la red.

DE LA MANO DE LA TECNOLOGÍA

La sombra de la tecnología digital nos acompaña a casi todas partes. Su presencia gana terreno en todos los escenarios de la sociedad a medida que pasan los días. Y su importancia en la evolución del hipersector de la comunicación no ha dejado de incrementarse en los últimos años. Los viejos y nuevos medios aparecen bajo el sello de lo digital, lo que no sólo ha cambiado el panorama del sistema mediático, sino que ha supuesto nuevos desafíos para la supervivencia de la diversidad cultural en el siglo XX. El encuentro entre esa tecnología y el periodismo ha desencadenado una transformación radical en los medios y modos clásicos de la comunicación social (Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría, 2003: 15). Quizás por ello muchas de nuestras miradas se dirigen a analizar estos hechos que, a pesar de ser relativamente recientes (esta característica dificulta el análisis con perspectiva histórica), sospechamos que modificará aspectos esenciales de los productos periodísticos y de la profesión periodística.

En los últimos años, son muchas las voces que coinciden en afirmar que Internet es el medio esencial —como mínimo, uno de los más importantes— de la actual era, que hemos convenido en denominar con carácter general como

⁴ El grupo de investigación Novos Medios, inscrito en el catálogo de la Universidad de Santiago, ha realizado varios proyectos sobre el panorama de los cibermedios, las características de la construcción de mensajes para los cibermedios y los elementos que definen la arquitectura de la información para los nuevos medios. Entre otros proyectos de laboratorio, ha diseñado el modelo de Culturagalega.org, portal de cultura gallega que posteriormente ha puesto en marcha el Consello da Cultura Galega, institución pública de Galicia. Del grupo, coordinado por Xosé López, forman parte los investigadores Marita Otero, Manuel Gago y Xosé Pereira.

Sociedad de la Información –Sociedad de la Información y el Conocimiento o simplemente Sociedad del Conocimiento, en opinión de otros autores, como Armand Mattelart–. Los datos indican que Internet constituye actualmente la base tecnológica de la forma organizativa que caracteriza la era de la información, la red (Manuel Castells, 2001: 15), pero no podemos olvidar que su futuro dependerá de la utilización que de ella haga la sociedad. Por lo tanto, los cibermedios que vivan a la sombra de esa red de redes, que de momento tanto interés despiertan y tantas reflexiones suscitan en el ámbito académico, sólo contribuirán al buen periodismo y al cultivo de la diversidad cultural si la sociedad establece los mecanismos precisos para alcanzar tales fines.

La tecnología digital ofrece soluciones a muchos problemas actuales. Desde el terreno tecnológico se nos indica que el desarrollo de Internet es imparable y que a medio plazo muchas de las actuales limitaciones para los productos multimedia desaparecerán. De hecho, la evolución tecnológica de los últimos quince años permite asegurar que las tecnologías de acceso no constituirán un obstáculo para la introducción a gran escala, a precios reducidos, de los servicios de banda ancha (Domingo Docampo, 2000: 198). Ciertamente, en un escenario mundial marcado por la brecha digital, las actuales tecnologías de acceso entran con fuerza en los hogares de los países desarrollados, lo que, por tanto, permite vislumbrar una tendencia de futuro: la globalización, las nuevas tecnologías, la emigración, la movilidad, la escuela –la enseñanza reglada desde preescolar hasta la Universidad–, la formación continua y los medios de comunicación, entre otros, marcarán la socialización del conocimiento. El libre acceso a la información provocará una revolución no sólo en el aprendizaje, sino en la conformación de viejas y nuevas identidades.

LOS SÍNTOMAS DEL CAMBIO

Los cambios tecnológicos nos llevan a un renovado escenario, como hemos indicado. El tránsito de una sociedad industrial a otra basada en el conocimiento es de gran magnitud, por lo que entraña conflictos, riesgos y desafíos. Del paraíso digital se habla y se escribe mucho, pero todavía conocemos poco sobre su modelo, sobre los nuevos usos sociales de la información y los cambios de comportamientos que implicará para los ciudadanos. Pero no tenemos dudas para afirmar que atravesamos por una fase convulsa donde la comunicación tiene un incontestable e irreversible protagonismo.

La construcción de la nueva sociedad precisa de infraestructuras, de autopistas inteligentes de comunicación que faciliten un entramado de creación y recuperación de información para todos los soportes existentes. Éste es el motivo por el que desde distintos ámbitos se dan pasos con el objetivo de alcanzar una sociedad interconectada por vías de alta capacidad. Y, además de esas infraestructuras, se necesitan contenidos, porque de poco sirve que haya vías por las

que transportar mensajes si no hay una producción dirigida a esos medios. En esa fase es en la que cobran especial relevancia las «factorías de la información», esas industrias culturales que fabrican contenidos sobre manifestaciones culturales de los ciudadanos y de los entornos en los que viven.

A la hora de analizar estos hechos con perspectiva actual, no podemos olvidar que los cambios que se produjeron en la sociedad durante el último siglo también modificaron la noción de cultura. Pasamos de una concepción muy elitista a una visión más amplia acerca de la diversidad de las manifestaciones culturales que se producen en los escenarios sociales. Estos cambios se reflejaron, en primer lugar, en las secciones de los medios de comunicación, que, aunque en muchos casos se resistieron a asumir la cultura en toda su complejidad actual, sí incorporaron nuevos contenidos bajo el paraguas de la sección de cultura y crearon unos espacios en los que hay gran diversidad de temas y de perspectivas. En segundo lugar, los nuevos enfoques se manifestaron en la publicación de revistas especializadas en cultura, en la creación de nuevos espacios culturales en los medios audiovisuales y en la puesta en marcha de iniciativas de información cultural en la red con planteamientos muy acordes con la nueva forma de entender la cultura.

Como he indicado, si hacemos una reflexión con perspectiva histórica, entendemos que nadie –o sólo algún nostálgico, en todo caso– duda que el término cultura cambió a lo largo de la historia y se abordó desde diferentes disciplinas. Constatamos como desde distintas posturas ideológicas se abordó también la cultura y su papel en la sociedad. Hubo y hay, pues, un punto de partida en el que debemos entender la amplitud y complejidad de lo que supone analizar la cultura y, por lo tanto, la información cultural, así como todas las iniciativas de comunicación cultural llevadas adelante en todos los soportes de forma especial durante el siglo XX.

En el momento actual la cultura es parte del conjunto de las condiciones, del funcionamiento y del desarrollo de una sociedad y de sus individuos. Hay, pues, que entenderla en la actualidad como parte de una industria. Todo lo que hace el hombre, en consecuencia, forma parte de la cultura, por lo que necesitamos diferenciar aspectos prácticos que tienen que ver con la vida cotidiana y aspectos imaginarios. En ambos casos encontramos soportes sociales objetivos, por lo que resulta evidente la importancia de los procesos simbólicos y del papel que desempeñan los medios de comunicación en su creación.

La cultura como producción simbólica de una sociedad se articula mediante mensajes que se socializan a través de los medios de comunicación colectiva y de los actuales sistemas de información. Lo que no cabe duda es que la articulación de ese discurso hay que situarlo en un contexto social, con una realidad política y económica concreta. La práctica periodística se realiza en ese contexto y en unos determinados medios que recogen información cultural con

una visión en la que influye mucho la vieja noción elitista de la cultura, si así la podemos denominar, y en la que hay alguna concesión a una visión de la cultura más amplia, como manifestación de un pueblo y en su implicación social.

Por lo tanto, en el panorama del siglo XXI, en el que mayoritariamente se entiende la cultura como la tarea creadora en los más variados campos de las actividades humanas, no puede analizarse la cultura al margen de la comunicación y, especialmente, de la comunicación mediada tecnológicamente. Y en ésta, como sabemos, las tecnologías, hoy igual que ayer, juegan un papel determinante. Difícilmente en el momento actual podría entenderse la Sociedad de la Información y el Conocimiento sin las tecnologías de la información y la comunicación desarrolladas a final del siglo XX y que actualmente cuentan con carta de identidad propia. Pero también difícilmente se puede entender el nuevo escenario social sin la diversidad cultural y el multiculturalismo.

LAS NUEVAS OPORTUNIDADES

Los medios, tanto tradicionales como nuevos, están construyendo un discurso cultural que tiene sus elementos características y de identificación. La identidad cultural no es algo fijo, algo estático, sino que se trata de una construcción social en la que los mensajes simbólicos resultan determinantes. Y, en el momento actual, son las tecnologías digitales las que están suplantando a las tradicionales en la producción y difusión de los mensajes. Estas tecnologías digitales emergentes no sólo se han incorporado a los medios tradicionales, sino que, alrededor de la red de redes, han levantado un nuevo medio de comunicación, el periódico digital, que ya ha definido con claridad su espacio en el sistema de medios de la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

Hoy todos sabemos que al cibermedio o diario digital lo caracteriza la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad, elementos definitorios que lo han acompañado desde sus primeros pasos y que se han desarrollado durante estos últimos años de la mano de los avances de las tecnologías actuales. Nos referimos a un producto que lo distingue la continuidad, la integralidad, la transtemporalidad, la interactividad, la versatilidad y la multiplicidad⁵. En estos años, después del nacimiento a imagen y semejanza del diario tradicional, se ha emancipado, ha adquirido la mayoría de edad y ha comenzado su camino en

⁵ Las grandes características que definen al periódico digital las ha analizado el profesor Josep María Casasús en la ponencia que presentó en Sevilla, en marzo del año 2002, en el VII Congreso de la Sociedad Española de Periodística. Entiendo, como ha defendido el profesor Casasús, la conveniencia de que la investigación académica específica se centre en la continuidad, la integralidad, la transtemporalidad y la interactividad ya que son elementos que definen su autonomía frente al periodismo en otros soportes.

solitario, con una relación con los otros medios en pie de igualdad y por tanto con una influencia mutua.

Desde esta nueva posición en el escenario mediático, los cibermedios caminan hacia la conformación de un modelo más original, que evoluciona de la mano de las tecnologías digitales, de las estrategias de los grupos y de las demandas de los usuarios. De momento advertimos la presencia de una nueva retórica, la del hipertexto periodístico, y los continuados esfuerzos por alumbrar lenguajes y formatos que todavía se debaten entre el ser o no ser. Aquellos medios nacidos sólo en la red realizan abundantes ensayos, pero todavía no disponemos de datos suficientes para formular otras afirmaciones. Ciertamente, la nebulosa persiste y nuestras herramientas no alcanzan a descubrir algunos entresijos de la complejidad del proceso.

EXPERIENCIAS PARA LOS TIEMPOS ACTUALES

Aunque todavía hay muchos retos pendientes en el campo del ciberperiodismo, hoy ya podemos afirmar que en los cibermedios existentes encontramos fortalezas y debilidades. Del nuevo medio podemos decir que tiene limitaciones –la lectura, la *usabilidad*, la pérdida de globalidad por parte del usuario... (José Ignacio Armentia, José María Caminos, Jon Elexgaray, Flora Marín e Iker Merchán, 2000: 147)– y posibilidades –actualización, inmediatez, profundidad, atractivo para los jóvenes...–, que ha consolidado rasgos diferenciales en la forma de hacer periodismo de acuerdo con las características del soporte y la capacidad de los ciberperiodistas. En definitiva, con la red nació un nuevo medio que está acompañado de luces y sombras.

Cuando hablamos de ese modelo de medio y de sus diversos tipos, podemos referirnos a una larga lista de productos que podemos consultar en la red. No obstante, para este trabajo me refiero especialmente al que nos sirve de ejemplo para nuestra intervención, Culturagalega.org (www.culturagalega.org), que no es más que uno de los muchos que actualmente cuentan con sitio en la red de redes. Su gestación comenzó en un proyecto de investigación de la Universidad de Santiago y su desarrollo correspondió al Consello da Cultura Galega, institución pública creada por el Estatuto de Autonomía de Galicia de 1981⁶. Para la defensa y promoción de los valores culturales de Galicia, la institución consideró

⁶ El artículo 32 del Estatuto de Autonomía de Galicia, aprobado en referéndum el 21 de diciembre de 1980 y publicado como Ley Orgánica en 1981 (Ley Orgánica 1/1981, del 6 de abril), establece que le corresponde a la Comunidad autónoma la defensa y promoción de los valores culturales del pueblo gallego y que con tal finalidad se creará por ley del Parlamento de Galicia el Consello da Cultura Galega, mandato que los parlamentarios gallegos han cumplido al aprobar la Ley 8/1983, de 8 de julio. Un decreto del 29 de septiembre de 2000 aprobó el reglamento que desarrolla la Ley del Consello da Cultura.

necesaria la creación de un cibermedio público que garantizase información cultural veraz. Estableció un marco de trabajo que garantiza la autonomía de la redacción y los mecanismos de control del cumplimiento de los objetivos. En ambos cometidos solicitó la colaboración de la Universidad de Santiago de Compostela.

Después de la fase de preparación y estudio, el resultado ha sido el cibermedio que hoy conocemos, Culturagalega.org, que está en la red desde el 10 de octubre del año 2000. Con un equipo redaccional de seis profesionales de la información, uno de los cuales es el director, actualizan los contenidos de lunes a viernes. Su trabajo consiste en elaborar una oferta de noticias, reportajes y entrevistas de las principales actividades culturales. También preparan contenidos para los «subportales especializados» del audiovisual, la literatura... que poco a poco se van convirtiendo en centros de recursos sectoriales, con muy buena aceptación de los usuarios.

Aunque las cifras actuales de audiencia resultan relevantes –más de dos mil visitas diarias–, lo cierto es que los promotores no fijaron unos mínimos de audiencia, pero sí pretendían llegar al mayor número de cibernautas posible. Por ello, a partir del primer momento Culturagalega.org asumió como un desafío el hecho de comunicar cultura con eficacia a los más jóvenes, que se ha convertido en un reto para todos los medios de comunicación del siglo XXI. La difusión de las prácticas culturales, de las manifestaciones de los pueblos, de las gentes, de las identidades que definen las manifestaciones de la dinámica social eran el hilo conductor del proyecto informativo, que tenía su foco principal en Galicia. Los promotores, conscientes de que cada medio debe preparar una oferta para un público exigente, en sintonía con esa visión más elitista de la cultura, y para un público que demanda información de calidad de todo lo que representan las manifestaciones de los pueblos, su creatividad y su actividad, establecieron un modelo de producto actual, que concedía prioridad a la elaboración de contenidos.

El modelo que buscaban los promotores, como defensores de un cibermedio de calidad en el campo de la información cultural, siguió los criterios del buen periodismo. Es decir, una información honesta, veraz, rigurosa, seria y amena, hecha lejos del amiguismo, «de las capillas» y «de las guerras» que planean sobre la difusión de las manifestaciones culturales y su comercialización. Así figura en el documento que acompañó al modelo de producto, que salió de los laboratorios de la Universidad de Santiago de Compostela⁷.

⁷ El grupo de investigación Novos Médios, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Santiago, analizó los modelos existentes en ese momento, diseñó un producto innovador que contemplaba un sistema editorial muy funcional e introdujo criterios generales para que el buen periodismo no sólo tuviese cabida en la iniciativa, sino que fuese su piedra angular. En esta línea se sigue trabajando a partir de los resultados que obtenemos en los proyectos de investigación

Aunque todavía no se ha conseguido la totalidad de los objetivos fijados, sí se han alcanzado los más importantes: la aceptación del producto por un número considerable de usuarios, el reconocimiento interno y externo, y la calidad del trabajo del equipo de periodistas que se ha empeñado en hacer ciberperiodismo en un proyecto innovador. Sin duda, como mínimo, se ha abierto un camino en la información periodística especializada para los cibermedios que todavía deberá superar varios controles de calidad y alcanzar nuevas metas. No da respuesta a todos los desafíos que afronta el periodismo actual, pero enciende una luz en el campo del ciberperiodismo.

LA UNIVERSIDAD COMO SEMILLERO

La modesta experiencia de Culturagalega.org no nos ha despejado todas las dudas, como hemos dicho, pero nos ha animado a fijar el objetivo en aprovechar esa luz que se ve a través del túnel. En el momento actual, en el que el periodismo no atraviesa su mejor momento, con amenazas desde dentro (abusos, posturas cónicas, confusión de papeles...) y desde fuera (presiones, concentraciones, precariedad laboral...), tenemos que recuperar las claves del buen periodismo que está relacionado con el sentido común: desarrollar un periodismo inteligente, basado en hechos, honesto en sus intenciones y en sus efectos, al servicio de la verdad discernible y de ninguna otra causa, y escrito con claridad para ponerlo al alcance de todo lector potencial (Joaquín Estefanía, 1999: XVIII).

El ejercicio del periodismo en el siglo XXI está asociado a compromiso con la sociedad en la que se ejerce esa profesión, a la explicación e interpretación de lo que ocurre en esa sociedad y a la salvaguarda de los principios básicos de la actividad, recogidos en los marcos normativos que garantizan la libertad de expresión y el derecho a la información, y en los códigos deontológicos (Mar de Fontcuberta, 1993: 143). Para el ejercicio de esa actividad profesional, el periodista emplea las tecnologías actuales, que permiten nuevas formas de explicar los acontecimientos y que, en definitiva, hacen que el periodismo sea una profesión de futuro, aunque la condicionan y la seguirán condicionando (Manuel López, 1995: 80).

Desde mi punto de vista, en el momento actual, lo importante sigue siendo el periodista, que elabora los contenidos. El, en esta fase de transformaciones, es el único, y mejor instrumento que permanece, cualquiera que sean los cam-

financiados, como son «Análisis de los contenidos textuales y de los aspectos formales de los diarios gallegos» (PGIDT01SCX21201PR, de la Secretaría General de Investigación y Desarrollo de la Xunta de Galicia); «Análisis de contenidos, organizacional y formal de los medios de comunicación en línea en Galicia: experiencias y alternativas» (BS02001-3119, del Ministerio de Ciencia y Tecnología), y «El impacto de Internet en los medios de comunicación en España-radio» (BS02002-04206-C04-02, del Ministerio de Ciencia y Tecnología, en un proyecto general que coordina el profesor Javier Díaz Noci).

bios, cualquiera que sea el soporte (Pilar Diezhandino, 1994: 20). Entiendo que no debemos, pues, considerar determinante el soporte, sino situar la reflexión en el papel del profesional de la información en la sociedad del siglo XXI. Y no podemos olvidar que la actividad periodística tiene una función social cuya importancia corre pareja al progreso técnico-industrial que multiplica la presencia de medios de comunicación e incide en el desarrollo de los sistemas democráticos (Ofa Bezunartea, 1998: 19).

No obstante, la complejidad de las sociedades actuales exige a los periodistas nuevas herramientas y nuevas técnicas para explicar lo que pasa en el escenario social y apuntar soluciones para posibles cambios. Es en este campo donde las tecnologías de la información y la comunicación conforman una estructura para nuevas formas de hacer periodismo para los distintos soportes. Parece seguro que el cuerpo de conocimientos periodísticos tendrá que seguir incluyendo entre sus elementos los de «cómo encontrar información», «cómo valorarla y analizarla» y «cómo transmitirla de forma que traspase el batiburrillo de la sobrecarga informacional y llegue al público que la necesita y la desea» (Philip Meyer, 1993: 26). Y en la respuesta a esos desafíos en el escenario del cambio tecnológico deberán trabajar los periodistas y lo tendrán que hacer, de forma especial, en los cibermedios, que han roto viejas fronteras existentes para los medios tradicionales y han hecho que la información adquiera un nuevo significado.

Ése es el camino a seguir. Y, con estos objetivos periodísticos para los cibermedios, debemos tener en cuenta que es en el campo creativo de la cultura donde podemos descubrir modelos que se avecinan, lecciones del pasado e ideas para la formulación de nuevas propuestas. La información cultural hoy tiene como objetivo la construcción de mensajes para contar lo que ocurre en ese mundo cultural en toda su complejidad, propiciar debates, analizar tendencias y fomentar el avance del pensamiento, porque actualmente nadie pone en duda que la dimensión simbólica y la económica de la cultura se complementan. Quizás por ello no esté de más buscar en los cibermedios culturales alguna idea para anticiparnos a lo que viene de la mano de lecciones extraídas de la herencia cultural del pasado. En este sentido, la articulación de modelos de productos innovadores en el campo de los cibermedios, bien públicos o privados, siempre resulta sugerente y permite nuevos campos de experimentación para repensar alternativas a las amenazas del próximo final que algunos científicos anuncian para el periodismo. Y la Universidad, mediante iniciativas de investigación aplicada, tiene la oportunidad de intervenir con propuestas que, a modo de semillero, sirvan de ejemplo y se inserten en los distintos ámbitos de la sociedad.

LA CALIDAD ES POSIBLE TAMBIÉN EN LA RED

Un análisis del panorama actual mediático indican que conviven los soportes tradicionales y los nuevos. Y, a juzgar por la evolución de Internet en los

últimos años, que se ha convertido en un eje central de la actividad social y económica de los países desarrollados (Manuel Castells, 2001: 275), los cibermedios han definido su papel y han consolidado un hueco en el sistema de medios. Pero todos los medios, indistintamente de cual sea su soporte, tienen la información como materia prima, como base de su actividad y de su negocio. En todos estos medios los periodistas destacan como los mediadores profesionales que cuentan lo que pasa en la sociedad. De ahí que parece inevitable que el ciberperiodismo, después de su nacimiento y de dar los primeros pasos, prosiga su camino, porque ha venido para quedarse.

A pesar de los peligros que acechan al periodismo (José Luis Martínez Albertos, 1997: 57), en los cibermedios que hoy conocemos existe espacio para el buen periodismo. Los datos disponibles de estudios de casos concretos (nosotros hemos elegido el de Culturagalega.org) indican que es posible aplicar los principios periodísticos en los cibermedios, tanto en los de información general como en los de información especializada, sean públicos o privados. Y esta aplicación resulta especialmente alentadora en una iniciativa cultural, porque cultura y comunicación hoy, al igual que ha ocurrido en el pasado, van de la mano. Sus mundos se interseccionan y, por lo tanto, nos pueden aportar luz en la exploración sobre los desafíos actuales. Es por ello que hemos elegido un proyecto cultural y comunicativo nacido en los laboratorios de la Universidad y convertido en cibermedio por una institución pública de Galicia, el Consello da Cultura Galega, para nuestro análisis.

Después de casi seis años de funcionamiento de Culturagalega.org como medio de información cultural público en la red, los resultados muestran que es posible hacer ciberperiodismo con cierta calidad, que la retórica hipertextual encuentra eco en las jóvenes generaciones y que existen oportunidades para que el periodismo como hoy lo conocemos tenga continuidad a corto y medio plazo también en la red. La construcción de productos multimedia, hipertextual e interactivos resulta compatible con la esencia del periodismo, aunque, ciertamente, en un escenario complejo y de amenazas. En las manos de los promotores de productos, de los usuarios, de los periodistas y de la investigación universitaria está el desafío de abrir caminos y dar salida a las encrucijadas actuales.

