



**Revista Electrónica Internacional de Economía de las
Tecnologías de la Información y de la Comunicación**

Volumen III Numero 3, Septiembre a Diciembre de 2001

<http://www.eptic.he.com.br>

Sumario

AUTORES

Enrique Bustamante

Roseli A. Fígaro Paulino

Othon Jambeiro

Luis Alfonso Albornoz

Israel Fernando C. Bayma

Claudio Katz

César Bolaño

Guillermo Mastrini

Marialva Barbosa

Valério Cruz Brittos

SUMARIO

2 Expediente
3 Presentación

Artículos

4 Comunicación y Educación en la Era Digital

Enrique Bustamante

15 Comunicação, Mundo do Trabalho e Subjetividade

Roseli A. Fígaro Paulino

Cuaderno Central: Marxismo, Economía y Cultura

30 El Desafío crítico a los economistas ortodoxos

Claudio Katz

58 Economía Política de la Comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional

César Bolaño y Guillermo Mastrini

79 História e Marxismo e as idéias comunicacionais latino-americanas

Marialva Barbosa

Relatos de Investigación

94 Obrigações Educativas e Culturais da TV no Brasil

Othon Jambeiro

107 El complejo audiovisual: hacia la digitalización total de la industria cinematográfica

Luis Alfonso Albornoz

140 A concentração da propriedade de meios de comunicação e o coronelismo eletrônico no Brasil

Israel Fernando de Carvalho Bayma

Reseña/Nota de Lectura

172 Televisão, periodização e desenvolvimento

por Valério Cruz Brittos

EXPEDIENTE

Revista Electrónica Internacional de Economía de las Tecnologías
de la Información y de la Comunicación.

Volumen III Numero 3, Septiembre a Diciembre de 2001

<http://www.eptic.he.com.br>

ISSN 1518-2487

Editor

César Bolaño (UFS - Brasil)

Editores Asistentes

Marcos Vinicius N. G. Castaneda (UFS - Brasil)

Comité Editorial

Alain Herscovici (UFES - Brasil)

Pedro Jorge Braumann (UNL – Portugal)

Guillermo Mastrini (UBA – Argentina)

Enrique Sánchez Ruiz (Un. Guadalajara - México)

Dominique Leroy (Un. Picardie – Francia)

Gaëtan Tremblay (Un. de Québec - Canada)

Equipo de Redacción

Valério Cruz Brittos (UNISINOS - Brasil)

Elizabeth Azevêdo Souza (UFS - Brasil)

Consejo Editorial

Ramón Zallo (Un. País Vasco – España)

Juan Carlos de Miguel (Un. País Vasco - España)

Delia Covi (UNAM - México)

Marcio Wohlers de Almeida (UNICAMP - Brasil)

Enrique Sánchez Ruiz (UG – México)

Roque Faraone (Un. de la República - Uruguay)

Enrique Bustamante (UCM – España)

Isabel Urioste (Un. Compiègne – Francia)

Jean-Guy Lacroix (Un. de Québec - Canada)

Sergio Caparelli (UFRGS - Brasil)

Othon Jambeiro (UFBA - Brasil)

Anita Simis (UNESP - Brasil)

Jorge Rubem Bitton Tapia (UNICAMP - Brasil)

Murilo César Ramos (UnB – Brasil)

Manuel Jose Lopez da Silva (UNL - Portugal)

Francisco Rui Cádima (UNL – Portugal)

Pierre Fayard (Un. Poitiers – Francia)

Gioandro Marcus Ferreira (UFES - Brasil)

Juçara Brittes (UFES - Brasil)

Abraham Sicsu (Fund. Joaquim Nabuco – Brasil)

Reynaldo R. Ferreira Jr. (UFAL – Brasil)

Marcial Murciano Martinez (UAB – España)

Joseph Straubhaar (Univ. Texas - EUA)

Peter Golding (Loughborough Univ. - UK)

Nicholas Garham (Westminster Univ. - UK)

Philip R. Schlesinger (Stirling Univ. - UK)

Graham Murdock (Loughbrough Univ. - UK)

Hans - Jürgen Michalski (Univ. Bremen - Alemanha)

Cesare G. Galvan (UFPb - Brasil)

Alain Rallet (Univ. Paris - Daphine-Francia)

Diego Portales (Univ. del Chile)

PRESENTACION

Con este número llegamos al final del tercer año de existencia de la revista Eptic On Line. Para conmemorar, publicamos un cuaderno central sobre el tema “Marxismo, Economía y Cultura”. El artículo de Claudio Katz ha sido presentado al congreso de la Sociedad Brasileña de Economía Política (SEP), en São Paulo, en junio de este año y está más enfocado en el campo de la Economía Política stricto sensu. Marialva Barbosa, de su parte, ha presentado su contribución al CELACOM/2001, en São Bernardo do Campo, Brasil, analizando la tradición marxista de los estudios culturales en el campo de la comunicación en América Latina. El artículo de Bolaño y Mastrini, finalmente, cuya primera versión en portugués, presentada también al CELACOM/2001, ha sido ligeramente modificada para su presentación en el seminario de ALAIC de La Plata del 2001. Su objetivo es situar también la Economía Política de la Comunicación en el campo de la Economía Política, con destaque a la América Latina. Con este cuaderno, portanto, se plantea, una vez más, la discusión sobre la situación de la Economía Política de la Comunicación en el campo del pensamiento marxista y sus relaciones con enfoques teóricos complementarios.

Los dos artículos de apertura de la revista, de Enrique Bustamante y Roseli Fígaro, respectivamente, por su parte, nos amplían esta perspectiva, al analizar el tema del trabajo y de la subjetividad, que está en el corazón de nuestra disciplina y cuya discusión estaba planteada en el número anterior de la revista, cuyo cuaderno central estaba dedicado al tema de la Comunicación y Educación en la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación.

En lo que se refiere a los relatos de investigación, además de los interesantes trabajos de Othon Jambeiro y Luis Albornoz, me gustaría destacar el cuidado estudio de Israel Bayma sobre la concentración de la propiedad de la comunicación en Brasil, realizado por el autor, en su condición de asesor técnico del Partido de los Trabajadores en la Cámara de los Diputados, en Brasilia. Esta referencia especial se debe a la importancia que asignamos a la relación entre la Economía Política de la Comunicación y los importantes análisis de los intelectuales latino-americanos que se dedican tradicionalmente al estudio y a la acción sobre las políticas de comunicación en nuestros países.

César Ricardo Siqueira Bolaño
Editor

A LA MEMORIA DE RICARDO GARCIA

Comunicación y educación en la Era Digital*

*Enrique Bustamante***

1.-Introducción: Utopías en la comunicación y la educación:

El mayor obstáculo para el análisis de las transformaciones de la cultura y la educación a través de las innovaciones tecnológicas reside hoy en el reinado casi omnipotente del pensamiento utópico:

-La utopía ha sido un género literario largamente cultivado en la historia. Utilizado unas veces por los oprimidos como arma de rebelión y otras por el poder -sin que falten las mixturas entre ambos- empleaba generalmente una evacuación del presente a través de un tiempo y/o un espacio ficticios y generalmente aislados que permitían desarrollar un nuevo proyecto social. La imaginación de ese plan ficcional estaba así puesta al servicio de una ideología, en un contexto de conflictos y luchas, con diferentes mezclas entre lo público y lo privado, el interés individual y el colectivo, la igualdad y la libertad. La comunicación y la educación ocuparon generalmente un papel protagonista en esos proyectos de futuro/presente, con frecuentes sacrificios de la libertad al control, de la igualdad al orden, de la verdad a la armonía social. En la comunicación dominaban los ideales de transparencia, de circulación, de autoregulación, de control (Oliveri, 1996) ; en la educación la perfección, era frecuente fuente de confusión entre verdad y mantenimiento de la sociedad” (Baille, 2000). El modelo del panóptico de Bentham, útil para vigilar la comunicación de los presos o para recuperar funcionalmente a los escolares díscolos, sintetiza a la perfección la dualidad de algunos de estos discursos.

* Una primera versión de este texto fue editado en “Redes, multimedia y diseños virtuales” Universidad de Oviedo. Septiembre, 2000

** Catedrático de Comunicación Audiovisual. Universidad Complutense de Madrid.

-Aunque muchos autores sostengan la desaparición en sentido estricto de ese género, lo nuevo es que el pensamiento utópico se expande en la segunda mitad de nuestro siglo con un tema central monográfico, la información-comunicación, sus redes y tecnologías. Lo nuevo es también la casi total hegemonía en ese discurso de la visión del poder, en lo que Jean Marie Piemme llamó “utopías conservadoras” (promesas de felicidad sobre la aceptación del presente) (Piemme, 1974) , centradas en la comunicación como “nueva religión (Sfez, 1988), prometida para todos, en todos los lugares y en un futuro indefinido.

-Los antecedentes lejanos han sido remontados por los investigadores a Saint Simon , a Norbert Wiener, al determinismo de MacLuhan inspirado en su maestro Innis o a los autores de la escuela funcionalista y “difusionista” estadounidense (Rostow, Lerner, De Sola Pool, Rogers) que tras la Segunda Guerra Mundial dominó los planes internacionales de desarrollo. Pero en términos más operativos puede cifrarse el comienzo del actual pensamiento sobre la Sociedad de la Información hace tres décadas en la obra de Daniel Bell y de los economistas que idearon una sociedad “postindustrial o del “conocimiento” (Porat, Machlup). Desde entonces, a través de decenas de divulgadores (como Massuda, Alvin Toffler o Naishbit) y de una continua reiteración-reinvención de metáforas, lo más característico es el deslizamiento sensible del determinismo tecnológico al económico, de las tecnoutopías a las “mercadoutopías”, encarnadas no casualmente por ejecutivos de éxito económico (Bill Gates, Negroponte) (Bustamante, 1998).

-Sin embargo, el propio pensamiento alternativo y crítico ha caído con frecuencia en estos decenios en el hipnotismo de la innovación tecnológica como motor del cambio social. Y así, si los movimientos contrainformativos fueron pasando de las radios libres al vídeo, de la televisión local al cable y de éste a Internet en un compulsivo péndulo de modas, en la educación podemos recordar la oleadas sucesivas de la informatización y la telemática, seguidas de la inundación del audiovisual para culminar en las ilusiones masivas sobre Internet. En ambos casos, los múltiples fracasos y la nutrida mortandad de experiencias serán olvidados con frecuencia al impulso de la siguiente novedad, sin replantearse las relaciones comunicativas en los medios masivos, sin cuestionamiento de la estructura escolar ni reformulación del proyecto pedagógico en la educación.

-Lo nuevo en la última década es la hegemonía de este discurso utópico conservador sobre los Gobiernos y los organismos internacionales, su modelización como paradigma del desarrollo universal bajo metáforas diversas-, - Autopistas de la Información, convergencia multimedia, Sociedad de la Información siempre-, y su expansionismo general por los grandes medios de comunicación como ariete del pensamiento único. Tras la tecnología , tras Internet ahora como escaparate extensivo a todas las nuevas redes, se difunde así una construcción social que encubre todo un proyecto ideológico (Lacroix, Miège, Tremblay ,1994).

-En el programa lanzado en 1994 por Al Gore en Buenos Aires, las promesas de comunicación (horizontalidad, interactividad, transparencia) y de educación (acceso igual, universalidad), son los arietes que restauran el mito fundador de la igualdad de oportunidades sobre la base de la libertad comercial. Reflejo perfecto de este llamamiento, en el Informe Bangemann de la U.E. del mismo año, la revolución digital más el protagonismo del mercado se convertían en un poderoso factor de progreso económico y social para todos. Y en ese marco, si la comunicación estaba llamada a jugar un papel motor, la educación ocupaba un lugar destacado en las aplicaciones promocionales para impulsar la demanda en la línea siempre de un Estado reducido a su papel mínimo.

En fin, y para no alargar más esta advertencia a “navegantes”, concluyamos que el antídoto de la investigación crítica frente a esa mitificación dominante debe ser siempre el análisis experimental y la visión histórica y específica de cada invento y cada aplicación. Sólo así podremos huir de las tentaciones, tan lejanas aparentemente pero tan próximas y costosas en el pasado, de oscilar desde el hipnotismo tecnológico hasta las falsas visiones nostálgicas que conducen a una paralizadora tecnofobia. Pero el estudio empírico ha de estar informado, inevitablemente, por una explicitación de las opciones éticas y morales, ideológicas y políticas desde las que se efectúa el análisis, sin las cuales la simple descripción de los hechos carece de significado.

2.- El análisis experimental de una época de transición:

Digámoslo de entrada para evitar malentendidos e ingenuidades: ni la tecnología en general ni la convergencia en particular están en el origen de todas las transformaciones

contemporáneas de la cultura, la comunicación y la educación, ni de sus mejoras ni de sus desviaciones. Todas ellas llevan muchas décadas de cambios, acelerados en los últimos quince-veinte años, que podemos sintetizar apretadamente así:

-Las industrias culturales han generado una cultura y una comunicación masiva, que se ha despegado de su entorno local para expandirse en grandes áreas internacionales, convulsionando el apego a la tradición, industrializándose y estandarizándose, integrándose en fin en el seno de una economía capitalista. En el haber de este proceso está una difusión de la cultura inédita en la historia . En el debe podemos situar la transformación de la cultura y de su comunicación como una mercancía más, aunque regida por leyes específicas. Más concretamente, la cultura tradicional como la pintura o la escultura, como el teatro o la danza, se han plegado poco a poco a las reglas del mercado pese a las limitaciones que suponía su valorización por un original único. Mucho más aptos para ese proceso, los medios de comunicación de flujo como la radio, la televisión o la prensa se han constituido rápidamente en pivotes del propio desarrollo capitalista, ajustándose -al impulso de la publicidad- a la regla de las grandes audiencias, del star system y de los grandes beneficios, y expulsando progresivamente a los productos locales, innovadores, minoritarios en aras del espectáculo y del sensacionalismo. Por su parte, las industrias culturales editoriales (como el libro, el disco o el cine) inscritas en soportes materiales y sujetas al pago del consumidor, han mostrado durante años mayor vitalidad y pluralismo, pero el proceso de concentración nacional e internacional ha terminado por adecuar también a esos productos al objetivo supremo de las mayores ventas posibles, con una aceleración de la rotación en el mercado que marginaliza o elimina en los últimos años a las creaciones, géneros y estilos minoritarios. En fin, la reducción del pluralismo de creación y expresión por los desequilibrios internos y por la desigualdad de las industrias en la arena internacional es el principal agujero negro de ese proceso, en paralelo a la conversión de la cultura-comunicación de espacio público en mercado, y del usuario de ciudadano en consumidor.

-El proceso de cambio de la educación es quizás más lento pero no menos efectivo y paralelo con el de la cultura y la comunicación con las que inevitablemente se interrelaciona. Como ellas, la educación está constituyendo un gran mercado y se pliega a las reglas y necesidades del sistema capitalista; como aquellas su expansión y masificación contiene

elementos muy positivos pero a costa de perder sus valores originarios de emancipación e igualdad; como en la radio o la televisión, el concepto de servicio público entra en crisis y se ve obligado a competir en un entorno hostil con armas y apoyos insuficientes. Al contrario de lo que la habitual comparación señala, no parece que la educación pierda peso frente a la familia o la comunicación masiva, sino que se integra cada vez más con ellas en un mismo movimiento de adaptación funcional al mercado, lo que trae consigo cambios sustanciales comunes como la tantas veces señalada hegemonía del entretenimiento y la diversión. La todavía presente polémica sobre el precio fijo en los libros de texto puede representar simultáneamente la pugna entre dos concepciones de la industria cultural y de la educación: el libro como obra cultural o como una mercancía como las otras; el manual como poderoso instrumento de cohesión social protegido por el Estado o sujeto a las reglas del mercado.

Sobre el contexto de esas transformaciones previas, diferenciales en cada país y cada sector en función de las tradiciones y resistencias de cada sociedad, pueden analizarse los cambios potenciales que Internet y las otras nuevas redes (radio y televisión digital ; satélite, cable u ondas digitalizadas) están ya planteando. En la medida en que se trata del inicio de un largo proceso inconcluso, la prudencia nos invita a señalar la doble cara de esa realidad, sin que eso signifique en absoluto que caucionemos un planteamiento de “no escenario” o de tecnología neutral como el que con razón denostaba Vicent Mosco (Mosco, 1986).

***En la cultura y la comunicación:**

-En los productos editoriales, la simple aplicación de las nuevas redes a su distribución física (off line) supone un considerable ahorro de costes (de stock y desintermediación) y ha permitido una fuerte ampliación de la oferta con re-catalogación importante de títulos de libros, discos y vídeos. Esa disminución de costes y las facilidades inherentes a las nuevas redes, pueden significar de un lado, nuevas oportunidades para los creadores (mayor remuneración), y para los productos y editoriales minoritarios, innovadores o locales, y de otra parte, un notable abaratamiento para el consumidor.

Sin embargo, lo que vemos es también que las redes de distribución de los grandes grupos reaccionan preventivamente al cuestionamiento de su poder con gigantescas fusiones o alianzas (Bertelsmann-BarnesandNobles, por ejemplo), y que tienden así a oligopolizar los

nuevos mercados, en lo que puede suponer un nuevo salto en la internacionalización y dominación de los productos de masa.

-En estos mismos productos la oferta on line, prefigurada por el disco y MP3 pero también por el cine en pay per view o video on demand, y que mañana podría abarcar al e-book y hasta al e-movie (cine por satélite a las salas) supone un mayor ahorro aun de costes (copiado, transporte) y un drástico descenso de las barreras de entrada. Los creadores y empresas locales, minoritarias, vanguardistas pueden encontrar así un nuevo impulso, con una ampliación geográfica de su difusión potencial y mayores beneficios, emánipándose de la manumisión a los grandes grupos de producción y distribución, mientras los usuarios tendrían acceso a un abanico de oferta mucho más rico y a menor precio e incluso, en muchas ocasiones, de forma gratuita.

Hoy en este apartado, coexisten una alta cantidad de contenidos gratuitos con gigantescas concentraciones de derechos en grandes grupos(fusión de Time Warner con Emi; de Vivendi con Seagram-Polygram) , pero la fuerza financiera de estos últimos parece imponerse por encima de las potencialidades de las nuevas redes, evidenciándose por ejemplo en las negociaciones y alianzas entre proveedores de Internet y detentadores de librerías de productos (como la de MP3 con Time Warner y Sony, o muy especialmente en la integración vertical entre redes y contenidos que implican un grave riesgo de discriminación (como la paradigmática fusión de AOL con Time Warner).

-En las industrias culturales de flujo, en la prensa en Internet sobre todo y en la TV digital (y en la radio digital, mañana) tenemos en común una fuerte disminución de costes por soporte que potencia una diversificación mucho mayor de la oferta y, por tanto, de la capacidad de elección del usuario. En teoría al menos, esto implicaría una infinitamente mayor competencia de operadores, liberados de la exigencia de una fuerte inversión en el coste del canal y del control del Estado sobre las concesiones (en la radio y la televisión) y, en consecuencia, una mucho mayor actividad del usuario, incluyendo su acceso a nuevos programas de servicio público.

En la práctica, vemos que Internet ha potenciado ciertamente la existencia de numerosos medios locales y minoritarios, pero el tráfico masivo se acumula en los grandes diarios o en sus nuevos competidores (portales, ISP, agencias de noticias); y la gratuidad

casi general sirve de estímulo para una mayor subordinación de los contenidos informativos a la publicidad. En cuanto a la radio y la televisión, el proclamado fin de la escasez de soportes sigue regulado malthusianamente por el Estado que determina en todos los canales un estrecho oligopolio, cuando no monopolio, duplicado por la detentación de cada vez mayores carteras de derechos. Es cierto que productos y géneros antes marginalizados , como el documental, encuentran una nueva vida, pero la regla general indica que los productos de masas (el cine estadounidense, las grandes exclusivas deportivas) siguen dominando ampliamente la oferta, incluso con nuevas marginaciones de la producción local. Además, los medios de servicio público directo (la radio-televisión pública) se muestran incapaces generalmente de hacer frente a estos nuevos retos, con tendencia por tanto a ir disminuyendo gradualmente su peso y su papel de referencia en el sistema comunicativo y cultural.

En suma, junto a las grandes potencialidades y oportunidades ofrecidas por las nuevas redes a la cultura y la comunicación, que se señalan ya como motores claves de su desarrollo – y del crecimiento económico y el empleo- lo que verificamos hoy de forma dominante es la constitución de redes privadas y cerradas, de un riesgo insólito de concentración (contra el pluralismo y contra la propia competencia de mercado) y de un salto cualitativo en la comercialización de la cultura y la comunicación, bien sea por el pago directo por el consumidor o por la expansión de la publicidad en sus diversas formas (directa, patrocinio, aplicación del marketing directo a la interactividad). Un modelo en fin de cultura que oscila entre la adaptación del modelo de flujo (incluyendo el bitcasting o la Webcasting) y ese “modelo de club” que algunos expertos han señalado en ascenso creciente en las nuevas redes (Tremblay, 1997). Y todo ello sin que el problema del alumbramiento de nuevos contenidos (con un déficit gigantesco europeo) y de nuevos lenguajes auténticamente multimedia e interactivos parezca todavía en vías de solución.

***En la Educación:**

-Parece incontestable que, como en la cultura, la convergencia y las nuevas redes suponen enormes posibilidades para la acción pedagógica, tanto en la guía hacia el aprendizaje como en el acceso al saber o en la generación de un receptor más activo, sin contar con las posibilidades de la formación a distancia (a áreas rurales o subdesarrolladas) o en la

formación permanente de una sociedad generalmente catalogada ya como “sociedad de aprendizaje”.

Sin embargo, el indiscutible protagonismo en esta línea está centrado en los grandes grupos privados que, como decía un reciente informe de la consultora Jupiter Communications, se dirigen a un mercado “off line” que mueve cerca del 6 por 100 del PNB en los países desarrollados, y determina la emergencia de lo que los expertos ya denominan “education to business” y “education tu consumer” (Ganar.com, Julio 2000). La enorme masa de potenciales consumidores (8, 5 millones de estudiantes y 600.000 profesores en España) es la que explica la rápida emergencia en Internet de múltiples proveedores verticales sobre la educación y, especialmente, la dura pugna a la que se están librando en nuestro país los grandes portales (Star Media, Terra) , los operadores de telecomunicaciones (Telefónica, Retevisión) y las mayores entidades financieras (el BCSH) por captar el mercado universitario.

-Las tendencias que hemos señalado en la cultura y la comunicación no podían dejar de hacer mella en el ámbito escolar. Y dos ejemplos estadounidenses presentados por un libro reciente pueden servir de ilustración significativa: el caso de Channel One, que a cambio de regalar el equipamiento necesario a las escuelas, exige la programación de un canal noticias trufado de publicidad para los niños, con los anuncios más caros del mercado norteamericano; y el de Zapme, una iniciativa que regala también ordenadores y conexiones a Internet a los centros educativos con la condición de una dosis obligatoria a los alumnos de canales especiales con anuncios propios (Moncada, 2000). Frente a la resistencia de estudiantes y profesores a esta penetración directa del mundo comercial en el aula, muchos analistas estadounidenses han señalado el enorme riesgo financiero corrido por esas empresas (Pavlik, 1996), aun reconociendo que en paralelo cierran en masa las bibliotecas públicas (la mitad en la última década en California). Como en el caso anterior, se prefigura así un salto cualitativo de la comercialización de la enseñanza, dirigida a la formación temprana de los estudiantes como consumidores.

-Como en la cultura y la comunicación, la introducción de las nuevas redes está primando a las infraestructuras y los equipos (promesas de conexión universal a Internet de todas las escuelas) frente a los contenidos y los usos (formación del profesorado, integración en un

proyecto pedagógico), en una reedición de los viejos errores (Vettraino-Soulard, 1998) que se sostiene en última instancia sobre el esquema mecánico oferta-demanda. La escasez de materiales didácticos locales o europeos amenaza con agigantar la dominación de los grandes grupos transnacionales que actúan simultáneamente en las industrias culturales y educativas

-Como en la cultura, el acceso al saber a través de las nuevas redes plantea graves riesgos de exclusión, de ensanchamiento del foso de desigualdades que separa a las clases, los sectores sociales y los países entre sí. Y no sólo en términos de capacidad económica sino también de contextos sociales en la familia y en la escuela, y del desigual control de códigos tecnológicos y culturales, un terreno sobre el que destacan las lagunas de la investigación. A título de muestra, en una reciente encuesta europea sobre la “cultura de la pantalla” entre los jóvenes y adolescentes se descubría que los nuevos medios (PC, CD-ROM. Internet) eran más discriminatorios socialmente que los clásicos (el teléfono, la radio, el televisor), pero que la desigualdad social residía , más allá de la posesión de equipos, en el contexto familiar y escolar de su utilización. Integrados en ese marco, no sólo interactuaban las dimensiones educativa y lúdica, sino que ambas servían de soporte a muy diversos procesos de socialización. (Réseaux .92-93. 1999).

En definitiva, en los campos cultural y educativo, el mercado y su “mano invisible” se revelan incapaces de maximizar las potencialidades y de minimizar las desventajas de las nuevas redes para la sociedad. En ambos casos se impone la necesidad de nuevas políticas públicas, que no pueden pasar ya evidentemente por una visión colbertista high tech (el Estado como constructor y gestor de las redes) sino por una nueva alianza social con coordinación de los esfuerzos públicos y privados, pero a partir de la primacía del Estado sobre el mercado, de la política sobre la economía. Y ello en cuatro grandes terrenos vitales:

-En la regulación de las Redes: impidiendo los monopolios u oligopolios, controlando el cumplimiento de un servicio universal colectivo y de geometría variable : no sólo redes interconectables, accesibles técnicamente sino también asequibles económicamente a todos; no sólo en las redes y los medios clásicos (teléfono y televisión para los pobres) sino también en los nuevos servicios.

-En el apoyo a los Contenidos: potenciando, más que protegiendo, con medidas económicas y fiscales la creación de contenidos nacionales, regionales, locales a través de las empresas públicas (medios de comunicación, centros educativos) en interacción con las Pymes y con los propios usuarios. Y con una visión cultural que no está reñida con la viabilidad financiera a medio o largo plazo.

-En la Formación en las NTIC: para los creadores, para los intermediarios que inevitablemente seguirán actuando en la nueva cultura y en el nuevo aprendizaje (“banqueros simbólicos” clásicos y nuevos), para una apropiación activa de las nuevas tecnologías por los usuarios no limitada a la promoción de la demanda comercial.

-En la protección a los Ciudadanos (y a los consumidores al mismo tiempo): con nuevas reglas éticas que protejan su intimidad, la calidad de su información, su espacio público, su derecho a elegir. Una tarea que la autoregulación ha demostrado no poder asegurar y que exige por tanto nuevas autoridades independientes que controlen nuevas regulaciones.

El contraste de esas orientaciones básicas con las políticas actuales permite hallar las numerosas carencias que se traducen en otros tantos riesgos para la sociedad democrática del próximo futuro.

BIBLIOGRAFIA

Baillé, Jacques “Utopie et éducation”. Quaderni n° 40. Invierno de 2000. París.

Bustamante, Enrique, 1998. “La sociedad de la información: un largo camino de pensamiento utópico y crítico”. En Pablos Pons, J.P./Jiménez segura, J (Coord.) Nuevas Tecnologías. Comunicación Audiovisual y educación. Cedecs. Barcelona.

Bustamante, Enrique, 1999. Contenidos de la televisión digital y retos de la política audiovisual europea”. Quaderns del CAC. N° 5. Barcelona.

Ganar.com, Julio 2000. Dossier especial: “La formación continua y el comercio electrónico, el futuro de la educación online. Rebelión en las aulas”. Julio de 2000.

Lacroix, Guy/Treamblay, Gaetan, 1997. The Information Society and Cultural Industries Theory. Current Sociology. Vol. 45, n° 4. Toronto . Octubre

Lacroix, Guy, / Miège, Bernard/ Tremblay , Gaetan, 1994. De la télématique aux autoroutes de l’information. Le grand projet reconduit. Preses Univ. De Quebec. Montréal.

Moncada, Alberto ,2000. Manipulación mediática. Educar, informar o entretener. Ediciones Libertarias.

Mosco, Vincent, 1986. Fantasías electrónicas. Crítica de las tecnologías de comunicación. Paidós. Barcelona.

Oliveri., Stephane “Utopie et imaginaire de la coimunication”. Quaderni , n°28. Invierno de 1996. París.

Pavlik, Jhon V. New Media Technology. Cultural and Commercial Perspectives. Allyn and Bacon..Boston

Piemme, Jean Marie, 1974. La televisión, un medio en cuestión. Fontanella. Barcelona.

Reding, Vivianne, 1999. “E.- Learning. Adapter l’éducation et la formation a la transition rapide et soutenue vers la société de la connaissance”. Lidsboa, 10 de Abril de 2000 (www. ue. Int.)

Réseaux .92-93. 1999. Dossier Les jeunes et la culture à l’écran. Vol. 17. N° 92-93. Paris.

Sfez, Lucien, 1988. Critique de la Communication. Seuil. Paris.

U.E. / DG V, 1996, 1997. Construire la société européenne de l’information pour tous. Rapport intermediaire (Enero de 1996); Rapport final (Abril de 1997). Luxemburgo.

U.E.2000, IP/ 00/522. 24 de Mayo de 2000 (www. ue. Int).

Vettraino-Soulard, Marie-Claude,1998. Les enjeux culturels d’Internet. Hachette. París.

Comunicação, Mundo do Trabalho e Subjetividade

*Roseli Aparecida Fígaro Paulino**

Resumo

Este artigo tem por objetivo discutir a importância da categoria trabalho para o campo da Comunicação. As transformações pelas quais o mundo passa são principalmente alterações que se dão no mundo do trabalho. As novas tecnologias da comunicação são peças-chave nestas transformações, ocupando um lugar de destaque na lógica da estrutura socioeconômica. O fechamento de postos de trabalho, o surgimento de novas profissões, a reorganização do mundo do trabalho fabril/industrial transformam também a vida das pessoas, seus valores, suas formas de percepção e de relacionamento com o outro. As investigações já desenvolvidas neste campo de preocupações têm mostrado que o mundo do trabalho constitui-se em mediador fundamental na relação entre os sujeitos receptores e os meios de comunicação, emissores privilegiados na atual conjuntura de mundialização da cultura e globalização da economia. Tem demonstrado também como essa relação emissor-receptor, mediada pelo mundo do trabalho, constrói sentidos que são balizados pelos discursos que nele circulam bem como pelas mudanças que ali se operam. As pesquisas empíricas fornecem dados que nos permitem voltar à discussão sobre os paradigmas que orientam o campo da Comunicação.

Palavras-chave: Comunicação, trabalho, estudo de recepção, subjetividade

Introdução

Este artigo tem por objetivo discutir alguns aspectos que fundamentam a importância da categoria trabalho para se refletir sobre o campo da Comunicação.

A pertinência dessa preocupação justifica-se a partir da compreensão das mudanças que ora se dão na sociedade contemporânea, principalmente aquelas apontadas pela globalização, pelas novas tecnologias, pela reestruturação do mundo do trabalho e das relações que dele resultam. Esta compreensão poderá subsidiar iniciativas no campo da produção comunicacional nos seus mais diferentes aspectos, sobretudo aquelas relativas à

qualidade de vida, democratização da informação, acesso e qualidade dos produtos culturais e do exercício da cidadania

As transformações no mundo do trabalho

Aspecto que se quer destacar é como a categoria trabalho tem se mostrado bastante útil para a compreensão crítica da sociedade capitalista globalizada e para a apreensão de seus processos de mudança.

Esse fato pode ser verificado à medida que se tornou ainda mais imperiosa a necessidade de as empresas mudarem seus métodos de organização e controle do trabalho para que o capital possa continuar a expandir-se e a obter maior lucratividade. As grandes empresas transnacionais rompem as fronteiras dos Estados Nacionais, reorganizam a divisão do trabalho internacional, interferem nas políticas dos Estados e instalam a supremacia da lógica da competitividade, constante atualização, eficiência e produtividade.

A produtividade, a aceleração dos tempos de produção (redução dos tempos mortos, que não acrescentam valor à mercadoria), a flexibilização da mão-de-obra e a apropriação do conhecimento científico e das tecnologias para a formulação de estratégias de planejamento, voltadas prioritariamente para o acúmulo de capital, têm causado resultados – tais como desemprego, desaparecimento de profissões, surgimento de novas; precarização da mão-de-obra, entre outros – que interferem na lógica da organização da sociedade, com reflexos na vida urbana, na significação das relações interpessoais, na relação das pessoas com a comunidade e com os bens culturais. Tais aspectos são, por si só, demonstrativos da relevância da categoria trabalho para o estudo das complexas mudanças que ocorrem na atualidade, bem como sua relação intrínseca com a vida cultural do conjunto da sociedade.

É necessário que se realizem mais estudos para se compreender como essas mudanças atuam concretamente no cotidiano, na subjetividade, construindo os sentidos do mundo do trabalho e como elas se manifestam na esfera do consumo cultural na recepção dos meios de comunicação.

* Professora da Escola de Comunicações e Artes da USP. Editora da Revista *Comunicação & Educação* (ECA-USP).

As mudanças no mundo do trabalho se deram e se dão, principalmente, por dois fatores: a introdução de novas tecnologias e novas formas de organização e gestão do trabalho. Com a revolução microeletrônica, transformou-se o panorama dos instrumentos utilizados pelo homem como extensão de si para o controle da natureza. Historicamente, os avanços tecnológicos têm sido responsabilizados pela mudança do perfil do trabalho. Primeiramente, é preciso lembrar que as tecnologias não se desenvolvem autonomamente, elas são introduzidas no mercado de forma orientada e no sentido, pelo menos inicialmente, de atender a objetivos que visam à manutenção do *status quo*. E, ao serem introduzidas, podem gerar também novas formas de trabalho e de relações de trabalho e vice-versa, ou seja, novas relações de trabalho também geram novas necessidades e tecnologias. Ao gerar novas formas de trabalho, as tecnologias dispõem de maior ou menor número de força de trabalho para operá-las, colocando em marcha um conjunto de ações sociais que também levam a formas diferenciadas de organização do trabalho e da produção.

A introdução de novos métodos e paradigmas de gestão e organização da produção, especificamente das técnicas conhecidas como toyotismo – ou, como prefere Benjamin Coriat, ohnismo, referindo-se às técnicas introduzidas no Japão por Taiichi Ohno, engenheiro da divisão Têxtil da Toyota, nos anos 50, no pós-guerra –, vão desencadear maiores ganhos de produtividade na indústria, à medida que são métodos radicalmente diferentes do taylorismo/fordismo, pois têm como princípios a automação e a automotivação. Os princípios do método japonês baseiam-se na horizontalização da produção, na desespecialização e polivalência da mão-de-obra operária. Seus elementos fundamentais, sintetiza Gorender (1997: 315), são “a economia de escopo, as equipes de trabalho ou células de produção, o *just-in-time*”, o *kaizen* e o *kanban*¹. Ou seja, conforme afirma

1- Kanban é uma estratégia de gestão da produção que reorganiza os fluxos de abastecimento das linhas de produção a partir das encomendas, procurando reduzir os tempos mortos em sua extensão. Just-in-time é uma ferramenta da estratégia do kanban, diz respeito ao fluxo das entregas. Ambas são suportes do kaizen, que significa mudar para melhor, ou seja, a busca de mudanças contínuas que visem melhorar a qualidade e a produtividade dos produtos através da reorganização de fluxos de materiais e homens e da extinção do retrabalho. Ver sobre o assunto CORIAT, Benjamin. Pensar pelo avesso. O modelo japonês de trabalho e

Coriat: “Seu traço central e distintivo, em relação à via taylorista norte-americana, é que em lugar de proceder através da destruição dos saberes operários complexos e da decomposição em gestos elementares, a via japonesa vai avançar pela desespecialização dos profissionais para transformá-los não em operários parcelares, mas em plurioperadores, em profissionais polivalentes, em ‘trabalhadores multifuncionais’”. E salienta mais adiante: “Este movimento de desespecialização dos operários profissionais e qualificados, para transformá-los em trabalhadores multifuncionais, é de fato um movimento de racionalização do trabalho no sentido clássico do termo. Trata-se aqui, também como na via taylorista norte-americana, de atacar o saber complexo do exercício dos operários qualificados, a fim de atingir o objetivo de diminuir os seus poderes sobre a produção e de aumentar a intensidade do trabalho”(Coriat, 1994: 53). Parece que o objetivo central continua sendo o de aumentar a intensidade do trabalho e, portanto, da extração de valor.

Assim sendo, as profundas mudanças que se dão no mundo do trabalho não vêm no sentido da superação da exploração da mão-de-obra e da distribuição social dos ganhos de produtividade. (Caso já bastante conhecido e que pode ilustrar o que se está afirmando são as condições de trabalho na região do Vale do silício, nos EUA.) Há, sim, uma profunda reorganização dos postos de trabalho, das funções, do perfil dos profissionais e, no que diz respeito à adesão do trabalhador à “missão” da empresa, requer do trabalhador repensar as formas de resistência na relação desigual entre capital/trabalho.

Fica explícito, então, que a globalização e a revolução tecnológica, entre outras transformações, estão intrinsecamente ligadas à centralidade da categoria trabalho seja na reorganização da empresa e das profissões, seja na desorganização advinda do subemprego, do trabalho temporário, do emprego autônomo etc., seja na reorganização da vida urbana, das práticas culturais do cotidiano, inclusive dos hábitos de consumo dos produtos culturais veiculados pelos meios de comunicação.

Assim, deve-se valorizar as ações que buscam a maior compreensão do que de fato acontece com as relações de trabalho e como estas relações atuam no conjunto das relações

organização. Rio de Janeiro: UFRJ/Revan, 1994. GORENDER, J. Globalização, tecnologia e relações do trabalho. Estudos Avançados. v. 11, n. 29, jan./abr. 1997. p. 311-345.

sociais; como os processos comunicacionais que se dão no mundo do trabalho conformam diferentes maneiras de ver e interpretar o mundo e orientam nossa compreensão sobre as transformações sociais em curso, principalmente porque hoje, mais do que em outros momentos históricos, a Comunicação adquire o caráter de ferramenta estratégica para o bom desempenho dos processos produtivos, bem como, sob a óptica do trabalhador, pode ser fator de resistência e realização do seu ser genérico, ou seja, da sua subjetividade.

Estudo de Recepção: e a questão do sujeito

Os Estudos de Recepção estão centrados em como se dão as inter-relações emissor/receptor e quais os fatores intervenientes nessa relação, bem como quais as formas de apropriação e ressignificação dos sentidos que circulam na pluralidade dos discursos sociais e que constituem o material simbólico tanto de emissores quanto de receptores.

A problemática dos Estudos de Recepção é a de tomar a comunicação como um campo no qual se dão múltiplas inter-relações. Para analisá-las, os Estudos de Recepção elegeram conceitos como cultura, subjetividade, cotidiano, mediações, hegemonia, circularidade dos discursos, entre outros que formam o arcabouço pelo qual se procura entender os processos comunicativos. Estes conceitos, para serem explicativos e possibilitarem a percepção de sua atuação na sociedade, para serem vivos, dinâmicos, exigem que se estude a comunicação do ponto de vista do receptor, sem, no entanto, desprezar o entendimento dos processos de produção dos produtos culturais que os meios de comunicação veiculam e, principalmente, vendo a relação emissor/receptor no contexto mais geral da sociedade e das relações econômico-sociais em que elas estão inseridas. Entre esses dois pólos – emissor / receptor – existe a vida, imensa gama de inter-relações ativas que dão sentido, que se constituem ou não, com maior ou com menor peso, em fator de importância na constituição da subjetividade dos indivíduos/sujeitos da comunicação.

São esses aspectos que diferenciam a abordagem da comunicação como Estudos de Recepção das demais teorias. O ponto central em que diferem é, sem dúvida, o tratamento conceitual que dão ao receptor. A questão que se coloca, então, logo de início, é a de como definir e abarcar a subjetividade e a complexidade da categoria teórica sujeito na sociedade

contemporânea e como, no nosso caso, o mundo do trabalho atua na formação dessa subjetividade.

Entende-se o sujeito social como um indivíduo singular, único, que se constitui inserido numa determinada época, num determinado espaço, num determinado conjunto de relações sociais, numa determinada época histórica, num determinado universo cultural. Ele é plural na medida em que se constitui da polifonia dos discursos que circulam na sociedade. E age polifonicamente. É um Ser ativo que produz sentido em relação ao mundo por ele vivido na filogênese e na ontogênese, ou seja, enquanto Ser resultado do processo histórico humano e enquanto processo de seu próprio tempo de vida. O sujeito não é um EU autônomo e autômato, livre no sentido de estar desligado do conjunto do que é a sociedade. O sujeito não é o EU fonte absoluta de significação, capaz de tirar e criar de si mesmo todos os sentidos.

Adam Schaff, analisando a concepção marxista de indivíduo, comenta a constituição do sujeito social: “O indivíduo é, em certo sentido especial, uma função das condições sociais. Surge, assim, como um produto da sociedade, na forma concreta em que existe a sociedade. Se as condições sociais são condições de classes, o que está condicionado pela forma de produção, então será o indivíduo um produto das citadas condições, condicionado pela classe a que pertence. Mas o problema não se restringe às grandes classes sociais: inclui, também, camadas, grupos profissionais e semelhantes, conforme a estrutura da sociedade e do papel que determinado grupo desempenha em determinado período, sob determinadas condições. A concepção do indivíduo humano recebe, em consequência, uma forma sempre mais concreta, ligada com maior firmeza à sociedade, em suas diversas partes, dividida por determinadas condições” (1967:74).

Esse indivíduo social concreto objetiva-se e constitui sua própria subjetividade por possuir a característica de agir, de atuar sobre as condições dadas, transformando-as e transformando a si próprio. Sobre esse aspecto Schaff vai destacar o conceito de trabalho em Marx e como tal conceito relaciona-se com o de indivíduo. “O trabalho é a forma fundamental [da] atividade transformadora porque o homem cria, em oposição às forças míticas, algo de algo, e não do nada. O trabalho humano transforma a realidade objetiva e faz dela, assim, a realidade humana, isto é, o resultado do trabalho humano. Enquanto o

homem transforma a realidade objetiva – sociedade e natureza – cria as suas condições de existência e se transforma a si próprio como espécie, na consequência. O processo da criação, do ponto de vista do homem, é, pois, um processo de autocriação. Por conseguinte, graças ao trabalho, nasceu a espécie *Homo sapiens*, que transforma e se altera graças a ele”(1967:76).

Mas se o trabalho é processo de autocriação, quando, no entanto, ele passa a ser regido por uma lógica que independe do sujeito que o realiza, este trabalho passa, no entender de Marx, a ser um meio de alienação do sujeito. É nos *Manuscritos econômicos-filosóficos* que Marx discute como o trabalho alienado do homem (trabalhador) que o produz resulta no produto privado pertencente ao capitalista. Para explicar como o trabalho alienado subtrai o trabalhador de si mesmo, Marx afirma que: “É precisamente na ação sobre o mundo objetivo que o homem se manifesta como verdadeiro *ser genérico*. Tal produção é a sua vida genérica ativa. Através dela, a natureza surge como a *sua* obra e a sua realidade. Por conseguinte, o objeto do trabalho é a *objetivação da vida genérica do homem*: ao não se reproduzir apenas intelectualmente, como na consciência, mas ativamente, ele duplica-se de modo real e intui o seu próprio reflexo num mundo por ele criado. Pelo que na medida em que o trabalho alienado subtrai ao homem o objeto da sua produção, furta-lhe igualmente a sua *vida genérica*, a sua objetividade real como ser genérico, e transforma em desvantagem a sua vantagem sobre o animal, porquanto lhe é arrebatada a natureza, o seu corpo orgânico.” Mais adiante Marx continua: “A consciência que o homem tem da própria espécie muda-se através da alienação, de maneira que a vida genérica se transforma para ele em meio.”(Marx, 1993:165-166)

Se o trabalho alienado resulta da relação que o trabalhador tem com o objeto que produz para o capitalismo e se o trabalho alienado o afasta de si mesmo, enquanto ser genérico, intelectual e humano, reduzindo-o a um ser físico, voltado apenas à atividade vital de manter a existência física, então a vida, como afirma Marx, revela-se simplesmente como meio de vida e não como finalidade.

Ora, se o trabalhador subtrai-se a si mesmo na relação com o produto do trabalho alienado, ele próprio enquanto SER HUMANO vai procurar evadir-se dessa relação para reencontrar-se enquanto ser integral, genérico – caso contrário ele deixa de existir enquanto

capacidade saudável para a própria reprodução. Ao buscar a evasão, este trabalhador encontra na sociedade capitalista uma série de produtos que lhes são oferecidos como possibilidade de realização de seu ser genérico. No entanto, a maior parte destes bens culturais que lhes são disponíveis pertence à mesma lógica. São produtos que resultam igualmente de processos de alienação do trabalho.

Este círculo que aparentemente parece vicioso só é rompido quando o trabalhador retorna ao mundo do trabalho e busca, no contexto da própria lógica da expropriação capitalista, reapropriar-se de seu saber, de seu SER trabalhador. Este momento de “reencontro” consigo mesmo, com seu ser genérico dá-se no próprio mundo do trabalho, mas dá-se não em totalidade, e sim como processo de conscientização. Dá-se como busca e luta pela sua integralização. Este SER trabalhador reencontra-se ao buscar controlar seu próprio trabalho, desenvolvendo uma profunda relação com aquilo que faz, tentando contrapor-se ao controle que lhe vem de fora, dos processos e mecanismos de organização do trabalho ditados pelo capital. É na esfera das micro-relações que o trabalhador busca manifestar sua totalidade de ser genérico. É exatamente neste interstício em que se mobilizam forças humanas com fins de organização e resistência à lógica do capital que se constroem as possibilidades de uma maneira particular e diferenciada de se relacionar com as coisas e os bens culturais da sociedade capitalista. Mobilizam-se os saberes cotidianos, a cultura particular, a memória familiar e comunitária para se proceder as “leituras do mundo” a partir do reconhecimento do mundo do trabalho como parte de seu SER trabalhador.

Quando se fala, a partir da óptica do capital, na reorganização e na reestruturação dos processos de trabalho isto significa, sem dúvida, transtorno para o trabalhador, na medida em que ele sofrerá para apreender, nesta nova ordem, quais as estratégias que tem de desenvolver para retomar o espaço de manifestação de seu ser genérico. Ou seja, ele também terá que alterar as maneiras de realização do trabalho, fazendo-o a partir de sua óptica, buscando as pequenas brechas, as fendas de onde ele buscará retirar fôlego para manifestar-se, expressar-se enquanto SER trabalhador. Esse processo de busca é constante e pode se dar de maneira mais ou menos competente na medida em que o próprio Ser trabalhador mobilize suas experiências e conhecimentos adquiridos ao longo de sua história

de vida em prol da manifestação de sua subjetividade. Portanto, há um jogo de forças desproporcional, é verdade, que atua no sentido da alienação do Ser e no sentido de sua realização enquanto Ser genérico.

Estudos de Recepção e práticas culturais

No quadro de mudanças sociais, relativas principalmente ao mundo do trabalho, ganham proeminência os Estudos de Recepção, pois eles podem ajudar a compreensão do que se passa no processo comunicacional e como essa comunicação adquire sentido, valor, ao tornar-se conhecimento para o sujeito receptor.

Os meios de comunicação e as novas tecnologias, ao criarem maior facilidade de trânsito das informações e do conhecimento, possibilitam a transmissão da herança cultural de uma geração para outra, colocam à mostra os diferentes sentidos e as diferentes formas das expressões culturais que circulam na sociedade.

É a compreensão profunda das relações que se estabelecem entre cultura, linguagem verbal e cotidiano que nos permitem ver os produtos culturais veiculados pelos meios de comunicação não como documento frio, sem pontes e nexos com as tradições, costumes, modos de vida, aspirações daqueles que o produziram. Mas, como discursos que possivelmente revelarão os pontos de vistas dos enunciadores/enunciatários sobre os sentidos do trabalho na atualidade.

As inúmeras esferas dos acontecimentos da vida em sociedade requerem do pesquisador uma abordagem ampla e múltipla que permita entender o processo de comunicação nas suas ligações com o cotidiano, com o vivido, com o mundo do trabalho, mas também com a memória e as práticas sociais das diferentes culturas existentes na contemporaneidade.

Em um artigo de 1990, Martín-Barbero(1990:9-18) diz-se preocupado em entender os processos de recepção como práticas sociais que se articulam com as dinâmicas culturais e os movimentos sociais. Com base nesta preocupação vai tecer considerações sobre a necessidade de se romper com o discurso da racionalidade tecnológica – sociedade da informação – como motor explicativo das transformações históricas e sociais que vivemos; como também com o *mediacentrismo macluhiano* e o ideologismo althusseriano, pois

ambos acabam por identificar a comunicação com os meios, isto é, estudando a comunicação a partir de como funcionam as tecnologias e os aparatos dos meios, relegando a importância do campo de estudo das práticas, dos contextos, usos e apropriações sociais que se dão no processo de comunicação. Crítica, ainda, o *marginalismo* alternativo e a crença em uma autêntica comunicação que se produz fora da “contaminação tecnológica/mercantil dos grandes meios”, que vêem os meios de comunicação de massa só como instrumentos de desumanização e obscuro aliado do capitalismo.

Ao ressaltar as práticas culturais como espaço de interesse para o estudo da recepção, dá amplitude teórica aos termos que chamou de “lugares” de mediação, propondo como conceito chave para o seu estudo entendê-la em três dimensões: *socialidade, ritualidade e tecnicidade*.

Martín-Barbero define a socialidade como as tramas que formam os sujeitos e os atores em sua luta por “furar” a ordem e redesenhá-la, mas sem desconsiderar as negociações cotidianas com o poder e suas instituições. Destaca ainda que é na socialidade que se afirmam os múltiplos modos e sentidos nos quais a coletividade se faz e se recriam a diversidade e a polissemia da interação social. Já a ritualidade é vista como aquilo que nas práticas sociais concerne à repetição, à operacionalidade, ao ritmo, às rotinas que tornam possível a expressão de sentidos e ações dos sujeitos. E entende o fator técnica como a dimensão que, nas práticas sociais, articula a inovação à discursividade, ou seja, à competência de linguagem (1990: 12).

Estes conceitos propostos por Martín-Barbero podem ser articuladores importantes em uma pesquisa de recepção que busque entender, como o mundo do trabalho se constitui em mediação nos processos comunicacionais. Esta articulação entre socialidade, ritualidade e operacionalidade, construída a partir das práticas culturais e do cotidiano, revelará os sentidos do cotidiano de trabalho no qual se efetivam concretamente a luta pela retomada do Ser genérico do trabalhador, alterando a lógica do trabalho alienado que subtrai o sujeito de si próprio.