Si me permiten, parafraseando al periodista y escritor Gabriel García Márquez, premio Nobel de literatura, en un análisis sobre el nuevo milenio⁸, concluiré diciendo que el ciberperiodismo no viene hecho de fábrica sino listo para

⁸ Gabriel García Márquez pronunció el 8 de marzo de 1999 un discurso titulado *Ilusiones para el siglo XXI* en la sesión inaugural del foro «América Latina y Caribe frente al Nuevo Milenio», celebrado en París. El escritor y periodista colombiano dijo: «un siglo no viene hecho de fábrica sino listo para ser forjado por ustedes a nuestra imagen y semejanza, y que sólo serán tan glorioso y nuestro como ustedes sean capaces de imaginarlo».

ser forjado tan imaginativo, creativo y eficaz como sea capaz la sociedad. Y ese ciberperiodismo, que aunque tiene mayoría de edad se encuentra en fase de crecimiento y desarrollo, ofrece nuevas oportunidades para el discurso de la diversidad cultural. Que se aprovechen esas posibilidades depende principalmente, como ya se ha expuesto en el VII Congreso de la Sociedad Española de Periodística⁹, de las propuestas que los académicos seamos capaces de presentar a los gestores y a los profesionales de la comunicación a partir de una investigación imaginativa y exigente.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Desde la Universidad, tenemos que afrontar los nuevos desafíos con respuestas concretas que muestren nuestros conocimientos y la viabilidad de la aplicación a proyectos bien estructurados. Entiendo que desde la Universidad es posible la realización de una oferta a la sociedad, siempre a partir de la experimentación en los laboratorios con productos innovadores, que recoja una gran variedad de modelos de cibermedios donde es posible la elaboración de periodismo de calidad. Esos productos de laboratorio pueden convertirse en iniciativas reales en el sistema de medios de la mano de la iniciativa pública –tenemos el ejemplo de Culturagalega.org– y de la privada –hay varios ejemplos que pueden servir de referencia–.

A partir de los principios enunciados, una opción para cambiar el actual panorama consiste simplemente en apostar por el diseño de políticas universitarias que contribuyan a que los investigadores hagamos lo posible para que no se desaprovechen las oportunidades que tenemos en este nuevo escenario y que amplían nuestro campo de actuación. Así evitaremos un posible ocaso del periodismo¹⁰, cuya muerte puede producirse en el 2020 si no llega a tiempo el remedio preciso (José Luis Martínez Albertos, 1997: 56), y alimentaremos la semilla de un ciberperiodismo que sólo puede asentar sus raíces sobre el periodismo heredado. A las heridas que presenta el periodismo¹¹ también hay que ponerles remedio desde la investigación académica y una buena forma la

⁹ Josep María Casasús concluyó su exposición sobre los «Nuevos conceptos teóricos para la investigación en periodismo digital» con esta afirmación que considero acertada y que debe guiar nuestros trabajos de exploración científica.

¹⁰ José Luis Martínez Albertos nos ha advertido de los riesgos de la era digital para el periodismo escrito y de la posibilidad de que algo nuevo esté a punto de nacer.

¹¹ El periodismo herido es una acertada metáfora del profesor José Manuel de Pablos para referirse a actitudes y acciones realizadas en prensa que se colocan más allá de los vastos límites de la norma profesional. José Manuel de Pablos se refiere a situaciones y posturas que lesionan el Periodismo. Varios estudios que realizó sobre casos en que el periodismo se ha apartado de su cometido de servicio a la sociedad aparecieron publicados en un libro que precisamente lleva por título de *El periodismo herido* (Foca, Madrid, 2001).

encontramos en el fomento de las nuevas oportunidades que ofrece el ciberperiodismo para el discurso de la diversidad cultural.

Desde mi punto de vista, hay pocas dudas acerca de un dato comprobado en las investigaciones realizadas en los últimos cinco años: en el nuevo soporte es posible el periodismo en profundidad y de calidad. Ciertamente, necesitamos repensar el periodismo y fortalecerlo, especialmente desde la Universidad. Para ello tenemos que reforzar el conocimiento teórico a fin de que la práctica sea un proceso de trabajo –la ejecución de un trabajo que necesitamos seguir y conocer–, pero que no puede condicionar la concepción del periodismo actual y del futuro. Este planteamiento, general para todos los soportes, tiene especial interés en los cibermedios, en esta fase inicial, en la que ha nacido el ciberperiodismo de la mano del periodismo heredado y de las características del nuevo medio.

Es ya un hecho comprobado que los cibermedios reúnen condiciones para prácticas profesionales que apliquen técnicas de investigación, precisión y profundidad, entre otras. Que exista esa posibilidad no quiere decir que los cibermedios actuales la apliquen. Quizás por eso hoy resulte necesaria la búsqueda de nuevas técnicas y herramientas que garanticen la profundidad y la explicación tanto en los medios tradicionales como en los cibermedios. Alguna ya existe y se aplica en cibermedios de información cultural, lo que resulta alentador para el ciberperiodismo, para la cultura y para el discurso de la diversidad, porque lo teórico y lo práctico son dos conceptos a menudo ingenuamente asumidos como opuestos, pero no lo son (Pilar Diezhandino, 1994a: 79). Necesitamos, por tanto, aportaciones teóricas y experiencias prácticas para asentar el camino del ciberperiodismo y fortalecerlo para el futuro que tiene por delante, que está repleto de desafíos.

Ciertamente, el periodismo es el producto de las condiciones culturales, sociales y políticas de un país y de una época (Furio Colombo, 1997: 9). Y el ciberperiodismo, como modalidad del periodismo, también. Es, por tanto, un camino con salida y la información cultural es una buena compañera de viaje en estos tiempos en que la diversidad cultural busca focos informativos y puntos de encuentro. Nuestra tarea es reforzar el conocimiento teórico y, en la medida de nuestras posibilidades, práctico para que el ciberperiodismo y la cultura aprovechen esas nuevas oportunidades por la senda del discurso de la diversidad.

Nadie duda que el periodismo y los periodistas tienen delante de sus ojos grandes desafíos, lo que supone decir que hay oportunidades y amenazas. Conocemos algunas oportunidades –alguna experiencia que enciende luces en el horizonte– y muchas amenazas –la posibilidad del fin del propio periodismo–. Pero hay posibilidades de vencer el desafío. En el periodismo heredado, de la mano de viejas y nuevas experiencias, encontramos muchas ideas que nos de-

ben permitir reinventar un periodismo que beba en el periodismo que nosotros hemos conocido y que dé respuestas a las nuevas necesidades de los usuarios de esta sociedad compleja que es la de la Información y el Conocimiento. En el Ciberperiodismo y en la cultura, así como en el «matrimonio» de ambos en productos de información especializada, encontramos algunas ideas para el fomento de la diversidad cultural y para asegurar la continuidad del periodismo en la era digital. Estamos ante el inicio de un largo y, esperemos, fructífero camino.

BIBLIOGRAFÍA

- BEZUNARTEA, O. (1998): «Redactar para informar», en O. Bezunarte, M. del Hoyo y F. Martínez, *Lecciones de reportismo*, Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- BUNGE, M. (1983): *La investigación científica*, Barcelona, Ariel Métodos (2ª edición corregida).
- CASTELLS, M. (2001): *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*, Barcelona, Plaza & Janés.
- COLOMBO, F. (1997): *Últimas noticias sobre el periodismo. Manual de periodismo internacional*, Barcelona, Anagrama.
- DE PABLOS COELLO, J.M. (2001): *El periodismo herido*, Madrid, Foca.
- DÍAZ NOCI, J. (2001): *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*, Bilbao, Universidad del País Vasco.
- DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA, R. (2003): *Manual de Redacción Ciberperiodística*, Barcelona, Ariel.
- DIEZHANDINO, M.P. (1994a): *Periodismo de servicio. La utilidad como complemento informativo en Time, Newsweek y U.S. News and World Report, y unos apuntes del caso español*, Barcelona, Bosch.
- DIEZHANDINO, M.P. (1994): *El quehacer informativo. El «arte de escribir» un texto periodístico*, Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- DOCAMPO, D. (2000): «A sociedade da información en Galicia hoxe e dentro de 20 anos», en VV.AA., *Galicia 2020*, Vigo, Ir Indo.
- ESTEFANÍA, J. (1999): «El periodismo, primer borrador de la historia», en D. Randall, *El periodista universal*, Madrid, Siglo XXI de España Editores.
- FRANQUET, R. (1999): «Comunicar en la sociedad de la información», en ZER, nº 7, diciembre.
- GÓMEZ Y MÉNDEZ, J.M. y LEAL, E. (2001): «Delimitación del vocablo Cibernética y otras voces tecnológicas en periodismo», en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº 7, pp. 95-107.
- LANDOW, G.P. (1995): *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*, Barcelona, Paidós.
- LÓPEZ, M. (1995): *Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación*, Barcelona, Paidós.
- LÓPEZ, X. (2003): «La retórica del hipertexto periodístico», en J. Díaz Noci y R. Salaverría, *Manual de Redacción Ciberperiodística*, Barcelona, Ariel.

- MARTÍN BARBERO, J. (2000): «Los géneros mediáticos y la identidad cultural de los pueblos», en G. Pastor, M.R. Pinto y A.L. Echeverri, *Cultura y medios de comunicación. Actas del III Congreso Internacional*, Salamanca, Universidad Pontificia de Salamanca.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. (1997): *El ocaso del periodismo*, Barcelona, CIMS.
- MEYER, F. (1993): *Periodismo de precisión. Nuevas fronteras para la investigación periodística*, Barcelona, Bosch.
- MURRAY, J.H. (1999): *Hamlet en la holocubierta. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*, Barcelona, Paidós.
- NEIRA, X.A. y LÓPEZ, X. (2000): «Cómo llevar las culturas minoritarias a la red. El caso gallego», en G. Pastor, M.R. Pinto y A.L. Echeverri, *Cultura y medios de comunicación. Actas del III Congreso Internacional*, Salamanca, Universidad Pontificia de Salamanca.

O PODER DOS MEDIA NO ESPAÇO EUROPEU DE COMUNICAÇÃO

JOÃO DE ALMEIDA SANTOS

Assessor do Primeiro-ministro do Governo Português.

O tema que aqui vos proponho, «*O poder dos media no espaço europeu de comunicação*», é fascinante. Mas muito vasto. Por isso, limitarei a minha intervenção à esfera política, reflectindo a partir de três casos, em três países da Europa do Sul: Portugal, França e Itália.

Através deles procurarei evidenciar o papel dos media na estruturação e funcionamento do espaço europeu de comunicação política, mostrando que eles funcionam como uma vasta rede de captação, processamento e redistribuição do capital simbólico que circula no espaço público, tornando-se, por isso, decisivos para a mediação política.

Proponho-vos algumas reflexões sobre os seguintes casos:

1) As *eleições autárquicas* em Lisboa, em 2005; 2) o caso *Ségolène Royal*, candidata à «*nomination*», pelo PSF, para as eleições presidenciais francesas; e 3) o caso *Berlusconi*, nas primeiras eleições legislativas a que concorreu, em 1994, mas também nas últimas, em 2006.

Três *casos*, três *países*, três *planos* distintos: eleições autárquicas, eleições legislativas e eleições presidenciais. Três casos, a mesma questão: *o poder político dos media no espaço europeu de comunicação política.*

1. A posição do candidato do Partido socialista à Câmara Municipal de Lisboa, Manuel Maria Carrilho, em 2005, expressa no livro «*Sob o signo da verdade*», *escrito para justificar a derrota eleitoral* –em 8 meses, o PS passou, em Lisboa, de 42,48%, nas legislativas de Fevereiro, para 26,56%, nas autárquicas de outubro–, encontrando *a causa* numa conspiração dos *media*, a seu dano, *tem uma virtude*: é um depoimento frontal e radicalmente crítico *sobre o poder mediático nas suas relações com a política* –o

seu funcionamento instrumental e os graves desvios ao *código normativo de referência*. Mas tem também um *grave erro*: abraça uma «*teoria da conspiração*» não aceitável e rejeitada pela melhor tradição teórica sobre comunicação política.

É certo que a política tem vindo a *personalizar-se*, lá onde o *mandato de confiança num líder* vale, eleitoralmente, mais do que todo um programa. Por isso, uma *má performance mediática do líder* pode produzir desastrosos efeitos políticos. É claro, por outro lado, que a dimensão subjectiva e instrumental está, sem dúvida, também presente no sistema mediático e tem meios para se exprimir. Mas, no essencial, *os media funcionam hoje como um sistema, sem um centro preciso de comando*. A própria dinâmica do mercado tende a anular esta tendência. O que acontece é que, *quando o sistema «internaliza» uma determinada tendência, ela tende a reproduzir-se até à exaustão informativa*. Até porque os agentes do sistema mediático funcionam em *circuito expansivo interno*, numa lógica que Pierre Bourdieu designou por «*circulação circular*» da informação: os agentes do sistema interagem comunicativamente produzindo um efeito em espiral, que *tende a descolar a informação da sua fonte originária para se reproduzir como informação em torno da informação*. Uma espécie de *hipertexto*, dir-se-ia. É assim que pode acontecer um efeito *aparentemente* explicável por uma «*teoria da conspiração*». Acresce que as *tendências mais amigas do sistema, como está abundantemente comprovado*, são hoje aquelas que com mais facilidade se impõem no mercado da informação. A *empresarialização* e a *financiarização* do universo mediático têm vindo a favorecer uma tendência que vem sendo designada por *tabloidização*, com *efeitos desestabilizadores* sobre o uso equilibrado do próprio *código normativo de referência*, que deve orientar a prática informativa.

Ora, a provável explicação para o que aconteceu em Lisboa, *em termos de media*, foi que a *má performance mediática e a colagem expressiva e múltipla do candidato ao universo tablóide*, que tanta notoriedade lhe deu, *induziu comprováveis efeitos negativos sobre todo o sistema informativo*. Efeitos que se abateriam sobre a sua campanha eleitoral.

Por outro lado, é necessário reconhecer que *sendo forte o poder dos media sobre a decisão político-eleitoral*, eles não têm capacidade para anular a *componente orgânica do voto*. Os grandes blocos político-ideológicos mantêm uma *pregnância eleitoral incontornável*. A derrota não é, pois, atribuível a uma *conspiração mediática*, a um «*golpe de Estado mediático*», para usar a fórmula de Paul Virilio, por mais que se assuma que a crescente *personalização da política* aumenta, de facto, o poder da variável mediática. *A verdade é que, num caso muito conhecido, o caso de Berlusconi, em 1994, e possuindo este empresário-político um poder de fogo mediático extraordinário (equivalente ao da televisão pública), e em ambiente de per-*

sonalização extrema do confronto político, os estudos demonstraram que somente cerca de 10% do eleitorado foi condicionado decisivamente, pelos media, para votar Berlusconi. Neste caso extremo, mas também em geral, o que se admite é que os *media* possam fazer a diferença relativamente a blocos previamente muito equilibrados. Isto em campanha eleitoral, já que os diagnósticos sobre *os efeitos prolongados* –fora das campanhas– são tão difíceis de verificar como *certos sobre mundividências e quadros cognitivos que determinam as escolhas e as decisões político-eleitorais.*

O que, na realidade, se verificou foi que o candidato a Presidente da Câmara não conseguiu sequer mobilizar a *componente orgânica do voto socialista*, numa eleições extremamente personalizadas como eram as eleições autárquicas de 2005, em Lisboa.

2. O segundo caso é o de Ségolène Royal. Ora, um dos dilemas que emergiram com estas primárias do PSF foi o seguinte: *democracia orgânica* ou *democracia mediática*? Depois de afastada a questão de saber quem trataria dos filhos de Maman Ségolène, irrompeu em cena uma nova questão, posta por 143 mulheres militantes socialistas que não se conformavam com o *excesso de poder dos media e das sondagens*, com a *marginalização dos militantes* e com a aparente *redução da corrida ao Eliseu a uma questão puramente mediática*. Do que se tratava, aparentemente, era da condenação de um desvio ilegítimo do sistema democrático: «com os “media” e as sondagens procura-se contornar a democracia militante», diziam. Ou, como dizia Jean-Louis Andreani, no «Le Monde»: «A confirmação do “fenómeno Royal” representaria mais um passo para a democracia “de opinião” –alimentada pelos *media* e pela sociedade civil– e um novo recuo da democracia “de partido”». A propósito da candidatura de Ségolène Royal ressurgia, assim, a questão da *dimensão orgânica da democracia* em relação à sua *dimensão mediática*. A candidatura decorreria de uma sua forte presença na *opinião pública*. Segundo os seus críticos e críticas ela representaria à perfeição *o modelo simulacral e o exercício cenográfico da política, o triunfo do «look» sobre as ideias, a exaltação da cosmética sobre os conteúdos programáticos*. Situação bem retratada pelo crítico e ex-ministro Daniel Vaillant: «quando for o momento», diz, «os franceses quererão um presidente com um projecto, não cosméticos».

À *questão doméstica* juntava-se, aqui, a *questão cosmética*.

Seja como for, esta questão agenda, de facto, os problemas que resultam da civilização mediática: *subalternização da componente orgânica da política democrática e conseqüente colonização mediática dos próprios processos de decisão internos*. Em primeiro lugar, pela possibilidade de *acesso directo, e não orgânico*, dos líderes aos militantes; e, em segundo lugar, pela *autoridade social* que os *media* conferem aos seus escolhidos. Lembram-se do que disse Clinton aos jornalistas, em 1993, num célebre jantar? Disse:

«Sabeis por que razão posso ignorar-vos nas conferências de imprensa? Porque Larry King me libertou de vós, pondo-me em contacto directamente com o povo americano!».

Se isto vale para as *elites mediáticas*, com mais razão vale para as *elites orgânicas partidocráticas*!

Compreende-se, pois, a reacção do aparelho a tudo o que possa parecer *directa importação de valor público extra-partidário para o interior dos partidos sem explícita mediação orgânica*.

O «ségolisme» nasceu aparentemente como «bolha mediática», como produto instantâneo dos «media. Mas porquê ela? Porque é mulher? Porque tem quatro filhos? Porque se enquadra à perfeição nos «estereótipos» televisivos? Ou é porque o seu conceito político se aproxima, de facto, mais da «Lebenswelt» pós-moderna do que da política clássica? Porque rompe com a tradicional «grande narração» política, estilizando fronteiras e visões projectuais e construtivistas da política? Porque se aproxima da ideia de «life politics», como sustenta Zaki Laïdi?

A ideia de «life politics», da política como expressão do «vivido», como emergência vital –e não como dedução conceptual–, é aquela que maiores afinidades possui com a lógica e o discurso televisivos. Não é por acaso que a televisão sempre foi desdenhada pela esquerda cultural como produto de direita e mecânica exaltação da vida quotidiana, do anónimo, do residual, do fragmentário. Ou como mera reconstrução narrativa da realidade quotidiana, sem mediação conceptual (que não fosse instrumental) e crítica. O «vivido», sendo o alimento principal do discurso televisivo, surge como o alimento essencial da chamada «life politics», como «*intensity*», numa interessante aproximação ao registo essencial da mundividência pós-moderna. Pois bem, o «ségolisme» desenvolve-se nos termos dessa «life politics» que parte de baixo, dos problemas do dia-a-dia e que anula a distinção entre alta política e vida quotidiana. Tal como a lógica televisiva, que tende a transformar o cidadão anónimo no verdadeiro protagonista do espaço público e o pequeno problema no centro problemático da sociedade. Diz Laïdi que é por isso –*porque «cada cidadão é portador de uma verdade, de um fragmento de experiência e de saber»*– que Ségolène Royal é a única personalidade política que «suscita a simpatia dos bloguistas, precisamente porque a filosofia dos blogues repousa na ideia de que cada um pode contribuir com o seu saber, a sua experiência, ao comunicá-la aos outros». A verdade é que as relações orgânicas, mantendo a sua importância estrutural na coesão política, cederam parte da centralidade que antes possuíam a um novo tipo de *organicidade simbólica, obtida essencialmente através dos media*.

Por tudo isto, talvez já não seja possível considerar o «ségolisme» como simples «*bolha mediática*», como aconteceu logo no início do processo.

Acontece que Ségolène veio propor a constituição de «*jurys citoyens*» para julgar ou preparar a acção dos titulares dos cargos públicos, quando tomou conhecimento que «60% dos franceses consideram os responsáveis políticos “*plutôt corrompus*”». A proposta foi muito criticada, porque problemática do ponto de vista da democracia representativa. Ela faz-me pensar nas famosas «*sondagens deliberativas*», de James Fishkin. A ideia é que as políticas sejam avaliadas por quem mais directamente sofre os seus efeitos. Ora, a verdade é que já existe um controlo político regular da actividade dos titulares de cargos públicos feito quer pelo corpo eleitoral quer pelo Parlamento.

Ségolène tende a partilhar com os cidadãos uma real distância crítica em relação à classe política tradicional. A começar no papel que as estruturas orgânicas do PSF (não) desempenharam na emergência da sua própria candidatura. E na imposição prática das primárias. Depois, *na sua agenda*: nos temas, algo fracturantes, que tem vindo a lançar na agenda política e mediática nacional. E, finalmente, no *registo político* que preside à construção da sua própria *agenda*. Sabe-se a atenção que, desde os tempos da sua colaboração com François Mitterrand, ela dá aos estudos de opinião, havendo quem lhe chame «*madonna das sondagens*» ou «*opiniómana*». «*Je devore ça*», diz das sondagens. Por isso, ela está «*en phase avec les profondeurs de la société*».

Independentemente das excessivas ondulações que têm vindo a conhecer muitas das suas posições (sobre, por exemplo, o enquadramento militar dos jovens delinquentes, a «*ordem justa*» ou a democracia participativa), a verdade é que ela se move, sem dúvida, no ambiente próprio da «*democracia de opinião*», encontrando-se algo *distanciada da velha democracia representativa*, compreendendo a moderna exigência de *pública e permanente prestação de contas* e sentindo, por isso, necessidade de *dar uma resposta política à crise da representação clássica e ao sentimento de desafeição dos cidadãos* em relação à política.

Ségolène Royal move-se, portanto, num terreno político em profunda mutação, procurando respostas que se encontrem na *experiência sofrida dos cidadãos*. Mas ela poderia traduzir politicamente a ideia dos «*jurys citoyens*» noutra já em função, mas ainda não assumida teórica e politicamente: «*jurys médiatiques*». Ou seja, no «*médiatisme*»! Afinal, nas democracias ocidentais há muito que o controlo não institucional, mas socialmente reconhecido, do exercício do poder político é exercido pelo poder mediático, com toda a panóplia de profissionais especialistas e generalistas que o acompanham permanentemente, precisamente em nome do verdadeiro controlador remoto, o povo.

Mas a verdade é que também aqui os problemas estão a ser cada vez maiores!

3. É aqui que entra Berlusconi, *o verdadeiro sistematizador de uma nova forma de construção do espaço de comunicação política*, depois de experiências

fragmentárias, como as de Ross Perot, de Collor de Mello ou Pim Fortuyn. Vejamos.