Concluindo, são estes os aspectos que estamos estudando na pesquisa que iniciamos, à medida que nosso objetivo é o de desvelar os sentidos que o trabalho efetivamente têm para os trabalhadores e como estes sentidos vão se constituindo nas

práticas culturais cotidianas. Partimos da hipótese de que as relações que se dão no trabalho são as mediações privilegiadas na construção dos sentidos para a *leitura do mundo* e, portanto, para a recepção das mensagens dos meios de comunicação. Partimos também de que as práticas culturais que se dão no mundo do trabalho atuam para que o trabalhador altere a lógica do trabalho alienado.

BIBLIOGRAFIA

- Antunes, Ricardo. **Adeus ao trabalho?** Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. 3. ed. São Paulo: Cortez/Edunicamp, 1995.
- _____. (org.) **Neoliberalismo, trabalho e sindicatos.** Reestruturação produtiva no Brasil e na Inglaterra. São Paulo: Boitempo, 1997.
- _____. *Globalização em debate.* Repercussão do processo na classe trabalhadora. **Estudos Avançados.** São Paulo: IEA -USP, v. 11, n. 29, jan./abr. 1997. p. 368-371.
- Baccega, Maria A. *O campo da Comunicação.* In: CORRÊA, Tupã Gomes. **Comunicação para o mercado.** São Paulo: Edicom, 1995a. p.51-61.
- _____. **Palavra e discurso.** História e literatura. São Paulo: Ática, 1995b.
- _____. **Comunicação e linguagem.** Discursos e ciência. São Paulo: Moderna, 1998.
- Bakhtin, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem.** São Paulo: Hucitec, 1988.
- Bakhtin, M. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento.** O contexto de François Rabelais. 2. ed. São Paulo/Brasília: Hucitec/Edunb, 1993.
- Benjamim, Walter. **Obras escolhidas.** Magia e técnica, arte e política. v. I. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- Berman, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar.** A aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- Bosi, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular.** Leituras operárias. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1973.
- Brandão, Helena H. Nagamine. **Introdução à Análise do Discurso.** Campinas: Unicamp, 1991.
- _____. **Subjetividade, argumentação e polifonia.** São Paulo: UNESP, 1998.
- Bresciani, Luís Paulo. *Flexibilidade e reestruturação: o trabalho na encruzilhada.* **Perspectiva.** São Paulo, Fundação Seade, v. 11, n. 1, jan./mar. 1997. p. 88-97.
- Bronner, Stephen E. *Da teoria crítica e seus teóricos.* Campinas: Papirus, 1997.
- Carleial, Liana Maria da F. *Firmas, flexibilidade e direitos no Brasil: para onde vamos?* **Perspectiva.** São Paulo, Fundação Seade, v.11, n.1, jan./mar. 1997. p.22-32.
- Castro, Nadya Araújo de. (org.) **A máquina e o equilibrista.** Inovações na indústria automobilística brasileira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.
- _____. *Reestruturação produtiva, novas institucionalidades e negociação da flexibilidade.* **Perspectiva.** São Paulo, Fundação Seade, v.11, n. 1, jan./mar. 1997. p.3-8.
- Certeau, Michel de. **A cultura no plural.** São Paulo: Papirus, 1993.
- Chauí, Marilena. **Conformismo e resistência.** Aspectos da cultura popular no Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- _____. **Cultura e democracia.** 4. ed. São Paulo: Cortez, 1989.
- Coriat, Benjamin. **Pensar pelo avesso.** O modelo japonês de trabalho e organização. Rio de Janeiro: UFRJ/Revan, 1994.

- Dedecca, Claudio S. *Brasil e México: economia e emprego. Perspectiva*. São Paulo, Fundação Seade, v.11, n. 1, jan./mar. 1997. p. 9-21.
- Defleur, Melvin L., BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorias da Comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- Fígaro paulino, Roseli A. **O discurso da imprensa sindical: formas e usos**. São Paulo: CCA-ECA/USP, 1993. (Dissertação de Mestrado)
- _____. **Estudo de recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação**. São Paulo: CCA-ECA/USP, 1999. (Tese Doutorado).
- _____. *Comunicação na perspectiva dos estudos de recepção. Ética e Comunicação*. São Paulo: Fiam, n. 1, jan./jul. 2000. p.29-38.
- _____. *As mediações no mundo do trabalho*. In: MELO, José Marques, DIAS, Paulo da Rocha. **Comunicação, cultura, mediações**. O percurso intelectual de Jesús Martín-Barbero. São Paulo: Unesco/Umesp, 1999.
- Gorender, Jacob. *Globalização, tecnologia e relações de trabalho. Estudos Avançados*. São Paulo: IEA-USP, v.11, n. 29, jan./abr. 1997. p.311-361.
- Gramsci, Antônio. **Obras escolhidas**. São Paulo: Martins Fontes, 1978.
- Gramsci, Antônio. **Escritos políticos**. Lisboa: [s.n.], 1977.
- Habermas, J. *Comunicação, opinião pública e poder*. In: COHN, G. (org.) **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Nacional, 1975. p.187-200.
- Habermas, J. **Consciência moral e agir comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.
- Harvey, David. **Condição pós-moderna**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 1994.
- Heller, Agnes. **O cotidiano e a História**. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1989.
- Hoggart, Richard. **Utilizações da cultura: aspectos da vida da classe trabalhadora**. Lisboa: Presença, 1973. Ano III, n. 8, jan./abr. 1997. p. 19-22.
- Horkheimer, M., ADORNO, T. **Os pensadores**. São Paulo: Nova Cultural, 1991.
- Ianni, Otávio. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.
- Leite, Márcia de Paula. **O futuro do trabalho**. Novas tecnologias e subjetividade operária. São Paulo: Scritta, 1994.
- _____. *Inovação tecnológica e relações de trabalho: a experiência brasileira à luz do quadro internacional*. In: CASTRO, N. A. (org.) **A máquina e o equilibrista**. Inovações na indústria automobilística brasileira. São Paulo: Paz e Terra, 1995. p. 335-360.
- _____. *Qualificação, desemprego e empregabilidade. Perspectiva*. São Paulo: Fundação Seade, v. 11, n.1, jan./mar. 1997. p. 64-69.
- Lojkine, J. **A classe operária em mutações**. Belo Horizonte: Oficina de Livros, 1990.
- Lopes, Maria I. Vassallo de. **Pesquisa em Comunicação**. Formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 1990.
- _____. *Estratégias metodológicas da pesquisa de recepção. Revista Brasileira de Comunicação*. São Paulo: Intercom, v. XVI, n. 2, jul./dez. 1993.

- Lopes, José Sérgio Leite. (coord.) **Cultura e identidade operária**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1987.
- Macciocchi, Maria-Antonieta. **A favor de Gramsci**. 2.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1977.
- Martín-barbero, Jesús. *De los medios a las practicas*. **Cuadernos de Comunicación y practicas sociales**. México, Universidad Iberoamericana, n.1, 1990. p. 9-18.
- Martín-barbero, Jesús. *Comunicação plural: alteridade e sociabilidade*. **Comunicação & Educação**. Ano III, n. 9, maio/ago. 1997. p. 39-48.
- _____. **De los medios a las mediaciones**. 3. ed. México: G. Gilli, 1993.
- _____. *América latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social*. In: SOUZA, M. W. (org.) **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA- USP/Brasiliense, 1995. p. 39-68.
- Marx, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos**. Lisboa: Edições 70, 1993. (Coleção Textos Filosóficos).
- Mattelart, Armand y Michèle. **História de las teorías de la Comunicación**. Barcelona: Paidós, 1997.
- _____. **Comunicação mundo**. História das idéias e das estratégias. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1996.
- Moraes, Dênis. (org.) **Globalização, mídia e cultura contemporânea**. São Paulo: Letra Livre, 1997.
- Novos estudos cebrap. *Dossiê visões da globalização*. São Paulo: CEBRAP, n. 49, nov. 1997.
- Orozco-gómez, Guillermo. (org.) *Televidencia*. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva. **Cuadernos de comunicación y practicas sociales**. México: Universidad Iberoamericana, n. 6, 1994.
- _____. *La comunicación desde las practicas sociales*. Reflexiones en torno a su investigación. **Cuadernos de comunicación y prácticas sociales**. México: Universidad Iberoamericana, n.1, 1990.
- _____. *Medios, audiencias y mediaciones*. **Comunicar**. Revista de Educacion en Medios de Comunicación. Andalucía: Grupo Comunica, n. 8, mar. 1997.
- Paulino, Luís Antônio. *O novo mapa da indústria brasileira*. **Teoria & Debate**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, Ano 11, n. 38, jul./set. 1998. p. 41-47.
- _____. *O Brasil no leito de Procasto*. **Perspectiva**. São Paulo: Fundação SEADE, v. 12, n. 3, jul./set. 1998. p. 54-61.
- Pêcheux, Michel. **Semântica e discurso** – Uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas: Edunicamp, 1988.
- _____. **O discurso**. Estrutura ou acontecimento. Campinas: Pontes, 1990.
- _____. *O mecanismo do (des)conhecimento ideológico*. In: ZIZEK, S. **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contra Ponto, 1996.
- Posthuma, Anne Caroline, LOMBARDI, Maria Rosa. *Mercado de trabalho e exclusão social da força de trabalho feminina*. **Perspectiva**. São Paulo: Fundação Seade, v. 11, n.1, jan./mar. 1997. p.124-131.
- Portelli, Hugues. **Gramsci e o bloco histórico**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.
- Reich, R. B. **O trabalho das nações** – preparando-nos para o capitalismo do século XXI. 1991. [s.n.]
- Revista da usp. *Dossiê Sociedade de massa e identidade*. São Paulo: USP, n. 32, dez./fev. 1996/97.
- Rosa, Maria Inês. **Trabalho, subjetividade e poder**. São Paulo: Edusp, 1994.

Ruas, R., ANTUNES, E. *Gestão do trabalho, qualidade total e comprometimento no cenário de reestruturação. Perspectiva*. São Paulo, Fundação Seade, v. 11, n.1, jan./mar. 1997. 42-53.

Rüdiger, Francisco. *Comunicação e indústria cultural: a fortuna da teoria crítica nos estudos de mídia brasileiros. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, vl. XXI, n. 2, jul./dez. 1998.

Santos, Milton. **Técnica, espaço, tempo**. Globalização e meio técnico-científico informacional. São Paulo: Hucitec, 1996.

Schaf, A. **Linguagem e conhecimento**. Coimbra: Almedina, 1976.

_____. **O marxismo e o indivíduo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967

Sousa, Mauro Wilton. (org.) **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA-USP/ Brasiliense, 1995.

Thompson, E. P. **Tradición, revuelta y consciencia de classes**. Estudios sobre la crisis de la sociedad preindustrial. 2.ed. [s.n.] 1984.

Willis, Paul. **Aprendendo a ser trabalhador**. Escola, resistência e reprodução social.
Porto Alegre: Artes Médicas, 1991.

Williams, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

_____. **Los medios de comunicación social**. 2.ed. Barcelona: Península, 1974.

_____. **Cultura e sociedade 1780-1950**. São Paulo: Nacional, 1969.

Wolf, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 2. ed. Lisboa: Presença, 1992.

El desafío crítico a los economistas ortodoxos

Claudio Katz

Resumen

Los cambios registrados en el perfil de los economistas ilustran muchas transformaciones del capitalismo actual. Apoyándose en la internacionalización de la profesión bajo la hegemonía norteamericana, la ortodoxia absorbió al institucionalismo y redujo la influencia de los críticos. Este avance neoliberal se explica por las funciones que cumplen los ortodoxos como personal de la clase dominante, en una etapa de ofensiva del capital sobre el trabajo. Propagan teorías naturalistas y mecanicistas para justificar esta agresión y difunden concepciones que glorifican el mercado y legitiman la desigualdad social.

Frente a esta mistificación, el institucionalismo asigna al economista una función armonizadora de los intereses de todos los ciudadanos. Pero omiten que las grandes decisiones económicas expresan las necesidades de las grandes empresas y bancos y no los intereses mayoritarios de la población. Pretenden situar su labor en el campo de los científicos sociales, pero ignorando la enorme gravitación que tiene el punto de vista de clase en el pensamiento económico. En el plano teórico este desconocimiento se expresa en la caracterización heterodoxa de marcos institucionales y agentes plurales del proceso económico, que eluden toda referencia a la explotación como fuente del beneficio.

Los economistas críticos agrupan a los impugnadores radicales de la ortodoxia que insertan su actividad en las organizaciones populares y desarrollan un pensamiento cuestionador del orden vigente. Los marxistas conforman el sector más consecuente de este grupo, porque fusionan la práctica de economistas con la investigación científica y la militancia socialista. Su enfoque teórico -centrado en el estudio de leyes, contradicciones y tendencias del capitalismo en función del comportamiento de las clases sociales- no es conciliable con la heterodoxia.

En América Latina los economistas ortodoxos ganaron posiciones por su rol de negociadores de la deuda y gestores de las privatizaciones. Han cooptado a la mayoría heterodoxa de la Cepal y a los desertores del dependantismo. Su preeminencia en el plano teórico deriva de la conversión del neoestructuralismo en una variante del neoliberalismo. La renovación del análisis económico en la región ha quedado en manos de la nueva generación de críticos y marxistas.

La resistencia contra la mundialización capitalista está deteriorando el prestigio de los ortodoxos, que en Latinoamérica acumulan un récord de incoherencias argumentales. La oposición al pensamiento neoclásico ha comenzado a extenderse dentro de la comunidad educativa a través de la batalla “contra el autismo” que iniciaron los estudiantes franceses.

El desafío crítico a los economistas ortodoxos

Analizar la actividad de los economistas permite entender muchos aspectos del capitalismo contemporáneo, porque este grupo profesional cumple un papel social, político e ideológico cada vez más importante para el funcionamiento de este sistema. Tomando en cuenta la práctica laboral, la inserción social, el enfoque educativo y la interpretación del objeto de la disciplina se pueden distinguir tres modalidades de economistas, que podrían

denominarse ortodoxa, institucionalista y crítica. Sólo los ortodoxos se asemejan a la imagen habitual del economista, pero la identificación de esta vertiente con toda la profesión es tan generalizada, que muy pocos conocen la existencia de las otras dos formas de encarar la actividad.

Los ortodoxos se apoyan en la concepción neoclásica y consideran que su tarea es orientar la asignación óptima de los recursos de los agentes frente a las señales del mercado. Estiman que un diagnóstico adecuado de estas relaciones asegura el progreso social y por eso se especializan en apuntalar los beneficios empresarios, desenvolver políticas neoliberales y trabajar como asesores de inversión.

Los institucionalistas se basan en teorías heterodoxas, reconocen la existencia de intereses sociales contrapuestos y conflictos entre los distintos grupos y estudian el marco social y cultural del proceso económico, para definir qué tipo de instituciones políticas inducen a los mercados a favorecer el bien común. Se desempeñan como consultores o gerentes en el ámbito privado, pero en la esfera pública propugnan compatibilizar la rentabilidad con objetivos sociales. Buscan clarificar cuáles son las distintas alternativas económicas que puede seleccionar la ciudadanía en cada circunstancia.

Los economistas críticos objetan ambos modelos, porque descreen de la posibilidad de actuar como técnicos del bienestar general en una sociedad gobernada por las clases dominantes. Cuestionan el capitalismo, participan de la lucha a favor de los oprimidos y buscan su lugar de actividad en las organizaciones populares o en las entidades que fomentan el pensamiento crítico.

En los últimos veinte años se registró un notorio aumento general de la gravitación de los economistas en todos los países, que coincidió con el ascenso de los ortodoxos dentro de la profesión y su absorción del sector mayoritario de los heterodoxos, junto al acotamiento de la influencia de los críticos. Estos cambios –que tienen características extremas en América Latina- condujeron a la asimilación actual de todos los economistas con el perfil de los ortodoxos. Esta asociación es falsa y oculta que la resistencia popular a los atropellos neoliberales tiene su correlato en los crecientes desafíos que enfrenta la ortodoxia dentro del propio ámbito de la economía.

El avance ortodoxo

La influencia social de los economistas comenzó a crecer en la posguerra con su ingreso al empleo público para manejar estadísticas, gestionar empresas estatales y controlar el engranaje monetario-impositivo. Ya a mitad de los 70 constituían las tres cuartas partes de los graduados provenientes de las ciencias sociales en los cargos más altos del estado norteamericano. Pero su mayor avance se concretó en los 90, cuándo en países tan diversos cómo Grecia, Turquía, Irlanda, Holanda, Taiwan o la India ocuparon la jefatura de los gobiernos. En Latinoamérica y en los países del este europeo conforman el grupo profesional prevaleciente entre los presidentes, los ministros y los secretarios.

Este ascenso contemporáneo está caracterizado la creciente gravitación de los ortodoxos que privilegian el trabajo gerencial en las grandes corporaciones, en desmedro de los institucionalistas, cuyo empleo tradicional siempre fue la administración pública. Pero esta privatización de la actividad le otorgó paradójicamente más fuerza a los ortodoxos para catapultarse hacia la cúspide de la estructura estatal.

Estos cambios obedecen, en parte, a la internacionalización de las tareas del economista, que es reclutado por los organismos financieros para actuar en cualquier rincón del planeta. El FMI y el Banco Mundial se han convertido en centros de referencia laboral y también operan cómo usinas de las ideas neoliberales prevalecientes en la profesión. Han impuesto nuevos patrones de consagración internacional, que debilitan la tradicional adscripción institucionalista de cada grupo de economistas a corrientes de pensamiento de origen nacional o regional.

La hegemonía ortodoxa aceleró, además, la homogeinización de la profesión en el uso de técnicas y prácticas semejantes. El lenguaje formalizado y los modelos abstractos han creado un código excluyente de comunicación entre los economistas, que refuerza su integración como grupo diferenciado. Pero esta uniformidad gira en torno al predominio del modelo estadounidense. La preponderancia de catedráticos norteamericanos en la obtención del premio Nobel (26 sobre 38 hasta 1995) y en el porcentaje de autores mundialmente reconocidos (dos tercios del total) ilustran esta preeminencia. El inglés se ha implantado como “idioma natural” entre los profesionales y el hábito formalizador del modelo

estadounidense se ha impuesto al abordaje más humanista del enfoque europeo. ¿Cuál es la explicación y el significado de estas transformaciones?

El personal de los atropellos sociales

El economista ortodoxo cumple todas las funciones del nuevo personal requerido por la clase dominante para llevar adelante la ofensiva contra los trabajadores iniciada a mitad de los 70. Mientras que los institucionalistas keynesianos se configuraron como administradores del “estado de bienestar”, sus reemplazantes neoliberales se especializan en el desmantelamiento de las conquistas sociales. Buscar asegurar la recomposición de la tasa de beneficio mediante la instrumentación de políticas descaradamente favorables al capital.

Han ganado el favor de los empresarios y banqueros difundiendo argumentos para agredir sindicatos, recortar el gasto social, promover la masificación del desempleo y expandir la pobreza. Han creado todas las justificaciones para liquidar empresas públicas, destruir convenios laborales y vaciar los sistemas de previsión social. Se convirtieron en el grupo predilecto de la clase dominante oponiéndose a todas las reivindicaciones de los trabajadores y justificando el carácter inevitable de cualquier “ajuste” anti-popular. Su principal labor consiste en “decir no” a las demandas populares y en explicar porqué los principios de escasez impiden satisfacer los reclamos de los asalariados.

Este servicio a los capitalistas aparece frecuentemente encubierto por la jactancia de un saber requerido para manejar la compleja economía contemporánea. Se asocia a los ortodoxos con la racionalidad optimizadora, la administración de la incertidumbre y el control de las crisis y se supone que pueden gestionar los mercados y anticiparse a sus movimientos. Esta confianza conduce frecuentemente a reemplazar a los ortodoxos fracasados por profesionales de la misma orientación.

Pero en realidad, su conocimiento técnico no es exclusivo, ni decisivo como lo prueba la realización de una parte de sus tareas por expertos en administración. El propio carácter de su profesión es ambiguo, porque al no detentar el monopolio legal para el ejercicio de sus actividades el economista tiende a ser definido por el simple reconocimiento de esta condición en el medio en que actúa.

Los medios de comunicación los han convertido en profetas “de lo que vá a pasar”, a pesar del sistemático desacierto de sus pronósticos. Su capacidad efectiva para orientar procesos productivos, financieros o comerciales es muy limitada, porque sólo están adiestrados para evaluar el comportamiento de las variables fiscales y monetarias en el corto plazo y para estimar qué políticas resultan convenientes en cada fase de ciclo. Pueden acertar o fracasar en la caracterización de la coyuntura (logrando que sus clientes ganen o pierdan fortunas), pero son incapaces de formular diagnósticos de largo plazo.

Los economistas neoliberales cumplen otra función central para la clase dominante: han sustituido en numerosos países a los políticos en los altos cargos de la administración, reforzando la tecnocracia que comanda el estado ante el vaciamiento de la democracia, la pérdida de representatividad del sistema constitucional y el debilitamiento de las instancias deliberativas y electivas. El economista ortodoxo reproduce el ideal tecnocrático que ofrecían los ingenieros a principios del siglo XX, presentándose como un profesional fiel a la ciencia e independiente de los aparatos partidarios. Pero en el poder actúa como cualquier político de carrera y comparte el desprestigio de este comportamiento a medida que ascienden a cargos de mayor responsabilidad. En general, tienden a desplazar a los abogados del manejo de la gestión pública y a ocupar el lugar dominante que tuvo el clero durante la formación del estado moderno.

El protagonismo actual de los economistas se explica también por su pertenencia a la elite cosmopolita mundial, que trabaja en las empresas transnacionales, el FMI, el Banco Mundial, la OMC y la CEE. Forman parte del personal globalizado que vive en un micromundo de bienestar desplazándose de un país a otro. El economista internacionalizado detenta un saber más centrado en la lógica del mercado que en las normas institucionales de cada nación y por eso reemplaza a otras profesiones, cuyo conocimiento estuvo tradicionalmente ligado a las reglas de cada país. Cómo la mundialización está dominada además por la furia competitiva, la mercantilización de la vida social, el endiosamiento de la ganancia y la preponderancia norteamericana, ha quedado instalada la falsa creencia que los economistas conforman el grupo más apto para manejar el destino de cualquier país.

Como los ortodoxos constituyen un sector muy dependiente del poder empresario y carente de autonomía de la clase dominante han erigido un “campo”¹ cerrado y totalitario. En su ámbito no se discute el reinado del mercado, la supremacía de la optimización racional, las ventajas de la competencia, ni las bondades de la maximización del beneficio. Es una esfera de elaboración de las creencias requeridas para garantizar la gestión capitalista del estado y por eso funciona mediante un sistema de filtros explícitos e implícitos, que excluye a los cuestionadores o por lo menos frustra su ascenso a los niveles de decisión. Los ortodoxos preparan y seleccionan el personal necesario para la reproducción del capitalismo contemporáneo.

El impacto del naturalismo mecanicista

Los ortodoxos han logrado crear una fascinación profesional en varias ciencias sociales y por eso exportan sus criterios analíticos de maximización al pensamiento político, a la teoría comunicacional, la sociología laboral y a las conceptualizaciones jurídicas. La tradicional división del trabajo intelectual entre quienes indagan la forma más eficiente de alcanzar ciertos fines y el estudio del sentido de estos medios y fines tiende a disolverse. Esta “colonización” de toda la teoría social se apoya en la reducción neoclásica del objeto de la economía a la indagación de los mecanismos de elección racional maximizadora.

Pero estos criterios de optimización son simples modalidades de evaluación aplicables en numerosas disciplinas y sólo sirven para esquematizar procedimientos de selección de la alternativa más conveniente entre un conjunto de opciones. Son instrumentos analíticos de la economía, pero no el objeto de esta disciplina, que es el estudio de las relaciones sociales de producción y sus leyes en cada período histórico. Al circunscribir el análisis económico a ejercicios de optimización, los neoclásicos se entrenan en la estimación de productividad y en la elección de alternativas de inversión, ahorro y consumo. Pero indagando que “si tal cosa ocurre con x, tal otra sucederá con y”, no

1 -En el sentido que Bourdieu le asigna al término, como un espacio de competencia y conflicto por la primacía de la autoridad entre individuos nucleados en torno de intereses afines.

avanzan mucho en identificar cuáles son las regularidades o los desequilibrios del capitalismo.

Con su estudio de relaciones funcionales a partir de ciertas restricciones, la ortodoxia tiende a asimilar a la economía con las ciencias duras y rodea la disciplina de un aura de “rigurosidad” que no detentan las restantes ciencias sociales. Esta operación se afianza con la formalización de todos los problemas en sofisticados modelos matemáticos y potencia una inclinación hacia el cuantitativismo extremo. Pero por este camino se tiende a desconocer que a diferencia de las ciencias naturales, la teoría económica estudia procesos sociales. Aquí no existe una distancia cualitativa entre el sujeto y el objeto de análisis y el investigador está directamente involucrado con las conclusiones y recomendaciones que propone.

El naturalismo de la ortodoxia se complementa con el mecanicismo inspirado originalmente en Walras y re-elaborado contemporáneamente por Arrow y Debreu, que supone la existencia de una tendencia espontánea al equilibrio general de todos los intercambios. La elección de este principio -sin aclarar nunca cómo surge o se arriba a ese equilibrio- para indagar cómo funciona un sistema caracterizado por la inestabilidad como es el capitalismo, impide investigar lo que efectivamente ocurre en la realidad. Es muy propio de los neoclásicos la construcción de modelos apoyados en sucesivas premisas (“supongamos que y...supongamos que y...”), que nunca logran clarificar ningún suceso productivo, comercial o financiero.