É comum, nas interpretações mais variadas, dos sociólogos aos filósofos, explicar o sucesso de Berlusconi, em 1994, em termos de *triunfo da mundividência televisiva sobre as velhas formas e fórmulas ideológicas*. É certo que também aqui Berlusconi soube colher o tempo certo, *ocupando o espaço orgânico* deixado vago pela Democracia Cristã e fazendo inteligentes e diferenciadas alianças políticas. Mas a verdadeira revolução consistiu em *transpor para a política o método de construção das audiências televisivas (por «targets») em curso nos seus canais, importando não só métodos, mas também conteúdos*, em três andamentos:

1. Levantamento estatístico das *expectativas de consumo político*, transformando o *cidadão em consumidor/telespectador*, através de sondagens permanentes, de inquéritos e de estudos de opinião;
2. preparação de «programas»/fórmulas/discursos políticos adequados aos resultados obtidos nas pesquisas;
3. intervenção maciça dos seus meios de comunicação, inteligentemente doseados em função do quadro e das exigências legais.

Ou seja, representando Berlusconi a *nova televisão italiana privada* com os seus conteúdos revolucionários em relação ao cinzentismo da RAI «lottizzata» e algo moralista, ele preparou toda a campanha como se a FININVEST estivesse a lançar um *novo produto no mercado das audiências políticas*. A este plano juntou-lhe o poder de fogo mediático de que dispunha, com uma consciência do poder de influência dos *media* que a esquerda política e cultural não tinha, por ignorância e por preconceito em relação à cultura televisiva.

Cito, pois, alguns dados bastante significativos para a conquista do poder por Berlusconi, referentes à campanha eleitoral, com plena consciência de que foi na pré-campanha dos *spots* televisivos que residiu grande parte do seu sucesso:

1. Berlusconi teve, em *telepolítica*, durante a campanha, em 30 dias, *quase mais 15 horas* do que Occhetto, na categoria «espaço»; *mais cerca de 11 horas*, na categoria «atenção», e *mais cerca de 4 horas*, na categoria «presença».
2. Em termos de partidos, enquanto Forza Italia tinha 19,8% do tempo, em *telepolítica*, nos canais da FININVEST, o PDS tinha 10,6% do tempo nos mesmos canais.
3. Se compararmos, por exemplo, as percentagens de citações dos dois blocos políticos em *6 jornais* e em *6 telejornais*, durante a campanha (primeira semana e última semana, respectivamente) chegaremos à mesma conclusão: *Centro-direita: 55,34% e 64,88%; Centro-esquerda: 22,07% e 23,62%*.

Estes dados são esmagadores, ferem profundamente os princípios da *imparcialidade*, da *neutralidade* e do *equilíbrio* e demonstram que os *media* podem, de facto, fazer a diferença, provocando, como demonstrou Luca Ricolfi, uma *deslocação de cerca de 4 milhões de votos* em cerca de 40 milhões de eleitores.

Os *media* possuem, de facto, uma enorme capacidade de influência sobre a decisão político-eleitoral, quando funcionam em «bloco histórico» –para usar, um pouco abusivamente, o conceito gramsciano– com as forças políticas fundamentais, ou seja, aquelas que exprimem as grandes fracturas sociais e ideológicas.

Mas também é verdade que alguém poderia perguntar por que razão, afinal, Berlusconi perdeu as recentes eleições legislativas, quando o seu poder de fogo mediático era de longe superior ao que possuía em 1994, ou seja, quando controlava cerca de 90% da audiência televisiva nacional?

Deixo-vos, como resposta, só estes dados: somando os votos da Câmara dos Deputados e do Senado, a coligação de Berlusconi obteve mais cerca de 400 mil votos do que o centro-esquerda em território nacional, o qual, por sua vez, colmatou esta mesma diferença, com uma pequeníssima vantagem, com a soma dos votos, para a Câmara dos Deputados e para o Senado, dos italianos residentes no estrangeiro.

A reflexão é, pois, esta: o centro-esquerda ganhou as eleições graças ao contributo dos italianos não sujeitos directamente ao poder de fogo mediático de Berlusconi. Porque, afinal, a vitória do centro-esquerda no estrangeiro foi esmagadora se comparada com os míseros resultados obtidos num território ocupado pelos *media* controlados por um Berlusconi que deixou o País em grandes dificuldades económicas e financeiras e que passou o tempo a legislar em proveito próprio (veja-se, por todos, o excelente livro de Alexander Stille, *Citizen Berlusconi*, Milano, Garzanti, 2006, pp. 319-326).

Os exemplos que aqui vos deixei são mais do que exemplos, no meu entendimento. *Eles já representam uma nova época que nasce na história da democracia e evidenciam o papel decisivo dos media na estruturação do espaço público político europeu, com fortes efeitos constituintes nas decisões político-eleitorais dos cidadãos.*

IV
LA INVESTIGACIÓN IBÉRICA
EN COMUNICACIÓN.
BALANCE Y PERSPECTIVAS

SOBRE A GÉNESE E O DESENVOLVIMENTO DAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO EM PORTUGAL: RACIONALIZAR E INTERNACIONALIZAR

JOSÉ REBELO

*Professor Associado com Agregação, do Departamento de Sociologia
do Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE)*

Um professor é um investigador que ensina. Falando como Saussure, ensino e investigação constituem o recto e o verso da mesma folha papel. Proponho-me por isso, nesta minha comunicação ao III Congresso Ibérico das Ciências da Comunicação, abordar o estado das ciências da comunicação em Portugal na dupla vertente que acabo de referir.

I. BREVE INCURSÃO HISTÓRICA

O primeiro curso superior na área das ciências da comunicação data de 1979, com a abertura de uma Licenciatura em Comunicação Social na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa¹. A partir de finais da década de oitenta, assiste-se, porém, a uma verdadeira explosão de cursos superiores, públicos e privados, com designações várias – comunicação social, jornalismo, ciências da comunicação. Para tal explosão contribuíram razões internas ao campo dos media e razões externas, de natureza económica, institucional ou política.

Razões internas:

¹ Para trás ficam dois projectos virados para a formação profissional em jornalismo. Projectos de natureza prática, portanto. O primeiro, anunciado em 1971, deve-se a uma iniciativa do Sindicato de Jornalistas. O segundo, já em regime democrático, inscreve-se no plano de actividades da Secretaria de Estado da Comunicação Social, do II Governo Constitucional. Para trás fica, igualmente, um esboço de curso de três anos lançado, em 1973, pelo grupo Quina. Curso esse que, sem nunca ter alcançado especial notoriedade, se extinguiu, com a dissolução do próprio grupo, em 1975.

1. Privatizações e criação de novos jornais diários de circulação nacional;
2. Edição de revistas destinadas a explorar nichos de mercado, em termos de novos públicos ou de novos produtos;
3. Proliferação de estações de rádio e acesso de operadores privados à produção televisiva².

Razões externas:

1. Dinamização da administração pública, central e local;
2. Desenvolvimento do tecido empresarial, com a consequente abertura de novas vias profissionais, em particular nos sectores do marketing, da publicidade e das relações públicas;
3. Multiplicação de universidades privadas e incremento do ensino politécnico.

Segundo um estudo encomendado pela representação em Portugal da Comissão Europeia, existiam, no ano lectivo de 1996, mais de três dezenas de cursos deste tipo, frequentados por cerca de 6.500 alunos.

Sem qualquer pretensão de exaustividade enunciam-se alguns pontos fracos que sobressaem do sistema assim construído:

1. Dificuldades na determinação do objecto de ensino confundindo-se, frequentemente, jornalismo, comunicação, relações públicas e publicidade;
2. Dificuldades na definição dos destinatários o que, nalguns cursos, implicou a mistura, nem sempre pacífica, de públicos bem diferenciados –jovens candidatos à profissão de jornalista, candidatos a outras profissões mais ou menos relacionadas com os *media*, jornalistas profissionais em busca de uma legitimidade académica, futuros professores e investigadores;
3. Dificuldades na formação de docentes capazes de dar resposta à criação, em catadupa, de bacharelatos e de licenciaturas (muitos jovens docentes iriam funcionar como agentes amplificadores dos erros acumulados ao longo do seu próprio percurso enquanto estudantes);
4. Dificuldades na adequabilidade dos conteúdos à realidade social portuguesa motivadas, sobretudo, por uma transposição automática de saberes adquiridos no estrangeiro;

Dificuldades que se explicam, em suma, pelo desfasamento entre os ritmos de desenvolvimento do ensino e da investigação. É que, se o ensino no campo dos *media* é, em Portugal, de fresca data, que dizer, então, da investigação?

² A legislação, abrindo os sectores da Rádio e da Televisão à iniciativa privada, é aprovada no Parlamento português em, respectivamente, 1988 e 1990.

Tal como sucedeu com a abertura da primeira licenciatura é, também, na Universidade Nova de Lisboa que surge, em 1983, o primeiro centro de investigação, o Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens, promotor, dois anos após a sua fundação, da Revista de Comunicação e Linguagens –primeira iniciativa editorial do género–. É, ainda, na Universidade Nova que se realizam, em 1990, as primeiras provas de doutoramento na área.

E o exemplo frutificou.

De 1997 a 2001, instituem-se sete novos centros, nas universidades públicas do Porto, do Minho, da Beira Interior, de Lisboa e de Aveiro, assim como na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, de estatuto privado. Ligado à Universidade Nova de Lisboa constitui-se um outro centro, o Centro de Investigação Média e Jornalismo. No seu conjunto, estes centros, devidamente reconhecidos pela FCT³, acolhem 278 investigadores, entre doutorados, mestres e licenciados. Como se pode verificar, pelo Quadro I, a respectiva avaliação, a cargo da FCT, é geralmente baixa: nenhum está cotado com «Excellent»; apenas um merece a classificação de «Very Good»; a três foi atribuída a menção «Good» e aos restantes a menção «Fair». O facto explica-se pela história recente dos centros. Mas explica-se, também, pela composição das equipas de avaliação cujos membros foram, até agora, sistematicamente recrutados em áreas de conhecimento exteriores às ciências da comunicação.

Com o dealbar do século XXI, aparecem, nos escaparates, seis novas revistas científicas cujas páginas são preenchidas ou com textos assinados por membros dos centros que as editam ou com colaborações externas, em especial estrangeiras: *Comunicação e Sociedade*⁴, *Caleidoscópio*, *Trajectos*, *Media & Jornalismo*, *Comunicação Política*, *Comunicação e Cultura*. Prevê-se a publicação, em abril de 2007, de *Estudos em Comunicação*, revista do Laboratório de Comunicação e Conteúdos on-line, da Universidade da Beira Interior⁵.

Enfim, ao doutoramento pioneiro, na Universidade Nova, sucedem-se muitos outros, alguns dos quais, assinala-se, empreendidos por conceituados jornalistas

³ Para além dos centros de investigação reconhecidos pela FCT, outros há que desenvolvem actividade meritória nas ciências da comunicação, como o Centro de Estudos de Comunicação e Cultura, da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa; o Centro de Estudos de Comunicação, o Centro de Estudos e Recursos Multimidiáticos e o Centro de Estudos sobre Texto Informático e Ciberliteratura, todos da Universidade Fernando Pessoa. Anuncia-se para breve a formalização, no Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE), de um Centro de Estudos de Comunicação e Cultura.

⁴ Formalmente, *Comunicação e Sociedade* iniciou-se em 1987. Mas só a partir de 2002 foi editada de forma regular.

⁵ Acrescentem-se algumas revistas de índole corporativa como *Meios*, da Associação Portuguesa da Imprensa-AIND, *JJ-Jornalismo e Jornalistas*, do Clube de Jornalistas e *Tendências XXI*, da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações. De aspecto gráfico cuidado, conferem particular atenção às relações entre a escola e a profissão.

QUADRO I. Centros de Investigação (reconhecidos pela FCT)

<i>Centro</i>	<i>Universidade</i>	<i>Ano de fundação</i>	<i>Investigad. (total)</i>	<i>Doutorados elegíveis</i>	<i>Avaliação FCT</i>
Centro de Estudos das Tecnol., Artes e Ciências da Comun (CETAC. COM)	Univ. do Porto (Fac. de Letras)	2001	30	10,5	«Fair»
Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens (CECL)	Univ. Nova de Lisboa (Fac. de Ciências Sociais e Humanas)	1983	46	21,5	«Good»
Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS)	Universidade do Minho (Inst. de Ciências Sociais)	2002	28	13	«Very Good»
Centro de Investigação Media e Jornalismo (CIMI)	Univ. Nova de Lisboa (Fac. de Ciências Sociais e Humanas)	1997	24	12	«Good»
Centro Interdisciplinar de Ciência, Tecnologia e Sociedades	Univ. de Lisboa	1998	36	9	«Fair»
Centro de Investigação em Comunicação Aplicada, Cultura e Novas Tecnologias (CICANT)	Univ. Lusófona de Humanidades e Tecnologias	2000	36	19	«Fair»
Laboratório de Comunicação e Conteúdos on-line (LABCOM)	Univ. da Beira Interior (Dept. Comunicação e Artes)	2000	28	10	«Good»
Unidade de Investigação em Comunicação e Arte (UnIca)	Univ. de Aveiro (Dept. Comunicação e Artes)	1997	50	30	«Fair»

FONTE: Sítios institucionais dos Centros de Investigação; Sítio institucional da FCT.

QUADRO II. Revistas Científicas

<i>Nome</i>	<i>Instituição</i>	<i>Início publicação</i>	<i>Números já publicados</i>
<i>Revista de Comunicação e Linguagens</i>	Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens (CECL)	1985	37
<i>Comunicação e Sociedade</i>	Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS)	1987	8
<i>Caleidoscópico</i>	Centro de Investigação em Comunicação Aplicada, Cultura e Novas Tecnologias (CICANT)	2001	6
<i>Trayectos</i>	Centro de Estudos de Comunicação e Cultura (CESC/ISCTE) (em formação)	2002	10
<i>Media & Jornalismo</i>	Centro de Investigação Media & Jornalismo (CIMJ)	2002	9
<i>Comunicação Pública</i>	Escola Superior de Comunicação Social (Instituto Politécnico de Lisboa)	2005	4
<i>Comunicação & Cultura</i>	Universidade Católica Portuguesa	2006	3
<i>Observatorio</i>	Observatório da Comunicação	2000	11 ⁶

FONTE: Sítios institucionais dos Centros de Investigação; Sítio institucional da FCT.

que se reciclaram no ensino e na investigação universitária⁷. Punha-se, assim, ponto final na polémica, ou melhor, no divórcio que, anos a fio, afastou a prática jornalística, da reflexão teórica sobre essa actividade. Actualmente, existem programas doutorais, embora de qualidade variável, em universidades públicas e privadas, por vezes, como no Instituto Superior de Línguas e Administração e no Instituto Miguel Torga, através da celebração de protocolos com Universidades espanholas. Da análise do Quadro III, ressaltam ainda os casos da Universidade Autónoma Luís de Camões e da Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa: impedidos de abrir cursos de doutoramento⁸, estabeleceram acordos

⁶ Esta revista passou a ser editada on-line, em formato Open Access.

⁷ Ao reconhecer formalmente as competências profissionais, o Processo de Bolonha facilita esta passagem da prática jornalística à reflexão sobre o jornalismo, permitindo a inscrição em Mestrados e em Doutoramentos de jornalistas que, não sendo titulares de uma licenciatura, apresentam um curriculum profissional particularmente relevante. No ISCTE, frequentam, actualmente, cursos de mestrado e de doutoramento em Sociologia, na área da Comunicação e da Cultura, respectivamente 3 e 6 jornalistas não licenciados.

⁸ O Decreto-Lei 74/2006, de 24 de março, regulamentando as alterações introduzidas no ensino superior pela aplicação do Modelo de Bolonha, veda expressamente ao Politécnico a possibilidade de organizar cursos de doutoramento. No seu artigo 57, nº 3, enuncia, por outro lado, uma série de requisitos (corpo docente próprio, constituído, na sua maioria, por titulares do

QUADRO III. Doutoramentos

<i>Estabelecimentos de ensino</i>	<i>Domínio</i>	<i>Parcerias/Protocolos</i>
Univ. de Aveiro	Ciências e Tecnologias da Comunicação	
Univ. da Beira Interior	Ciências da Comunicação	
Univ. Nova de Lisboa. Fac. de Ciências Sociais e Humanas	Ciências da Linguagem e da Comunicação	
Univ. do Minho	Ciências da Comunicação	
Inst. Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa	Sociologia (Área da Comunicação e Cultura)	
Univ. Católica Portuguesa	Ciências da Comunicação	
Inst. Politécnico de Lisboa. Escola Superior de Comunicação Social		Univ. Complutense de Madrid
Univ. Autónoma de Lisboa Luís de Camões		Univ. Complutense de Madrid
Univ. Fernando Pessoa	Ciências da Informação	
Inst. Superior de Línguas e Administração (Santarém, Vila Nova de Gaia, Leiria ou Bragança)	Gestão da Comunicação	Univ. de Vigo
Inst. Superior Miguel Torga	Cultura e Psicossociologia da Comunicação	Univ. de Extremadura

FONTES: Sítios institucionais dos estabelecimentos de ensino.

com a Universidade Complutense permitindo aos seus doutorandos seguirem, em Lisboa, a maior parte das aulas, ministradas por professores espanhóis e portugueses. As provas públicas de defesa da tese têm lugar na sede da universidade madrilenha que emite os títulos de doutoramento. Tal procedimento tem-se revelado especialmente eficaz no que respeita à qualificação académica de docentes dos dois estabelecimentos implicados que obtêm, assim, o grau de doutoramento em condições de tempo relativamente rápidas.

Muitas das teses de doutoramento apresentadas ao longo dos últimos anos encontram-se publicadas graças ao interesse comercial que os temas de comunicação passaram a ter junto de numerosos editores. Se exceptuarmos pequenos ensaios, dados à estampa em anos anteriores, é na mudança de século que

grau de doutor e experiência acumulada de investigação sujeita a avaliação, nas áreas científicas onde se pretende abrir o curso de doutoramento) que, tendo em conta os recursos disponíveis na maioria das universidades privadas, as impede, na prática, de materializar tais intentos.

desponta, de facto, algum dinamismo editorial: colecções e mais colecções são lançadas pela Editorial Notícias, MinervaCoimbra, Verbo, Campo das Letras, Vega, e pelos Livros Horizonte. Outras editoras, como Celta, Afrontamento, Gradiva, Presença, Caminho, Hugin, A Regra do Jogo, Quimera, Século XXI, Assírio & Alvim, Livros e Leituras, direccionam obras para o mesmo público, em crescimento exponencial, constituído, essencialmente, por estudantes do ensino superior.

Na sua quase totalidade, os livros publicados culminam investigações levadas a cabo sem qualquer apoio oficial. Com efeito, as estatísticas da FCT revelam-nos que, só a partir de 1999/2000, são financiados projectos de investigação em Ciências da Comunicação e que os montantes envolvidos são irrisórios: pouco mais de um milhão de euros em cinco anos...

QUADRO IV. Projectos de investigação

<i>Ano</i>	<i>Apresentados a concurso</i>	<i>Aprovados</i>	<i>Financiamento global (euros)</i>
1999/2000	19	5	419.469
2001	10	2	104.740
2002	15	7	228.100
2004	30	12	316.500
2006	47	?	?

FONTE: Sítio institucional da FCT.

II. COM A APLICAÇÃO DO MODELO DE BOLONHA, UMA NOVA LÓGICA DE AQUISIÇÃO E RENTABILIZAÇÃO DE SABERES

Vive-se um período de transição caracterizado por dois aspectos fundamentais: crise no mercado de trabalho afectando, muito especialmente, jovens em busca do primeiro emprego; mudanças estruturais no sistema de ensino superior, aceleradas, aliás, pelo Processo de Bolonha que, segundo fontes do Ministério da Ciência e do Ensino Superior, estará aplicado em cerca de 90% do sistema, no próximo ano lectivo.

1. O mercado de trabalho

Passada a euforia inicial, há sinais inquietantes de estagnação para não dizer recessão, do emprego, quer no domínio do jornalismo, quer no domínio do marketing ou das relações públicas.

Gradualmente, as autarquias, os ministérios, as secretarias de Estado, os grandes grupos económicos e financeiros foram preenchendo as suas assessorias

rias. A criação de novos postos de trabalho dependerá, doravante, da normal rotatividade de pessoas e de funções.

Por outro lado, nas estações de rádio, locais e regionais, onde a liberalização provocara uma profusão de pequenos empregos a tempo parcial, a ordem, agora, é de restringir.

E o mesmo acontece nos canais privados de televisão. Em espaços de tempo muito curtos, tiveram de constituir as respectivas redacções. Por isso contrataram. Sobretudo jovens. Em regra, a título precário. Num segundo momento, porém, impôs-se a regra da operacionalização dos recursos. A porta começou, então, a fechar-se, pelo que as hipóteses de contratação se tornaram cada vez mais escassas.

E o mesmo acontece na televisão pública. Primeiro, alargaram-se os efectivos e investiu-se na aquisição de novos produtos. Tratava-se de enfrentar a concorrência, mesmo que isso implicasse uma subida incontrolada dos custos de exploração da empresa. Num segundo momento, porém, limitaram-se drasticamente as despesas. A todos os níveis. Ao nível de programas e ao nível de pessoal. Ao ponto de a representação demográfica dos trabalhadores da RTP, em particular no sector do jornalismo, assumir um curioso aspecto: inverteu-se a tradicional pirâmide de idades com todas as consequências desagradáveis que tal situação comporta, nomeadamente a intensificação de práticas rotineiras e, logo, o desencorajamento da inovação.

Compressão em estações de rádio. Compressão em canais de televisão públicos e privados. E na imprensa escrita?

Sujeita à concorrência movida pelos jornais gratuitos e pelas edições online, a imprensa escrita, salvo raras excepções, vê reduzir-se, drasticamente, as suas vendas e as suas receitas de publicidade. Nas redacções, generalizou-se um clima de incerteza.

Incerteza que, alargando o ângulo de observação, invade os grupos multimédia –Controlinveste, Impresa, Media Capital, Cofina, Impala– cujas estratégias flutuam ao sabor de relações de forças ainda distantes de um ponto de estabilização.

Note-se que a visibilidade social do emprego, própria da comunicação social, pode ter efeitos perversos. Se acentua as expectativas positivas em períodos de expansão, adensa as expectativas negativas em períodos de compressão. Ontem, talvez apressadamente, todos julgavam poder ser jornalistas mesmo que isso implicasse contratos a prazo, recibos verdes e, até, estágios não pagos. Hoje, começa a afirmar-se a ideia, talvez exageradamente pessimista, da impossibilidade de se exercer a profissão.

Seja como for, às perspectivas risonhas que, ontem, atraíam tantos jovens para os cursos de comunicação, sobrepõem-se, hoje, novos factores que recomendam alguma ponderação.

2. O ensino superior

Em consequência do novo conceito de família que sobreveio à revolução democrática, o índice de natalidade desceu consideravelmente. Daí que o número de jovens candidatos à entrada na universidade desça de ano para ano. Paralelamente e tirando proveito de fundos comunitários, as universidades públicas e os institutos politécnicos investiram em equipamentos e instalações pelo que os *numerus clausus*, praticados no ensino superior público, desde finais da década de setenta, estão em vias de desaparecer. Conjugados, estes dois factores contribuem para reduzir a capacidade de recrutamento dos estabelecimentos privados, já de si mergulhados num clima de descrédibilização provocado pela divulgação de casos graves de corrupção e incompetência que atingiram universidades como a Moderna e a Independente⁹.