Para establecer sus criterios mensurables de optimización, el mecanicismo walrasianismo necesita también suponer que los participantes del mercado están dotados de facultades supra-humanas. Los “agentes “ siempre conocen sus preferencias, cuentan con plena información y certidumbre de lo que sucederá en el futuro (o su equivalente en probabilidades). Este requisito conduce a muchas incoherencias lógicas (por ejemplo, partir de preferencias independientes del contexto) y variadas paradojas, que la ortodoxia intenta resolver introduciendo excepciones a su esquema (segundo mejor, externalidades, rendimientos crecientes, etc). Pero ninguna de estas correcciones puede desembarazar la

teoría de los postulados de equilibrio y comportamiento de los sujetos como robots auto-programados, porque estas premisas son indispensables para el único propósito del análisis ortodoxos: dictaminar “si un modelo es o no es consistente”.

Partiendo del principio del equilibrio, los neoclásicos presumen conocer la ingeniería del sistema económico y se atribuyen la capacidad para controlar su marcha o reemplazar sus piezas defectuosas. Por eso se consideran preparados para decidir la “inevitabilidad” de tal o cual “ajuste”. Cuándo buscan subrayar la inexorabilidad de cierta política sustituyen las metáforas de la ingeniería por analogías fisicalistas. Aquí proclaman que ignorar una restricción del mercado es tan imposible como evadirse de la ley de la gravedad o que eliminar el “desempleo natural” es tan nocivo como atentar contra la “necesaria desigualdad”. Esta presentación de leyes económicas como enunciados fatalistas (“si baja el desempleo sube la inflación”, “si suben los salarios cae la productividad”) persigue el inocultable objetivo de justificar la dominación capitalista.

El sustento ideológico neoliberal

Si la vertiente walrasiana provee la imagen de profesionalidad que muestra el economista ortodoxo, la corriente austríaca de los neoclásicos brinda los fundamentos de su ideología neoliberal. Esta vertiente surgió a fines del siglo XIX con Menger y B.Bawerk y se forjó con Hayek y V.Mises entre los años 30 y 50, a través de la fanática impugnación del socialismo y la batalla contra el “estado benefactor” keynesiano. Su prédica tuvo escasa repercusión hasta que en la década de los 80 fue adoptada masivamente por las clases dominantes.

Plantean la inevitabilidad de las desigualdades sociales, la subordinación de los principios democráticos a la invulnerabilidad de la propiedad y reivindican la supremacía irrestricta del mercado y la competencia para aleccionar al consumidor y alentar la innovación tecnológica de los empresarios. A diferencia de los walrasianos reconocen el carácter incierto del devenir económico, la imperfección de la racionalidad individual, la incertidumbre de la inversión y la fragilidad de las preferencias de los consumidores. Pero de la aceptación de estas dificultades no deducen la necesidad de regular de los mercados, sino por el contrario la conveniencia de liberarlos de cualquier interferencia. Su enfoque

nutre las dos ideas centrales del neoliberalismo: el carácter natural del orden mercantil y la necesidad de un darwinismo social competitivo para el progreso de la sociedad.

Pero estas tesis ocultan que el mercado no es un ente atemporal, ni un mecanismo espontáneo de la vida social. Es el instrumento específico de un régimen económico-social capitalista basado en la propiedad privada de los medios de producción y la explotación del trabajo asalariado. Este sistema funciona mediante una sucesión de desajustes cíclicos entre la producción y el consumo, entre la acumulación y el ahorro y entre la ganancia esperada y obtenida, que desmienten las imágenes idílicas del neoliberalismo.

Es falso que la competencia compulsiva prevaleciente en el capitalismo facilite el progreso colectivo. Periódicamente desemboca en situaciones de sobreproducción, pérdidas y derroches, cuya reversión constituye solo un paréntesis entre una crisis y otra. Los neoliberales ocultan que el patrón de la rentabilidad que regula el sistema es la causa del desempleo, la pobreza y la explotación, porque obliga a los asalariados a vender su fuerza de trabajo y a los profesionales a convertir sus conocimientos en mercancías que enriquecen a las minorías privilegiadas.

Esta dramática realidad del capitalismo es encubierta con los fetiches surgidos de la superstición de la “mano invisible”, que ha inspirado una literatura que bordea el ridículo. Cuándo por ejemplo la figura del “individuo” –construida en torno al empresario- es extendida a los trabajadores, aparecen todas las fábulas de obreros que eligen sus puestos de trabajo de acuerdo a la conveniencia de “aumentar el esfuerzo y reducir el ocio” e irrumpen las fantasías sobre los “desempleados voluntarios” que optan por no trabajar para seguir disfrutando de su inactividad. La absurda equiparación de todos los individuos en la categoría de “agentes” simplemente olvida que en un sistema económico basado en la desigualdad social, la “soberanía del consumidor” es tan ficticia, cómo el dilema de ahorrar o invertir para quiénes carecen de capital.

Los razonamientos que utilizan los austríacos partiendo de criterios de consumo desconectados de las condiciones de producción generalizan indebidamente conclusiones extraídas de modelos de acción individual. Proyectan a todos los actores económicos lo que presumen aceptable para una persona, ignorando el condicionamiento social que tiene cualquier elección bajo el capitalismo.

Los conceptos neoliberales conforman una ideología en cualquier acepción del término. Cómo interés y programa de la clase social dominante ha servido de instrumento a la ofensiva social del capital sobre el trabajo y cómo creencia ilusoria han nutrido una “falsa conciencia” de la realidad. El neoliberalismo naturaliza el desempleo, universaliza la lógica del mercado, glorifica el egoísmo individualista, legitima la explotación y crea una mitología del consumidor y del accionista. Es una teoría vulgar, porque cierra los ojos frente a cualquier episodio indicativo de los desequilibrios que genera la competencia. Es también una concepción apologética, porque atribuye los acontecimientos perturbadores del capitalismo a causas “exógenas” y renuncia a cualquier línea de investigación que resulte conflictiva con los intereses de las clases dominantes.

Pero en esta ideología se apoyan todas las propuestas de la ortodoxia contemporánea. El neoliberalismo es el fundamento de la exigencia monetarista de recortar la emisión para aumentar el disciplinamiento social y asegurar la libre movilidad del capital financiero. Es el pilar del ofertismo impositivo, que exige a los pobres hacerse cargo del financiamiento del estado para incentivar a los empresarios a crear nuevos puestos de trabajo. Es el basamento de la actitud reverencial hacia los mercados que caracteriza a teoría de las “anticipaciones racionales”, que postula la capacidad de los capitalistas para neutralizar cualquier medida que los afecte y recomienda apuntalar siempre el beneficio de este sector.

Ciudadanos y científicos sociales

Los institucionalistas intentan salir del ámbito cerrado que han construido los neoclásicos para reproducir profesionales exclusivamente dedicados a custodiar los intereses de las grandes corporaciones. Rechazan la teología neoliberal, reconociendo la existencia de conflictos sociales, que proponen armonizar a través del consenso institucional.

Plantean que la función del economista es contribuir a esta conciliación mediante la elaboración de distintas alternativas económicas, que la sociedad puede seleccionar a través del voto y estiman que este mecanismo político permite contrabalancear el poder de los sectores de mayor poder y riqueza. Frente a la defensa ortodoxa del agente y el mercado

reivindican el compromiso con la ciudadanía y el estado, contraponiendo al mito de la neutralidad profesional la realidad del economista involucrado con los distintos grupos sociales.

Pero esta imagen del economista contemporizador choca con el evidente escollo de la división clasista de la sociedad y la concentración del poder en manos de los capitalistas. Aunque el economista pudiera difundir los costos y beneficios de cada alternativa, los márgenes de elección de las mayorías permanecerían rigurosamente acotados. La propiedad privada de los medios de producción pone límites muy estrictos a cualquier decisión popular que afecte los intereses de las grandes empresas.

Los institucionalistas rechazan la fantasía neoclásica del individuo soberano optimizador, pero recaen en una ilusión equivalente cuándo suponen que la ciudadanía puede resolver a través de su voto el rumbo del proceso económico. Olvidan que en el capitalismo contemporáneo la “opinión de los mercados” (es decir las grandes corporaciones) opera cómo el determinante efectivo de las decisiones económicas.

Los institucionalistas rechazan otorgarle a la economía un status superior que al resto de las ciencias sociales. Retoman la tradición de la economía política clásica y se oponen a separar tajantemente a la economía de la sociología, la política o la historia, buscando superar la artificial taylorización académica. Al proponerse investigar el marco social, político, técnico y cultural de la actividad económica se distancian del perfil neoclásico y se aproximan al modelo de los científicos sociales. Pretenden integrar el campo de estos investigadores y compartir su búsqueda de respuestas científicas al estudio de la sociedad.

Pero este objetivo no es alcanzable a través de meros impulsos de aprendizaje de la realidad. El campo de los científicos sociales es muy diferente a su equivalente de las ciencias duras, puesto que no goza del mismo grado de autonomía social e ideológica. Mientras que la emancipación de las ciencias naturales primero de la tutoría religiosa y luego de la presión ideológica de las clases dominantes fue una condición perdurable para su desarrollo y continúa siendo una necesidad práctica del proceso de valorización, las ciencias sociales no pueden alcanzar bajo el capitalismo este nivel de libertad. Están bajo la custodia permanente de la burguesía, que gobierna reproduciendo su hegemonía ideológica.

Por esta razón las pautas de validación de los descubrimientos vigente entre los físicos, matemáticos o biólogos, no se extienden a las ciencias sociales.

Los institucionalistas ignoran estos condicionamientos y no reconocen la influencia que tienen las cosmovisiones ideológicas y los puntos de vista de clase en las “miradas” previas de los economistas. Tampoco aceptan que la economía convencional presenta más dificultades que otras ciencias sociales para ser integrada a un campo científico, por la función estratégica que cumple en favor de la dominación capitalista.

La asimilación de los economistas al campo de los científicos sociales exige un compromiso muy serio con la investigación genuina. Este fue el caso en el pasado de la economía política, que Marx contrastó con la economía vulgar. La misma separación que estableció entre Ricardo y Say se puede proyectar a Keynes, Schumpeter y Sraffa frente Milton Friedman, Samuelson o Lucas, porque el corte entre economía científica y vulgar no es cronológico sino conceptual. Más que diferenciar dos etapas de la historia del pensamiento económico, expresa una división entre intérpretes rigurosos y observadores superficiales del funcionamiento del capitalismo que se ha replanteado frente a cada transformación significativa de este sistema. Pero en el institucionalismo actual no predominan los continuadores de la vertiente científica, sino más bien una tendencia adaptativa a la ortodoxia. Y esta carencia está muy ligada a sus limitaciones teóricas de la heterodoxia.

Teorías heterodoxas

Las concepciones heterodoxas interpretan a las instituciones como creaciones histórico-sociales, que precediendo a los mercados conforman la estructura central del proceso económico. Destacan, además, la existencia de una gran variedad de agentes en esta actividad, en oposición a criterios individualistas de los neoclásicos.

La heterodoxia reúne a diferentes escuelas que reivindican la determinación institucional de la economía, la existencia de imperfecciones del mercado y la gravitación de la incertidumbre. De este tronco común se nutre el estudio neo-schumpeteriano de la innovación, el análisis regulacionista de los modelos de trabajo y la analogía evolucionista del cambio económico con el proceso de la selección natural.

Cada una de estas corrientes ha contribuido a esclarecer aspectos del funcionamiento contemporáneo del capitalismo (transformaciones tecnológicas, volatilidad del capital financiero, comportamiento de las firmas, modalidad del proceso laboral, metodología de la economía). Pero ninguna analiza este régimen social como un sistema históricamente transitorio de origen definido, final posible y desarrollo sujeto a contradicciones internas que socavan su continuidad.

La heterodoxia generalmente retrata las modalidades productivas vigentes en cada país o período histórico, pero no interpreta adecuadamente cómo se genera y distribuye el beneficio. Contextualiza la investigación, pero omite siempre analizar el problema de la explotación, que es el rasgo central del capitalismo. Por ejemplo, realizan constantes referencias al papel de las instituciones, las tradiciones culturales o las condiciones técnicas en los acontecimientos económicos, pero nunca hablan de la plusvalía extraída a los trabajadores.

Esta omisión les impide discriminar entre los fenómenos decisivos y secundarios del proceso de valorización. No plantean que los derechos de propiedad son más estratégicos que las normas regulatorias de la competencia para la reproducción del capital, o que los mecanismos de control del proceso de trabajo son más vitales que las reglas impositivas para asegurar la continuidad de la acumulación. Tampoco distinguen los procesos necesarios (la explotación) de los contingentes (el monopolio), ni los fenómenos determinantes (procesos productivos) de los determinados (sucesos financieros) de la reproducción.

Cada vertiente heterodoxa enfatiza alguna peculiaridad del capitalismo, pero todas rehuyen investigar la fuente del beneficio. Estudian las instituciones pero no su carácter de clase y analizan la distribución del ingreso pero sin relacionarla con la competencia por la apropiación del trabajo excedente. Investigan las rentas tecnológicas, pero sin observar su fundamento en el trabajo no remunerado y estudian el proceso de "selección mercantil", omitiendo que se asienta en la propiedad de los medios de producción.

La heterodoxia asigna el papel protagónico del proceso económico a diversos agentes colectivos (clases, comunidades, asociaciones, actores), pero desconoce que la acumulación no emerge espontáneamente de cualquier tipo de agregaciones humanas.

Ignora que las clases dominantes y dominadas cumplen un rol estratégico en los procesos de trabajo y valorización de mayor gravitación que otros actores sociales. Establece una indiscriminada variedad de configuraciones y equipara todos los conflictos sociales, porque naturaliza las relaciones capitalistas diluyendo el rasgo central del sistema, que es la apropiación empresaria del valor excedente creado por los asalariados.

Los modelos heterodoxos no explican las causas, tendencias y direccionalidades del desarrollo capitalista. Se limitan a detallar cómo las firmas desarrollan sus intercambios con el medio ambiente (evolucionistas), cómo los empresarios modifican sus prioridades de ahorro e inversión (pos-keynesianos), cómo las instituciones se adaptan a las condiciones de productividad con el paso de la acumulación extensiva a la intensiva (regulación).

Es cierto, por otra parte, que la heterodoxia retoma el abordaje de la economía política como una ciencia factual al estudiar hechos con racionalidad y sistematicidad. Desarrollan teorías complementando la reflexión analítica con la comparación histórica y reconocen que en economía no es posible aislar artificialmente los fenómenos para su observación, ni se puede recurrir a la experimentación en gran escala. Pero aunque este enfoque reintegra la economía a las ciencias sociales frente al reduccionismo optimizador de los neoclásicos, no logra transformar a esta disciplina en un instrumento de comprensión integral del capitalismo. Para alcanzar este objetivo no basta con la formulación parcial de leyes sociales, ni con la enunciación de principios sistémicos o mecanismos de evolución. Se requiere esclarecer cuáles son las leyes específicas del capital.

Economistas críticos

Los críticos agrupan a todos los economistas que plantean una impugnación radical de los mitos neoclásicos, denuncian los atropellos empresarios, desenmascaran la cruda realidad del capitalismo y buscan desarrollar su actividad en el seno de las organizaciones populares. Nuclean a los adversarios frontales de la ortodoxia, pero también a los opositores de las ilusiones conciliatorias del institucionalismo.

Los críticos son concientes que el economista no puede situarse por encima de los antagonismos sociales, sino que debe ubicar su acción en el bando de los oprimidos o de los opresores. Partiendo de esta definición, en vez de actuar como consultores de organismos,

asesores de inversiones o funcionarios del ajuste buscan su lugar entre los oprimidos. Encaran la investigación descartando la actitud de observador positivista neutral y reconociendo los intereses sociales que subyacen en la confrontación de ideas económicas. Por eso participan de los ámbitos pluralistas que permiten el desarrollo del pensamiento crítico.

Los antecedentes de esta corriente de economistas pueden rastrearse en el siglo XIX entre los socialistas ricardianos, que erigían sindicatos aplicando la teoría del valor-trabajo a la denuncia de la explotación y en los socialistas utópicos, que imaginaban sistemas de organización social superadores del capitalismo. Durante la segunda mitad del siglo pasado integraron esta escuela numerosas vertientes del keynesianismo radical comprometidas en la batalla por la redistribución progresiva del ingreso. Dos formaciones continuadoras de esta tradición en las últimas décadas son los “radicals” norteamericanos y la izquierda regulacionista francesa.

Pero el sector más estructurado y consecuente de la economía crítica son los marxistas, porque además de tomar partido en favor de los asalariados y orientar su trabajo intelectual hacia los problemas de la clase trabajadora defienden un proyecto socialista emancipatorio. Su enfoque está centrado no sólo en la defensa o recuperación de las conquistas sociales, sino en la construcción de una sociedad libre de explotación y desigualdades.

Los marxistas retoman una larga tradición de integración de la elaboración teórica y la práctica militante. El modelo de fusión de intelectual, economista y político socialista que inauguró Marx fue seguido desde los años 30 y 40 por muchos teóricos (Luxemburgo, Bujarin, Hilferding, Rubín, Preobrazhensky), que desarrollaron su principal actividad en las organizaciones socialistas y comunistas. Posteriormente comenzó un entrecruzamiento con la vida académica, que dio lugar a diferentes combinaciones de militancia, labor intelectual independiente e inserción universitaria. Algunos autores mixturaron estas tres actividades (Mandel, Sweezy, Dobb), mientras que otros se desarrollaron en alguno de estos tres ámbitos (Grossman, Rosdolsky, Mattick, Braverman). Estas mismas combinaciones han perdurado hasta la actualidad.

La recepción de la economía marxista sufrió un severo golpe con el derrumbe del “socialismo real”. De la moda de los 70 y del interés de los 80 se pasó a un rechazo, que en los 90 alcanzó rasgos de totalitarismo maccartista. Pero esta etapa reactiva se está agotando y el estudio de Marx vuelve a cobrar relevancia. La ruptura con el pensamiento dogmático que caracterizó al “marxismo oficial” de los “ex países socialistas” y la creciente inclinación a reflexionar sobre su propio objeto teórico están revitalizando a esta corriente de pensamiento.

Singularidad teórica de los marxistas

El marxismo es una referencia teórica central para todos los economistas críticos. Quiénes no adscriben abiertamente a esta concepción dentro de este grupo se apoyan en su mixtura con nociones de la heterodoxia radical. En algunos casos esta combinación intenta aunar la visión dinámica de ambas escuelas en una caracterización común de las etapas o formas de regulación del capitalismo (radicals) y en otros enfoques se pretende integrar la mirada “sistémico-holista” y la jerarquización común del proceso reproductivo (neoricardianos) frente al individualismo neoclásico.

Pero este ensamble no toma en cuenta que el marxismo –en sus diversas corrientes internas- propone un abordaje del objeto de la economía distinto y superador de la heterodoxia. Busca esclarecer el origen, las contradicciones y la evolución histórica del capitalismo, explicando porqué la dinámica de este sistema es diferente de otros modos de producción y analizando sus leyes como conjunciones de tendencias y contra-tendencias, que operan en ciertas condiciones de la lucha de clases. Este enfoque permite descubrir fundamentos del proceso económico, que son invisibles desde el estudio heterodoxo de la plasticidad o rigidez de las instituciones.

La investigación de las leyes del capital parte de una caracterización objetiva del valor, que atribuye al trabajo socialmente necesario para la producción de las mercancías un papel determinante en la formación de los precios, de la ganancia y por lo tanto del comportamiento de la inversión. Este enfoque estudia el proceso de acumulación a partir de la extracción de plusvalía y su conversión en capital, interpretando al beneficio como un

resultado de esta confiscación. Explica, además, el nivel del salario en función del valor de la fuerza de trabajo y la confrontación clasista.

El marxismo destaca que esta lógica objetiva de la reproducción basada en la competencia por el lucro conduce a crisis periódicas, padecimientos sociales y situaciones de irracionalidad general, que la heterodoxia desconoce. Analiza cómo el propio proceso de acumulación genera sistemáticos desequilibrios, que desembocan en una desconexión de las necesidades sociales de la población con el principio regulador del beneficio y en la recreación de grandes polos de miseria y desempleo en medio de la sobreproducción de bienes. El marxismo subraya que la valorización del capital genera aumentos de la relación maquinaria-mano de obra (composición orgánica del capital), que determinan una tendencia decreciente de la tasa de ganancia causante de grandes crisis. Destaca que el carácter cíclico del proceso global de producción y sus secuelas de quebranto y desocupación no es un acontecimiento natural, ni resultante de la impericia gerencial o el desacierto gubernamental, sino un producto del funcionamiento intrínsecamente contradictorio del capitalismo.

Todos los economistas críticos cuestionan el orden existente, batallan en común contra el atontamiento mercantil que difunden los medios de comunicación y en favor de las reivindicaciones populares. Pero los marxistas acompañan esta acción con un análisis del modo de producción vigente focalizado en la relación antagónica del capital con el trabajo. La centralidad de esta oposición, que no es reconocida por ninguna otra escuela constituye un elemento insoslayable para la comprensión de la dinámica del capitalismo.

La atención en la confrontación clasista y en la tradición, conciencia y experiencia política de los intervinientes en esta lucha conduce a un enfoque radicalmente distinto a la descripción heterodoxa de los grupos sociales favorecidos o afectados por el impacto de las variables económicas. El análisis marxista no se limita a un retrato del conflicto social. Remarca el protagonismo de las clases oprimidas, explicando porqué este sector representa el único sujeto capacitado para modificar y sustituir al capitalismo por otro régimen social, en el marco de realidades histórico-sociales diferentes en cada país.

El cuerpo teórico del marxismo no forma parte ni debe mixturarse con la heterodoxia. Sólo comparte cierto universo de preocupaciones comunes que le ha permitido

desarrollar numerosas investigaciones partiendo de las percepciones de esa corriente. Pero siempre desarrolló su propio enfoque asimilando y polemizando simultáneamente con estas contribuciones. Las teorías clásicas del imperialismo (Lenin), del capital financiero (Hilferding) o de las crisis de realización (Luxemburgo) tomaron, por ejemplo, el material empírico y la conceptualización inicial de autores pre-keynesianos (Hobson). Pero elaboraron nuevos conceptos a través de una reinterpretación radical de estos antecedentes. Esta absorción, crítica y superación del pensamiento heterodoxo han estado presentes en todas las reflexiones de la economía marxista del siglo XX.

Las tres modalidades em América Latina

Los ortodoxos han logrado en la última década una influencia en América Latina muy superior al promedio mundial y sólo comparable a la alcanzada en los países del Este Europeo. Algunas figuras como Cavallo o Aspe se han ubicado incluso en la elite mundial de economistas neoliberales.

Los ortodoxos son personajes muy apreciados por el “establishment” de la región. Se gradúan en universidades privadas (o públicas privatizadas), cursan posgrados en Estados Unidos, se adiestran como asesores, obtienen los contratos del FMI y el BM y luego ocupan los cargos estratégicos del estado. Una vez consagrados, las fronteras entre sus actividades públicas y privadas se borran por completo. Saltan de un ministerio a una consultora y de los directorios de las empresas a la dirección de las secretarías. Son frecuentemente invitados a difundir sus doctrinas en las universidades, aconsejan por televisión a los presidentes y reciben halagos de los organismos internacionales.

El avance de los economistas neoliberales ha sido fulminante en todas las esferas educativas y profesionales de Latinoamérica. En Brasil se desempeñan como los “policymakers” de los gobiernos y dominan el sector norteamericanizado de la enseñanza, originalmente constituido en torno a la fundación Ford y el Instituto Getulio Vargas. En México controlan los institutos afines a la ortodoxia (Itam) beneficiados por una reorganización de la enseñanza que eliminó áreas de estudio y recortó salarios en las entidades adversas a esa orientación (Unam, Cide). En Argentina dirigen las instituciones neoliberales más vinculadas al estado (Cema, Fiel).

La gravitación de la ortodoxia se remonta en América Latina a los “tecnócratas científicos”, que hasta los años 30 acompañaron a todos los gobiernos liberales. Pero ninguno de sus personajes alcanzó la influencia que actualmente tienen los economistas neoliberales, como G.Calvo. El avance de este grupo se consumó mediante el desplazamiento de la heterodoxia representada en la región por los economistas de la Cepal (Prebisch, Ferrer, Furtado), que durante décadas apuntalaron el proyecto industrializador de las burguesías nacionales. Toda la generación de economistas volcados al sector público, con metas nacionalistas y preocupados por planeamiento ha sido absorbida por la ortodoxia. Los hombres de la “nueva Cepal” (Iglesias, Rosenthal, Foxley) han asimilado el estilo de los neoliberales, especialmente cuando asumen cargos gubernamentales o integran el staff de negociadores con el FMI.

Por su parte, los economistas críticos de temas latinoamericanos (R.M. Marini, G. Frank, Th. dos Santos) alcanzaron su mayor influencia en los años 60 y 70 combinando la acción antiimperialista con la elaboración de la teoría de la dependencia. La vertiente nacionalista de esta concepción radicalizó las ideas de la Cepal investigando el subdesarrollo periférico, el dualismo estructural y el intercambio desigual. Los marxistas profundizaron este análisis, investigando como las tendencias polarizantes de la economía mundial acentúan el endeudamiento y el carácter fragmentario de la industrialización regional. Pero la repercusión de estos enfoques comenzó a declinar con la crisis económica, las derrotas de los movimientos populares y el reflujo de la lucha antiimperialista. En la última década los economistas dependentistas y marxistas perdieron posiciones y sufrieron el embate reaccionario del neoliberalismo.