A curto prazo, subsistirão, apenas, as universidades privadas escolhidas pela positiva, isto é, deixam de ter razão de existir aquelas cuja criação e expansão se baseou, quase exclusivamente, na necessidade de uma segunda escolha. Segunda escolha que, afinal, era uma não escolha. Referimo-nos, claro está, à escolha forçada dos estudantes que enveredaram pelo privado por não terem médias suficientes para entrar no sistema público.

É certo que a responsabilidade por alguns dos atropelos verificados neste domínio pertence, em grande medida, ao poder político. Foi o Estado quem homologou universidades e mais universidades sem avaliar a respectiva exequibilidade. Foi o Estado quem homologou licenciaturas e mais licenciaturas sem avaliar o respectivo interesse, no contexto económico e social português. Foi o Estado quem homologou listas e mais listas de professores sem, na altura, se incomodar nem com a sua qualidade nem com a sua origem. Caucionou, assim, situações de acumulação por parte de docentes que tinham assinado, com a universidade pública, contratos de prestação de serviços em regime de exclusividade.

Mas o que se antevê para o sistema privado também é válido para o sistema público. Subsistirão as licenciaturas, as faculdades, as universidades que

⁹ Com diferentes designações –Jornalismo, Comunicação, Comunicação Social, Comunicação e Jornalismo, Comunicação e Multimédia, Comunicação e Tecnologias da Informação, Ciências da Comunicação, Ciências da Comunicação e da Cultura– funcionam, actualmente, licenciaturas nos seguintes estabelecimentos de ensino superior privado: Universidade Autónoma de Lisboa Luís de Camões; Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Fernando Pessoa; Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias; Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Lusíada; Instituto Português de Estudos Superiores; Instituto Superior de Administração, Comunicação e Empresa da Guarda; Instituto Superior de Ciências da Informação e da Administração de Aveiro; Instituto Piaget, em Almada e em Mirandela; Instituto Superior de Línguas e Administração, em Leiria, Santarém e Vila Nova de Gaia; Instituto Superior Miguel Torga. Por sua vez, o ensino concordatário é assegurado pela Faculdade de Filosofia de Braga e pela Faculdade de Ciências Humanas de Lisboa. Ambas da Universidade Católica Portuguesa.

souberem definir adequadamente os seus objectivos. Que souberem investir na formação e na modernização dos seus docentes. Que souberem inovar e orientar os respectivos conteúdos em função das expectativas geradas numa sociedade em desenvolvimento. As outras, estarão condenadas a vegetar. Até que uma qualquer reestruturação as faça, pura e simplesmente, desaparecer.

Em todo o caso, a concorrência entre estabelecimentos públicos e privados é desenfreada: faz as delícias de jornais e revistas que, na altura do ano em que os futuros alunos universitários procedem às suas escolhas, publicam páginas inteiras de publicidade sobre novos cursos e novas especializações, enaltecendo o ambiente, as condições de trabalho desta ou daquela instituição de ensino.

Da observação dos Quadros V e VI, referentes ao ensino superior público, universitário e politécnico resulta que:

1. No ano lectivo 2006/2007, as universidades e os institutos politécnicos criaram mais de 2.300 vagas em licenciaturas, no âmbito das ciências da comunicação.
2. Para além das especialidades tradicionalmente incluídas no leque das ciências da comunicação –jornalismo, comunicação empresarial, relações públicas, marketing e publicidade– o sistema tem vindo a incluir outras áreas escolhidas em função da sua importância na actividade produtiva assim como da procura que suscitam por parte da população estudantil: Artes, Design, Multimédia e, sobretudo, Tecnologias da Informação e da Comunicação.
3. As ciências da comunicação estão presentes nas principais universidades do país, continente e regiões autónomas –Lisboa, Porto, Coimbra, Aveiro, Algarve, Beira-Interior, Minho, Trás-os-Montes e Alto Douro, Açores, Madeira– num total de 22 Licenciaturas.
4. Através dos institutos politécnicos (36 Licenciaturas), as ciências da comunicação estão presentes em muitas das chamadas cidades de média dimensão, do litoral e do interior –Beja, Castelo Branco, Guarda, Leiria, Portalegre, Santarém, Setúbal, Viana do Castelo, Viseu, etc.

Com a aplicação do modelo de Bolonha, as licenciaturas passaram de quatro ou cinco anos para três: redução geralmente interpretada como uma desvalorização só compensada pela frequência do mestrado de fileira, ou de investigação, correspondente. Por isso, licenciatura e mestrado de fileira, ou de investigação, foram rapidamente entendidos como partes de uma mesma unidade, isto é, como fases de um mesmo programa de estudos de cinco anos. Numerosos alunos concluíram, pragmaticamente, que nada de substancial teria mudado. Que a mudança teria sido, apenas, de nomenclatura. Conclusão sem dúvida apressada já que é toda uma nova lógica que se põe em marcha.

Em termos de funcionamento interno dos estabelecimentos de ensino superior, tal redução implicou dificuldades na organização da carga horária dos res-

QUADRO V. Licenciaturas. *Ensino Superior Público Universitário*

<i>Estabelecimento de ensino</i>	<i>Cursos</i>	<i>Vagas (2006)</i>	<i>Nota último colocado (2006/2007)</i>
Univ. dos Açores	Comunicação Social e Cultura	23	124,2
	Relações Públicas e Comunicação	25	120,3
Univ. do Algarve Fac. Ciências Humanas e Sociais	Línguas e Comunicação	30	108,7
Univ. de Aveiro	Novas Tecnologias da Comunicação	60	150,0
	Tecnologias e Sistemas de Informação	45	105,0
Univ. da Beira Interior	Ciências da Comunicação (1)	50	116,8
	Design Multimédia	40	107,4
	Tecnologias e Sistemas de Informação	20	134,8
Univ. de Coimbra Fac. Ciências e Tecnologia Fac. de Letras	Comunicações e Multimédia	40	107,0
	Jornalismo	40	153,0
Univ. de Lisboa Fac. de Letras Fac. de Belas Artes	Comunicação e Cultura	40	143,0
	Design de Comunicação	44	171,0
Univ. Técnica de Lisboa Inst. Sup. de Ciências Sociais e Políticas	Ciências da Comunicação	62	143,5
Univ. Nova de Lisboa Fac. de Ciências Sociais e Humanas	Ciências da Comunicação (2)	85	156,3
Univ. do Minho	Ciências da Comunicação (3)	60	135,0
	Tecnologias e Sistemas de Informação	80	106,8
Univ. do Porto Fac. de Letras Fac. de Belas Artes	Jornalismo e Ciências da Comunicação (4)	75	159,8
	Design de Comunicação	50	170,0
Univ. de Trás-os-Montes e Alto Douro	Ciências da Comunicação (5)	90	124,9
	Tecnologias de Informação e Comunic.	40	118,4
	Comunicação e Multimédia	35	126,1
Univ. da Madeira	Comunicação, Cultura e Organizações	35	140,0

Variantes:

(1) Jornalismo; Publicidade e Relações Públicas; Audiovisual.

(2) Cinema e Televisão; Comunicação, Cultura e Artes; Comunicação Estratégica; Jornalismo.

(3) Informação e Jornalismo; Publicidade e Relações Públicas; Audiovisual e Multimédia.

(4) Jornalismo; Assessoria; Multimédia.

(5) Jornalismo; Artes, Mediação e Espectáculos; Assessoria, Secretariado e Atendimento; Relações Públicas e Publicidade.

FONTES: Sítios institucionais dos estabelecimentos de ensino; Acesso ao Ensino Superior, Índice de Cursos.

QUADRO VI. Licenciaturas. Ensino Superior Público Politécnico

Estabelecimento de ensino		Cursos		Vagas colocadas (2006)	Nota último colocado (2006/2007)
Escola Superior de Educação de Beja	Educação e Comunicação Multimédia	30	106,1		
Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Mirandela	Tecnologias da Comunicação	40	101,5		
	Informática e Comunicações	30	?		
Escola Sup. de Tecnologia de Castelo Branco	Tecnologias da Informação e Multimédia	30	?		
Escola Superior de Educação de Coimbra	Comunicação Social	?	?		
	Comunicação e Design Multimédia	40	131,1		
	Comunicação Organizacional	?	?		
Escola Superior de Educação de Faro	Ciências da Comunicação	35	118,9		
	Design de Comunicação	30	127,1		
Escola Superior de Educação da Guarda	Comunicação e Relações Económicas	30	106,5		
	Comunicação e Relações Públicas	60	103,5		
Escola Superior de Educação de Leiria	Comunicação Social e Educação Multimédia	45	129,3		
	Relações Humanas e Comunic. Organizac	40	124,9		
Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa Instituto Superior de Engenharia de Lisboa	Jornalismo	50	158,0		
	Publicidade e Marketing	58	154,0		
	Relações Públicas e Comunic. Empresarial	58	151,0		
	Audiovisual e Multimédia	55	151,0		
	Engenh. de Redes de Comunic. e Multimédia	40	105,0		
Escola Superior de Educação de Portalegre Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Portalegre	Jornalismo e Comunicação	40	111,0		
	Design de Comunicação	45	107,4		
	Informação e Documentação	22	131,9		

QUADRO VI. Licenciaturas. Ensino Superior Público Politécnico (continuação)

Estabelecimento de ensino	Cursos	Vagas (2006)	Nota última colocada (2006/2007)
Instituto Politécnico do Porto	Tecnologia da Comunicação Audiovisual	25	127,2
Esc. Sup. de Est. Indust. e de Gestão do Porto	Ciências e Tecnologias da Docum. e Inform. Comunicação Empresarial	30	130,5
Inst. Sup. de Contabil. e Administra. do Porto	Artes Plásticas e Multimédia	45	148,5
Esc. Sup. de Educação de Santarém	Educação e Comunicação Multimédia	20	112,2
Esc. Sup. de Gestão de Santarém	Marketing e Publicidade	35	119,6
	Comunicação Social	35	11,7
Escola Sup. de Educação de Setúbal	Comunicação Social	38	126,8
Esc. Sup. Tecnologia e Gestão de V. Castelo	Tecnol. da Computação Gráfica e Multiméd.	30	125,9
Esc. Sup. de Educação de Viseu	Comunicação Social	40	116,4
Esc. Sup. de Tecnologia de Viseu	Artes Plásticas e Multimédia	25	118,0
	Tecnologias e Design de Multimédia	35	111,5
Esc. Sup. de Tecnologia de Tomar	Design e Tecnologia das Artes Gráficas	45	116,6
Esc. Sup. de Tecnologia de Abrantes	Comunicação Social	35	115,3
	Tecnologias de Informação e Comunicação	30	?

FONTES: Sítios institucionais dos estabelecimentos de ensino; Acesso ao Ensino Superior, Índice de Cursos.

pectivos docentes e, até, a não renovação de contratos a título precário, particularmente numerosos no sistema privado. A alternativa consistiu em multiplicar cursos de pós-graduação e mestrados temáticos, cujas propinas são bastante mais elevadas. Tal investimento, em pós-graduações e em mestrados, significou uma vantagem suplementar tanto para os estabelecimentos públicos como para os privados. Para os públicos que puderam aumentar os seus níveis de auto-financiamento, respeitando, assim, exigências formuladas pelo ministério de tutela. Para os privados que encontraram, nessa estratégia, uma forma de reutilizar os seus alunos e dissimular a diminuição de novas admissões. Diminui o número de candidatos ao ensino superior privado? Oferece-se, então, àqueles que já lá estão, ou àqueles que por lá já passaram, um novo produto.

O desemprego, por um lado, e a dificuldade ou impossibilidade em encontrar um primeiro emprego, por outro, ajudaram ao sucesso da operação. No primeiro caso, quando a actualização de conhecimentos é encarada como condição indispensável à eventual reorientação da carreira profissional. No segundo, quando jovens, cansados de uma procura vã, são compelidos a prolongar os seus estudos recorrendo, na melhor das hipóteses, a Bolsas de estudo: primeiro para mestrado, depois para doutoramento, depois para pós-doutoramento...

Funcionando, frequentemente, em regime pós-laboral, com programas dotados de grande plasticidade e concebidos para períodos curtos, de seis a doze meses, prosseguindo objectivos empíricos bem delimitados e correspondendo a necessidades detectadas no aparelho sócio-productivo, as pós-graduações exprimem a linguagem oficial, muito em voga, da flexibilização e da formação-aolongo-da-vida. Emergem, como cogumelos, em todos os campos. E o campo da comunicação não é excepção. Quanto aos mestrados, espécie de compromisso entre teoria e empiria, vão sendo inaugurados à medida que chegam as creditações ministeriais. Uns já estão em funcionamento, outros têm início previsto para o ano lectivo de 2007/2008. Embora mais abundantes nas universidades públicas, existem já em todos os outros sistemas escolares –no politécnico, no concordatário e no privado, como se pode ver nos Quadros VII e VIII–.

III. DEZ PISTAS PARA UM DESAFIO QUE EXIGE RESPOSTA URGENTE

Enquanto área disciplinar, as ciências da comunicação surgiram no século passado, primeiramente associadas aos grandes meios clássicos, como a rádio e televisão, preparando para a intervenção e procurando avaliar os seus efeitos sobre uma sociedade marcada por media escritos, como a imprensa. À medida que as estruturas tecnológicas se foram aperfeiçoando e massificando, nomeadamente com a difusão dos computadores pessoais e, posteriormente, com a sua ligação em rede, as ciências da comunicação acrescentaram aos estudos tradicionais, os referentes aos novos media, às culturas do virtual e à emergência

QUADRO VII. Mestrados. Ensino Superior Público, Universitário e Politécnico

<i>Estabelecimento de ensino</i>	<i>Cursos</i>	<i>Variantes. Áreas de especialização</i>	<i>Vagas</i>
Univ. de Aveiro	Comunicaç. Multimédia Multimédia em Educação		10
Univ. da Beira Interior	Comunicação Audiovis. e Multimédia		?
Univ. de Coimbra Fac. de Letras	Comunicação e Jornalismo	Discurso dos Media Teorias da Comunicação Teorias do Jornalismo Teorias e História Ética e Deontologia da Comunicação Gestão da Comun. e de Serviços de Informaç. História da Comunicação Tecnologias da Informação	?
Univ. Técnica de Lisboa Inst. Sup. de Ciências Sociais e Políticas	Comunicação Social		?
Univ. Nova de Lisboa Fac. de Ciências Sociais e Humanas	Ciências da Comunicação	Cinema e Televisão Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias Comunicação e Artes Estudo dos Media e Jornalismo Estudos Aprofundados de Ciênc. da Comun.	80
Univ. do Minho	Ciências da Comunicação	Informação e Jornalismo Comunicação, Cidadania e Educação Publicidade e Relações Públicas Audiovisual e Multimédia	?

QUADRO VII. Mestrados. Ensino Superior Público, Universitário e Politécnico (continuação)

<i>Estabelecimento de ensino</i>	<i>Cursos</i>	<i>Variantes. Áreas de especialização</i>	<i>Vagas</i>
Univ. do Porto Fac de Letras	Cultura e Comunicação	Documentário Comunicação da Ciência Jornalismo Político	
Univ. de Trás-os-Montes e Alto Douro	Ciências da Comunicação	Jornalismo Relações Públicas e Publicidade Informação e Documentação Comunicação Pública, Política e Intercultural	?
Inst. Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa	Comunicação, Cultura e Tecnologias da Infor- mação		40
Univ. Aberta	Comunicação Educacional Multimédia		20
Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa	Jornalismo Audiovisual e Multiméd. Publicidade e Marketing Relações Públicas		?

FONTES: Sítios institucionais dos estabelecimentos de ensino.

QUADRO VIII. Mestrados. Ensino Superior Particular, Concordatário e Cooperativo

<i>Estabelecimentos de ensino</i>		<i>Cursos</i>	<i>Variantes</i>	<i>Vagas</i>
Univ. Católica Portuguesa Fac. de Filosofia de Braga Fac. de Ciências Humanas de Lisboa		Comunicação Social Comunicação Empresarial Jornalismo e Assessoria Cultural Edição de Textos Comunicação e Gestão Cultural Comunic., Organizaç. e Novas Tecnologias Cultura e Comunicação Visual Media e Jornalismo		
		Ciências da Comunicação		
Univ. Autónoma de Lisboa Univ. Fernando Pessoa Fac. Ciências Humanas e Sociais		Ciências da Comunicação	Comunicação Publicitária Jornalismo Mark. e Comunic. Estratég. Rel. Públ. e Com. Empres.	
Univ. Lusófona de Humanidades e Tecnologias		Ciências da Comunicação e da Cultura Comunic. Alternativa e Tecnologias de Apoio Ciências da Comunic., Marketing e Publicidade Comunicação nas Organizações Engenharia de Software e Sistem de Informação Estudos Cinematográficos Jornalismo, Política e História Contempor. Produção e Criação em Artes Tecnológicas Sistemas de Comunicação Multimédia Comunicação Institucional Comunicação Multimédia		20
Inst. Superior de Ciências da Informação e da Administração				

FONTES: sítios institucionais dos estabelecimentos de ensino.

de uma sociedade do conhecimento e em rede (ciberespaço). Caracterizam-se, portanto, por uma acelerada substituição de dispositivos e de metodologias que lhes abrem, constantemente, novos horizontes de análise. Como todas as outras ciências articulam-se, cada vez mais, com o meio envolvente. Procuram, na investigação que realizam e nos conhecimentos que divulgam, dar resposta aos problemas sociais, económicos e políticos que, em cada momento, avultam no espaço público.

Em resumo, diremos que as ciências da comunicação:

1. Percorrem os diferentes campos de saber;
2. Intervêm na definição e organização dos diferentes campos profissionais e sociais;
3. Participam decisivamente na estruturação do espaço público e das políticas culturais;
4. Contribuem para a modernização e desenvolvimento da sociedade.

Para um quadro tão complexo que se configura à escala global e onde se diluem as fronteiras que, antes, separavam campos disciplinares, não se encontrou ainda, em Portugal, a resposta melhor.

Com a realização dos primeiros congressos da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação –SOPCOM e da Federação Lusófona de Ciências da Comunicação– LUSOCOM, respectivamente, em março e outubro de 1999, seguidos do primeiro congresso IBÉRICO, estreitaram-se os laços com investigadores de Espanha, de França e de países de expressão oficial portuguesa, em particular do Brasil. Prova-o os encontros que se sucederam em Málaga, Rio de Janeiro, Maputo, S. Tiago de Compostela e, agora, em Sevilha. Mas o caminho percorrido tem assentado em relações pessoais, muitas das quais tecidas em situação de exílio político, em relações de vizinhança territorial e em relações ditadas pela existência de uma comunidade linguística. Daí a frequente troca de experiências entre investigadores portugueses e os seus pares franceses ou belgas, espanhóis e brasileiros. As eventuais virtualidades de tal relacionamento empírico estão, contudo, esgotadas.

Com a advento das novas tecnologias da informação e da comunicação, assiste-se em Portugal, como por todo o lado, a um certo declínio da posição, até então hegemónica, desfrutada pelos grandes meios de comunicação social na definição e difusão de acontecimentos, na instituição de problemas públicos, no desencadear de estratégias de naturalização através das quais se socializam responsabilidades. A evolução da opinião pública espanhola, nos dias que se seguiram ao atentado terrorista do 11 de março de 2004, assim como o comportamento do eleitorado francês no referendo sobre a Carta Constitucional Europeia, de maio 2005, constituem dois bons exemplos da mudança evocada. Tal declínio relativo, traduz-se por mudanças importantes na estrutura das nar-

rativas mediáticas. Às narrativas completas, transmitidas «de fora para dentro», sucedem narrativas hiperfragmentadas. Sucodem-se estilhaços de narrativas, captados de forma aparentemente aleatória na esfera de recepção e reagrupados segundo lógicas ou quadros de referência próprios ao receptor. O sentido deixa de fazer-se de «fora para dentro» e passa a fazer-se de «dentro para dentro».

Neste novo contexto, importa repensar: a noção de «acontecimento» e sua mediatização; as rotinas jornalísticas; o estatuto socioprofissional do jornalista, doravante confrontado com outros produtores de informação; os processos de autenticação/validação do discurso jornalístico; as relações entre média tradicionais e novos média; as virtualidades e os limites do conceito de interactividade; as novas potencialidades dos média, na sua diversidade, enquanto fonte e lugar de exercício de poderes; as novas configurações multimédia. Mas importa repensar, igualmente, as políticas de comunicação, regulação e monitorização adoptadas em Portugal. Os modos de integração nas redes mundiais, globais. O papel das Artes e do Design na definição de novos mecanismos de comunicação.

No domínio do ensino assiste-se à abertura incessante de cursos e de especializações que visam, tantas vezes, explorar nichos do mercado, mesmo se à custa do rigor e da qualidade minimamente exigíveis. No domínio da investigação, a ausência de articulação provoca repetições, sobreposições, inadequações que põem em causa os escassos recursos disponíveis (em agosto último, 47 projectos de investigação candidataram-se ao apoio financeiro da FCT).

Donde o desafio com que se confrontam, ou se devem confrontar, conjuntamente, os meios político, empresarial e académico: a criação urgente de estruturas de investigação dotadas de uma dimensão, de equipamentos e de recursos humanos –o que implica a dinamização da carreira de investigador– susceptíveis de dar cumprimento a um programa cujos dez pontos essenciais seriam os seguintes:

1. Racionalizar um sector cujo crescimento, por vezes desordenado, se explica, em grande parte, por factores conjunturais e históricos que interessa avaliar e superar.
2. Contribuir para um melhor conhecimento dos processos comunicacionais na sociedade portuguesa (jornalismo, perfis profissionais, novos media, concentração e estratégias de concorrência), em articulação com abordagens sociológicas, económicas, antropológicas, culturais, etc.
3. Promover estudos sobre os processos de globalização e de alargamento da sociedade do conhecimento e em rede.
4. Criar conteúdos e aplicações susceptíveis de aumentar a operacionalidade do plano tecnológico nacional.
5. Encorajar uma progressiva internacionalização da investigação, reforçando o intercâmbio de investigadores e a formação avançada no espaço transnacional.

6. Integrar recursos e articular objectivos e projectos, evitando assim duplicações e tirando benefício de sinergias geradas.
7. Melhorar o enquadramento teórico e metodológico dos cursos de licenciatura, mestrado e doutoramento, já em curso ou em fase de concretização, no âmbito do Processo de Bolonha.
8. Construir estruturas de acolhimento para bolseiros nacionais e estrangeiros, doutorandos ou em regime de pós-doutoramento.
9. Apresentar candidaturas com sucesso aos grandes concursos internacionais.
10. Evitar a dispersão de centros e investigadores, circunstância que impede o desenvolvimento de uma massa crítica, logo de uma investigação de excelência.