Una parte de los economistas críticos protagonizó el proceso de “deserción de los intelectuales” (Castañeda, F.H.Cardoso), que primero abandonaron el cuestionamiento teórico del imperialismo y luego apoyaron la transformación fondomonetarista que ha sufrido América Latina. En la actualidad, este sector forma parte del grupo de funcionarios que mixtura discursos socialdemócratas con prácticas neoliberales en varios gobiernos de la región (especialmente Chile y Brasil). Constituyen una elite socialmente inserta en el sector de la clase media regional que logró sustraerse del desastre pauperizador que soporta la

región. Como economistas, han adoptado todos los vicios formalistas y profesionalistas requeridos para hacer carrera en los organismos internacionales.

Uma necessidade de las clases dominantes

El ascenso de los economistas ortodoxos fue promovido en América Latina por los sucesivos gobiernos norteamericanos que buscaron reducir la influencia de la Cepal, a través de una campaña de “profesionalización” de la enseñanza de economía, que se inició en los años 50 con el convenio suscripto por la Universidad de Chicago con la Universidad Católica de Chile. El personal surgido de esta iniciativa nutrió al pinochetismo y se transformó luego en el grupo que afianzó el perfil neoliberal de ese país. Este modelo de copamiento académico fue luego exportado a todos los países latinoamericanos a través de la creación de fundaciones, inicialmente financiadas por los sectores liberales y posteriormente apoyadas por el conjunto de la clase dominante de la zona.

Los ortodoxos han utilizado la bandera de la “especialización técnica” para adaptar el cuerpo de funcionarios del estado al modelo privatizador y aperturista. Pero los nuevos economistas adiestrados en la formalización no están más capacitados que sus antecesores. Simplemente son mejores consultores de empresas que orientadores de proyectos públicos de inversión. La consagración técnica ha sido un mecanismo de legitimación, que los “Chicago boys” desarrollaron localizando las reuniones de la Sociedad Econométrica en América Latina y galardonando a profesionales de la región.

El reemplazo tecnocrático de los políticos por economistas neoliberales tiene en la zona mayor envergadura que en los países desarrollados por el carácter inestable de los regímenes políticos. La interrupción de mandatos, la desintegración de los gobiernos y las crisis de los estados son acontecimientos corrientes en Latinoamérica, que han permitido a los ortodoxos saltar rápidamente de la “gerencia media” a la cúspide de los gobiernos. Este avance se extiende al propio cargo clave de ministro de economía, que sólo excepcionalmente es ocupado por “hombres de partido”. La creencia que el economista no participa de la lucha por el botín presupuestario -o que está comprometido en erradicar la corrupción- ha sido refutada por los incontables escándalos de los gobiernos de la región.

Los ortodoxos llegan generalmente al poder como salvadores de la sociedad en medio de situaciones dramáticas, difundiendo discursos anti-estadistas e incriminatorios de las ineficiencias del sector público. Pero una vez en el gobierno se tornan intervencionistas especializados en rescatar a bancos y empresas con los fondos del tesoro. Son fanáticos defensores del libremercado en el plano conceptual y pragmáticamente estadistas en el manejo de la política económica.

Por eso cambian de argumentos con una frecuencia inusitada. Prometieron, por ejemplo, que la deuda externa se reduciría con las privatizaciones, pero como el pasivo se duplicó en la década del 90 ahora reconocen que el problema continúa siendo tan grave que nadie debería atreverse a mencionar la palabra moratoria. Sin embargo, en otras ocasiones destacan que una deuda tan elevada sólo constituye un dolor de cabeza para los acreedores.

Este mismo doble discurso repiten frente a la expansión de la pobreza. A veces niegan este aumento impugnando su fundamento estadístico y en otras oportunidades aceptan la evidencia, pero argumentando que el problema es la “insuficiencia de las reformas”. La misma variabilidad presenta sus opiniones de la apertura comercial y la desregulación financiera. A veces evalúan que “ya han sido muy exitosas”, pero en otros momentos estiman que todavía provocan los “costos de la transición” hacia una prosperidad futura.

Estos infinitos vaivenes a veces pasan desapercibidos bajo el apabullante marketing que disfraza sus oscilaciones. El periódico aterrizaje en Latinoamérica de las estrellas del pensamiento ortodoxo y la repetición de sus elogios por parte de las mentes colonizadas continúa siendo un elemento central de esta campaña de ventas. Pero esta falta de coherencia de los ortodoxos confirma que es el único hilo conductor de su razonamiento es la justificación de las ganancias de la clase dominante.

El protagonismo de los ortodoxos deriva especialmente de su rol de intermediarios en la negociación de la deuda externa. Aquí actúan a ambos lados del mostrador, cómo representantes de los acreedores o cómo voceros de los deudores. Puesto que su actividad oscila permanentemente entre el sector público y privado trabajan según la ocasión para uno u otro sector. Esta dualidad es obviamente ficticia porque cualquiera sea el lugar que ocupen en las tratativas, siempre defienden los intereses de los grupos financieros que

garantizan el provenir de sus carreras. La falta de lealtad hacia el estado nacional de esta “nueva cosmocracia” diferencia claramente al economista mundializado de las tradicionales burocracias nacionales.

Los ortodoxos son los principales transmisores de la ideología neoliberal en una región que ha sido el gran laboratorio de esta concepción. Hayek y Friedman supervisaron personalmente el experimento chileno, J.Sachs probó en Bolivia el “shock anti-inflacionario” y varios economistas del “manistream” (S. Fisher, Dornbursh) dirigieron el ensayo privatizador de la Argentina.

En última instancia el ascenso de la economía ortodoxa en América Latina expresa el giro operado por las clases dominantes hacia una inserción más dependiente y periférica de la región en la división internacional del trabajo. Las burguesías regionales han renunciado a desarrollar procesos autónomos de acumulación nacional, en favor de una alianza subordinada con el capital extranjero y por eso sustituyen al tradicional economista de la Cepal por el tecnócrata neoliberal. Estos individuos han quedado situados en el primer plano de la política latinoamericana porque cumplen todas las condiciones para viabilizar este proceso de recolonización.

Neoestructuralistas y ex dependentistas

La ortodoxia ha desplazado en el plano teórico al estructuralismo, que fue la concepción heterodoxa desarrollada por la Cepal para analizar el intercambio desigual, la heterogeneidad estructural y la relación centro-periferia. El estructuralismo se inspiró en el institucionalismo keynesiano e incluso se pueden establecer llamativos paralelos entre las figuras de Prebisch y Keynes. Buscó ilustrar cuáles son las limitaciones que enfrentan las economías periféricas para emerger del subdesarrollo y durante una corta etapa impulsó también propuestas de reforma agraria, fiscalidad progresiva y redistribución de ingresos.

Pero todo ese enfoque ha quedado definitivamente archivado en la “nueva Cepal”, que renuncia al desarrollo autónomo y acepta el proceso de recolonización. El neoestructuralismo –que teorizaron O.Sunkel, J.Ramos y R.French-Davis- es la expresión conceptual de este replanteo y se basa en aceptar todas las críticas que tradicionalmente formuló la ortodoxia contra la Cepal (proteccionismo, desconfianza del mercado,

estatismo). Los neoestructuralistas hablan de equilibrio macroeconómico, competitividad, disciplina fiscal e inserción externa y aceptan los ajustes antipopulares que impone el FMI. Una amnesia generalizada afecta a los autores que en pasado explicaban porqué este rumbo conduce a perpetuar el carácter periférico de la región.

Los neoestructuralistas han sustituido la elaboración de conceptos originales por la absorción pasiva de las modas neoclásicas. Un ejemplo de esta asimilación es la “teoría del crecimiento endógeno”, que justifica la intervención del estado para facilitar la innovación y la inversión a través de incentivos impositivos al capital, cuando las “fallas de mercado” generan “sub-óptimos”. El neoestructuralismo ha tomado de este razonamiento ortodoxo la justificación de políticas intervencionistas compatibles con las exigencias del FMI. Otro ejemplo es el uso de los modelos evolucionistas para ilustrar la multiplicidad de “trayectorias posibles” hacia la economía competitiva y abierta que reclaman los acreedores.

El frecuente contrapunto entre el neoestructuralismo y el neoliberalismo es totalmente artificial, porque la “nueva Cepal” comparte los objetivos de la ortodoxia. Las divergencias sobre “gradualismo o shock” existen dentro de ambas escuelas y por eso también la típica división entre neoliberales y antiliberales se ha vuelto insustancial, ya que son mayoritarios los defensores de la flexibilización laboral, la desregulación financiera y la privatización irrestricta en las dos corrientes. Los neoestructuralistas, que proponen erigir “una economía competitiva” en Latinoamérica pero recurriendo a “políticas industriales activas”, “privatizaciones reguladas” y medidas de protección social, no difieren en los hechos del “capitalismo salvaje” que tanto cuestionan. Hasta ahora no han logrado descubrir la fórmula para pagar la deuda sin cortar los servicios sociales, para privatizar sin aumentar el desempleo o para incentivar la exportación sin bajar los salarios.

Esta adaptación al neoliberalismo es aún más fuerte entre los ex dependentistas que presentan sofisticadas teorías para avalar el pago de la deuda externa y la apertura comercial. Justifican, por ejemplo, estas políticas por la “inexistencia de una clase empresaria innovadora”, como si esta ausencia convirtiera al capital extranjero o los bancos acreedores en promotores del desarrollo. Al proclamar que la “burguesía latinoamericana es

rentista” y defender al mismo tiempo al capitalismo como sistema, enfrentan el dilema sin solución de reivindicar un régimen social cuyo agente protagónico es misterioso.

Pero la supresión de la palabra imperialismo del lenguaje oficial no elimina la necesidad de superar el carácter periférico y dependiente de América Latina. Por eso los economistas críticos -que en la Argentina trabajan en Universidades como la UBA y Quilmes o en institutos como el Idep, Iade o Flacso- están conceptualizando los viejos problemas de la dependencia a la luz de las transformaciones registradas en el capitalismo mundial. Para este análisis el cuerpo teórico del marxismo resulta indispensable, especialmente en la demostración que la raíz de los problemas de la región no radica solo en el “modelo neoliberal”, sino en el sistema social que históricamente ha frustrado el desarrollo de Latinoamérica.

La batalla contra el “autismo”

La ortodoxia hegemoniza la actividad de los economistas, pero ya no detenta la misma autoridad que a principios de los 90. Es el blanco principal de todas las protestas contra la globalización capitalista que se manifiestan en las calles en Londres, Seattle, Praga o Niza, porque representan la cara visible del horror neoliberal. La resistencia contra sus políticas se expresa en un naciente movimiento internacionalista que polemiza permanente con sus teorías, pone de relieve sus incoherencias y les dificulta incluso encontrar un lugar de reunión alejado de las protestas populares.

El prestigio del “manistream” está potenciado por las críticas que recibe en los últimos años el pensamiento neoclásico y su instrumentación por parte del FMI. Los cuestionamientos están centrados en la política de ajuste impuestos a los países deudores, pero se extienden a la incapacidad de la ortodoxia para actuar en diversos terrenos. Incluso se han mostrado inoperantes en la gestión financiera de corto plazo, que es su área de mayor sabiduría. Resulta patético, por ejemplo, observar cómo terminó la quiebra de un importante fondo de inversión regentado por economistas laureados con el premio Nobel.

El divorcio que existe entre los diagnósticos de la ortodoxia y el curso de los acontecimientos ha creado también cierto desconcierto en la propia elite de economistas

consagrados, que lamentan los resultados de la política fondomonetarista (Stiglitz), reconocen sus desaciertos (Camdessus), proponen medidas opuestas a su propia gestión (Sachs), o descubren que el capitalismo no es una panacea (Soros). Las justificaciones que plantearon de las crisis financieras recientes (“exceso de inversión”, “burbujas financieras”, “deudores irresponsables”) chocan con la evidencia de que los estallidos se localizan generalmente en los países que adoptan más fanáticamente la receta neoliberal. Por eso los ortodoxos quedan perplejos y no logran explicar porqué las naciones subdesarrolladas que más obedecieron a sus mandatos reciben los castigos más severos de la crisis.

Este clima de insatisfacción con el neoliberalismo ha reavivado la batalla en el campo de la enseñanza y la investigación. La avasallante colonización ortodoxa de las ciencias sociales coexistió en los últimos años con importantes críticas a sus postulados en el propio ámbito de los economistas. Particularmente existe un fuerte disgusto con la continua procreación de “idiots savants”, que egresan de la universidad adiestrados en la formalización pero incapaces de conceptualizar los problemas económicos.

Este rechazo ha comenzado a presentar formas cada vez más organizadas dentro de la comunidad educativa. El año pasado se difundió en Francia un llamamiento estudiantil “contra el autismo” de los economistas ortodoxos y su “pensamiento único”, que desencadenó un reclamo en favor del pluralismo en la enseñanza de la disciplina apoyado por muchos profesores. Las críticas del sector neoclásico abrieron una polémica nacional, cuya repercusión periodística condujo a la formación de una comisión ministerial que estudia un posible cambio de los planes de estudio. El movimiento no se opone a la formalización como afirman sus objetores, sino que ataca el monopolio neoclásico y propone retomar el estudio de la economía como ciencia social. Un debate del mismo tipo ha comenzado también en otros centros académicos del mundo.

En América Latina existen variadas expresiones de este mismo proceso de oposición a la ortodoxia. Desde 1996 los estudiantes de economía de Argentina intentan construir ámbitos alternativos -apoyándose como en México y Brasil- en la gran tradición de la economía crítica regional. La formación y coordinación de los organismos que nuclea a los opositores al “mainstream” -como la URPE de Estados Unidos, la SEP de

Brasil y Economía Crítica de España y México- probablemente coloque esta batalla en un nivel muy superior en los próximos años.

BIBLIOGRAFIA

- Anyl Martin Puchet. "La economía durante los 80". Desarrollo Económico, n 129, abril-junio 1993, Buenos Aires.
- Bourdieu, Pierre. "Le champ scientifique". Actes de la Recherche en Science Sociales, n 1-2, Paris, 1976.
- Bunge, Mario. Economía y filosofía y economía. Tecnos, Madrid, 1982.
- Barceló Alfons. Filosofía de la economía. Icaria. Barcelona, 1992.
- Camou Antonio. "Los consejeros del principe". Nueva Sociedad, n 152,
- Coats A.W. The post 1945 internationalization of economics, Duke University Press, Durham, 1996.
- Eagleton Terry. Ideología, Paidós Barcelona, 1997.
- Fine, Ben. The new revolution in economics. Capital and Class, Spring, n 61, 1997.
- Freeman Alan. "Marx: the spectre haunting economics". III Encontro Nacional de Economía Política. Rio de Janeiro, 9-12 junho 1988.
- Frey Bruno, Eichenberger Reiner. " Economics and economists". American Economic Review n 82, 2 may 1993.
- Gigliani Guillermo. " Con los estudiantes franceses" (www.la insignia, noviembre 2000).
- Guerrero Diego. Historia del pensamiento económico heterodoxo, Trotta, Madrid, 1997.
- Guillen Romo Hector. La contrarrevolución neoliberal. Era, México, 1997 (cap 1, 2, 6).
- Harberger Arnold. "Good economics comes to Latin America 1955-95". Coats A.W. The post 1945 internationalization of economics, Duke University Press, Durham, 1996.
- Heilbroner Robert, Milberg William. La crisis de visión en el pensamiento económico moderno. Paidós, Barcelona 1998.
- Hounie Adela, Pittaluga Lucía, Porcile Gabriel, Scatolin Fabio. "La Cepal y las nuevas teorías del crecimiento". Revista de la Cepal n 68, agosto 1999, Santiago.
- Howard, M.C., King J.E. A history of marxian economics, vol II, Princeton 1992
- Ingham Geoffrey. "Some recent changes in the relationship between economics and sociology" Cambridge Economic Journal, vol 20, n 2, march 1996, London.
- Lebaron Frédéric. La croyance économique, Seuil, Paris, 2000.

Loureiro Maria Rita. "The professional and political impact of the internationalization of economics in Brasil". Coats A.W. The post 1945 internationalization of economics, Duke University Press, Durham, 1996.

Mamou Yves. "L'Economie s'est-elle dissoute dans les mathematiques?". Le Monde, 31.10-00.

Montecinos Verónica, Markoff John. "El irresistible ascenso de los economistas". Desarrollo Económico, n 133, abril-junio 1994, Buenos Aires.

Richards Donald. "The political economy of neo-liberal reform in Latin America". Capital and class, n 61, London.

Samuels, Warren. "The present state of institutional economics". Cambridge Economic Journal, vol 19, n 4, august 1995, London.

Sapir Jacques. Les trous noirs de la science economique, Albin Michel, Paris, 2000.

Silva Patricio. "Ascenso tecnocrático y democracia en América Latina". Nueva Sociedad, n 152, Caracas.

Solow Robert. "L'Economie entre empirisme ete mathématisation". (Le Monde 3- 1-01).

Sotelo Adrián. "Globalización: estancamiento o crisis en América Latina?". Problemas de Desarrollo n 120, enero-marzo 2000, México.

Economía Política de la Comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional

César Bolaño (UFS – Brasil)

Guillermo Mastrini (UBA – Argentina)

Abstract

El propósito del presente trabajo es acercar algunas de las principales líneas argumentales que han surgido desde los análisis marxistas de la Economía Política de la Comunicación (EPC), cuyo objeto de estudio se centra en las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que constituyen la producción, distribución y consumo de los bienes simbólicos. Esta relación compleja adquiere relevancia entonces en su doble dimensión: por las nuevas condiciones que se le presentan a las producciones culturales en tanto producto de una industria y, complementariamente, las particularidades que adquiere un sector industrial muy específico como es el cultural. El desarrollo actual del modo de producción capitalista, que otorga una dimensión central a la información y la cultura, amplía el poder explicativo de la Economía Política de la Comunicación y revela su importancia tanto en el interior del campo de la Economía Política, como en el de las Teorías de la Comunicación.

En América Latina encontramos una lista extensa de aportes de autores vinculados a las Teorías de la Dependencia Cultural y a los debates sobre un Nuevo Orden Informativo Mundial y las Políticas Nacionales de Comunicación, los cuales tuvieron (y tienen) varios puntos de contacto con los análisis de la EPC, aún cuando, desde nuestra perspectiva, sigan presentando un marco teórico y epistemológico distinto, influenciados por las Teorías (sociológicas) de la Dependencia que, a su vez, surgieron como crítica a las Teorías (económicas) del Desarrollo de la Cepal. Precisamente, la Economía Política de la Comunicación – cuyos análisis se han visto sistematizados en el continente a partir de los 90, paralelamente a la creciente integración de los medios de comunicación en la estructura económica mundial– supera esas separaciones más o menos arbitrarias, ofreciendo desde la perspectiva multidisciplinar de la Crítica de la Economía Política, valiosas herramientas para el estudio, entre otras cosas, de los actuales fenómenos de concentración económica y de convergencia tecnológica de las industrias culturales, las telecomunicaciones y la informática.

I. Breve nota sobre la Historia del Pensamiento Económico y la Economía Política de América Latina

El surgimiento de la Economía Política clásica en la Inglaterra del siglo XVIII marca la génesis de una nueva ciencia, umbilicalmente ligada al propio desarrollo del nuevo modo de producción, que se instaura con la primera Revolución Industrial. El capitalismo industrial representa una ruptura radical con el sistema anterior, en el que el viejo capital mercantil convivía con el sistema absolutista al interior de un modo de producción aún esencialmente feudal, pero capaz de garantizar la acumulación primitiva de capital y de conocimiento que constituían la base de aquella revolución. La separación entre las esferas económica y política llevará a la implantación de un nuevo tipo de Estado Liberal, controlado por una esfera pública autónoma que representa efectivamente un enorme avance en la constitución de un sistema de libertad e igualdad formales, garantizado por el principio del respeto a la propiedad privada y a la propiedad individual.

La Economía Política Clásica es el complemento de la Teoría del Estado Liberal que demuestra la necesidad de la no interferencia del Estado sobre el mercado, dado que entiende que este es capaz de funcionar en condiciones óptimas cuando es dejado al libre juego de sus propias leyes internas. Sin embargo, tempranamente se observó que el nuevo sistema era eje de contradicciones, y que la riqueza que tenía la capacidad de crear era apropiada por una parcela muy limitada de la población, mientras que la mayoría permanecía sometida a condiciones de vida miserables. Más aún, la nueva clase proletaria presenta desde su creación un fuerte antagonismo con la clase de los capitalistas industriales.

En esas condiciones la Crítica de la Economía Política de Marx aparece como la última realización de la escuela clásica, en el sentido de llevar hasta las últimas consecuencias los descubrimientos de ésta, partiendo del concepto de valor trabajo y corrigiendo sus insuficiencias. Con ello realiza el necesario revelado de las leyes inmanentes de la producción capitalista, desenmascarando el carácter formal de los conceptos burgueses de libertad, igualdad y propiedad, y mostrando como éstos solo existen en apariencia ya que son sustentados en esencia por una desigualdad fundamental:

la no libertad y la expropiación de la clase trabajadora obligada a vender recurrentemente la única propiedad que de hecho dispone, su propia fuerza de trabajo, para poder reproducirse, reproduciendo con ello todo el sistema de dominación del capital.

Las conocidas implicaciones, explosivas y revolucionarias, de esa crítica no podrían ser aceptadas ni por la nueva clase hegemónica, la burguesía industrial, ni por sus aliados, ni por el pensamiento económico dominante. En este último campo, la reacción se materializará en el desarrollo de la llamada Escuela Neoclásica, que retoma el liberalismo de la Escuela Clásica, pero niega la teoría del valor trabajo y sus peligrosas consecuencias. A partir de entonces la Economía deja de ser Política y se legitima en el medio académico como una ciencia positiva, con método propio y procedimientos altamente formalizados pero, como se alcanzará a apreciar dramáticamente a los pocos años, irrealista. La crisis de los años 30 llevará a la derrota de la economía liberal neoclásica, aunque esta no implique la del formalismo y la del positivismo en la ciencia económica oficial.

En 1936, la publicación de la Teoría General de Keynes representa un golpe mortal para la tradición neoclásica y un alivio para los diseñadores de políticas económicas, que contarán con el respaldo de un nuevo pensamiento económico, que demostraba claramente la necesidad de intervención del Estado y de la inversión pública, con el objetivo de sustentar la demanda efectiva y garantizar el pleno empleo. Bajo el keynesianismo, el capitalismo vivirá sus mejores momentos durante el largo período expansivo inaugurado en la inmediata pos Segunda Guerra Mundial. La teoría Keynesiana recupera entonces la necesidad de la política y expresa el intento de alcanzar procesos distributivos que se alejen de la teoría neoclásica.

La gran escuela del pensamiento económico de América Latina, constituida por economistas vinculados a la CEPAL, es de matriz keynesiana. El trabajo fundador de la escuela cepalina fue el "Estudio Económico de América Lantina", realizado por Raúl Prebisch en 1949. Entre otros, sus principales colegas fueron Aníbal Pinto, Oswaldo Sunkel, Maria da Conceicao Tavares. Si bien la problemática central de la escuela era la del desarrollo, y su gran contribución fue la formulación del conocido modelo de desarrollo por sustitución de importaciones, que explica y apoya la industrialización de América Latina en el período llamado "desarrollismo", no deben subestimarse sus diagnósticos en

torno a la condición periférica de América Latina. Como señala Eduardo Devés Valdés, la política del desarrollo es pensada para superar la condición periférica y colocarse a la par de los centros. De esta manera el proyecto modernizador cepalino introduce el concepto de industrialización como factor iniciático del desarrollo económico, con el fin de acelerar el ritmo de crecimiento¹

Durante las décadas del '50 y '60 la hegemonía del pensamiento cepalino se comenzó a ver cuestionada por los monetaristas, vinculados a las tesis neoclásicas que ganaron terreno en el continente sobretodo a partir de los años 80's, mientras que en todo el mundo se apreciaba la crisis del keynesianismo y la victoria del pensamiento neoliberal. En todos los casos, se opone el individualismo metodológico de los neoclásicos al holismo cepalino, que articula keynesianismo y estructuralismo.

Mientras tanto, el marxismo continuó su desarrollo en forma paralela, aunque en gran medida por fuera de los ambientes académicos y, sobretodo, tecnocráticos del mundo occidental. Pero ese aislamiento tiende a reducirse justamente por el influjo del estructuralismo, el cual influyó fuertemente al pensamiento marxista, llegando a ser hegemónico en su interior durante buena parte de los años '60 y '70. En América Latina, y bajo la influencia de autores marxistas como Lenin, Trotsky, Baran y Sweezy, se desarrolló también un original pensamiento de izquierda entre cuyos autores podemos citar a nombres como Gunder Frank, Rui Mauro Maurini, Teotonio dos Santos, Caio Prado Júnior o Werneck Sodré. A través de Baran y Sweezy, también se sintió en América Latina la influencia para-keynesiana de Michael Kalecky.

Entre las diferentes corrientes que constituyen ese pensamiento de izquierda latinoamericano se destacan las llamadas Teorías de la Dependencia, de Fernando Henrique Cardoso, Enzo Falletto, Samir Amin, y tantos otros que aparecen como crítica y alternativa a la crisis del pensamiento cepalino. Su trabajo analiza cómo al final del proceso de industrialización de Brasil y México, y una vez constatado el fracaso de prácticamente todas las demás experiencias de industrialización según el modelo de sustitución de importaciones, se verifica que al revés de promover el desarrollo social y la

¹ DEV S VALDÉS, E. *Del Ariel de Rodo a la CEPAL (1900-1950)*. Biblos : Bs. As., 2000, p. 291.

superación de la miseria, lo que la industria trajo para el continente fue el aumento de la concentración y las disparidades sociales, manteniéndose intactas las características del subdesarrollo para la amplia mayoría de la población.