Ao abrigo do Decreto-Lei nº 125/99, de 20 de abril, três centros de investigação –CECS, da Universidade do Minho; CECL, da Universidade Nova de Lisboa; LABCOM, da Universidade da Beira-Interior– preparam-se para apresentar um projecto de criação de um Laboratório Associado em Ciências da Comunicação que se propõe atingir os objectivos acabados de referir. À iniciativa associaram-se dois outros centros –o CICANT, da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, e o CESC, do Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa. No seu conjunto, representam: setenta e seis doutorados, dos quais cinco catedráticos; quatro revistas científicas em suporte papel; uma revista e um semanário *on line*; cinquenta projectos de investigação em curso; trinta e quatro projectos de investigação em fase de candidatura; vinte e três linhas de investigação.

A decisão final cabe à Fundação para a Ciência e Tecnologia. Aguarda-se.

É recorrente a afirmação de que vivemos em plena sociedade de comunicação. Resta saber, no entanto, de que falamos quando falamos de sociedade de comunicação. É que está em causa a busca da melhor articulação entre individualidade e socialidade. Afinal, está em causa o próprio conceito de progresso. Impõe-se, por isso, uma reflexão aturada que dê origem a uma acção eficaz. A que não nos podemos eximir.

LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN EN ESPAÑA. BALANCE Y SUGERENCIAS

JOSEP LLUÍS GÓMEZ MOMPART

Universitat de València

RESUMEN

El artículo pretende hacer un balance del estado de la investigación en comunicación en España después de tres décadas de consolidación del campo científico, para lo cual se sirve de los datos principales (los centros académicos, los miembros de la comunidad, las infraestructuras documentales, las revistas y editoriales especializadas), así como señala las fortalezas y debilidades del sector, en función de las prácticas institucionales y las rutinas productivas. Finalmente, a modo de corolario, propone algunas mejoras con el fin de superar las amenazas y aprovechar las oportunidades.

Palabras clave: Investigación en comunicación, campo comunicativo, comunicólogos.

En España no contamos con estudios pormenorizados sobre la investigación en comunicación en general, como ocurre en algunos países europeos (Gran Bretaña, Francia, Italia...), latinoamericanos (México, Brasil, Argentina, Colombia, Venezuela...) o en Estados Unidos, salvo algunas aproximaciones al campo. Las más significativas son las de Daniel E. Jones (1998), «Investigación sobre comunicación en España: evolución y perspectivas», y la de Miquel de Moragas (2005), «Investigación de la comunicación y política científica en España». Posteriormente al cierre de este artículo se publicó un interesante y nada complaciente trabajo de Manuel Martínez Nicolás (2006), «Masa (en situación) crítica. La investigación sobre periodismo en España: comunidad científica e intereses de conocimiento».

De menor amplitud, también cabe citar estos trabajos: Miguel de Aguilera (1998), «La investigación sobre comunicación en España: una visión panorámica»; M^a Dolores Cáceres y Carmen Caffarel (1993), «La comunicación en España: planteamientos temáticos y metodológicos entre 1987 y 1990»; y Carmen Caffarel, M. Domínguez y Vicente Romano (1989), «El estado de la investigación en comunicación en España (1978-1987)».

Las citadas aportaciones, pese a sus diferencias, suelen ser evaluaciones someras y apenas entran en la crítica individualizada de los estudios a los que se refieren, y a lo sumo interpretan el alcance y el valor de las principales tendencias. La única excepción, pero sólo para Cataluña (aunque la investigación de esta nacionalidad representa un tercio de la española en este ámbito), es la obra colectiva¹ de la UAB dirigida por Jordi Berrio (1997): *Un segle de recerca en comunicació a Catalunya. Estudi crític dels principals àmbits d'investigació de la comunicació de massa*.

Este trabajo –que tuvo un interesante antecedente en Josep Gifreu (1988), «Mass Communication Research in Catalunya»– supuso una investigación minuciosa tras la lectura y análisis de la mayoría de los principales trabajos de investigación publicados en el campo de la comunicación, desde las primeras reflexiones de autores interesados por el tema del período intersecular hasta las de los investigadores *tout court* de la última medio centuria del siglo XX. La reseña a tumba abierta de los trabajos propios y ajenos (aunque los primeros, en algunos casos, tratados con más benevolencia), agrupados por grandes áreas con la excepción del cine, supuso un revulsivo para esa comunidad científica, raramente autocrítica, y menos en público, salvo cuando se dan enfrentamientos personales. Un trabajo parecido, algo menos extenso y de tono más suave, se realizó recientemente bajo la coordinación de quien escribe estas líneas para el caso del País Valenciano, cuya publicación está prevista para el invierno de 2008.

Pese a ello, la configuración del campo científico –aún sin contar con el suficiente reconocimiento administrativo en los Programas de I+D+i ministeriales– ya está consolidado y bastante aceptado en los medios académicos de las ramas afines, lo cual no niega todavía ciertas reticencias de tintes aristocráticos entre algunos colegas de áreas de conocimiento con más solera. Eso se explicaría, parcialmente, por el hecho de que pese a la proliferación de centros y el crecimiento del número de investigadores, así como el notable desarrollo editorial con revistas y colecciones especializadas, el porcentaje de proyectos precompetitivos es relativamente menor a otros campos de las Ciencias Sociales. Y así se plasma en De Moragas (2005) y en un trabajo, ampliación del anterior, que dicho investigador preparó para el congreso de la IAMCR-AIERI celebrado en julio de 2007 en París.

EL BOOM DE LA ENSEÑANZA COMUNICATIVA

El crecimiento de las instituciones universitarias dedicadas a la comunicación en España ha sido espectacular en tan sólo tres décadas y media. Así, se ha pasado de tres facultades a principios de los años setenta del siglo pasado a

¹ Además de Jordi Berrio, el equipo estaba compuesto por Josep Lluís Gómez Mompарт, Joan Manuel Tresserras, María Corominas y Lluís Badía.

cuarenta y cuatro centros que en el 2007 impartían ciento veinte titulaciones de grado, un número tres veces mayor de másters y medio centenar de doctorados (ninguno de ellos con mención de calidad, atributo que la ANECA concede con grandes exigencias). Este último dato sería un claro indicador que la cantidad de facultades –al menos en el grado más superior de la formación de investigadores– tampoco es equivalente en cuanto a calidad en comparación con otros campos y titulaciones con mucha más larga y mejor experiencia. Una de las razones de ese despliegue extraordinario de centros de enseñanza e investigación radica en la gran demanda de los estudios de comunicación, exagerada a todas luces a tenor de las dificultades *a posteriori* de encontrar empleo para sus titulados, pero muy apetitosa para universidades en una época de retroceso demográfico universitario.

Los 44 centros universitarios de comunicación agrupaban en el curso 2006-07 a casi 45.000 estudiantes –lo que representaba el 6% del total de estudiantes de licenciatura en España-, cuyas clases eran impartidas por unos 4.000 profesores específicos de las dos áreas de conocimiento administrativamente oficiales (Periodismo y Comunicación Audiovisual y Publicidad), y los cuales se distribuían de la siguiente manera:

- 24 de universidades públicas: donde se hace bastante investigación.
- 12 de universidades católicas: en las que se hace algo de investigación.
- 8 de universidades privadas: donde se hace poca investigación.

El grado de dedicación a la investigación es comprensiblemente mayor en los centros públicos que en los privados, en primer lugar, porque sólo en ellos hay profesores con plaza ganada por concurso público y con pruebas o sistemas de acreditación rigurosos que implican no sólo buenos *curricula* docentes sino al menos con una cierta experiencia investigadora; y, también, porque los privados centran buena parte de sus esfuerzos en la docencia teniendo en cuenta que es su gran fuente de financiación y, en algunos casos, de negocio. Ello hace que su interés por la investigación –con honrosas excepciones– no sólo sea menor sino que, incluso, a veces ésta es casi simbólica o de poca enjundia.

El número de doctores en comunicación en España está en torno a los 1.500, mientras que las personas en las mencionadas facultades o en centros de investigación ligados a organismos públicos² –como sean los correspondientes

² Los centros principales de investigación no comerciales –al margen de los equipos e individuos de investigación de las facultades– son: el InCom (Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, aunque colaboran muchos investigadores de otras universidades catalanas), los Consejos Audiovisuales (particularmente el de Cataluña, el CAC), y el IORTV (Instituto Oficial de Radio y Televisión española). En Internet destacan estos dos portales: www.portalcomunicacion.com (del InCom, UAB, dirigido por Miquel de Moragas) y www.infoamerica.org (desde la Universidad de Málaga, dirigido por Bernardo Díaz Nosty).

a consejos audiovisuales o a corporaciones de radiotelevisión autonómicas– o privados –de emisoras, cadenas y editoras de prensa, o de empresas de estudios y sondeos– dedicadas a la investigación se elevan a unas 2.000. Sin embargo, muchas de ellas no realizan esa labor de manera continuada. Otro dato revelador es que, de los setecientos docentes universitarios con plaza de funcionario a través de oposiciones y/o habilitaciones (entre profesores titulares y catedráticos de universidad, un 15% del total), apenas la mitad cuenta con sexenios reconocidos de investigación por la ANEAI (si bien es cierto que algunos profesores, que no solicitan esos tramos o a quienes no se los conceden, también investigan).

En cuanto a las agrupaciones de investigadores que se mantienen estables, con mayor o menor actividad (especialmente destacan la AHC, la SEP y la SCC que celebran congresos regularmente, publican las actas de los mismos y/o editan revistas científicas), son éstas:

- Asociación de Historiadores de la Comunicación (AHC).
- Asociación de Investigación de Relaciones Públicas.
- Asociación Gallega de Investigación en Comunicación.
- Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores de la Comunicación.
- Sociedad Española de Periodística (SEP).
- Societat Catalana de Comunicació (SCC).
- Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura.

A lo largo de 2007 se ha ido gestando una nueva y general agrupación de investigadores, la Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC). Una gestora surgida de la renacida Conferencia de Decanos de Comunicación fue la impulsora de la misma hasta que una comisión ejecutiva³ –surgida de una asamblea en la que participaron destacados investigadores y que fue apoyada por otro centenar de colegas– se hizo cargo de la preparación del primer congreso fundacional de la misma. Éste se celebrará a finales de enero de 2008, en la facultad de Santiago de Compostela⁴. Entre otros, la AE-IC persigue los siguientes objetivos:

³ La ejecutiva estaba presidida por Miquel de Moragas, siendo el secretario Josep Maria Blanco, y los vocales: Enrique Bustamante, María Pilar Diezhandino, José María Ricarte, Margarita Ledo y Francisco Sierra.

⁴ El primer congreso de la AE-IC se convocó bajo el título «I+C Investigar la comunicación». Y su esquema era éste: Conferencia inaugural (Investigar la comunicación. Retos científicos, compromisos sociales); Cuatro ejes temáticos. Sesiones especiales: I+C: democracia y ciudadanía, I+C: las políticas de comunicación y cultura, I+C: la sociedad de la información, e I+C: la creatividad y la producción de contenidos; Cinco áreas temáticas. Ponencias libres: Teorías y métodos de la investigación en comunicación, Estudios de recepción, Estructura de los

- evaluación de la producción científica española en comunicación;
- impulso de programas de formación investigadora;
- articulación de plataformas y programas de excelencia de investigación;
- registro de revistas de investigación y política de excelencia en publicaciones e indicadores de impacto; y,
- coordinación con asociaciones internacionales: ALAIC, ECREA, IAMCR-AIERI, ISA, etcétera.

Publicaciones y editoriales especializadas

Después de un cuarto de siglo de la consolidación del campo científico en España, a mediados de la primera década del presente siglo se contabilizaban dos docenas de revistas de comunicación de una cierta envergadura, prácticamente todas ellas vinculadas a las facultades donde se imparten títulos de esa misma especialidad. Con alguna excepción, las más destacadas por la cantidad y variedad de investigaciones –tanto teóricas como empíricas o aplicadas– se circunscriben a los centros universitarios más consolidados (Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad Complutense de Madrid, Universidad del País Vasco, Universidad de Navarra, Universidad de Sevilla), aunque desde los años interseculares también habían aparecido otras, algunas de las cuales ya han madurado (Universidad Ramón Llull de Barcelona, CEU San Pablo de Valencia⁵ y Madrid, Universidad de la Laguna).

La relación de revistas de comunicación editadas en distintas ciudades españolas es la siguiente:

- *Ámbitos. Revista internacional* [antes «andaluza»] *de comunicación* (Sevilla).
- *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura* (Barcelona).
- *CIC. Cuadernos de información y comunicación* (Madrid).
- *Comunicación & Cultura* (Salamanca).
- *Comunicación y estudios universitarios* (Valencia).
- *Comunicación y sociedad* (Navarra).
- *Comunicar* (Andalucía).
- *Cuadernos de documentación multimedia (RE-CD)* (Madrid).
- *Cuadernos de información y comunicación* (Madrid).
- *Documentación de las ciencias de la información* (Madrid).

medios, Estudios sobre el discurso, Tecnologías de la comunicación y la información; Sesiones extraordinarias: La investigación de la comunicación en España. Seis décadas, La investigación de la comunicación y la docencia en las Facultades de Comunicación, Política de investigación y comunicación, y Cooperación España-América Latina.

⁵ Éste es el nombre que tenía originariamente, pero desde hace unos años este centro valenciano recibe el nombre de Universidad Cardenal Herrera-CEU.

- *Doxa comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales* (Madrid).
- *Estudios sobre el mensaje periodístico* (Madrid).
- *Historia y comunicación social* (Madrid).
- *LOGO. Revista de retórica y teoría de la comunicación* (Salamanca).
- *Mediatika. Cuadernos de medios de comunicación* (San Sebastián).
- *Periodística* (diversos lugares).
- *Quaderns de filologia. Estudis de comunicació*⁶ (Valencia).
- *Revista de ciencias de la información* (Madrid).
- *Revista de ciencias sociales y de la comunicación* (Murcia).
- *Revista latina de comunicación social* (La Laguna).
- *Revista universitaria de publicidad y relaciones públicas* (Madrid).
- *Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad* (Madrid).
- *Teoría y tecnología de la comunicación* (Sevilla).
- *Treballs de comunicació* (Barcelona).
- *Trípodos. Llenguatge, pensament, comunicació* (Barcelona).
- *Zer. Revista de estudios de comunicación* (Bilbao).

Con el objetivo de conocer los resultados de la evaluación, en cuanto a calidad editorial y de contenido, Elea Giménez Toledo y M^a Dolores Alcain (2006) llevaron a cabo una interesante y rigurosa investigación de las revistas españolas correspondiente a los años 2004 y 2005, como parte de un proyecto financiado por la Dirección General de Universidades del MEC. Otros proyectos evaluadores para el mismo ámbito los desarrollan investigadores de la Facultad de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de Barcelona (<http://bd.ub.es/miar/default.php>) y el grupo de Evaluación de la Ciencia y de la Comunicación Científica de la Universidad de Granada (<http://ec3.ugr.es/in-recs/>).

En el trabajo de Giménez Toledo y Alcain se constata –entre otras cosas– una cierta debilidad del campo a través de la escasa participación de la comunidad: de la encuesta que estas investigadoras remitieron para su estudio –de valoración por pares– a 196 investigadores (casi la totalidad entonces de catedráticos y titulares del área de Periodismo) sólo recibieron 68 respuestas, o sea, un 34,7%. A través de diversos cálculos, en su estudio queda claro que las revistas más relevantes son, por orden de antigüedad, *Anàlisi* (1980), *Telos* (1985) y *Zer* (1996). Destacan también: *Comunicación y sociedad* (1988), *Historia y*

⁶ Hasta el 2007 sólo habían salido tres números, dos de Comunicación Audiovisual y uno de Periodismo. Los posteriores ya solamente llevarán como nombre, de esta revista de la Universidad de Valencia, *Estudis de comunicació*, dado que también desde ese año el centro pasó a denominarse Facultad de Filología, Traducción y Comunicación.

comunicación social (1993), *Estudios del mensaje periodístico* (1994), *Trípodos* (1996), *Ámbitos* (1998) y *Revistas Latina de comunicación social* (1998).

De las conclusiones del citado estudio merece mencionarse que hay un exceso de revistas de esta especialidad lo que implica que a menudo algunas de ellas tienen problemas para recibir suficientes originales; en ocasiones, eso va en detrimento de la calidad de los textos que se publican. Debe remarcar que sólo unas pocas someten sus artículos a la evaluación ciega por pares y que, por tanto, al no cumplir con todos los requisitos de calidad formal, tan sólo son cinco las revistas que están presentes en alguna base de datos internacional. Todo ello explicaría el escaso reconocimiento de esas revistas de comunicación entre los mismos especialistas españoles, quienes prefieren consultar revistas extranjeras tanto para estar al día como para sus investigaciones.

Otro apoyo fundamental para el estudio y la investigación son las bibliotecas especializadas en comunicación. En este terreno puede presumirse que, por lo general, buena parte de las facultades españolas cuentan con buenos fondos documentales y, en algunos casos, con bibliotecas y hemerotecas de calidad internacional reconocida. Ese sería el caso de las de la Universidad Autónoma de Barcelona (en Bellaterra), de la Universidad Complutense de Madrid, de la Universidad de Navarra (en Pamplona) y de la Universidad del País Vasco (en Lejona, Bilbao).

En cuanto a las editoriales que tienen colecciones especializadas en comunicación, su número es elevado (una veintena), pero en su mayoría apenas publican investigaciones (particularmente con la excepción de «Aldea global» que editan conjuntamente cinco universidades: Alicante, Autónoma de Barcelona, Jaime I de Castellón, Pompeu Fabra de Barcelona y Valencia), sino sobre todo manuales y algunas monografías. En estos momentos prácticamente casi todas las asignaturas del conjunto de planes de estudio de las tres titulaciones de comunicación en España cuentan, al menos, con dos o tres manuales, comprensible con la infinidad de potenciales lectores, especialmente estudiantes, tanto españoles como latinoamericanos.

Éstas son las editoriales con colecciones de comunicación: Akal, *Aldea Global*, Ariel, Bosch, Cátedra, Ediciós do Castro, Ediciós Lea, Eudema, Eunsa, Forja, Fragua, Gedisa, Gustavo Gili, McGrau Hill, Paidós, Pirámide, Pòrtic, Rialp, Síntesis, Taurus, Tecnos, Tirant lo Blanch, etcétera.

PRINCIPALES LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Si bien es cierto que prácticamente la tipología de investigaciones en comunicación en España cubre casi todo el abanico que internacionalmente es propio de este campo científico, con la excepción, por su escaso número, de estudios en antropología y psicología de la comunicación (salvo aquellos trabajos referidos sobre todo a consumo y publicidad), el conjunto de las mismas puede agruparse

en una docena de líneas. Probablemente, sin desmerecer otras muchas tendencias, hay un par donde la investigación española ha marcado alguna singularidad y de una u otra manera tiene cierto reconocimiento particularmente en algunos países de Latinoamérica y de Europa. Por un lado, algunos excelentes estudios de historia de la comunicación social y también –aunque menos– en historia del periodismo, y en la vertiente de estructura de la comunicación referida a los denominados espacios de comunicación, cuyas aportaciones catalanas –a tenor de una gran preocupación por la construcción comunicativa de la identidad cultural de una lengua minorizada, en una nación sin estado– han sido relativamente pioneras a escala mundial (con ciertos parecidos con las del Québec).

En resumen, las principales investigaciones en España pueden agruparse en las siguientes líneas, indicándose entre paréntesis, aquellas universidades que parcialmente han tenido mayor relieve los investigadores que han cultivado estudios de las distintas vertientes:

- Historia de la comunicación y del periodismo (UAB, UCM, CEU Valencia, UMA, UNA, UPF, USE, UV).
- Estructura mediática y Políticas de comunicación (UAB, UCH-CEU, UCM, UPV, USC, UPF, UMA, USE).
- Comunicación política y Opinión pública (UAB, UCH-CEU, UCM, ULL, UMA, UNA, UPF, URJC, USC, USE, UV).
- Comunicación periodística y digital (CEU Madrid, UAB, UCH-CEU, UCM, UC3M, ULL, UMA, UMU, UNA, UPV, UPF, URJC, URL, URV, USA, USC, USE, UV).
- Comunicación audiovisual: Cine, Radio y Televisión (CEU Madrid, UAB, UCH-CEU, UCM, UJI, UMA, UC3M, UNA, UPF, UPV, URJC, URL, USA, USC, USE, UV).
- Economía y Sociología de la comunicación (UA, UAB, UCM, UMA, UC3M, UNA, UPF, UPV, URJC, URL, USC, USE, UV).
- Publicidad, Marketing y Relaciones Públicas (CEU Madrid, UA, UCH-CEU, UAB, UCM, UMA, UC3M, UJI, UNA, UPV, URJC, USA, USC, USE, UVI).
- Teorías de la comunicación (UAB, UCM, UNA, UPF, URJC, USC, USE).
- Tecnologías de la comunicación (CEU Madrid, UCH-CEU, UAB, UCM, UMA, UC3M, UJI, ULL, UMA, UNA, UPV, URJC, URL, USA, USC, USE, UV, UVI).
- Estudios culturales, de educación y de género (CEU Madrid, UA, UCH-CEU, UAB, UCM, UMA, UC3M, UJI, UPF, UPV, URJC, USA, USC, USE, UV).
- Ética y Derecho de la información (CEU Madrid, UCH-CEU, UAB, UCM, ULL, UNA, UPF, URL, USA, USE).

Algunos inconvenientes de la investigación comunicativa

A partir de la experiencia investigadora de las dos últimas décadas, período de mayor cantidad y calidad de trabajos en este campo en España, se detectan algunas debilidades que muestran, por un lado, cuestiones que deberían resolverse o superarse, y, por otro, lastres para un normal y fructífero desarrollo del ámbito. Básicamente, esas distorsiones se pueden agrupar bajo tres enunciados:

I. *Quien paga, premia y condena*

Los organismos o instituciones principales que financian estudios de comunicación son: a) Ministerio de Educación y Ciencia, y Ministerio de Industria; b) los Gobiernos autónomos; y c) las Fundaciones o Institutos específicos (por ejemplo, el Instituto de la Mujer).

Los organismos de tipo A) y B) conceden ayudas a través de concursos pre-competitivos mediante la evaluación por pares de expertos: incomprensiblemente, pese a ser dinero público, no se publican las evaluaciones, sino sólo la lista de los proyectos finalmente subvencionados. Aunque, por lo general, las concesiones resultan más o menos acertadas, se dan casos también sorprendentes que parecen delatar desde una inclinación a los amigos o afinidad ideológica hasta cierta revancha o enemistad manifiesta (*cainismo*).

Por otro lado, en los últimos años parece constatarse que «la moderna política de investigación ha ido eliminando las ayudas genéricas para centrarse en las ayudas a programas con temáticas concretas; (...) los criterios que determinan esta regulación (...) responden demasiado a las necesidades y a la experiencia de la investigación de “ciencias”» (Moragas, 2005: 19).

En ese sentido, la apuesta por un empirismo formal y la investigación aplicada ha ido en detrimento de la ciencia básica o de la teoría, y del contexto integral o de la historia. Ambas tendencias hegemónicas, en el siglo XXI, son graves, dado que la sociedad de la información y del conocimiento necesita de una reflexión profunda y de revisión teórica, a la vez que de un enfoque global en términos de pensar históricamente.

En cuanto a la concesión de ayudas de los organismos de tipo C), ésta se aproxima a menudo al perfil de la misma entidad y a las líneas que ésta quiere llevar a cabo y, por lo general, preferentemente con unos investigadores determinados.

II. *Mucha masa crítica y escasa substancia*

El crecimiento desorbitado del sector comunicativo académico, cada vez mucho menos proporcional a las posibilidades del mercado que no a las necesidades sociales, es universitariamente poco racional, lo que ha ocasionado

—como hemos visto— una proliferación de centros y departamentos relativamente nuevos. Sin duda, ese proceso ha sido, en algunos aspectos, positivo: ha ensanchado y asentado el campo, ha creado nuevos puestos de trabajo, ha potenciado carreras de algunos profesores-investigadores y ha descentralizado la formación y la investigación.

De todos modos, el proceso general, salvo excepciones, ha sido una especie de refundación orgánica no siempre con los medios y equipamientos suficientes, a partir de la necesidad —derivada sobre todo de la docencia— de conseguir urgentemente un núcleo estable de docentes, sin apenas tiempo de formación, y con el objetivo de crear un equipo de investigación.

Sin embargo, la migración de docentes-investigadores con buen bagaje implica, por un lado, la desmembración de éstos de sus departamentos y equipos originarios y, por otro, la inclinación a transformarse de «cola de león» en «cabeza de ratón»; además de la tentación de caer más en la ineficaz competencia intercentros que en la colaboración de sinergias.

El proceso de crecimiento estructural, por tanto, pocas veces se ha traducido en un enriquecimiento de las investigaciones en general, sino en una redundancia temática algo aislada o en proyectos *de diseño a tenor de los concursos financiados*, raras veces científicamente ambiciosos o conectados con otras disciplinas y áreas, y pocas veces vinculados a redes internacionales.

III. Emisor y mensaje sobrestimados, receptor olvidado

En la mayoría de las líneas de investigación antes señaladas, la balanza en cuanto sujetos u objetos de atención por los especialistas ha recaído sobre todo en los emisores mucho más que en los receptores, lo que ha supuesto primar los acercamientos característicos de los paradigmas comunicativos clásicos: en unos casos, cargando el acento en los medios como emisores, en particular para los estudios analíticos de carácter económico, estructural, de política comunicativa e incluso en los aspectos tecnológicos; en otros casos, el mensaje ha sido casi el único centro de atención de los investigadores, a través de metodologías de análisis de contenido cuantitativo y/o cualitativamente o de la disección semiolingüística del discurso; y, finalmente, también se ha dado con frecuencia un cruce de las dos maneras de proceder anteriores al ocuparse de las rutinas productivas, ya fuera para revelar el papel jugado por medios y profesionales en la construcción social de la realidad o en la configuración de la agenda temática.

Los receptores han sido bastante olvidados, más allá de los limitados estudios de audiencias. Las excepciones se han reducido a pequeños grupos de discusión, muestras parcialmente representativas o encuestas con resultados previsibles, salvo ciertas investigaciones de historia que se han apoyado en métodos rigurosos y a la vez imaginativos, como son la explotación de memorias o de monumentos culturales indiciarios. Cabe reseñar también —como ya hemos advertido antes— la

escasez de planteamientos antropológicos, etnográficos y psicológicos, lo que ratifica el bajo interés por abordar la complejidad de la comunicación en tanto que procesos sociales y culturales.

Conclusiones a modo de sugerencias

A lo largo del texto se ha puesto de manifiesto no sólo el estado del arte del campo de investigación en comunicación, sino algunos de sus aciertos y, sobre todo, sus debilidades como balance del mismo. La fortaleza del sector, al menos académico, puede ser una amenaza, pero también puede reorientarse hacia varias oportunidades no sólo si se saben encarar desde los distintos centros y departamentos, sino también si los organismos de coordinación interfacultativos y de colaboración entre equipos de investigación interuniversitarios se desarrollan con una visión generosa y estratégica, dentro y fuera de España.

Modestamente y con el respeto a los miembros de la comunidad científica a la que pertenecemos, nos permitimos unas sugerencias con el ánimo de que nuestras perspectivas nos permitan ser moderadamente optimistas si...

- los docentes funcionarios no se estancan al obtener plaza vitalicia;
- los jóvenes investigadores superan ciertas rutinas de los mayores;
- se hacen públicas las evaluaciones de los concursos de proyectos;
- se consolidan equipos multidisciplinares e interuniversitarios;
- se comparten postgrados latinos Europa-América y mediterráneos;
- se pactan grandes ejes de investigación de carácter *global*;
- se recupera y se trabaja en investigación de base y teórica;
- se desarrolla y profundiza la investigación empírica;
- se centran las tesis doctorales en las grandes líneas consolidadas;
- se introduce la comunicación en el Plan Nacional de Investigación;
- se acuerdan relaciones estables de I+D+i con empresas del sector;
- se revitalizan las asociaciones existentes y se asienta una nacional; y,
- se estrechan relaciones con asociaciones similares internacionales.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILERA, M. de (1998): «La investigación sobre comunicación en España: una visión panorámica», *Comunicación & Cultura*, vol. 2, nº 2, Salamanca, Fundación Infancia y Aprendizaje, pp. 5-11.
- BERRIO, J. (dir.) (1997): *Un segle de recerca en comunicació a Catalunya. Estudi crític dels principals àmbits d'investigació de la comunicació de massa*, Bellaterra, UAB, 335 pp.
- CÁCERES, M.D. y CAFFAREL, C. (1993): «La comunicación en España: planteamientos temáticos y metodológicos entre 1987 y 1990», en *La investigación en la comunicación*, Madrid, AICE, pp. 23-30.

- CAFFAREL, C.; DOMÍNGUEZ, M. y ROMANO, V. (1989): «El estado de la investigación en comunicación en España (1978-1987)», *CINCO*, nº 3, Madrid, AICE, pp. 45-57.
- GIFREU, J. (1988): «Mass Communication Research in Catalunya», *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, Bellaterra, UAB, 140 pp.
- GIMÉNEZ TOLEDO, E. y ALCAIN, M.D. (2006): «Estudio de las revistas españolas de periodismo», *Comunicación y sociedad*, vol. XIX, nº 2, pp. 107-131.
- GÓMEZ MOMPART, J.L. (en prensa): «La recerca en comunicació en el País Valencià», monogràfic de *Treballs de Comunicació*, Barcelona, SCC (IEC).
- JONES, Daniel E. (1998): «Investigación sobre comunicación en España: evolución y perspectivas», *Zer*, nº 5, pp. 13-51.
- MARTÍNEZ NICOLÁS, M. (2006): «Masa (en situación) crítica. La investigación sobre periodismo en España: comunidad científica e intereses de conocimiento», *Anàlisi*, nº 33, pp. 135-170.
- MORAGAS I SPÀ, M. de (2005): en X. López García, X. Pereira Fariña y X. Villanueva Rey (eds.), *Investigar sobre periodismo II*, Universidade de Santiago de Compostela, pp. 17-36.

V
ANOTACIONES AL MARGEN

A CRISE DAS IMAGENS SEGUNDO ITALO CALVINO

JOSÉ A. BRAGANÇA DE MIRANDA

«Em literatura o que conta mais são os efeitos indirectos»

Italo Calvino

Italo Calvino é o tardio herdeiro de uma crise de que está demasiado consciente. É de facto tardio, pois está bem para além da posição de Baudelaire ou Mallarmé, ou das teses nietzscheanas da morte de Deus. Enquanto estes estavam nos começos da crise moderna, Calvino é daqueles, um pouco como todos nós, que está para além dela. Assim, lê-se em *Palomar*, numa frase de ressonância beckettiana: *«Há já algum tempo que [Palomar] se apercebeu que entre ele e o mundo as coisas já não correm como antigamente; se antes lhe parecia que esperavam ambos alguma coisa um do outro, ele e o mundo, agora já não se lembra do que havia a esperar, de mal ou de bem, nem porque é que este esperar a mantinha numa perpétua agitação silenciosa»*. Se a primeira parte da frase poderia ter sido escrita por Baudelaire ou outro autor significativo do século XIX, já a segunda é bem diferente. À percepção de um desajustamento, sintoma da crise moderna, substitui-se agora o esquecimento desse próprio facto que, no entanto, deixa ténues traços nas matérias, nas obras, nos sonhos, nas imagens. Nem se pode falar de traços, é a vaga sensação de que algo foi esquecido, sem se saber o quê. Trata-se de uma memória de algo preciso que se esqueceu, mas que persiste como um nome debaixo da língua.

Tudo o que existe transporta em si esta sensação desagradável, que faz com que seja uma imagem de algo pleno, agora em falta. Daí que para Calvino a crise seja acima de tudo uma crise das «imagens», não poupando as suas ironias ao que se chama comumente por «civilização da imagem», por exemplo na Conferência sobre a «visibilidade»: *«O poder de evocar imagens in absentia continuará a desenvolver-se numa humanidade cada vez mais inundada pelo dilúvio das imagens pré-fabricadas? Dantes a memória visual de um indivíduo estava limitada ao património das suas experiências directas e a um reduzido repertório de imagens reflexas da cultura; a possibilidade de dar forma a mitos*

personais nascia do modo como os fragmentos desta memória se combinavam entre si em abordagens inesperadas e sugestivas». A inquietação calvineana com as imagens remete para uma incapacidade de fazer delas emergir uma «figura», ou um «mito» que tenha valor comum, como sucedria antes da modernidade. Trata-se de uma crise icónica que se assemelha à do idiota de Dostoiévski depois de ter sido assaltado pelo «Cristo morto de Holbein»¹. De facto, a imagem de Cristo constituía a efígie absoluta que organizava material e metafisicamente o mundo medieval. Com o seu desaparecimento é a própria estrutura material do mundo que está em causa. Num texto de 1972, Calvino descreve a situação como se segue: «*A todo o armazém dos materiais acumulados pela humanidade, como por exemplo mercadorias, mercados, instituições, enciclopédias, gramáticas, mitos e ritos, já ninguém consegue dar uma ordem. Porque a confusão e a incerteza instalaram-se definitivamente. A História e o Homem são como duas estátuas de barro velhas e rachadas, embora ainda aguentem em pé*». Fragmentado o aspecto do mundo, os fragmentos irrompem através das fissuras destas imagens exangues, perdidas no meio de uma infinidade de outras. A profundidade da crise mede-se por uma falta: «*Todos os parâmetros, as categorias, as antíteses que tinham servido para imaginar e classificar e projectar o mundo são agora questionados*». Não é nada menos que a arquitectura do mundo que desaba e toda a estrutura que o determinava, resultante da projecção de um ícone absoluto. Os média podem ser vistos como uma maquinaria de projecção que funciona no vazio, transmitindo «imagens» que se depositam no real, afectando todo o trabalho da memória que estiola «*coberta com camadas de pedaços de imagens como um depósito de lixo*» (*sic*). A memória de algum modo adoeceu e para Calvino a ficção constitui uma espécie de terapêutica radical.

Trata-se de uma visão da crise amplamente compartilhada, que se tornou muito viva no século XIX², exploradas inevitavelmente por Calvino segundo outras necessidades. É certo que parece próximo das teses românticas da criação de um novo «mito» popular³. Daí a especial responsabilidade que o escritor italiano atribui à «ficção». A utilização de procedimentos aparentemente pós-modernos, como a citação avulsa, a hipercomposição, a mistura dos géneros, a heterogenia dos materiais, que podem vir do cinema, da ciência, da pintura ou da filosofia,

¹ Sobre a importância deste tema no nihilismo europeu, cf. «*Le Christ mort de Holbein*» in Julia Kristeva, Soleil Noir, Paris, Gallimard, 1989.

² Na passagem do século, Riegls e Wolfflin na Alemanha, Henri Bergson em França, e muitos outros, procuraram responder à nova fragmentação da visão provocada pelos novos meios técnicos e o descentramento da iconologia medieval.

³ Num texto atribuído a Schelling, mas também a Hoelderlin e encontrado já no século XX no espólio de Hegel esta ideia é anunciada como se segue: «*Precisamos de uma nova mitologia, mas essa mitologia tem de estar a serviço das Ideias, tem de se tornar uma mitologia da Razão*». Cf. «*Le plus ancien programme systématique de l'idéalisme allemand*» in Lacoue-Labarthe e Jean-Luc Nancy, *L'absolu Littéraire*, Paris, Seuil, 1978, p. 55.

a deformação grotescas, etc., etc., aspectos salientes na escrita calviniana é sinal do problema a que se procura responder sem constituírem a solução. Algo de mais profundo se joga aí, pois como ele afirma, necessita-se de «*uma possível pedagogia da imaginação que habitue cada um a controlar a sua própria visão interior sem a sufocar e por outro lado sem a deixar cair num confuso e passageiro fantasiar, mas permitindo que as imagens se cristalizem numa forma bem definida. memorável, auto-suficiente e «icástica».* Naturalmente trata-se de uma pedagogia que só pode exercer-se sobre si mesmo, com métodos inventados de cada vez e com resultados imprevisíveis»⁴. Existe algo de insatisfatório nesta solução, e Calvino não pode deixar de o saber. Com efeito, que para viver cada uma invente uma imagem do mundo ou uma «mitologia pessoal» isso não garante de nenhum modo que esta se possa tornar comum e indiscutível, resistindo à poeira de imagens instantaneamente transmitidas pelos *média*. Faltam mediações para que se torne efectiva a um nível mais colectivo, mas Calvino não confia já nas ilusões da dialéctica, abeirando-se por vezes da ideologia do intelectual segunda a qual tudo se resume em «revoluções interiores» e exemplares.

É fascinante seguir a maneira como Calvino procura uma saída, que pesa sobre toda a sua ficção. Dada a impossibilidade de um simulacro que altere o aspecto do mundo a estratégia de Calvino passa por uma mudança de registo óptico. A omnipresente inclinação pela cosmogonia é um sintoma de um olhar panorâmico, similar ao do gigantesco habitante de Sirius do *Micromégas* de Voltaire. Rita Ciotta Neves mostra que esta tendência vem desde os princípios da obra, citando um importante estudo de Marco Belpoliti: «*Em Il Barone encontramos a primeira manifestação deste olhar, e é um olhar especial, panorâmico, do alto*»⁵. Com a sua profunda auto-ironia, Calvino dará o nome de «Palomar» ao herói de um dos seus últimos livros. De facto, Palomar é o nome de um conhecido observatório astronómico e em italiano significa mergulho («*palombaro*»), indicando uma perspectiva em *plongée*, de cima para baixo, mas também uma precipitação na Terra, ou pelo menos, uma atenção à Terra. Mas é o olhar panorâmico que domina, em consonância com o peculiar olhar de Apolo, que vê a Terra na sua totalidade e que ganhou foros de cidadania depois das missões espaciais dos anos 60⁶. Calvino pretende fazer uma cosmogonia poética. Tudo indica que se trata de percorrer em todos os sentidos esta distância excessiva entre o olhar astronómico e a opacidade da terra.

A possibilidade de fazer uma cosmogonia, uma nova *Rerum natura* de um Lucrécio actual, faz emergir um círculo em que o início e o fim se juntam, o

⁴ Italo Calvino, *Seis propostas*, *ibidem*.

⁵ Marco Belpoliti, *L'occhio di Calvino*, Torino, Einaudi, 1996, p. 65. Citação em Rita Ciotta Neves, *Italo Calvino. Lições de Modernidade*, Lisboa, Edições Universitárias Lusófonas, 2007.

⁶ Cf. «*Reflexive Telescopic and geotropic Astronautics*» de Hans Blumenberg (1975), *the Genesis of the Copernican World*, Mass. MIT Press, 1987, pp. 675 ss.

mais arcaico e o mais moderno. O olhar panorâmico permite ver a totalidade do espaço, mas também a totalidade do tempo. Mas é um olhar mais intuitivo do que real. Dele depende o traçar do círculo onde se joga o destino da humanidade, como já o fizera Hegel na sua *Fenomenologia*. É certo que à distância se perde o pormenor, mas são os pormenores que constituem problema. Calvino não abandona a história, antes altera a maneira de para ela olhar. A inclusão do primitivo, do paleolítico, no panorama de conjunto implica uma anamnese das tarefas incumpridas da história, invisíveis a partir do presente. Sabe-se bem como o século XX esteve fascinado pelo retorno do primitivismo, que metafisicamente emerge com Nietzsche, nomeadamente nas teses sobre as forças elementares do dionisíaco, tendo marcado toda a arte do século XX⁷. Uma pintura de Picasso, *Les Demoiselles d'Avignon*, constitui um marco neste processo. Aliás, o «primitivismo» surge muito cedo em Calvino. Não por acaso, Calvino dedicou a tese de licenciatura a Joseph Conrad, a quem se devem algumas deslumbrantes descrições do arcaísmo da natureza e dos homens que com ela se relacionam directamente, sem mediações. Está presente em *Palomar*, mas também logo no início no *Barão Trepador*, com o mundo silvestre que Cosimo passa a habitar.

A possibilidade de um novo *incipit*, repetindo a necessidade antiga, mas sem as suas limitações, passa pela totalidade da Terra, que excede a história e as formas como foi apropriada. Tal como no círculo de Pascal, o centro está por todo o lado, mas acede-se a ele através da razão. A porta de entrada é agora a técnica, a combinatória, o conceito, a matemática, etc. e não já o mito ou o ritual. Em algumas imagens esplêndidas, Palomar mostra-nos como o «selvagem» está surge bizarramente no jardim zoológico, essa realização prática da taxionomia em jaulas. Daí que os animais que interessam Palomar são uma espécie de híbridos de animal e máquina, como é o caso da girafa que «*parece ser um mecanismo construído através da união de grandes pedaços provenientes de máquinas heterogêneas*» ou as «*tartarugas electrónicas, programadas para acasalarem*», etc. O momento actual seria, assim, aquele de uma mistura da natureza e da técnica: uma mistura caótica e aparentemente absurda. No mesmo livro, Palomar dá-se conta que as ondas do mar deixam atrás de si «*a praia constelada de latas, de caroços, de preservativos, de peixes mortos, de garrafas de plástico, de chinelos velhos, de seringas, de veios negros de massa lubrificante*». A natureza está pejada dos detritos da história, e esta última parece incapaz de responder às potências catastróficas da natureza. A originalidade de Calvino está em que procura pensar uma saída que respeite o que ambas têm de imperativo⁸.

⁷ Sobre este assunto ver Jack Flam & Miriam Deutch, *Primitivism and Twentieth-Century Art: A Documentary History*, University of California Press, Berkeley, 2003.

⁸ Em *Palomar* esta possibilidade é afirmada sem ambiguidades: «*E que vê ele? Vê a espécie humana na era dos grandes números, que se estende numa multidão nivelada mas, no entanto, feita de individualidades distintas, tal como este mar de grãos de areia que submerge a superfície*

Tudo isto está bem patente numa conferência velha conferência sobre cibernética, um texto nuclear do pensamento calvineano. Neste ensaio, a natureza é definida como «*caos multiforme*» sobre o qual o homem lança uma rede de «palavras», onde imagem e conceito são indistinguíveis. O mito é a forma sintética em que se cristaliza essa origem, pois tudo começa «com o primeiro narrador da tribo». Como é evidente este processo era feito sem autor e inconscientemente. A crise moderna tem no reconhecimento deste facto um dos seus sintomas mais fortes. Tal como Mallarmé sobre o mito, também para Calvino este era uma arte que se desconhecia enquanto tal e, contrariamente às teses românticas, não pode criar um novo mito⁹. Aliás, Hegel já tinha descrito este problema: «*As estátuas são agora cadáveres de que se escapou a alma vivificante, à semelhança dos hinos [feitos] de palavras de que se escapou a fé; as mesas dos deuses [estão] sem alimento nem beveragem espiritual e, dos seus jogos e banquetes já não recolhe a consciência da jubilosa unidade de si com a essência. Às obras da musa não assiste já a força do espírito que viu irromper do desabamento de deuses e homens a certeza de si mesma. Elas foram doravante o que são para nós belos frutos separados da árvore*»¹⁰. Onde Hegel observa o fim da arte, Calvino vê a possibilidade e necessidade de um reinício. A especial responsabilidade do escritor assenta no facto de postular que se o mito esteve no início, no fim só poderá estar a ficção, ou outro dos seus nomes –o poético, a arte sem mais–. Neste sentido, o mito é o mais universal possível, sendo sempre singular. Lição que retira de Prop e de Lévi-Strauss, permitindo-lhe apreender num mesmo gesto o momento em que o mito se desagrega na universalidade abstracta do conceito e na singularidade extrema do poético. Algo de decisivo se joga então no *incipit* mítico. Trata-se de afastar a natureza, de pluralizá-la pela «imagem» mas também de afastar o perigo representado pela *Physis*. Por isso a linguagem é descrita como um arabesco ou labirinto que recobre a elementaridade das forças naturais. Minotauro que gasta as suas forças tremendas correndo num labirinto de que nunca deverá sair, mas que só tem razão de ser pela sua potência no «meio» da cidade dos homens.

*do mundo... Vê o mundo, apesar disso, continuar a mostrar as costas rochosas da sua natureza, indiferente ao destino da humanidade, a sua dura substância, irreductível a qualquer assimilação humana... Vê as formas em que a areia humana se agrega tenderem para uma disposição segundo linhas de movimento, desenhos que combinam regularidade e fluidez com as marcas rectilíneas ou circulares de um ancinho... E entre humanidade-areia e mundo-rochedo, intui-se uma harmonia possível, como entre duas harmonias não homogêneas: a do não humano, num equilíbrio de forças que parece não corresponder a qualquer desígnio; a das estruturas humanas, que aspira a uma racionalidade de composição geométrica ou musical, nunca definitiva...». Cf. Italo Calvino, «O Canteiro de Areia», in *Palomar*, p. 102.*

⁹ Walter Benjamin que também interveio neste debate mostra que o retorno ao mito implica manter a lógica sacrificial e violenta em que se enredou a história. Cf. David Pan, *Primitive Renaissance: Rethinking German Expressionism*, University of Nebraska Press, Lincoln, 2001.

¹⁰ Friedrich Hegel (1808), *Phénoménologie de l'esprit*, Paris, Gallimard, 1993, p. 641.

O mito é feito de variações, contendo a possibilidade de «experimentação», mas é também a origem da «geometria» histórica e tudo o que a acompanha, a progressiva emergência de uma rede conceptual que abolirá o fantástico associado ao mito. Calvino de algum modo descreve a passagem do *mythos* para o *logos*, do sincrético para o conceptual: para o mundo claro e nítido que este edifica. Mas a claridade absoluta é puramente ilusória. Ora, a modernidade é a época da realização técnica do conceito. É este fundo conceptual que suporta as combinações e permutações de todo o género, que tão importantes serão na escrita de calviniana. É de enaltecer a maneira como Rita Ciotta Neves nos apresenta Calvino como um dos pensadores da técnica mais refinados e menos meditados do século XX. Explicar-se este facto pela atenção exclusiva à adesão de Calvino à ideologia combinatória do Oulipo. Por sincera que seja, nunca é plena, pois a ficção, os «fantasmas», as imagens, excedem a combinatória. Acima de tudo, ao reflectir sobre a permutação lógica, Calvino acaba por confrontar-se com a técnica.