Luis Gonzaga Belluzzo, en el prefacio al trabajo fundamental de Joao Manuel Cardoso de Mello, sintetiza así la crítica que éste último hizo a las teorías de la dependencia:

“El autor reconoce la gran contribución de Fernando Henrique Cardoso y Enzo Falletto en la profundización crítica del concepto de dependencia, en la medida en que adelantan los interrogantes para el terreno de la formación y el desarrollo del modo de producción capitalista en América Latina y, más que eso, aportan la idea de que la dinámica social latinoamericana está determinada en primera instancia por factores internos y, en última instancia, por factores externos, a partir del momento en que se establece el Estado Nacional”²

Sin embargo,

“Joao Manuel insiste en que el esfuerzo de Cardoso y Falletto, en el sentido de superar las limitaciones de las hipótesis cepalinas, no puede completarse porque permanece prisionero del criterio cepalino de periodización histórica... Para que esa superación sea efectiva en el plano teórico ‘habría sido preciso que no se localizase el equívoco del pensamiento de la Cepal en la abstracción de los condicionantes sociales y políticos, y que se pensara, hasta las últimas consecuencias, a la Historia latinoamericana como la formación y el desarrollo de un cierto tipo de capitalismo”³

La crítica de Joao Manuel está formulada en el marco de un esfuerzo colectivo de formulación de una teoría del capitalismo latinoamericano alternativo tanto a la CEPAL como a las Teorías de la Dependencia, realizado por un grupo de economistas ligados al Instituto de Economía de la Universidad Estatal de Campinas (UNICAMP). Se trata de pensar las especificidades del modo de producción capitalista que se implanta en América Latina (y en especial Brasil), en una perspectiva metodológicamente más próxima a Marx aunque incorporando ciertamente, de forma no ecléctica, las contribuciones fundamentales

² CARDOSO DE MELLO, J. M. **O capitalismo tardio**. Brasiliense : São Paulo, 1982, p. 10

³ idem, p.11.

de los mayores economistas del siglo 20. De este modo, Bolaño avala la contribución de la escuela de Unicamp:

"Tomando los trabajos clásicos de la escuela de UNICAMP⁴, se nota que (...) la gran mayoría (...) procura estudiar básicamente el período anterior al inicio del proceso de industrialización que la CEPAL había teorizado bajo el concepto de sustitución de importaciones. La preocupación (...) es mostrar que la industrialización brasileña no es una industrialización cualquiera, y que no está determinada unilateralmente por elementos de orden externo; pero que la forma y la extensión en la que se dio sólo fue posible porque ya habían sido implantadas en el país determinadas condiciones estructurales sin las cuales el estímulo externo no hubiese tenido la misma consecuencia. Ahora, ¿qué son esas condiciones, sino la constitución de la relación salarial, de la relación mercantil, del Estado nacional, de una acumulación primitiva de capital, de la generalización de la relación monetaria, en una palabra de las relaciones sociales fundamentales que (...) se constituyen en formas institucionales que definen un modo de regulación? Si agregamos a eso el hecho de que ese conjunto de contribuciones, y en especial el trabajo de Joao Manuel Cardoso de Melo, dieron lugar a otras investigaciones que amplían el análisis imprimiéndole además alguna interdisciplinaria⁵, se puede caracterizar claramente a esa escuela como próxima (y con ventajas) al referencial de la escuela francesa de regulación, de la cual es contemporánea"⁶

II. Economía política y teorías de la comunicación en América Latina

Es interesante apuntar el paralelismo existente entre el desarrollo del pensamiento económico y de la propia economía latinoamericana, y las teorías y propuestas ligadas al campo de la comunicación. Así, por ejemplo, la política 'desarrollista' apoyada teóricamente por la escuela de la CEPAL, traerá a luz toda la discusión sobre Comunicación y Desarrollo, especialmente cuando se percibe que el desarrollo social y la

⁴ CARDOSO DE MELLO, J. M. **O Estado brasileiro e os limites da estatização**. Ensaio de Opinião : Rio de Janeiro, 1977; CARDOSO DE MELLO, J. M. **O capitalismo tardio**. Brasiliense : San Pablo, 1982; CONCEIÇÃO TAVARES, M. **Acumulação de capital e industrialização no Brasil**. Ed. Unicamp : Campinas, 1985; CONCEIÇÃO TAVARES, M. **Ciclo e crise: o movimento recente da industrialização brasileira**. UFRJ : Rio de Janeiro, 1978. (mimeo); Silva, 1976; CANO, W. **Raízes da concentração industrial em São Paulo**. Difel : San Pablo, 1977; BELLUZZO, L. G. M. **Valor e capitalismo**. Brasiliense : San Pablo, 1980; AURELIANO DA SILVA, L. M. L. **No limiar da industrialização**. Brasiliense: San Pablo, 1981.

⁵ SALM, C. L. **Escola e trabalho**. Brasiliense : San Pablo, 1980; DRAIBE, S. **Rumos e metamorfoses**. Paz e Terra : San Pablo, 1985; Arruda, 1978; BOLAÑO, C. R. S. **Mercado Brasileiro de Televisão**. PEUFS : Aracaju, 1988.

⁶ BOLAÑO, C. R. S., **Da derivação à regulação: para uma abordagem da indústria cultural**. Aracaju, mimeo, nota 17.

superación de la pobreza no son simples corolarios de la industrialización. En efecto, ya desde la década del '60 hay referencias explícitas al papel de los medios de comunicación en la promoción del desarrollo. Aún cuando inicialmente, las teorías de comunicación citadas no constituyen una alternativa teórica explícita al funcionamiento de la llamada sociología americana, ya representan de hecho una ruptura con la ideología dominante desde la posguerra, que sostenía el libre flujo de la información. Esta teoría era parte constitutiva del proyecto hegemónico norteamericano, y es coherente con el pensamiento económico convencional neoclásico. Más aún, serán los teóricos cepalinos quienes introducirán desde una perspectiva no crítica el concepto de planificación de la comunicación, que tanta importancia tendrá en el continente.

En los años '70 ese proyecto será fuertemente cuestionado, inclusive en el terreno de las Ciencias de la Comunicación. En 1971 el decreto del gobierno norteamericano del fin de la convertibilidad del dólar en oro, marca el fin del sistema de Bretton Woods negociado al final de la Segunda Guerra Mundial que había permitido un desarrollo inédito del capitalismo durante treinta años, centrado en crecientes déficits en la cuenta corriente de los Estados Unidos. El final de la convertibilidad inaugurará una década de movimientos especulativos contra el dólar, con propuestas de creación de una moneda (o de una canasta de monedas) alternativa.

En lo concerniente al proceso real de acumulación, la hegemonía americana estaba siendo también fuertemente cuestionada por el avance de la competitividad de países como Japón y Alemania, en sectores clave como el automovilístico y el electrónico. La crisis de la hegemonía americana también era patente en el campo político y militar. Con la humillante derrota en Vietnam se acrecienta todo un movimiento de cuestionamiento de las posiciones norteamericanas en el interior de la Organización de las Naciones Unidas, gracias al peso de los países socialistas y al movimiento de los 'no alineados'. Al mismo tiempo, los aliados europeos se mostraban crecientemente rebeldes, haciendo negocios con los soviéticos como el caso de la polémica construcción del gasoducto transiberiano.

Se generaliza el debate en torno de un Nuevo Orden Económico Mundial (NOEI) en el momento en que la crisis del capitalismo se va imponiendo y todo el modo de regulación se desestructura, con la separación entre las órbitas productiva y financiera, el

agotamiento del patrón de acumulación y del modelo de financiamiento que precedió a la larga fase expansiva anterior. A la par de la discusión del NOEI y vinculadas a ella, en el campo de la comunicación surgen las propuestas de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), negociado al interior de otro organismo de la ONU, la UNESCO. Las ideas de un Nuevo Orden de la comunicación fueron resistidas y contestadas por los defensores del llamado libre flujo de la información que representaban básicamente los intereses norteamericanos. Tempranamente, Osvaldo Capriles advertía sobre los problemas que podían presentarse si se confundían los diferentes niveles y frentes de debate:

*“la formulaciones del informe RIO pasan, en la práctica, por ser el contenido indiscutido del **nuevo orden económico**, dejando así en la sombra los planteamientos que tienen lugar en los países dependientes. En el caso del **nuevo orden de la comunicación**, los planteamientos más conocidos han sido generados en el tercer mundo y, al ser incluidos bajo tal denominación, quedan en la ambigua situación de figurar como una parte del planteamiento sobre el **nuevo orden económico** – Club de Roma, RIO – y se separan de su real parentesco con posiciones más radicales en lo económico político”.*⁷

Paralelamente al debate sobre el Nuevo Orden Informativo, en América Latina se pondrá especial énfasis en el establecimiento de Políticas Nacionales de Comunicación(PNC). Más allá de sus planteos generales en torno a la necesidad de la intervención del Estado y la Sociedad Civil en la definición de las políticas audiovisuales, el debate sobre las PNC se hacía cargo de la necesidad de democratizar la comunicación social como condición básica para alcanzar una mayor equidad económica. La lucha por el establecimiento de Políticas Nacionales de Comunicación dejó como saldo teórico la discusión sobre los conceptos tan importantes como servicio público, acceso y participación.⁸ Al respecto, Capriles advertía que en muchos casos el debate sobre el NOMIC fue utilizado como pantalla y constituyó un obstáculo objetivo para avanzar en el

⁷ CAPRILES, O., **De las políticas nacionales de comunicación al nuevo orden internacional de la información: algunas lecciones para la información**, Ponencia presentada a la conferencia de la IAMCR, Caracas, 1980 p. 6

proceso de democratización efectiva de las sociedades latinoamericanas que proponían las PNC.⁹

En el debate sobre el NOMIC y las PNC se destaca por su originalidad y profundidad el pensamiento comunicacional latinoamericano. Autores como Herbert Schiller, Luis Ramiro Beltrán, Antonio Pascuali, Armand Mattelart, Elizabeth Fox, Ariel Dorfman y muchos otros fuertemente influenciados por la teoría de la dependencia económica, impulsan las llamadas teorías de la dependencia cultural o del imperialismo cultural. Una buena crítica a esas teorías fue hecha por Ingrid Sarti, siguiendo los pasos de la crítica de Weffort a Fernando Henrique Cardos, como puede apreciarse en algunos tramos seleccionados de la conclusión de la autora:

*“En su interpretación simplista se enfatiza de tal manera la característica de dependencia que se aparta la esencia del problema, o sea, su naturaleza capitalista (...) No es ciertamente por coincidencia que la literatura de la ‘dependencia cultural’ se inspira en el concepto althusseriano de ideología, incurriendo en el error fundamental de Althusser, que es el no considerar a la ideología determinada en el propio proceso de producción, entrañada en la contradicción fundamental del modo de producción capitalista, pero sin considerarla como una función a ser desempeñada por el Estado con el objetivo de asegurar la dominación (...) De este modo lo que podría ser un mérito, el de reconocer la necesidad de estudiar el proceso de dominación ideológica, deja de serlo en la medida en que los análisis de los medios de comunicación pierden la noción de proporción y les atribuyen el papel de poderosos agentes cuasi autónomos en el proceso de producción de las relaciones capitalistas”.*¹⁰

En este importante artículo la autora no desarrolla una teoría alternativa. Precisamente eso es a lo que se dedicaron ambas teorías de la comunicación

⁸ EXENI, J.L., **Políticas de comunicación. Andares y señales para no renunciar a la utopía**, Plural, La Paz, 1998, Este libro constituye una de las últimas revisiones conocidas sobre el tema.

⁹ CAPRILES, O., op. Cit., p. 46.

¹⁰ SARTI, I. "Comunicação e Dependência Cultural: um equívoco". en WERTHEIN, J. **Meios de Comunicação: realidade e mito**. Ed. Nacional, San Pablo, 1979, p. 243. Una crítica similar es la que realiza Nicholas Garnham cuando señala que "la instauración de un dominio político político e ideológico a través de lo económico ha sido una de las características clave de los medios de comunicación de masas en el ámbito del capitalismo monopolista", en "La cultura como mercancía" en RICHERI; G. (ed.) **La televisión entre servicio público y negocio**, Gustavo Gili, Barcelona, 1983, p.24.

latinoamericanas posteriores a las de la dependencia cultural: los estudios culturales y la economía política de la comunicación. Vale subrayar la semejanza de la crítica de Sarti, así como del programa de la economía política de la comunicación, con la posición arriba citada de los economistas de Unicamp de revelar el particular carácter del proceso en cuestión de acuerdo con lo que podríamos llamar “ortodoxia del método”, esto es, como la lectura de una realidad histórica y espacialmente específica, pero seguramente idéntica, en sus determinaciones inherentes al capitalismo cuyas categorías esenciales Marx develó en El Capital, con base en esas categorías y sobretudo en el método en que ellas se pueden explicitar correctamente. En este sentido la economía política de la comunicación plantea la necesidad de analizar las formas económicas de la producción simbólica, tal como lo expresa Nicholas Granham al revisar los trabajos de Adorno y Horkheimer:

*"La debilidad real de la Escuela de Frankfurt no radicaba en el hecho de que sus representantes no concediesen la debida importancia a la estructura o la economía, sino en el hecho de que no tenían suficientemente en cuenta la contradictoriedad de la naturaleza económica de los procesos observados por ellos, hasta el punto de considerar la industrialización de la cultura como no problemática e irresistible"*¹¹

Una necesidad similar aparece en otra revisión de las teorías de la dependencia cultural como la realizada por Heriberto Muraro, que introducía consideraciones importantes para el futuro desarrollo de la economía política de la comunicación:

"la causa de este déficit entre los teóricos de la dependencia –que son quienes más avanzaron en el campo del análisis global de las relaciones entre economía y comunicaciones- es que la mayoría de ellos requirieron del análisis económico para interpretar ideológicamente a los mensajes. En dichos estudios la esfera estrictamente económica aparece más lejana".¹²

Sabemos lo que ocurrió durante los años '80 a nivel internacional: la política de recuperación de la hegemonía norteamericana a partir de un aumento de las tasas de intereses al inicio del gobierno de Reagan. Esto redundó entre otras cosas, en el

¹¹ GARNHAM, N, op. cit. p.23

¹² MURARO, H., "Economía y comunicación: convergencia histórica e inventario de ideas", en **Invasión cultural, economía y comunicación**, Legasa, Buenos Aires, 1987, p. 92.

redireccionamiento de los flujos de capital (productivo y especulativo, de riesgo y de préstamo), financiando la subsecuente expansión norteamericana (sin que la economía internacional en su conjunto pudiese salir de la larga crisis de reestructuración productiva y del conjunto del modo de regulación) y la crisis del endeudamiento de los países del tercer mundo, inclusive los latinoamericanos. El gobierno de Reagan consiguió también, en el campo político y militar, garantizar la recuperación de la hegemonía norteamericana, especialmente a partir del colapso del llamado socialismo real.

En el caso de los debates sobre el NOMIC y las PNC, los Estados Unidos y Gran Bretaña se retiraron de la UNESCO poco tiempo después de que su vigésima asamblea general aprobara por consenso el llamado "Informe Mc Bride", donde no sólo se reconocía la legitimidad de los reclamos de los países del llamado tercer mundo, sino que además se apreciaban los aportes de la academia latinoamericana. A partir de entonces, la UNESCO pasó a enfrentar una importante crisis de financiamiento, se reorientó hacia temas menos conflictivos, y perdió impulso, tal como la CEPAL en su momento. Se impuso en la práctica el libre flujo de la información y los Estados Unidos sustituyeron su participación en los organismos internacionales por relaciones bilaterales. Mientras la UNESCO perdía influencia, y las ideas neoliberales se expandían por todo el planeta, los grandes capitales acrecientan su importancia en los sectores de la comunicación, la información y la cultura en un nivel internacional. Este proceso será acelerado y radicalizado con la expansión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, la desregulación y privatización de los sistemas de telecomunicaciones y la expansión de las redes telemáticas, particularmente internet, que forman parte del profundo proceso de reestructuración capitalista en curso.¹³

En estas circunstancias, las teorías de la dependencia cultural también entran en crisis y acaban siendo suplantadas, en el campo latinoamericano, por una diversidad de opciones. En primer lugar, las teorías de la recepción desplazan el foco de interés desde la producción hacia el receptor, autonomizando plenamente en este último la producción de

¹³ Al respecto puede verse BOLAÑO, C. R. S. "Economía Política, globalização e comunicação", en **Globalização e Regionalização das Comunicações**, EDUC, San Pablo, 1999; BOLAÑO, C. R. S. "La problemática de la convergencia informática-telecomunicaciones-audio-visual: un abordaje marxista". en BOLAÑO, C. R. S. y MASTRINI, G. (ed). **Globalización y Monopolios en la Comunicación en América**

sentido. También durante la década del '80 aparecerán varios trabajos celebratorios de la incorporación masiva de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, que nuevamente pretendían articular el despegue económico de las economías latinoamericanas con la introducción masiva de dichas tecnologías. La mayoría de estos trabajos pueden ser considerados versiones actualizadas tanto de las teorías funcionalistas como de las desarrollistas.

Finalmente, surgirá una especie autóctona de Estudios Culturales, que critica el estructuralismo sociológico de las teorías de la dependencia cultural, visto como determinista, oponiéndoles una visión antropológica que parte de la idea de que la eficacia de los medios de comunicación de masas en cuanto elementos de dominación ideológica debe ser cuestionada, en la medida que la cultura popular tiene autonomía y que la recepción de los productos de la cultura de masas es hecha según sus propias visiones del mundo. Autores como Barbero, Canclini y otros, acaban constituyendo toda una escuela de pensamiento comunicacional importante y sofisticada.

Cabe destacar que desde posiciones cercanas a la economía política, Heriberto Muraro había adelantado tempranamente una crítica semejante a las teorías de la dependencia cultural:

*“la importancia teórica y la fertilidad del concepto de manipulación nos impulsan a conservarlo; entendemos que éste nos previene de recaer en una sociología de la comunicación empirista y acrítica. Sin embargo también se debe proceder a una revisión crítica de su sentido. La manipulación no puede ser adoptada como una explicación automática y apriorística de la cultura de masa; su eficacia es algo que no podemos dar por descontado. La teoría debería tomar en cuenta la estructura del sistema monopolista y de las estructuras políticas y sociales de carácter popular que pueden oponerse a las maniobras de los grupos dirigentes. En última instancia el problema básico es relacionar la eficacia de los mensajes emitidos y sus contenidos con la conciencia nacional y de clase de la población de un país o grupo de países determinados”.*¹⁴

Latina, Ed. Biblos, Buenos Aires, 1999; BOLAÑO, C. R. S. **Trabalho Intelectual, Informação e Capitalismo**. Presentado al VI Encuentro Nacional de Economía Política, FGV, San Pablo, junio de 2001.

¹⁴ MURARO, H., **Neocapitalismo y comunicación de masa**, Eudeba, Bs. As., 1974, p. 102.

Por otra parte, para la realidad de América Latina puede resultar engañosa la transposición del debate anglosajón entre Economía Política de Comunicación y Estudios Culturales. En nuestro continente, ambas perspectivas surgen autónomamente como crítica marxista a las teorías de la dependencia, aunque algunos desarrollos de la segunda acabe por abandonar el marxismo aproximándose crecientemente al posmodernismo .

III. La economía política de la comunicación

El panorama del campo comunicacional a comienzos de los noventa se caracterizaba por el predominio de los estudios culturales, vinculados a los desarrollos teóricos regionales ya citados. Pero a la vez, desde una perspectiva crítica, se comienza a advertir que a partir de esa respuesta teórica a ciertos postulados setentistas estaban siendo abandonados los proyectos académico-políticos críticos. Los nuevos diseños de investigación aparecen condicionados no sólo por una suerte de institucionalismo formal, sino en muchos casos por los estímulos explícitos o encubiertos del mercado. Como señala Héctor Schumcler

*“la idea de mercado es seductora: invita al goce y la libertad sin transgredir reglas. Los académicos e investigadores, descubierta la verdad del mercado, podían abandonar el fastidioso ejercicio de la “denuncia” . Corregir. Proponer. Formular reparos no es oponerse, sino formas de incluirse dignamente. La investigación entendida como **Know how** prescinde de opciones sustanciales y el mercado, como paradigma en el que se puede y se debe pensar todo, sólo exige abandonar cualquier rastro de esencialismo. El hombre interconectado, convertido en el ideal de la comunicación, no se diferencia del ideal del mercado, que aspira a una transacción incesante”.*¹⁵

Pese a lo oscuro del panorama, también aparecen respuestas a este acomodamiento masivo. Entre ellos se destaca el intento de una serie de investigadores por recuperar el análisis de la producción de las industrias culturales en forma articulada a la teoría del valor-trabajo. La Economía Política de la Comunicación pretende superar en primera instancia el determinismo economicista propio de muchos análisis setentistas y recuperar el

¹⁵ SCHMUCLER, H., "Lo que va de ayer a hoy. De la política al mercado", en **Revista TELOS**, n° 47, Fundesco, Madrid, 1996. P.65.

análisis de la forma económica del desarrollo de las industrias culturales para vincularlo al estudio de los consumos. Pero también supone volver a presentar debate en torno a las políticas de medios y la organización democrática de la información y la cultura. Al respecto Rafael Roncagliolo resaltaba el retroceso sufrido en América Latina en la década del 90:

“durante las últimas décadas el quehacer, casi la obsesión de los investigadores, ha sido el diseño de políticas democráticas de comunicación. Su propuesta hizo caer gobiernos y, en la escena internacional, llevó a la UNESCO a una crisis de la que todavía no se logra recuperar. Hoy existen contundentes políticas de comunicación en toda la región. Pero su signo se ubica en las antípodas de las propuestas de los académicos que introdujeron el término. En efecto, las políticas vigentes son políticas de privatización, concentración y transnacionalización de las comunicaciones”.¹⁶

Entendemos que la economía política de la comunicación enfrenta tres tareas básicas. En primer lugar, debe recuperar las discusiones planteadas en torno a la propiedad de los medios, trabajar en la definición de políticas democráticas de comunicación y luchar por un contexto internacional más justo en la distribución de la información. Para ello es necesario realizar una revisión de las discusiones planteadas décadas atrás y actualizar los diagnósticos.

En este sentido, la crítica que hace Bolaño¹⁷ de las Teorías de la Dependencia va en el mismo sentido de aquellas de Sarti o de Ortiz¹⁸; y busca justamente presentar una alternativa centrada en la Crítica de la Economía Política de acuerdo con la escuela de los economistas de UNICAMP anteriormente citados. Es la misma intención que presenta de Herscovici,¹⁹ quien a su vez parte de la tradición francesa de la Economía de la

¹⁶ RONCAGLILOLO; R., "De las políticas de comunicación a la incomunicación de la política", en **Revista Nueva Sociedad**, n° 140, Caracas, 1995, p.102.

¹⁷ BOLAÑO, C. R. S. **Mercado Brasileiro de Televisão**, Ed. UFS, Aracaju, 1988; BOLAÑO, C. R. S. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**, ed. Hucitec, San Pablo, 2000

¹⁸ ORTIZ, R. **A moderna tradição brasileira**. Ed. Brasiliense, San Pablo, 1988.

¹⁹ HERSCOVICI. A., **Economia da cultura e da comunicacao**, Editora UFES, Vitoria, 1995.

Comunicación y de la Cultura, y la de Marcos Dantas,²⁰ que recupera también la contribución de Marx a partir del campo de las teorías de la información.

También es importante rescatar los primeros intentos de vincular economía y medios de comunicación más allá del problema de las determinaciones ideológicas. En este sentido, además de los textos ya citados de Heriberto Muraro, merecen destacarse los trabajos del chileno Diego Portales y de la mexicana Patricia Arriaga. Ya en la década del 70 Portales planteaba

“la imperiosa necesidad de desarrollar una economía de las comunicaciones ... en el mundo de la ciencia económica, el estudio de la producción y distribución del material comunicativo está prácticamente ausente”.

Portales también advierte que mientras los estudios de comunicación se centran en la influencia ideológica de las industrias culturales, desechaban precisamente el carácter industrial de la producción cultural:

*“el material comunicativo adquiere significación económica en la producción industrial. Con el desarrollo de la división del trabajo en la comunicación de masas, lo que antes hacía una sola empresa luego lo van haciendo secciones de una empresa y luego empresas por entero separadas. El origen del material comunicativo sigue siendo producción artesanal, pero el producto originario es transformado a través de un proceso de naturaleza industrial y se convierte en mercancía para el consumo del receptor”.*²¹

Por su parte, Arriaga desafía los postulados básicos de la economía del conocimiento planteada por Machlup y Porat y propone aplicar la distinción planteada por Marx entre trabajo productivo e improductivo en el análisis de las actividades informacionales. Sus conclusiones la llevaban a plantear dudas acerca de las posibilidades de la “nueva economía” para incrementar la productividad del sistema capitalista.²² La cuestión despierta polémicas y no puede ser completamente abarcada en el presente trabajo. Desde otra perspectiva, Bolaño propone la necesidad de elaborar una crítica de la

²⁰ DANTAS, M., **Trabalho com Imformacao: valor, acumulacao, apropiacao nas redes do capital**, Río de Janeiro, mimeo, 2000.

²¹ PORTALES, D., **Poder económico y libertad de expresión**, Ilet-Nueva imagen, México, 1981, p.46.

²² ARRIAGA, P., "Toward a critique of the information economy", en **Media, Culture and Society**, Londres, Sage, 1985, p.271-296.

economía política del conocimiento, en el contexto de una discusión sobre la subsunción del trabajo intelectual y el papel de las tecnologías de la información y la comunicación.²³ De todas formas, el trabajo de Arriaga es pionero y el enfoque marxista que propone se torna un punto de referencia importante para la escuela latino americana.