O interesse de Calvino pela técnica tem uma dupla face. Primeiramente, a técnica opera uma espécie de higiene da arte, recusado o nosso autor a demonização da técnica, típico gesto romântico e estético. De modo semelhante a Walter Benjamin, também ele recusa as categorias idealistas, como a «inspiração», o «belo», a «criação», o «autor», etc. É aliás este aspecto que o aproxima do grupo do Oulipo. Sabe-se como alguns dos oulipianos, caso de Raymond Queneau, estiveram próximos dos surrealistas e do grupo de Georges Bataille reunido em torno das revistas *Acéphale* e *Critique Sociale*, que se caracterizavam pela prática de uma liberdade artística absoluta, privilegiando esteticamente o inconsciente e a espontaneidade. Contra esta tendência, o OULIPO é uma reacção extrema. Lionnais num dos primeiros manifestos oulipianos, de 1973, insiste na necessidade de trabalhar artisticamente com os constrangimentos e os códigos. De facto, nada existe de material que não ocorra sob constrangimento, como é o caso da língua, a escrita, etc. Calvino sintetiza com grande precisão as diferenças teóricas que separam os oulipianos dos surrealistas: «(os oulipianos defendem) a recusa da “inspiração”, do lirismo romântico, do culto do caos e do automatismo (íolos dos surrealistas), a valorização da obra construída, acabada e concluída(...). Não só, o artista deve ter a plena consciência das regras formais às quais corresponde a sua obra, do seu significado particular e universal, da sua função e influência¹¹. Este será um traço constante do chamado «iluminismo» de Calvino.

Numa segunda vertente, são os limites da técnica que são analisados. Como Carl Einstein escreveu algures: «O homem defende-se contra impressões e experiência avassaladoras, contra as forças desencadeadas, racionalizando-as e conceptualizando-as. ... Todo o acto de conceptualização visa assimilar e

¹¹ Italo Calvino, «Cibernétique», *op. ult. cit.*

dominar a experiência concreta, evitar o impacto do Real»¹². Por seu lado, Calvino insiste bem mais no carácter sintético do começo mítico, onde razão e imagem estão fundidas, embora existam traços suficientes na sua obra para reforçar a ideia de que á medida que o mito vai regredindo, cresce concomitantemente o espaço do conceito –das regras e códigos, a que a técnica computacional dá corpo–. A desmesura da técnica tem a ver com a explosão desse sincretismo inicial, que se fragmenta numa poeira de imagens e numa apertada rede de códigos e regras. Toda a dificuldade está em conseguir rearticulá-los. Compreende-se que Calvino insista nos aspectos que têm a ver com o esgotamento da imaginação, a cristalização do mundo, o domínio do cálculo.

Mas ao invés daqueles que vêm na técnica um perigo, Calvino vê nela uma insuficiência radical. A técnica nunca é absoluta por estar sempre assolada pela entropia –pela catástrofe–, que caracterizam a fisicalidade, de que ela faz parte. Por esta via, Calvino tem afinidades claras com artistas como Thomas Pynchon e Robert Smithson que vêm na entropia a ameaça arcaica por excelência¹³, a que a arte terá de responder. Por isso, no final das *Lezione Americane*, num texto intitulado «Iniciar e Terminar», Calvino cita a conclusão apocalíptica com que Italo Svevo conclui *La coscienza di Zenò*. Um explosivo colocado no centro da Terra que fará explodir e retornar à «forma de nebulosa». Para Svevo é um explosivo, um produto da técnica, que originará o desastre, mas Calvino sintomaticamente verá aí o efeito da entropia universal, onde «tudo se desfaz numa nuvem de calor e se precipita sem esperança num vórtice de entropia». A técnica necessita da arte, pois esta é uma daquelas «mínimas porções em que o universo se cristaliza numa forma, em que adquire um sentido, não fixo, não definitivo, não imobilizado numa rigidez mortal, mas vivo como um organismo».

Não é que a arte possa evitar ou suspender a «entropia» ou o desastre, de que a técnica comparticipa, mas a resposta possível passa por aí. Daí a insuficiência de sublinhar a adesão oulipiana de Calvino. Este não impede o esgotamento, levando a uma rigidez dissimulada de plasticidade, a qual se deve apenas à desmesura das possibilidades. Consistentemente com esta crítica Calvino num artigo de 1969 afirmava: «Nunca mais pensei num universo finito e numerável (ideia mais que errada, infernal) e a análise do processo combinatório apareceu-me só como um método tanto mais necessário quanto mais exaustivo para entrarmos na infinita

¹² Cf. Carl Einstein, «Gestalt and Concepts», in *OCTOBER* 107, winter 2004, p. 170.

¹³ Por exemplo Robert Smithson afirma que «*Todo o sistema contém uma enorme quantidade de desordem dentro de si. Noutras palavras, está sempre a colapsar. No entanto tem-se a ilusão de que de algum isso é significativo. Toda a tendência da Grécia clássica é o de tender para alguma espécie de ideal. Ora eu penso que se se tende para alguma espécie de ideal inevitavelmente tudo desemboca numa enorme confusão*». Cf. Smithon, interview with Robert Smithson by Willoughby Sharp (1968).

*rede do possível*¹⁴. A ideia de literatura de base técnica, produzida por máquinas literárias automáticas, sem autor, tudo dependendo de regras fixas e invioláveis é, portanto, limitativa. Sendo necessária para evitar o idealismo estético não chega para potenciar a arte. Aliás, em Perec ou Roubaud e o próprio Calvino encontramos uma prática de variação e um jogo de repetições que excedem o controlo propiciado pelo método. A arte irrompe de um certo descontrolo, quer no momento da feitura, quer no momento em que circula livremente pelo real. Daí que o nosso escritor «o jogo matemático combinatório... pode funcionar colmo um desafio para compreender o mundo, ou como dissuasão para o fazer; a literatura pode trabalhar tanto no sentido crítico quanto no sentido da confirmação das coisas tal como são e tal como são conhecidas. A fronteira nunca está claramente definida; direi que, neste ponto, é a leitura que se torna decisiva: é ao leitor que cabe agir de maneira a que a literatura exerça a sua força crítica, e isso pode produzir-se independentemente da intenção do autor»¹⁵. Ou seja, a arte aparece como uma prática que se joga entre a técnica combinatória e o mito, permitindo a sua rearticulação. Tal como Marcel Duchamp num texto famoso sobre «o acto criativo», percebe-se a limitação da arte, Ela só existe quando afecta e é afectada pelo espaço político onde habitam os humanos.

A interpretação calviniana do mito parte de uma intuição preciosa. Sendo uma origem sincrética, da qual tudo o que é humano se destacou e separou —o conceito, a escrita, a imagem, etc. na técnica ainda está em potência algo dessa força sintética ou plástica inicial. Nela, tal como «na floresta das fábulas passa, como um frémito de vento, a vibração do mito» que «é a parte escondida de cada história, a parte subterrânea, a zona ainda não explorada porque ainda faltam as palavras para chegar até a ela»¹⁶. O mito é afinal uma potência de imagem, dinâmica e infixável, que se mantém activa, quer nas figuras em que mitologia se cristalizou, quer nas formas estáveis e nos códigos e em geral em todas as coisas que mobilam a existência. De algum modo o real é memória cristalizada e esquecida dessa potência infixável, que persiste. Como se pode ler sobre Zaira, uma das «cidades invisíveis»: «Uma descrição de Zaira como é hoje deveria conter todo o passado de Zaira. Mas a cidade não diz o seu passado, contem-no como as linhas da mão, escrito nos cantos das ruas, nas grelhas das janelas, no corrimão das escadas, nas antenas dos pára-raios, nas hastes das bandeiras, sendo cada segmento, por sua vez, riscado de aranhões, rendilhados, incisões, desvios»¹⁷. Tudo se mantém aí, na medida em que o mais mínimo fragmento é uma fusão do mais arcaico e do actual, da matéria e do seu maravilhamento permanente.

¹⁴ Italo Calvino (1969), «La macchina spasmodica», citado por Rita Ciotta Neves, *op. ult. cit.*

¹⁵ Italo Calvino, «Cibernétique et Fantasmies», *op. ult. cit.*, p. 42.

¹⁶ Italo Calvino, *ibidem*.

¹⁷ Italo Calvino (1972), *As Cidades Invisíveis*, Lisboa, Teorema, 2000.

Para potenciar esta possibilidade seria precisa uma outra «forma do mundo» (*sic*). O problema é grave, pois verificamos que é impossível tentar reconstruir o império icónico medieval, estando cada imagem ou coisa recobertas por uma infinidade de outras. Se o que ele pretende alcançar é a «forma do mundo», esta parece confundir-se com variações do presente¹⁸. Cada literato, mesmo se radical, fica preso nos limites dessa dificuldade, isto é, a improbabilidade de que se possa generalizar uma imagem, de torná-la comum e comparticipada. Por outro lado, a rede de ligações técnicas tende a tornar-se cada vez mais dissimulada, determinando a maioria das variações e combinações, aparentemente livres. Na medida em que a história se tornou tão acidental e entrópica como a natureza, é preciso mudar de perspectiva, percebendo-se melhor a necessidade da perspectiva astronómica de Calvino. Questão que ressalta de um diálogo dentre Biaggio, irmão do barão trepador e Voltaire que lhe pergunta se Cosimo tinha ido para as árvores «*para se aproximar do céu*», ao que o primeiro responde: «*O meu irmão –respondi– afirma que quem quer bem olhar para a terra deve ficar longe dela*». É a Terra que serve de critério para produzir imagens potentes¹⁹, capazes de afectar os humanos. Justifica-se assim o olhar panorâmico de Calvino, que sobe para melhor ganhar distância perante o presente e a mescla de códigos e imagens que o constituem. Esta tem de visar a totalidade de que produz uma série de imagens que são enviadas pela arte contra a poeira que envolve o real e o dissimula. A necessidade de fazer proliferar as imagens da terra é indubitavelmente de natureza política. Assim, sobre Bauci, outra das cidades invisíveis, que assenta sobre umas andas invisíveis e está nos altos, pode ler-se: «*Três hipóteses se fazem sobre os habitantes de Bauci: que odeiam a Terra; que a respeitam a ponto de evitarem qualquer contacto com ela; que a amam como era antes deles e com binóculos e telescópios apontados para baixo não se cansam de a perscrutar, folha a folha, pedra a pedra, formiga a formiga, contemplando fascinados a sua própria ausência*»²⁰. As imagens tão distintas correspondem estéticas e políticas muito diferentes, mas o essencial é a variação em torno de uma densidade irredutível que, circulando livremente, opera uma série de divisões e redivisões do aspecto do mundo. Está em causa a possibilidade de «geografia poética», que dê sentido à vida.

¹⁸ Num outro ensaio, sobre o opaco, a forma do mundo é uma variação da forma existente: «o mundo por mim representado tem um reverso, uma possibilidade de encontrar-me diversamente colocado e orientado, numa diversa relação com o percurso do sol e as dimensões do espaço infinito, signo do que o mundo pressupõe um resto do mundo, além da barreira de montanhas que se sucedem atrás de mim, um mundo que se prolonga no opaco, com países e cidades e planaltos (...), sinto este reverso do mundo escondido além da espessura profunda de terra e rochedos, e é logo a vertigem que ecoa no meu ouvido e me empurra para o além» (Italo Calvino, «Oppaco», citado pela autora). De qualquer modo, o problema mantém-se.

¹⁹ Os ecologismos não têm deixado de explorar ao máximo o horror de algumas imagens da «terra».

²⁰ Italo Calvino, *Cidades*, *op. ult. cit.*

Italo Calvino é alguém que cuida dos fins e do fim, mas tal como Karl Kraus para quem «*o princípio está no fim*», também ele vê em cada acto um *incipit*, um início em que se joga aquilo que de irresolvido ficou na história. Nas *Seis propostas para o próximo Milénio* ele aborda explicitamente os *incipit*, os começos. Aparentemente trata apenas dos *incipit* literários, cuja crise descreve, perdida a antiga invocação às musas, como em Hesíodo, que antecedia o texto para o inscrever um espaço comum, enquanto a tendência actual seria a de começar em qualquer lado, abruptamente, cortando a carne ao vivo, como faz Musil, mergulhando das alturas meteorológicas para chegar à infimidade de um caso, Ulrich, que serve de porta de entrada para a totalidade.

Por seu lado Calvino insiste na dificuldade dos começos e do começar, questão mítica por excelência. Vimos que ele a força do mito passou a ser indirecta, não visível imediatamente, não andando longe da estratégia do abstraccionismo de um Mark Rothko que começa pela distorção dos mitos clássicos para chegar à pura potência da imagem. No caso de Calvino, a «ficção» é agora a herdeira dessa antiga potência, cujas imagens sobrevivem um pouco fantasmaticamente. Mas se o círculo do real, visto panoramicamente, permite enviar imagens contra a poeira ou areia em que se tornou, é preciso fazer o movimento contrário, de descida absoluta ao ínfimo e ao particular, para repetir o «maravilhamento» da matéria e da existência, numa situação de que tem dolorosa consciência da sua improbabilidade. Se a onda do mar está cheia de detritos é preciso incluí-los a ambos, já que os nossos materiais são ao mesmo tempo matéria e frima retorcidos e misturados, como um carro depois de um desastre, tendo que passar pela mesma processo de aligeiramento que a antiga *Physis*. Como afirma Francis Ponge, um poeta que Calvino muito admirava: «*Sou alguém para quem o mundo exterior existe, o que pressupõe uma espécie de realismo; aproximo-me e afasto-me dele, simultaneamente, ao considerar que a linguagem, as palavras são também um mundo exterior, e que sou sensível à realidade, à evidência, à espessura deste mundo verbal, pelo menos tanto quanto ao do objecto do mundo físico*»²¹. O chamado «pós-modernismo» de Calvino que o leva a citar uma infinidade de autores, como Joyce ou Proust, Beckett ou Lucrecio, mas também fragmentos de todo o género, mais não significa do que a necessidade de rearticular a matéria das imagens e a imagem da matéria, sem qualquer garantia teórica ou estética.

Manter esta situação em aberto, eis no que se resume a política radical de Calvino. É interessante verificar que Calvino, num conto incluído na colectânea *Tempo Zero*, o zero do início e do fim, reescreve a tentativa de fuga de Dantès e do Abade Faria, personagens de um célebre romance de Dumas. Na variação calviniana, enquanto o abade vai cavando túneis, enredando-se em galerias cada

²¹ Cf. Francis Ponge, *Entretiens de Francis Ponge avec Philippe Sollers*, Paris, Gallimard, 1970.

vez mais encafuadas na terra, Dantès vai fazendo um mapa a partir dos fracassos do primeiro. Assim, enquanto «*Faria tenta realizar a evasão perfeita, Dantès tende a imaginar a prisão perfeita*». Calvino parece mais próximo da estratégia de Dantès, embora as duas sejam complementares. «*Se pelo pensamento conseguir construir uma fortaleza de onde é impossível fugir, esta fortaleza pensada será ou muito semelhante à verdadeira – e neste caso é certo que nunca conseguirei fugir, mas pelo menos terei achado a tranquilidade daquele que está onde está porque não pode estar noutra sítio; ou então será uma fortaleza da qual a fuga ainda é mais impossível do que daqui– e isso o sinal de que existe uma possibilidade de fugir daqui: bastará achar o ponto onde a fortaleza pensada não coincide com a verdadeira, para achar a saída*»²². A ficção coincide com esta dissonância do real enquanto sistema, que ela narra uma e outra vez. Daí que estejamos perante um *incipit* permanente, que não é o efeito de um primeiro homem, mas de um homem terminal. Como Nietzsche, ou Maurice Blanchot, trata-se de fazer o que se tem de fazer como se fosse o único e o último dos homens. O *incipit* possível passa pela exploração absoluta do real, por lançar-lhe imagens que o ponham em teste e experimentem os seus limites. Trata-se de «*fazer durar e dar espaço*» (*sic*) a outras imagens da história que ficaram perdidas na infimidade ou nos arquivos. A ficção é então um *envio* do último homem para todos os possam receber.

²² Italo Calvino, *Temps zéro*, Seuil, Paris, 1970, coll. Points, pp. 144 ss.

POLÍTICAS E INDÚSTRIAS CULTURAIS NA ERA DIGITAL: NOVOS DESAFIOS*

PEDRO JORGE BRAUMANN

*Professor da Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa. Portugal.
Vice-Presidente do Centro de Investigação Media e Democracia (CIMDE)*

RESUMO

Novos desafios se podem colocar às políticas culturais na nova era digital e de desenvolvimento de um novo quadro económico caracterizado pela internacionalização e concentração. As indústrias culturais devem desempenhar um verdadeiro papel de mediador social e económico, contribuindo para criar uma nova estratégia de desenvolvimento cada vez mais «participada» pelos cidadãos que possa dar origem a um novo modelo de Sociedade e a novas políticas públicas.

O desenvolvimento dos media e das indústrias culturais na Europa a partir dos anos 90 do século passado têm sido marcado pela internacionalização, convergência tecnológica, surgimento de novos media, produtos culturais e serviços interactivos, conduzindo muitas vezes a um aumento da indecisão dos decisores políticos que controlam a regulamentação e dos próprios consumidores.

A internacionalização dos media e das indústrias culturais tem surgido ao nível tecnológico e económico. A digitalização colocou a voz e os vídeo serviços nas mesmas redes e permitiu o aparecimento de pacotes de novos serviços (telecomunicações e audiovisual) unificados, além de sistemas cada vez mais baratos. O desenvolvimento da televisão por satélite através do sistema DTH (Direct to home television), expansão das redes de televisão por cabo, para além da televisão digital terrestre (TDT), a que hoje se junta a IPTV ou mesmo a televisão para telemóveis, possibilitou o acesso de muitos dos lares e telespectadores europeus a um número elevado de canais, pelo menos 20 ou mais, assim como o advento novos serviços de telecomunicações interactivas.

Palavras-chave: Economia, Políticas e Cultura.

* Esta comunicação foi apresentada na 2.ª Sessão Plenária (Políticas e Indústrias Culturais na Era Digital) do IX Congresso IBERCOM, O Espaço Iberoamericano de Comunicação na Era Digital, Sevilha/Cádiz, 15 a 18 de Novembro de 2006.

Outro aspecto relevante é o de como garantir o acesso a determinado tipo de informação e a diversidade em termos de conteúdos. Não podemos também ignorar que há uma crescente *mercantilização* dos media e indústrias culturais e que essa tendência vai certamente crescer no futuro. É importante perceber que essa *mercantilização* e essa lógica cada vez mais económica podem conduzir em alguns casos – e tem conduzido – a um possível abuso de posição dominante que, inclusivamente, pode pôr em causa os próprios mecanismos da competição.

LISTA DE CONTEÚDOS DAS INDÚSTRIAS/PRODUTOS DOS MEDIA E NÃO MEDIA

Table I provides an illustrative list of entertainment and non-entertainment-related contents products.

O mais relevante é conseguir dinamizar os mercados e ter produção de conteúdos de qualidade que ao mesmo tempo, possibilitem quer um acesso diversificado aos conteúdos, quer a manutenção estável da situação económica e financeira das empresas.

O grande paradigma está entre o pluralismo e a competição. Estas são actualmente as duas faces da mesma moeda. Sabemos também que a competição económica existe e vai aumentar. Em termos das sociedades democráticas e dos sistemas democráticos europeus é importante perceber como vamos manter neste quadro uma lógica de pluralismo que seja consentânea com aquilo que aspiramos em termos de funcionamento da sociedade.

No referente às tipologias da concentração saliente-se as seguintes tendências fundamentais:

- Redução do número de empresas e aumento da sua dimensão –concepção, produção e difusão da escrita, do som e da imagem;
- O mercado de bens e serviços deve ficar limitada a um grupo reduzido de agentes do mercado que detém quotas elevadas de oferta e procura global –tendência para o oligopólio–;
- Dinamismo do Mercado e consequências na regulação.

Comentando a evolução de mercado anteriormente referida, saliente-se que temos claramente uma tendência para a redução do número de empresas. Isto é inevitável e é normal em termos da lógica evolutiva do mercado. De acordo com esta lógica, é mais importante preocuparmo-nos com um problema fundamental, o de como é que perante este quadro podemos encontrar formas e processos de regulação de mercado e de actuação política pública que evitem um determinado conjunto de «perigos».

Temos por outro lado diferentes tipos de mercados e uma das estruturas de mercado que existe é o oligopólio. Ora bem, o mercado oligopolista tende a ser predominante na área dos media assim como de algumas das outras indús-

TABLE 1. Illustrative list of media and non-media content industries/product

<i>Media and entertainment applications</i>	<i>Non-entertainment applications</i>	<i>Government</i>	<i>Network users</i>
Publishing (books, magazines, comics, etc.)	Industrial and visual design	Public sector information for commercial re-use	Web sites
Film/Motion pictures	Software design and development	Research & Science	Blogs and podcasting
Animation (animation characters and avatars)	Business and professional related content	Education	Virtual communities
Music	Advertising	Culture (e.g. Digital libraries)	Digital photos and video files
Broadcasting/Digital radio/Cable/Interactive TV and other interactive media	Fashion/design	Health	Art works
Software/Computer and video games	Architecture/professional services		
Gambling	Training and adult education		
Mobile content/Telematic and wireless services			

Source: OECD based on various government publications. The list of examples in the four content categories is illustrative and in no priority order. FONTE: OECD, Paris, 2006.

trias culturais e tem diferentes combinações e formas de funcionamento. Aliás, há casos em que, de facto, é muito importante a questão dos mecanismos de regulação mas noutros não tanto. Portanto, temos de ver mercado relevante a mercado relevante, ou seja caso a caso.

Mas o que está em causa, fundamentalmente, são os benefícios ou malefícios dos oligopólios, visto que são essas as estruturas predominantes hoje na forma concorrencial dos média e algumas das outras indústrias culturais. Por outro lado, há hoje um dinamismo de mercado para o qual é difícil evitar um determinado tipo de respostas –por exemplo o aparecimento do jornalismo *online* e de versões digitais dos jornais é hoje tendência forte na área do jornalismo e é bastante importante–, inclusive, para um acesso à informação mais generalizado; surgem assim lógicas distintas nas novas formas de fazer jornalismo, em que o mercado *online* apresenta aspectos não comparáveis ao mercado do jornalismo tradicional. Não temos um mercado homogéneo mas sim vários mercados segmentados, ou seja, diferentes mercados heterogéneos que, provavelmente, exigem formas de regulação e de controlo também diversificadas.

Saliente-se a importância da concentração vertical, horizontal e diagonal multimédia (crossing), que pode conduzir à existência de conglomerados, assim como concentração transnacional, ou seja, grupos que têm posições em vários países simultaneamente. Por outro lado e em termos da Oferta/Procura, convém também analisar, por exemplo no caso do jornalismo, a concentração editorial, a diversidade de conteúdos e preferência dos leitores/audiências, etc.

Entre os objectivos de interesse público, um autor como Doyle (2002) salienta que a grande questão é a compatibilização entre o pluralismo e salvaguarda da diversidade de conteúdos. Assim, quando nós olhamos para este tipo de interligação entre diversidade de conteúdos e pluralismo, verificamos que temos um conjunto relativamente vasto de variáveis que têm de ser consideradas, por exemplo: a evolução tecnológica, a política pública, o nível de inovação de produtos, de criação de novos produtos e a questão de evolução do mercado e diversidade de oferta, etc.

Portanto temos que analisar algumas variáveis diversificadas. É evidente que é possível ter um conjunto de preocupações que são habituais em termos de média, como por exemplo: as questões relacionadas com a protecção de menores, a qualidade jornalística, desenvolvimento da qualidade e diversidade de conteúdos, as questões culturais e linguísticas, a protecção do direito de acesso à informação, a defesa da unidade e identidade nacional, de valores culturais, de minorias, etc.

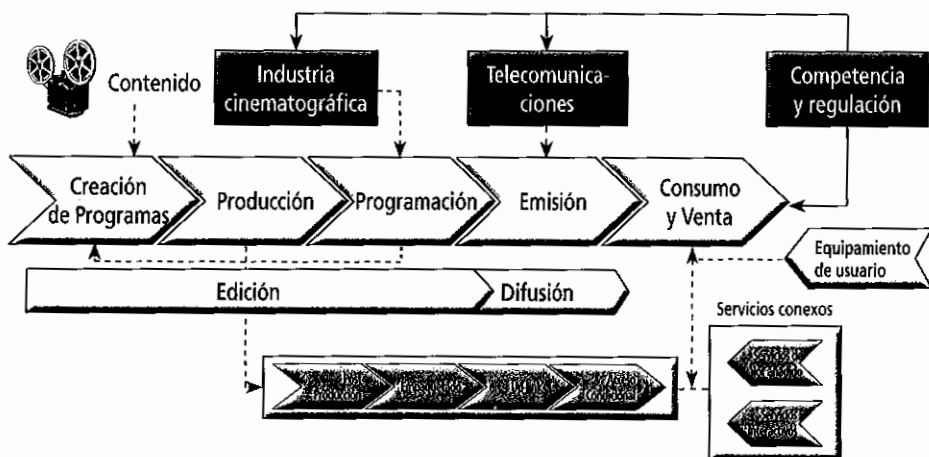
O que se desenvolve actualmente em termos dos média e indústrias culturais é fundamentalmente uma lógica de produção em termos de cadeia de valor, ou seja, o controlo das diferentes fases da cadeia de produção de valor em termos de conteúdos pode permitir por exemplo que a mesma notícia, total ou parcialmente, possa passar em diferentes meios de difusão. Não é isto que é hoje habitual, mas a lógica de cadeia de valor permite pensar que este tipo de situação será normal

no futuro; portanto a maneira como se tem que encarar a questão da concentração, em alguns aspectos, passa hoje cada vez mais, não pelo controlo individual de um conjunto de media mas sim pelo controlo da cadeia de valor.

Isto coloca-nos o problema da forma e do processo de convergência e em que diferentes meios será possível distribuir conteúdos. Só como pequeno exemplo, algumas áreas dos conteúdos informativos podem passar pelo jornalismo *online*, o teletexto na televisão ou até mesmo por uma mensagem no telemóvel, fazendo parte da mesma cadeia de valor com lógicas de distribuição multiplataforma.

A título de exemplo podemos analisar seguidamente a nova cadeia de valor do sector audiovisual.

CADEIA DE VALOR DO AUDIOVISUAL



Fonte: GAPTEL, 2005.

Com o desenvolvimento de uma economia global e da actual revolução digital, faz sentido discutir a concentração à luz dos novos desafios da convergência:

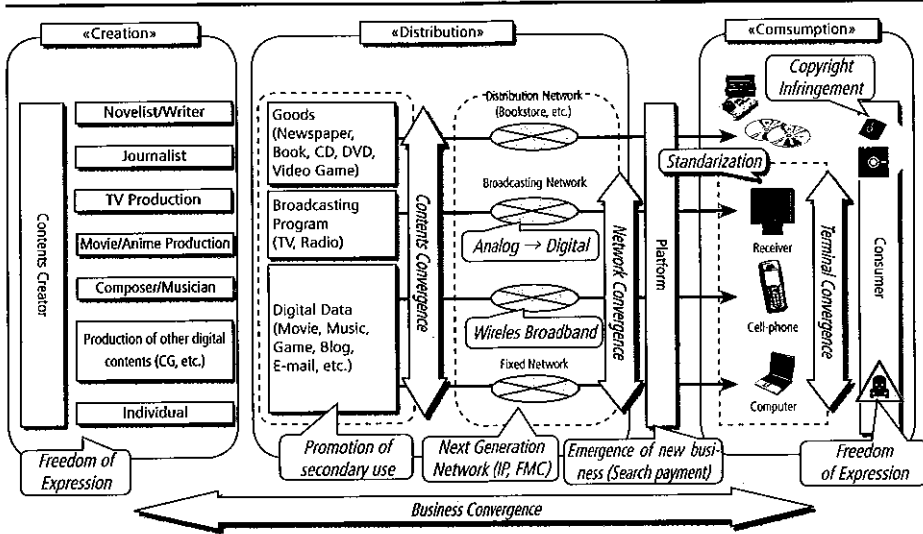
- Funcional (serviços híbridos) e Empresarial;
- Técnica, Económica e Jurídica;
- Canais de Distribuição (sistema comum digital em rede); e
- Na Forma dos Meios (texto, imagem e som).

Todavia o que nos interessa «proteger» em termos de regulação neste quadro de convergência e neste processo de transformação? Há um conjunto de aspectos que são relevantes proteger, como por exemplo a questão da propriedade intelectual. Podemos ainda destacar, em termos de necessidade de protecção: os consumidores e a privacidade, o mercado (oferta eficiente, qualidade de serviço, preços, etc.), normas e padrões e valores sociais e culturais.

EVOLUÇÃO DAS ESTRUTURAS DE MERCADO DAS TIC

6. Evolution of ITC market structure

MIC



Fonte: Kan'ichiro Aritomi (MIC, Japão), 2006.

Por um lado, há uma lógica de regulamentação industrial e mudanças tecnológicas profundas, o que não pode ser ignorado na forma e no processo de análise de mercados. Por outro lado, há um possível aproveitamento de vários aspectos económicos e financeiros, nomeadamente economias de escala, mas ao mesmo tempo existem fenómenos de concentração e internacionalização e também de globalização.

Temos uma tendência muito forte para fusões e alianças empresariais, criando-se específicos de dimensão sistémica, com estratégias financeiras, tentativas de rentabilização do investimento, aproveitamento de sinergias, controlo mais eficaz das empresas, tentativa mesmo por vezes de controlar o mercado, aumentando o seu poder de influência e a capacidade de aumentar os lucros. Portanto, estamos para além das economias de escala e das economias de dimensão. É assim necessário e fundamental perceber, para além das aparências, quais são algumas das mais importantes tendências actuais do mercado que levam a fusões e alianças empresariais e à constituição dos grandes aglomerados.

Os mercados não são estáticos, tendem a ser dinâmicos e a dinâmica leva a que o que hoje é uma posição dominante, e que pode provocar determinados tipos de distúrbios no mercado, possa não ser interpretável na mesma perspectiva e na mesma lógica no futuro.

A concentração permite, de facto, gerar algumas eficiências e benefícios para as empresas, mas é também importante encontrar formas de actuação pública

relativamente à qualidade e ao preço do produto que chega ao mercado, evitando prejudicar os próprios consumidores. Por outro lado, o desenvolvimento de novas tecnologias leva, naturalmente, a abrir a porta a uniões, aquisições, alianças estratégicas. Isto vai acontecer cada vez mais no futuro nos media e nas indústrias culturais e noutros sectores de actividade.

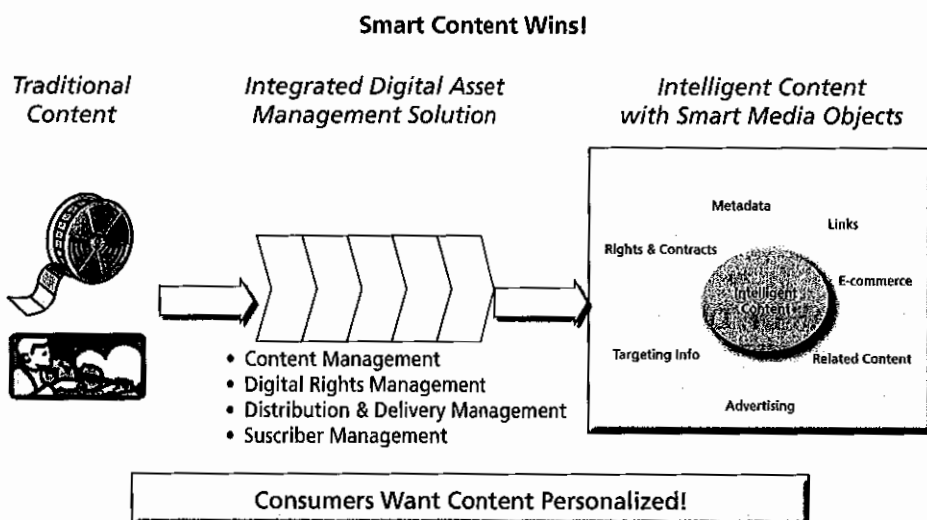
Assim a concentração pode gerar eficiências que permitem melhores produtos, mas também permitir que as grandes empresas obtenham vantagens excessivas com prejuízos eventualmente excessivos para os consumidores.

A lógica do mercado dos media e das indústrias culturais vai evoluir quer isso nos agrade ou não. Só há uma resposta possível à concentração, que é a de uma regulamentação forte, em que existam entidades reguladoras eficientes, capazes de se adaptar a mercados cada vez mais dinâmicos, respondendo da melhor forma, aos riscos relativamente elevados, de diminuição do pluralismo, o que poderá por em causa a evolução das nossas sociedades democráticas.

As indústrias culturais em geral têm sido defendidas como essenciais para a Europa. Programas especiais tentam preservar a língua e a identidade nacional, apesar dos próprios conceitos de cultura nacional e de serviço público terem mudado fortemente.

Os novos serviços multimédia e a Internet fizeram impor cada vez mais as leis do mercado e os desejos dos consumidores, em que a procura dos consumidores se dirige cada vez mais para produtos personalizados.

EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA E NOVOS SERVIÇOS



As novas tecnologias interactivas têm um longo caminho a percorrer antes de haver uma estabilização do mercado e da nova regulamentação.

Segundo a perspectiva do GRETEL (2005) existem as seguintes dimensões fundamentais do audiovisual:

Dimensão social

- Serviços de interesse geral;
- Financiamento do Serviço público;
- Pluralismo cultural;
- Protecção de direitos básicos;
- Veracidade e neutralidade da informação;
- Melhoria educativa.

Dimensão do mercado

- Nível de competição.

Dimensão tecnológica e de negócio

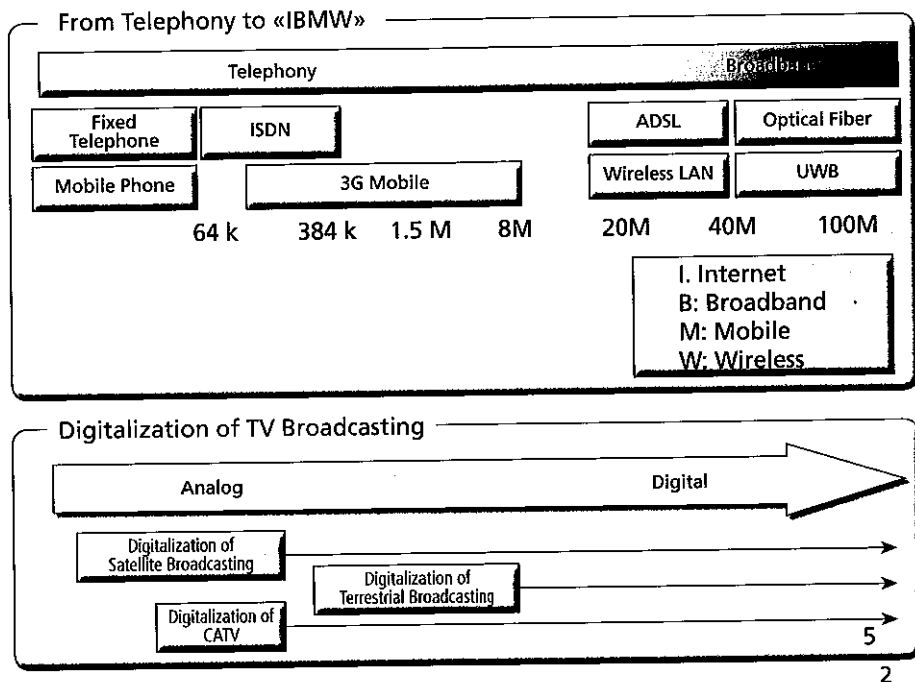
- TV convencional;
- TV digital;
- TV de alta definição;
- TV digital interactiva;
- Modelo em aberto;
- Modelo pago (conteúdos);
- Modelo convergente.

É vulgar encontrar argumentos económicos importantes para justificar a intervenção do Estado, tais como a existência de um monopólio natural ou existência de externalidades. Outro tipo de intervenções habituais consiste na protecção do direito de acesso à informação, na defesa da unidade e identidade nacional, de valores culturais, de minorias, etc.

SISTEMAS DE DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS

Algumas questões merecem hoje uma reflexão mais aprofundada para perceber alguns dos principais aspectos da revolução técnica e económica, tais como:

- possíveis contribuições para o desenvolvimento da Sociedade da Informação e do Conhecimento;
- análise da estratégia dos diferentes Grupos *Multimédia*;



FONTE: Kan'ichiro Aritomi (MIC, Japão), 2006.

- a concorrência / complementaridade entre diferentes Plataformas de distribuição de Conteúdos e Serviços;
- análise das principais tendências de evolução tecnológica;
- possíveis modelos de negócios e desenvolvimento de serviços nas diferentes plataformas.

É difícil compatibilizar a dinamização dos mercados e o incremento da produção de conteúdos de qualidade, que simultaneamente satisfaçam as exigências de diversidade com multiplicidade de produtores em que o benefício privado não prejudique o interesse público e o pluralismo, garantindo um acesso diversificado aos conteúdos.

O Estado contemporâneo não pode estar só preocupado com as políticas culturais e sociais tradicionais, ou com a liberdade da comunicação, pelo que cada vez mais deverá assumir um papel fundamental no desenvolvimento das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação, contribuindo de forma mais eficaz para a construção de um novo *Projecto de Sociedade*.

Será assim conveniente aumentar a eficácia criando condições práticas para uma verdadeira convergência, integrando as competências do Estado nas seguintes áreas:

- Telecomunicações;
- Sociedade da Informação;
- Política audiovisual;
- Economia dos Meios de Comunicação;
- Indústria de Conteúdos;
- Será assim possível desenvolver de forma mais eficaz;
- Inovação;
- Inclusão social;
- Criatividade.

As actuais mudanças tecnológicas e económicas exigem hoje um *Novo Modelo de Regulação*, onde a regulação deve ser também um poderoso instrumento de uma nova política de desenvolvimento das Indústrias Culturais e da Sociedade da Informação e do Conhecimento.

Será assim possível a dinamização dos mercados e o incremento da produção de conteúdos de qualidade, que simultaneamente satisfaçam as exigências de diversidade, o pluralismo e os interesses das empresas no mercado.

O problema principal do período actual é compatibilizar o reencontro entre uma economia tradicional de bens culturais e de informação e uma nova infra-estrutura técnica, em transição entre dois sistemas muito diferentes: o fim das indústrias culturais de economias fechadas, com tecnologias específicas e regulações próprias, para entrar num *continuum* digital, que coloca problemas novos às instâncias de regulação, ao direito, aos organismos de normalização e às políticas públicas (Philippe Chantepie e Alain Le Diberder, 2005).

No campo internacional, nacional, e local na era das tecnologias e redes digitais é imperiosa e urgente uma reformulação profunda das políticas culturais e comunicativas (Enrique Bustamente, 2005).

As indústrias culturais devem desempenhar um verdadeiro papel de mediador social e económico, contribuindo para criar uma nova estratégia de desenvolvimento cada vez mais «participada» pelos cidadãos que possa dar origem a um novo modelo de Sociedade e a novas políticas públicas.

BIBLIOGRAFIA

- BALDWIN, Thomas F.; McVOY, D. Stevens e STENFIELD, Charles (1996): *Convergence-Integrate media, information and communication*, Sage Publications, USA.
- BANGEMANN, M. (1994): *Europe and the Global Information Society: Recommendations to the European Council*, U.E.
- BAPTISTE, Eric (Présidé) (2000): *L'infosphère: stratégies des médias et rôle de l'état*, Comissariat Général du Plan, La documentation Française, Paris.
- BENOIT, Hervé (1996): *La télévision numérique - MPEG-1, MPEG2 et les principes du système européen*, Dunod, Paris.

- BRAUMANN, Pedro Jorge (1986): *Inovação, Tecnologia e Desenvolvimento Regional*, CECL, Lisboa.
- BRAUMANN, Pedro Jorge (1989): «Análise e Perspectivas do Mercado Audiovisual», *RCL*, nº 9 ('Televisão'), CECL, Lisboa.
- BRAUMANN, Pedro Jorge (1995): «Economia do Audiovisual: o Público e o Privado», *RCL*, nº 21-22 ('Comunicação e Política'), CECL, Lisboa.
- BRAUMANN, Pedro Jorge (1997): «Tecnologia, Economia e Globalização», Painel do Diálogo transatlântico: o processo de globalização e a revitalização de identidades culturais nas mega regiões, *IV Encontro Iberoamericano de Ciências da Comunicação-IBERCOM*, Santos, Brasil (publicado posteriormente pela *Revista Estudos de Sociologia*, FCL-UNESP, Araquara, São Paulo, Brasil, Ano 3, nº 6, 1999 e em versão espanhola no livro editado por MASTRINI, G. e BOLAÑO, C. [1999]: *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*, Editorial Biblos, Buenos Aires, Argentina).
- BRAUMANN, Pedro Jorge (1998): «Políticas e Economia do Audiovisual em Portugal», *II Encontro Lusófono de Ciências da Comunicação*, Universidade Federal de Sergipe, Aracajú, Brasil.
- BRAUMANN, Pedro Jorge (2000): «A televisão digital: tendências e perspectivas», *OBSERVATÓRIO*, Revista do OBERCOM – Observatorio da Comunicação, nº 1, Os media na era digital, Lisboa.
- BRAUMANN, Pedro Jorge (2001): *Regulação e Convergência: Os Novos Paradigmas*, Seminário da APDC, Os Desafios da Regulação, Lisboa.
- BRAUMANN, Pedro Jorge (2005): «Regulação, Auto-Regulação e Co-Regulação», *X Congresso Nacional de Radiodifusão*, Tagus Park, Oeiras.
- BRAUMANN, Pedro Jorge (2005): «Concentração dos media e os limites da autonomia do jornalismo no âmbito europeu», *XII Cursos Internacionais de Verão de Cascais*, Cascais.
- CHANTEPIE, Philippe e LE DIBERDER, Alain (2005): *Révolution numérique et industries culturelles*, La Decouverte, Paris, 2005.
- CLUZEL, Jean (1998): *L'avenir de l'audiovisuel à l'ère numérique*, Rapport Sénat, Paris.
- COUDERT, Brothers (1994): *An Overview and Analysis of the Legal and Regulatory Barriers to the Take-off of Multimedia Applications in Preparation for the Infrastructure Green Paper* (final report to the European Commission).
- DOYLE, Gillian (2002): *Understanding media economics*, Sage Publications, London, 2002.
- ECIJA (coord. Hugo Écija Bernal e Pilar Sánchez-Bleda) (2005): *Livro Branco del Audiovisual – Hacia una nueva política audiovisual*, Espanha.
- EUROMEDIA RESEARCH GROUP (1997): *The media in western Europe – The euromedia handbook* (2nd edition), Sage Publications, Great Britain.
- Grupo de Análisis y Prospectiva del Sector de las Telecomunicaciones (GAPTEL) (2005): *Televisión Digital*, Madrid.
- GLOBAL REPORT SERIES (1996): *Media Ownership and Control in the Age of Convergence*, International Institute of Communications.
- GRETEL (2005): *El Sector Audiovisual y su Evolución – La Televisión. Retos y Oportunidades*, Colégio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación, Cátedra Coit en Regulación y Políticas Públicas et si Telecomunicación, UPM, Madrid.
- KAN'ICHIRO, Aritomi (2006): «Are digital media and Internet changing creative supply?», *The future of digital economy – Digital content creation, distribution and access*, Rome, Italy, 30-31 January 2006, OECD.
- MUSSO, Pierre (1994): «La télévision du futur – du sablier au réseau», in *MédiasPouvoirs*, I trimestre 1994, pp. 27-37.

- OECD (2006): *Digital broadband content-digital content strategies and policies*, Working party on the information economy, Directorate for science, technology and industry committee for information, computer and communication policy, Paris, 19-May-2006.
- OFCOM (2006): *Annual Plan 2006/07*, OFCOM, London, U.K.
- ROBILLARD, Serge (1995): «Television in Europe: regulatory bodies», *Media Monography* n° 19, The European Institut for the Media, published by John Libbey & Company Ltd, London.
- SCHWARTZ, T. e SATOLA, D. (2000): *Telecommunications Regulation Handbook*, World Bank Group, edited by Hank Intven McCarthy Tétrault.
- TAPLIN, Jonathan (2006): «True digital convergence», *The future of digital economy – Digital content creation, distribution and access*, Rome, Italy, 30-31 January, OECD.



Se terminó de imprimir este libro
el día 7 de noviembre de 2008,
en los talleres gráficos
de Dosgraphic, s.l.



Los textos incluidos en estas actas tratan de aproximar en el ámbito ibérico las tendencias de futuro y los retos académicos del actual ecosistema informativo. La hipótesis de partida con la que fue convocado el III Congreso Ibérico de Comunicación es que, desde culturas y economías dependientes, es posible reformular las bases de desarrollo de la denominada Sociedad del Conocimiento. Las cumbres hispano-lusas, la última de ellas celebrada casi a la par que este III Congreso Ibérico de Comunicación, indican que los poderes públicos son cada vez más conscientes de la necesaria oportunidad de un proyecto conjunto de trabajo y articulación político-cultural entre ambos estados en el seno de la UE que, a partir de nuestro legado, fortalezca el papel de interlocutor de ambos países en las relaciones internacionales. En el marco de la nueva división internacional del trabajo cultural que se perfila con el actual proceso de modernización tecnológica, las ponencias reunidas en el presente volumen dan cuenta del potencial creativo que hoy por hoy se observa en la Comunicología ibérica, que aporta nuevas miradas y originales formas de estudio de la comunicación a uno y otro lado de la frontera.



SECRETARIADO D
PUBLICACIONES