Finalmente, cada vez más aparece como impostergable la tarea de actualizar los diagnósticos sobre la propiedad de los medios. No resulta arriesgado señalar que la concentración y la transnacionalización de la propiedad de los medios supera con creces los pronósticos más pesimistas de los '70. La principal diferencia radica en que los grupos multimedia hacen ostentación de su poderío, y la concentración no representa un problema sino una virtud.

En segundo lugar, creemos que es imprescindible sistematizar el análisis teórico del funcionamiento de las industrias culturales. Como ya hemos señalado,²⁴ creemos que es imprescindible considerar a los medios de comunicación como sistemas de producción, distribución y consumo de formas simbólicas que requieren la utilización de recursos sociales escasos que son distribuidos a partir de las restricciones planteadas por el modo capitalista de producción. Nicholas Garnham destaca esta característica cuando observa que *“describir los medios como industrias culturales es enfatizar formas simbólicas que son en general producidas, distribuidas y consumidas en la forma de mercancías bajo las condiciones de competencia e intercambio del mercado capitalista”*.²⁵ Para comprender su lógica, no sólo es preciso realizar el estudio macroeconómico de los medios, su participación en el proceso de acumulación del capital y la participación del Estado, sino contemplar además las formas de producción, las características de las mercancías culturales y la valorización de capitales en cada sector.

Lo que unifica todas esas perspectivas teóricas, que podemos abarcar bajo el nombre de Economía Política de la Comunicación, es el deseo de colocarse como alternativa a las teorías sociológicas anteriores, en una perspectiva principalmente mas

²³ BOLAÑO, C., **Trabajo intelectual, comunicacao, e capitalismo**, CD-Rom del VI Congreso de la Sociedad Brasileira de Economía Política, San Pablo, Junio de 2001

²⁴ HERSCOVICI, A. et al., "Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación", en BOLAÑO, C. R. S. y MASTRINI, G. (ed). **Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina**, Ed. Biblos, Buenos Aires, 1999

coherente con Marx pero también, más genéricamente, con el conjunto de las teorías económicas mencionadas como heterodoxas, que acaban por aunarse históricamente bajo el nombre de Economía Política por oposición al positivismo de la idea de Economía pura del denominado *main stream*. Ésta es también la propuesta de buena parte de autores europeos, norteamericanos y canadienses de la Economía Política de la comunicación. En conjunto esas teorías pueden ser presentadas como alternativa teórica y epistemológica a las teorías de la comunicación anteriores. Los nuevos autores del campo de la Economía Política latinoamericana, cuyos trabajos pueden ser conocidos consultando sus artículos publicados en la revista Eptic On Line²⁶, aparecen mas o menos influenciados a partir de los años '90 por las escuelas europeas, pero sin confundirse con estas.

A diferencia de lo acontecido en Europa, en América Latina la economía política de la comunicación debe desarrollarse sin contar con la presencia histórica del Estado de Bienestar y los servicios públicos de radiodifusión. Estos servicios implicaron la legalidad y la legitimidad de la intervención del Estado en la producción y distribución de bienes culturales, y a la vez un distanciamiento parcial del modo capitalista de producción cultural. Pero el aporte de la economía política de la comunicación se torna indispensable si se consideran dos movimientos que se dan en forma simultánea: el abandono de las posiciones críticas por una parte significativa de investigadores e instituciones de la región, que tiene lugar mientras las industrias culturales, y centralmente los medios masivos de comunicación, adquieren creciente importancia. Este lugar central no sólo alcanza la distribución de contenidos simbólicos, sino que se observa en la definición de la agenda social y la construcción de opciones políticas.

En tercer lugar, la economía política de la comunicación debe plantearse un programa de intervención que vincule nuevamente a la academia con las prácticas y las organizaciones sociales, para apoyar el acceso público a la producción y distribución de bienes culturales.

²⁵ GARNHAM, N., **Emancipation, the media and modernity**, Londres, Oxford, 2000, p. 39

²⁶ Revista Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, www.eptic.he.com.br

IV. Conclusiones

Como se ha visto, los estudios de economía política de la comunicación pueden constituir una herramienta válida y necesaria para comprender el complejo panorama comunicacional latinoamericano. Creemos que no sólo recupera aspectos significativos de la tradición académica europea y norteamericana, sino que a la vez retoma conceptos tempranamente asimilados en la región. La síntesis de las teorías europeas y de las teorías latinoamericanas constituye sin dudas un aporte original de la economía política de la comunicación al campo de la comunicación y la cultura.

Una característica central del pensamiento económico y comunicacional de América Latina ha sido su activismo político. Eso se manifiesta más recientemente en la aproximación, por ejemplo en el caso brasileño, entre la Economía Política y un grupo importante de intelectuales del área de Políticas de Comunicación, que tuvieron un papel fundamental en los avances que el país conquistó en materia de legislación de la comunicación.²⁷ Esa relación entre acción y teoría, que remite al concepto marxista de 'praxis', debe ser tenida en alta consideración para la organización del campo.

En América Latina y desde el inicio de los años 90, dicha organización fue impulsada al interior de los grupos de trabajo de Economía Política de la Comunicación por entidades como la Sociedad Brasileira de Estudios Interdisciplinares de Comunicación (INTERCOM) y la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC). En particular, ésta última asumió a partir de 1997 el protagonismo que tuvo la primera durante el inicio de la década. En mayo del 2001, se realizó en Buenos Aires el "1er. Encuentro de Economía Política de la Comunicación del Mercosur", que aprobó en su cierre la "Carta de Buenos Aires" y sostuvo la necesidad de crear una organización latina de la Economía Política de la Comunicación, a efectos de garantizar aquella articulación política anteriormente citada, contribuir a la difusión del conocimiento del campo dentro de la perspectiva de lucha por la democratización de la comunicación, apoyar a los movimientos sociales, y defender la introducción de contenidos críticos en la enseñanza de la comunicación.

²⁷ BOLAÑO, C. R. S. **A política brasileira de regulamentação do Audiovisual**. Presentado al X Encuentro Anual de Compós, Brasilia, mayo de 2001, mimeo.

Los estudios de economía política de la comunicación no pueden ser asumidos más que como un punto de partida para poder entender las relaciones sociales desde una perspectiva abierta, no reduccionista y crítica. Pero, a la vez, creemos que es necesario profundizar su desarrollo y complementarlo con otras líneas de trabajo. En el caso de la escuela latinoamericana, Bolaño apuntó recientemente el interés en incorporar aspectos de los Estudios Culturales aquí desarrollados,²⁸ y propuso la construcción de una perspectiva teórica amplia, a partir de la comprensión en la realidad de la existencia de una jerarquía categorial en la cual los conceptos de la Economía Política tengan precedencia. El desafío queda planteado.

²⁸ BOLAÑO, C. R. S. **Sociedade da Informação, Reestruturação Capitalista e Esfera Pública Global.** Revista de Sociologia, 8, UNESP, Araraquara, 2000.

BIBLIOGRAFIA

Arriaga, P., "*Toward a critique of the information economy*", en **Media, Culture and Society**, Londres, Sage, 1985, p.271-296.

Bolaño, C. R. S. **Mercado Brasileiro de Televisão**, Ed. UFS, Aracaju, 1988

Bolaño, C. R. S. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**, ed. Hucitec, San Pablo, 2000

Bolaño, C. R. S. **Sociedade da Informação, Reestruturação Capitalista e Esfera Pública Global**. Revista de Sociologia, 8, UNESP, Araraquara, 2000.

Bolaño, C. R. S. **A política brasileira de regulamentação do Audiovisual**. Apresentado al X Encontro Anual de Compós, Brasília, mayo de 2001, mimeo.

Bolaño, C., **Trabalho intelectual, comunicacao, e capitalismo**, CD-Rom del VI Congreso de la Sociedad Brasileira de Economía Política, San Pablo, Junio de 2001.

Cano, W. **Raízes da concentração industrial em São Paulo**. Difel : San Pablo, 1977

Capriles, O., **De las políticas nacionales de comunicación al nuevo orden internacional de la información: algunas lecciones para la información**, Ponencia presentada a la conferencia de la IAMCR, Caracas, 1980.

Cardoso de Mello, J. M. **O capitalismo tardio**. Brasiliense : São Paulo, 1982.

Conceição Tavares, M. **Acumulação de capital e industrialização no Brasil**. Ed. Unicamp : Campinas, 1985

Dantas, M., **Trabalho com Informacao: valor, acumulacao, apropiacao nas redes do capital**, Ríó de Janeiro, mimeo, 2000.

Devés Valdés, E. **Del Ariel de Rodo a la CEPAL (1900-1950)**. Biblos : Bs. As., 2000.

Exeni, J.L., **Políticas de comunicación. Andares y señales para no renunciar a la utopía**, Plural, La Paz, 1998.

Garnham; N., "*La cultura como mercancía*" en RICHERI; G. (ed.) **La televisión entre servicio público y negocio**, Gustavo Gili, Barcelona, 1983.

Garnham, N., **Emancipation, the media and modernity**, Londres, Oxford, 2000.

Herscovici. A., **Economia da cultura e da comunicacao**, Editora UFES, Vitoria, 1995.

Mastrini, G., y BOLAÑO, C. R. S. (eds.). **Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina**, Ed. Biblos, Buenos Aires, 1999.

Muraro, H., **Neocapitalismo y comunicación de masa**, Eudeba, Bs. As., 1974.

Muraro, H., "*Economía y comunicación: convergencia histórica e inventario de ideas*", en **Invasión cultural, economía y comunicación**, Legasa, Buenos Aires, 1987.

Ortiz, R. **A moderna tradição brasileira**. Ed. Brasiliense, San Pablo, 1988.

Portales, D., **Poder económico y libertad de expresión**, Ilet-Nueva imagen, México, 1981.

Roncagliolo; R., "*De las políticas de comunicación a la incomunicación de la política*", en **Revista Nueva Sociedad**, n° 140, Caracas, 1995.

Sarti, I. "*Comunicação e Dependência Cultural: um equívoco*". en WERTHEIN, J. **Meios de Comunicação: realidade e mito**. Ed. Nacional, San Pablo, 1979.

Schmucler, H., "*Lo que va de ayer a hoy. De la política al mercado*", en **Revista TELOS**, n° 47, Fundesco, Madrid, 1996.

História e Marxismo e as idéias comunicacionais latino-americanas

*Marialva Barbosa**

Resumo

O texto procura mostrar que, sobretudo, nos chamados estudos culturais latino americanos percebe-se a concepção da dinâmica das sociedades humanas como central. A vida cotidiana, a dinâmica das relações sociais e a adoção de uma teoria global, na qual não se confunde o modelo econômico com o modelo social fazem parte das análises de pensadores como Jesus Martin Barbero, o que aproxima essas visões da teoria marxista. Pensar o sujeito como promotor de sua própria história e a questão da consciência como uma etapa – a primeira – de um processo nem sempre perceptível nas ações da ordem do cultural fazem parte dessas análises que, assim, referendam alguns postulados básicos de uma visão marxista da história.

Para o marxismo, a história e a visão histórica da inserção do sujeito social no mundo são centrais. Pierre Vilar, um dos mais clássicos historiadores marxista, sistematiza numa máxima do próprio Marx essa visão fundamental da história como objeto da realização do próprio homem. “Os homens fazem a sua própria história”.

Com essa afirmativa assegura-se a concepção fundamental do marxismo de que o objetivo da obra teórica não é interpretar o mundo, mas modificá-lo. Quer dizer, utilizar as análises para compreender profundamente o fato social e influir sobre suas transformações.

Entre 1847 e 1867, as obras de Marx e Engels propõem uma teoria geral das sociedades em transformação, unificando por meio da observação e do raciocínio não só a análise econômica, como também a análise sociológica e a ideológica das “formas jurídicas, políticas, religiosas, artísticas, filosóficas, através das quais os homens tomam consciência de seus conflitos...” (Apud Vilar: 1985).

Entretanto, a investigação realizada desde os anos 1870-1880 até 1920-1930 pouco se beneficiou da obra de Marx. Neste período, o dominante no que diz respeito ao pensamento econômico era a teoria abstrata subjetiva, individualista, da utilidade marginal

* Professora do Mestrado de Comunicação, Imagem e Informação da UFF
Membro do Comitê Acadêmico da Cátedra UNESCO/UMESP
Doutora em História pela Universidade Federal Fluminense (1995)
Pós-Doutorado em Comunicação – CNPS/LAIOS (Paris – 1999)

e do equilíbrio de Pareto, por exemplo. No que diz respeito à sociologia, os estudos giravam em torno da questão das formas sociais, tal como eram preconizadas por Weber e Dürkheim. E a história limitou-se a estabelecer fatos verdadeiros, em torno de monografias econômicas alemãs e da história política fatural francesa. A história positivista, a rigor, triunfava por todos os lados, com sua separação estanque entre economia, sociologia e história, colocando em cheque a idéia de síntese global do passado das sociedades.

Esse retorno a idéia de síntese histórica – fundamental na obra de Marx – só ocorreria na França através da ação dos historiadores fundadores da École des Annales, notadamente Lucien Febvre e Marc Bloch, e se consolidaria após a guerra de 1914 e da crise de 1929.

Febvre e Bloch difundiram, em síntese, a visão de que há uma só história, isto é, negaram a divisão em compartimentos entre história econômica, história política, história das idéias. Além disso, o historiador avançaria, segundo eles, em seus estudos por meio de problemas, já que os documentos não possuem em si mesmo uma transparência, só respondendo a determinadas hipóteses de trabalho propostas pelos estudiosos. Na visão desses autores, a história – em todos os seus domínios – refere-se a fenômenos de massas e não a simples acontecimentos. A questão da convergência de campos de estudo também é central. Deve haver uma cooperação recíproca entre as disciplinas, única maneira de explicar a sociedade, já que nela existe igualmente um jogo recíproco entre economia, sociedade, civilizações.

Postulava-se, enfim, uma visão de história total, cuja determinação era dada pela idéia de processo, envolvendo questões inscritas na longa duração. A disciplina histórica ocupar-se-ia, pois, do todo social, enfocando a estrutura profunda dos problemas sociais e não apenas a forma. História como ciência do tempo e não do instante ou da atualidade.

Portanto, na visão marxista o objeto da história é a própria dinâmica das sociedades, sendo sua matéria os fatos massivos, institucionais e os acontecimentos, num cruzamento fundamental desses três níveis.

A história não é nem a análise do quadro das instituições, nem o simples relato dos acontecimentos, embora não possa se desinteressar desses fatos que vinculam a vida quotidiana dos homens à dinâmica das sociedades da qual fazem parte.

Diante deste quadro complexo, o historiador formula questões, resolve problemas, distinguindo os fatos que evoluem de forma lenta (mentalidades religiosas, grupos lingüísticos), os ritmos espontâneos (conjuntura econômica) e os simples acontecimentos. Em função disso, diferentes técnicas de análise ligando a estrutura à conjuntura emergem, mas estas só adquirem sentido dentro de uma teoria global. Essa idéia de teoria global é mais uma vez herdeira de uma visão marxista.

Algumas proposições centrais do marxismo, das quais decorre a idéia de síntese histórica, têm como fundamental a questão das forças produtivas. Para Marx, na origem de qualquer desenvolvimento histórico duradouro encontra-se o desenvolvimento das forças produtivas. Assim, torna-se fundamental a observação dos grupos sociais em relação ao seu lugar produtivo na sociedade. Segundo Marx, as mudanças nas forças produtivas do trabalho dependem da habilidade média dos trabalhadores, do desenvolvimento da ciência e das suas aplicações tecnológicas, das combinações sociais da produção, da extensão e da eficácia dos meios de produção e, finalmente, das condições materiais.

No entanto, essas forças produtivas entram em funcionamento numa sociedade que se caracteriza, de forma mais profunda, pelas relações sociais e humanas centradas nesses mesmos meios de produção, as chamadas relações sociais de produção. Assim é importante responder, dentro dessa ótica, quem possui esses meios de produção? Qual o sentido exato do verbo possuir? Nesta relação quem é dominante e quem é dominado? Quem se beneficia? Quem consome? Quem acumula? Quem empobrece? Que relações – jurídicas, quotidianas, morais – são estabelecidas entre as classes sociais assim consideradas? Que consciência tem os homens que constituem estas classes? A que contradições e lutas essas relações possibilitam? E com que resultados?

Ainda que exista no marxismo uma visão dominante da ordem econômica, Marx chamava a atenção para que não se confundisse na análise histórica a questão econômica com a social. A sociedade é mais complexa do que a economia e é no domínio do social que germina a destruição do modelo econômico aparentemente harmonioso. Tendo-se em conta que a finalidade histórica é o estudo das transformações, é fundamental que o pesquisador se valha de outras disciplinas, para propor uma crítica dos textos.

Em suma: a investigação histórica é o estudo dos mecanismos que vincula a dinâmica das estruturas – as modificações espontâneas dos fatos sociais – à sucessão dos acontecimentos – nas quais intervêm os indivíduos e o acaso.

O pensamento marxista sobre a cultura

Dos conceitos desenvolvidos pelo marxismo fundamentais, naquilo que formaliza um pensamento sobre a cultura, destacam-se *ideologia*, *capital* e *modo de produção capitalista*.

Marx com a sua “crítica da economia política” pretendia elaborar uma definição científica do “capital”. Não só do capital, núcleo determinante do modo de produção capitalista, como também de outros tipos de capitais - usuário, mercantil, financeiro - que existiram antes do modo de produção capitalista, preparando-lhe terreno, sem ter sido nunca o núcleo decisivo das sociedades.

O que é portanto, em teoria, o modo de produção capitalista? Dizemos em teoria porque não existe uma única sociedade conforme ao modelo puro.

O pensamento econômico, moderno e ocidental - desde as origens clássicas - acreditava (por ingenuidade ou por interesse e comodidade) em fazer crer que num sistema de propriedade individual absoluta, e com igualdade de direitos, a total liberdade do jogo de concorrência econômica resulta numa ótima utilização dos recursos e em crescimento econômico a longo prazo. Assim, a liberdade e a igualdade totais dos indivíduos podiam existir de fato e já existiram em grande medida nos países capitalistas ditos “avançados” (Inglaterra no século XIX e EUA no século XX).

Marx enfatizava, aceitando como ponto de partida as contribuições científicas ao primeiro pensamento clássico, que o equilíbrio teórico e o dinamismo inevitável de uma economia de concorrência se realizam no tempo através das oscilações destrutivas, as chamadas “crises”, submetidas a um processo de naturalização ideológica no capitalismo, como também o é chamado equilíbrio momentâneo. Dessa forma, ao se aceitar as crises como uma inconveniência passageira encobria-se a crescente contradição social: a divisão da sociedade em duas classes antagônicas, com interesses opostos. Nessas condições, a igualdade jurídica e a liberdade de iniciativa dos agentes econômicos individuais eram, de

fato, para a imensa maioria uma quimera; e, devido ao próprio jogo das crises e contradições, implementava-se a concentração de meios, podendo-se chegar ao monopólio. Mas as contradições apontadas não se resumem ao aspecto econômico: são traduzidas também em lutas sociais, políticas, psicológicas.

Segundo Marx, o modo de produção capitalista - sendo capitalismo um sistema complexo de natureza técnica, econômica, política e ideológica, que corresponde a uma estrutura social determinada - elabora-se lentamente e afirma-se a partir do momento em que a “classe burguesa” (aquela que acumulou os meios eficazes para produzir ou o dinheiro para os comprar) assume sua responsabilidade e direção. A essência da sua teoria repousava, pois, no estudo da dinâmica da “luta de classes”. E é nesse processo de luta que a classe operária faz-se, ou seja, adquire a consciência de classe.

A noção de classe traz, portanto, consigo a visão de relação histórica. Como qualquer noção é algo fluido que escapa à análise ao tentarmos imobilizá-la num dado momento e dissecar a sua estrutura. A relação precisa estar sempre encarnada em pessoas e conceitos reais. *A classe acontece quando alguns homens, como resultado de experiências comuns (herdadas ou partilhadas) sentem e articulam a identidade de seus interesses entre si e contra outros homens cujos interesses diferem (e geralmente se opõem) aos seus.* A experiência de classe é determinada pelas relações de produção e a consciência é a forma como essas experiências são tratadas em termos culturais: encarnadas em tradições, sistemas de valores, idéias e formas institucionais. Assim, a consciência de classe surge em tempos e lugares diferentes, mas nunca exatamente da mesma forma.

Classe é, portanto, uma relação e, mais que isso, segundo a visão marxista deve-se ver a noção de classe como uma formação social (econômica) e cultural, surgindo de processos que só podem ser estudados em um considerável período histórico.

Assim, a gênese da teoria marxista é a elaboração de uma teoria do capitalismo, no qual também são centrais as chamadas “leis de evolução e superação”. Para Marx, a sociedade burguesa explicaria todas as formas de evolução anteriores a da produção capitalista.

O capital, no sentido que Marx se esforçou por definir, é, pois, um conjunto de meios de produção eficazes e massivos, susceptíveis de se reproduzirem e de crescerem,

globalmente, pela sua própria mecânica. No sistema capitalista, tem como característica essencial estar “apropriado”. Assim, o que define capitalismo não é a existência do capital, mas a sua apropriação: se no sistema socialista a “formação do capital”, em princípio, está planificada, num sistema capitalista é o resultado do livre funcionamento do “mercado”.

É a acumulação do capital, aplicada continuamente a novas técnicas, que permite a transformação da face do mundo.

Já em 1848, o **Manifesto comunista**, tinha designado a burguesia, classe dirigente do modo de produção capitalista, como o grupo social responsável pelo progresso:

“Na sua quase secular dominação de classe, a burguesa criou forças produtivas mais massivas e colossais, do que todas as gerações passadas em conjunto. A subjugação das forças da natureza, a maquinaria, a aplicação da química à indústria e à agricultura, a navegação a vapor, os caminhos de ferro, os telégrafos elétricos, a urbanização de continentes inteiros, a navegabilização dos rios, populações inteiras como que surgidas da terra, - que século anterior teria suspeitado que dormitassem semelhantes forças produtivas no seio do trabalho social?”

O que diríamos hoje, quando acrescentamos a estas conquistas já velhas, três outras revoluções (duas energéticas, do petróleo e do átomo e uma cultural tecnológica, decorrente das dos transportes, comunicações a longa distância, automóvel, avião, televisão, satélites e computadores)?

Essas inovações técnicas, que engendram drásticas transformações sociais, estavam também previstas no **Manifesto**. A burguesia, dizia Marx, desempenha na história um papel “eminente revolucionário” e acrescentava:

“A burguesa não pode existir sem revolucionar permanentemente os instrumentos de produção, isto é, as relações de produção e, por conseguinte, todas as relações sociais. Pelo contrário, a conservação inalterada do antigo modelo de produção era a condição primordial da existência de todas as classes industriais anteriores. A contínua alteração da produção, a constante modificação de todas as situações sociais, a eterna insegurança e mobilidade distinguem a época burguesa de todas as outras”.

Outro ponto da teoria marxista que é necessário colocar em relevo é a noção de infra-estrutura, superestrutura e a determinação do econômico. Escrevia Marx em 1859, na **Contribuição à Crítica da Economia Política**:

“Na produção social da sua vida, os homens estabelecem relações definidas

que são independentes de sua vontade, relações de produção que correspondem a uma fase definida de desenvolvimento das forças produtivas materiais. A soma total dessas relações de produção constitui a estrutura econômica da sociedade, a base real, sobre a qual se levanta uma superestrutura jurídica e política e à qual correspondem formas definidas de consciência social. O modo de produção da vida material condiciona os processos social, político e intelectual da vida em geral”.

Esse trecho a rigor é parte de uma exposição do método histórico materialista engendrado por Marx, no qual pretendia compreender também as relações jurídicas e as formas do Estado. Assim, o primeiro uso de superestrutura é rigorosamente classificado como “jurídico e político”. Mas adiante no mesmo texto, há a idéia de que “a transformação de toda a imensa superestrutura, na revolução social que começa com as modificações de relações de forças produtivas e de relações de produção, é um processo no qual os homens se tornam conscientes desse conflito e o solucionam através de formas ideológicas que passam a incluir tanto o religioso, estético ou filosófico, como também o jurídico e o político”.

Mas mesmo antes da **Contribuição**, Marx já utilizara o termo superestrutura **no Dezoito de Brumário de Luís Napoleão**, 1851-2:

“Sobre as diversas formas de propriedade, sobre as condições sociais de existência, toda uma superestrutura é construída, de sentimentos vários e de formas peculiares, ilusões, hábitos de pensamento e concepções de vida. Toda a classe produz e dá forma a eles, a partir de sua base material e das correspondentes condições sociais. A unidade individual em cujo sentido fluem através da tradição e educação pode imaginar que eles constituem as verdadeiras razões para a sua conduta e as premissas dessa conduta”.

É, portanto, um uso claramente diferente. Aqui a “superestrutura” é toda a “ideologia” da classe: sua forma de consciência, seus modos constitutivos de ver-se a si própria no mundo.

Dessa forma, há pelo menos três sentidos de “superestrutura”: formas jurídicas e políticas que expressam relações de produção reais e existentes; formas de consciência que expressam uma determinada visão de classe do mundo; processo no qual, em relação a toda uma gama de atividades, os homens se tornam conscientes de um conflito econômico

fundamental e tentam solucioná-lo. Esses três sentidos dirigem a atenção respectivamente para as instituições, as formas de consciência e as práticas políticas e culturais.

Embora inúmeros estudos que fazem essa transição de Marx para o marxismo defina superestrutura e infra-estrutura como uma delimitação clara das categorias ou áreas expressas como sendo a base, a infra-estrutura, e o pensamento, a superestrutura, a rigor em Marx essa separação das áreas de pensamento e atividade (como na separação de consciência e a produção material) de fato não se dava. Em 1857, ele observava:

“Em relação à arte, sabe-se bem que alguns de seus momentos culminantes não correspondem ao desenvolvimento geral da sociedade, nem, portanto, à subestrutura material, ao esqueleto, por assim dizer, de sua organização”.

A rigor toda essa “confusão” vem da elevação de conceitos metafóricos à idéia de categoria. Assim, infra-estrutura passou a ser identificada, dentro do marxismo, com a proposição de base, quase como um objeto (uma versão particular e reduzida da “existência material”), sendo revestida de propriedades gerais e aparentemente uniformes. A “base” é a existência social do homem ou um modo de produção numa fase particular de seu desenvolvimento.

Mas essa idéia é muito diferente da ênfase central de Marx nas atividades produtivas. Ele mesmo se manifestou contra a redução da “base” a uma categoria:

“Para se estudar a ligação entre a produção intelectual e a produção material é, acima de tudo, essencial conceber a segunda em sua forma histórica determinada e não como uma categoria geral. Por exemplo, corresponde ao modo capitalista de produção um tipo de produção intelectual muito diferente daquele que corresponde ao modo medieval de produção. A menos que a própria produção material seja compreendida em sua forma histórica específica, é impossível perceber as características da produção intelectual que lhe corresponde, ou a ação recíproca entre as duas”.

Ou seja, o central no pensamento marxista é uma noção de dialética entre o que constitui a base material da sociedade e o campo das idéias, percebendo-se a base ou a superestrutura numa dinâmica processual, na qual a relação decisiva, de um ponto de vista marxista, é expressa pela idéia complexa de “determinação”.

Mas determinação certamente não é um conceito fácil de ser definido. Para os adversários do marxismo esta teoria é altamente reducionista e determinista, na medida em

que nenhuma atividade cultural tem significação em si mesma, sendo sempre reduzida a uma expressão direta ou indireta do fator econômico que a precede e controla, ou de um conteúdo político determinado por uma posição ou situação econômica.

O sentido etimológico da palavra inglesa é “estabelecer fronteiras” ou “estabelecer limites”. Mas se a idéia de determinação ligada à noção de exterioridade é relativamente simples, quando sua implicação engendra alguma coisa além da ação, torna-se problemática. A idéia abstrata pressupõe uma impotência (os limites insuperáveis do poder) dos participantes na ação. A idéia científica pressupõe características fixas, sendo a transformação uma questão de condições e combinações alteradas, que se podem descobrir, sendo portanto, previsíveis.

A versão marxista do determinismo, na sua primeira fase, corresponde a essa idéia científica.

“Na produção social realizada pelos homens, eles entram em relação definidas que são indispensáveis e independentes de sua vontade... uma fase definida de desenvolvimento”.

A fase existente da produção material e as relações sociais que a ela correspondem, são nesse sentido, fixas: “A massa das forças produtivas acessível aos homens determina as condições da sociedade”.

Partindo para a interpretação desse pensamento pode-se aferir que o marxismo ressaltava a existência de “leis férreas”, de “condições absolutamente objetivas”, de uma “economia” da qual todo o mais se seguia. Mas o sentido de condições determinadas pode ser percebido de outra forma.

Em carta a Marc Bloch escrevia Engels: “Nós mesmos fazemos a história, mas, em primeiro lugar, sob pressupostos e condições muito definidas”. Essa idéia pressupõe, portanto, a noção de ação humana e determinação pode ser entendida como “fixação de limites”.

Para o marxismo, as condições objetivas são, pois, resultado de ações humanas no mundo material, no qual o processo “determinante” é “independente de sua vontade”, não no sentido histórico de que herdaram, mas no sentido absoluto de que não podem controlá-las: só podem procurar compreendê-las e orientar suas ações de acordo com essa

compreensão. E essa objetividade é a base daquilo que se tornou conhecido no marxismo como “economicismo”.

Mas o que está no cerne desta idéia? Que esse determinismo abstrato é resposta e interpretação condicionada pela experiência humana dentro de limites históricos reais. Assim, é central também a idéia de que novas relações sociais e novos tipos de atividade possíveis, através dessas relações, só podem ser realizados a partir do momento em que certo modo de produção é superado na prática pela transformação social real.

Na prática, determinação não é só fixação de limites, mas existência de pressões: determinar que se faça alguma coisa, estar disposto a fazê-lo, um ato de vontade e propósito.

“Marx, preocupado com os mecanismos de fundo das sociedades e não com as suas formas, diz Pierre Vilar, manifestou, pelo menos um par de vezes no decurso de sua vida, o desejo de identificar ciência social e história”. A primeira vez, em 1848, em A Ideologia Alemã, quando escreveu juntamente com Engels: “não conhecemos mais do que uma ciência, a ciência da história” (Vilar: 1985).

Riscada do original, a frase se conservou inédita. Marx também não chegou a publicar a obra que pretendia: um tratado de história em que a geografia, a história da cultura, o problema das etnias e da guerra estariam enfocados. Escreveu apenas “O Capital”, quer dizer, a parte econômica da obra, ficando esta inacabada, no que se refere à análise das classes sociais. Esta parte econômica denominou “crítica da economia política”, ciência fundamental, mas apenas o primeiro nível em relação ao todo. O econômico é submetido à crítica no sentido de que revela uma contradição social. E revela-a historicamente. O que pretendia, a rigor, nesta obra inacabada era revelar um ofício de historiador.

Mas afinal, como esta idéia de ofício do historiador centrada numa visão marxista aproxima-se de alguns parâmetros fundamentais de estudiosos latino americanos do campo comunicacional?

Estudos culturais e marxismo

A rigor são nos chamados estudos culturais latino-americanos que a aproximação com a visão histórica do marxismo se faz mais presente.

Herdeiro direto do pensamento revisionista inglês de E. P. Thompson, que não negou em nenhum instante o marxismo como teoria fundamental, esses estudos – notadamente de Jesus Martin Barbero, Nestor Garcia Canclini e Guillermo Orozco – colocam como central a questão cultural.

Na sua crítica à interpretação apressada das teorias marxistas, Thompson estabelece também como central o fenômeno cultural, determinante para a compreensão da dinâmica social. Em E. P. Thompson a consciência de classe é a última etapa de um processo eminentemente cultural e não o primeiro como uma leitura apressada da obra de Marx fazia supor.

Também em Hoggart, um dos fundadores dos chamados estudos culturais ingleses, era necessário descrever a paisagem quotidiana da vida popular, entender a cultura desses grupos de forma a não subestimar a influência desses produtos da indústria cultural sobre as chamadas classes populares. Dizia: “É necessário não esquecer que essas influências culturais têm uma ação fortemente lenta sobre a transformação das atitudes e que elas são freqüentemente neutralizadas por forças mais antigas. As pessoas do povo têm uma vida pobre, mas isso não quer dizer que a literatura não os levaram a pensar. Mesmo as formas modernas de lazer encorajam entre a gente do povo atitudes que não devemos julgar nefastas”.

Nessa visão, os usos sociais dos mídias não obedecem forçosamente à lógica de um poder devastador, inscrito no traços estruturais das mensagens. Essa constatação de Hoggart rompe com o discurso crítico dominante na época sobre cultura de massa, marcada pelo que Bourdieu e Passeron denominam “funcionalismo de pire”, num artigo intitulado Sociólogos das mitologias e mitologias dos sociólogos, publicado em 1963.

O enfoque precoce de Hoggart sobre os receptores, não impede que suas hipóteses permaneçam profundamente marcadas por um olhar dominante da industrialização da cultura. Mas o que é fundamental nesses estudos realizados por teóricos com clara filiação marxista – Thompson e Hoggart – é a idéia de resistência dos grupos populares, que deve ser visualizada e percebida dentro dos padrões culturais desses mesmos grupos, nem sempre perceptíveis ao nosso próprio entendimento.

Dentro de uma análise marxista Thompson procura ultrapassar as abordagens que faziam da cultura uma variável sujeita à economia. Em 1976, a propósito de sua obra clássica, *A formação da classe operária inglesa*, dizia: “Minha preocupação principal ao longo desta obra foi abordar aquilo que eu considero ser em Marx o verdadeiro silêncio. Um silêncio no domínio do que os antropólogos chamam o sistema de valor. Um silêncio em relação às mediações do tipo cultural e moral”.

Assim, retoma-se a visão da história construída a partir das lutas sociais e a percepção da interação fundamental entre cultura e economia, na qual a noção de resistência à ordem marcada pelo capitalismo como sistema é central. Essa ruptura com a metáfora genérica base/superestrutura motiva a redescoberta das formas específicas dos movimentos sociais. Em Thompson a cultura é construída como lugar central de uma tensão entre os mecanismos de dominação e resistência.

Mas não é só as noções de cultura e resistência que formam o arcabouço teórico desses estudos. Ocupa lugar central também a noção de ideologia, fundamental para a compreensão do contexto, dos sistemas de valores e das representações que estimulam os processos de resistência ou de aceitação do mundo social. Assim, é através das categorias de ideologia e, posteriormente, de hegemonia gramsciniana que é problematizada a função política das culturas.

A ideologia é vista como instrumento estratégico do par dominação-hegemonia, quer dizer da capacidade de um grupo social exercer uma direção intelectual e moral sobre a sociedade, construindo uma relação de poder que não se centra nem se limita à força pura ou à consequência mecânica das relações econômicas de produção.

Percebe-se, pois, que esses autores latino-americanos filiados diretamente aos estudos culturais estabelecem uma conexão básica com o marxismo de E. P. Thompson ao tentar compreender os diversos fenômenos, culturais e políticos, a partir das relações fundamentais entre comunicação e cultura. Estabelecem também uma ligação fundamental com o marxismo gramsciniano, ao conceber tanto a questão hegemônica, como a contra hegemônica, para o entendimento da complexidade política.

Martin Barbero ao analisar como a cultura é negociada, refere-se a expressões que estão em permanente interação com os contextos culturais nos quais existem, sob a forma

de mediações na vida cotidiana. Nesse sentido, a dominação ideológica torna-se difícil, uma vez que cada produto cultural é interpretado de modo pessoal. A cultura popular transforma-se, pois, em campo de batalha hegemônico, pressupondo evidentemente uma ação contra hegemônica. Bem a luz do que também concebera Thompson nos idos de 1960 ao analisar a dinâmica cultural da formação dos trabalhadores ingleses.

Outro ponto fundamental de contato desses estudos – notadamente de Barbero - com o marxismo é a abordagem em que visualiza os processos comunicativos dentro de um contexto histórico e sociocultural no qual elas ocorrem. Nos textos de Barbero, o ator é um sujeito histórico que vive num mundo pleno de significados.

Percebe-se nessas abordagens a passagem de um marxismo determinista para um marxismo de corte gramsciniano. Enquanto no primeiro era imperativo explicar e analisar os conflitos através de uma única contradição – a diferença de classe – no segundo pode-se pensar a pluralidade de matrizes culturais. A flexibilização dessa lógica com a influência de Gramsci permitiu o redesenho nas relações entre cultura e classe social. Passa-se a descobrir as culturas populares e a constituição de identidades diversas.

Os estudos de comunicação procuram, em suma, acompanhar a dinâmica cultural mais ampla, investigando as transformações da experiência social (Barbero, 1993). Nesse tipo de análise é central a visão de que o suporte de uma única disciplina não dá conta da complexidade do mundo social. Ou seja, a questão do olhar interdisciplinar, fundamental para as abordagens histórico-marxistas desde o início do século XX, adquire uma complexidade marcante, de tal forma que se permite falar hoje em campos de estudos e não mais em disciplinas ou interdisciplinas.

Reconhecendo a capacidade dos sujeitos sociais de manifestar diferentes práticas simbólicas, situadas em determinado contexto histórico, os estudos culturais latino americanos consideram como central a questão da consciência de classe, ainda que nos limites propostos pelo paradigma marxista thompsiniano. Mas essas práticas simbólicas são também da ordem da resistência, evidenciando, desta forma, a própria expressão do fazer-se enquanto classe, proposta central na visão que considera que o sujeito constrói sua própria história, máxime mais evidente do marxismo.

Ao propor o descolamento da análise dos meios às mediações, além da evidência do fazer-se enquanto em classe desses grupos populares, parece clara a existência nessas análises da ação do sujeito como promotor de seu próprio destino. A idéia central de que o homem constrói sua própria história e que o entendimento da realidade é fundamental para uma efetiva transformação social perpassam muitos desses estudos.

Essa idéia fundadora é objetivo de todo pesquisador. Pesquisamos para compreender o mundo e tentar transformá-lo. Com isso, seguimos ainda hoje – mesmo que negando o marxismo – tentando ser sujeitos ativos da nossa própria história, para transformar o mundo em que vivemos.

BIBLIOGRAFIA

Cardoso, Ciro F. S. e PÉREZ BRIGNOLI, Héctor. Os métodos da história. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

Godelier, Maurice. Horizon, trajets marxistes en anthropologie. Paris: François Maspero, 1973.

Martin barbero, Jesus. Communication, culture and hegemony. Londres: Sage, 1993.

Martin barbero, Jesus. Dos meios às mediações. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997

Marx, K. e Engels, F. Obras escogidas en dos tomos. Moscou: Editorial Progreso, 1971.

Marx, Karl. Elementos fundamentales para la crítica de la economía política. México: Siglo XXI, 1971.

Schaff, Adam. Estructuralismo y marxismo. México: Grijalbo, 1976

Vilar, Pierre. "Historia marxista, historia en construcción. Ensayo de dialogo com Althusser". In Cardoso, Ciro F. S. e Pérez Brignoli, Héctor. Perspectivas de la historiografía contemporánea. México: Secretaria de Educación Publica, 1976.

Vilar, Pierre. Iniciação ao vocabulário da análise histórica. Lisboa: Edições João Sá da Costa, 1985.

Obrigações Educativas e Culturais da TV, no Brasil

Othon Jambeiro*

A indústria da TV tem sido tradicionalmente considerada como o resultado do uso de uma propriedade pública, devendo, por conseqüência, ser submetida a um estrito controle do Estado. Isto tem sido aplicado universalmente, tenha ou não tal uso objetivos comerciais. Histórica e universalmente, os sistemas regulatórios desenvolvidos para governar a indústria da TV têm sido montados, em tese, para fazê-la cumprir suas finalidades educativas, culturais e informativas. A pressuposição legal e institucional é a de que o espectro eletromagnético, através do qual se opera a televisão, é um *bem público*, internacionalmente reconhecido e regulado. Seu uso, portanto, tem de subordinar-se ao *interesse público*. Regulada pelo modelo comercial ou estatal, ou entregue à organizações da sociedade civil sem fins lucrativos, a indústria da TV teria que ser sempre um *serviço público*.

No Brasil, como veremos a seguir, a base regulatória da televisão é oriunda da regulamentação da radiodifusão, feita pelo governo revolucionário de 1930. Nela se estabelece claramente que a então nascente indústria do rádio, assim como a vindoura indústria da TV tinham finalidade educativa. Tal afirmação foi confirmada em 1962, pelo Código Nacional de Telecomunicações, e em 1963, pela Regulamentação dos Serviços de Radiodifusão, já aí englobando os dois meios como indústrias em plena operação.

Recentes Desenvolvimentos na Indústria da Televisão

Sessenta anos nos separam do início das primeiras transmissões de TV na Inglaterra. Naquela época, ninguém poderia imaginar o impacto e a penetração que o novo veículo teria na cultura e na vida da sociedade. A televisão consolidou sua supremacia em relação

* Professor Titular do Instituto de Ciência da Informação da UFBA

aos demais meios de comunicação e estendeu sua influência sobre todas as esferas sociais, convertendo-se em poderoso instrumento político e econômico. É matriz de valores, dita padrões de comportamento e sugere a opinião pública. Adquiriu tal legitimidade que se tornou auto-referente. *“Mais do que em representação, a televisão, transformou-se na própria expressão da realidade.”*¹

O avanço da tecnologia dos satélites de comunicação, a generalização da TV por assinatura a partir dos anos 80, o surgimento de outros sistemas de distribuição de sinais e, finalmente, o desenvolvimento dos processos de digitalização de sons e imagens, inauguram uma nova fase para a televisão. A transformação em curso não constitui apenas uma evolução técnica, mas, sobretudo, uma revolução nos padrões econômicos e nos modelos de programação que caracterizaram durante muito tempo a televisão.

Desde o início, a TV foi identificada como um meio de transmissão pública e gratuita, condicionado pelas características do espectro eletromagnético. O espectro - também conhecido como “o ar” ou erroneamente denominado de éter - é composto por uma enorme escala de frequências. As transmissões televisivas se concentram em uma porção limitada do espectro, que é altamente suscetível à interferências. Além de não ser possível a realização de duas transmissões diferentes na mesma frequência, a obtenção de uma boa recepção pressupõe a existência de um espaço livre isolando cada sinal no espectro.

A natureza do espectro eletromagnético restringiu o mercado da indústria de televisão a poucas redes comerciais e públicas. O reduzido número de canais estimulou o caráter industrial e de massa da programação. O objetivo das emissoras passou a ser atingir grandes audiências, mesmo que em detrimento da qualidade do conteúdo dos programas. Foi seguindo este caminho que a TV no Brasil terminou por se configurar como um veículo mediocrizante, que ignora as características particulares dos vários grupos de telespectadores e trata a todos como uma massa homogênea. Assim, um meio que revelava um imenso potencial cultural e poderia contribuir para a educação da população, caracteriza-se hoje pela priorização do entretenimento e da publicidade.

¹ Hoinoff, Nelson. **A Nova Televisão - Desmassificação e o Impasse das Grandes Redes**. - Rio de Janeiro: Comunicação Alternativa: Relume Dumará, 1996. pg 29.

As recentes tecnologias de distribuição de sinais - o cabo ótico, os sistemas MMDS, DTH, DBS - viabilizaram a ampliação do número de canais e a implantação das TVs por assinatura. A vantagem dos novos dispositivos em relação às formas convencionais de distribuição de sinais pelo ar em VHF e UHF é inquestionável, porém, cada meio tem suas especificidades.

Muito mais do que uma simples mudança quantitativa, a multiplicação do número de canais possibilita uma mudança qualitativa na produção de programas de televisão. Uma das conseqüências mais evidentes dessa transformação é a desmassificação. O modelo genérico voltado para as grandes massas é substituído por uma programação temática direcionada à públicos específicos. O telespectador passa a dispor de uma fonte diversificada de opções e tem a oportunidade de escolher exatamente o que quer ver.

Outro aspecto que redefine a relação do telespectador com o veículo na nova fase da televisão é o surgimento de uma interface interativa propiciado pela revolução digital. No futuro próximo não haverá mais a necessidade de transmissão de programas em tempo real. A televisão se tornará um veículo programável. O telespectador abandonará sua postura passiva e não se submeterá mais a programação da forma como lhe é seqüencialmente imposta. Ele determinará o que quer ver no horário em que julgue conveniente. “*O horário nobre é meu*” sentencia Negroponte.²

A diversificação dos programas e as potencialidades da nova tecnologia conduzem à ruptura com o modelo de comunicação passivo e massificante e à conseqüente substituição por um modelo interativo e personalizado. Porém, essa mudança de paradigma pode vir a revelar-se insuficiente para garantir mudanças substanciais no conteúdo da programação, um conteúdo que pudesse finalmente atender às finalidades educativas e culturais da TV. Isto porque tem-se manifestado nos últimos anos uma forte tendência à concentração no controle da indústria da TV, particularmente nos sistemas de cabo e satélite. Neste caso, mais uma vez aquelas finalidades poderão terminar sendo desprezadas em benefício do lucro dos grandes conglomerados que controlam os serviços de TV, associados às indústrias transnacionais da cultura de massa e das telecomunicações.

² Negroponte, Nicholas. **A Vida Digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. Citado por Hoineff, Nelson. pg. 174.

A TV no Brasil

A televisão foi inaugurada no Brasil no dia 18 de setembro de 1950, quando entrou no ar a primeira transmissão da PRF-3, TV Tupi Difusora, instalada em São Paulo. O pioneirismo coube a Assis Chateaubriand que - respaldado pelo império jornalístico dos Diários e Emissoras Associados - encomendou ao conglomerado americano RCA (*Radio Corporation of America*) o equipamento para a instalação da primeira emissora do país e a sexta do mundo. O Brasil ficou atrás apenas da Inglaterra, Estados Unidos, França, Alemanha e Holanda.³

Dois anos após a primeira transmissão a televisão já era vista em aproximadamente onze mil aparelhos distribuídos entre Rio de Janeiro e São Paulo.⁴ Em janeiro de 1951, Assis Chateaubriand inaugurou a TV Tupi-Rio, que funcionava nas dependências da Rádio Tamoio. Fascinados pela novidade, outros grupos decidiram entrar no mercado. Ainda em 1951, foi instalada a Rádio Televisão Paulista (depois comprada pela TV Globo) e, em 1953, a TV Record de São Paulo.

Enquanto a televisão norte-americana cresceu tendo como modelo a indústria cinematográfica, a brasileira surgiu como extensão do rádio, aproveitando os padrões de produção e programação, assim como seus técnicos e artistas. *“A principal característica da televisão neste período é sua vinculação estrutural aos programas de rádio. Vedete da mídia eletrônica nos anos 40 e 50, o rádio serve como um modelo cultural à sua sucedânea, que oferecia a visualidade do artista como única vantagem aparente; de resto a programação acompanhava o formato radiofônico”*⁵

A implantação da televisão difere, no entanto, de um aspecto característico das primeiras transmissões radiofônicas. O rádio foi operado inicialmente como um veículo de

³ Jambeiro, Othon. *“Raízes Históricas da Regulamentação da TV no Brasil”*. In **Textos de Cultura e Comunicação**, 35, julho 1996.

⁴ Mattos, Sérgio. **“Um Perfil da TV Brasileira (40 Anos de História: 1950-1990)**. Salvador, Associação Brasileira de Agências de Propaganda Capítulo/Bahia: A Tarde., 1990, p.10.

⁵ Almeida, Cândido José Mendes de . **Uma Nova Ordem Audiovisual**. São Paulo, Summus, 1988, p. 18.

caráter fortemente educativo⁶, somente se transformando em um meio de comunicação de massa, com perfil comercial, no final da década de 30. O contrário ocorreu com a TV, que desde o seu surgimento se desenvolveu tendo como meta o uso comercial das emissoras. Seguiu, portanto, os moldes do sistema de radiodifusão norte-americano.

Nos seus primeiros anos, a televisão se constituiu num meio de comunicação limitado às áreas urbanas e voltado para a elite econômica. O número de aparelhos de TV, todos importados, era bastante reduzido devido aos altos preços. O caráter elitista se refletia na qualidade da programação, que levava ao ar adaptações de autores como Brecht, Shakespeare, Dostoievsky e Goethe, além de músicas clássicas e ballet.

Em meados dos anos 50, as emissoras passam a veicular uma programação mais popular, com a inclusão de programas de auditório e telenovelas. A TV passava a seguir, portanto, o mesmo caminho do rádio, que inicialmente era voltado para a alta sociedade e depois sofreu transformações a fim de atingir o maior número possível de ouvintes.

A ascensão de Juscelino Kubitschek à Presidência da República, em 1956, abriu as portas do país para os investidores estrangeiros, que eram atraídos pelos incentivos fiscais e creditícios. Uma das prioridades do novo governo era a produção de bens de consumo duráveis. Várias empresas multinacionais foram então instaladas no país e a industrialização cresceu em ritmo acelerado. Os aparelhos de TV começaram a ser produzidos nacionalmente, o que provocou o seu barateamento e, conseqüentemente, a explosão da indústria televisiva. A televisão transformou-se então em um elemento de reforço da ideologia desenvolvimentista, tornando-se um símbolo da sociedade de consumo. O número de televisores que era de 200 em 1950, aumentou para 598 mil em 1960.⁷

Apesar de muitas emissoras de televisão terem sido inauguradas durante a década de 50, ainda não era possível efetuar a transmissão em rede entre elas. Inicialmente as

⁶ A primeira emissora brasileira, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, foi fundada por Roquette Pinto, defensor da necessidade de transmitir educação e cultura em todas as regiões do país. Em 1936, a emissora é doada ao Ministério da Educação e Cultura, passa a se chamar Rádio Ministério da Educação, dando origem ao Serviço de Radiodifusão Educativa.

⁷ Mattos, Sérgio. **Idem**.

transmissões eram ao vivo e, com exceção dos filmes importados, os programas eram produzidos nas regiões onde cada emissora operava. Em virtude dessa limitação técnica, o Brasil não possuía uma indústria nacional de televisão.

A programação somente passou a ser nacionalmente integrada com o advento do video-tape (VT), utilizado regularmente a partir de 1962. O VT permitiu que os programas fossem gravados e retransmitidos em pontos diferentes do país. Ele pode ser considerado um divisor de águas na história da televisão brasileira. A produção televisiva adotou a partir daí processos industriais e concentrou-se nos estúdios do eixo Rio de Janeiro/São Paulo. As estações situadas fora desse eixo perderam seu caráter local e sua autonomia produtiva, devido à implantação do sistema de afiliação⁸. A integração nacional através da TV representou uma diminuição das produções regionais, aumentando as disparidades existentes.

No começo dos anos 60, a entrada do capital estrangeiro na economia brasileira provocou conflitos que se estenderam à televisão. O acordo de cooperação técnico-financeira entre a TV Globo e a Time-Life (EUA) - fator crucial para a ascensão da emissora e o definhamento das demais - provocou a revolta do grupo nacional Diários Associados, de Assis Chateaubriand, que começava a ter prejuízos. Mesmo contrariando o artigo 160 da Constituição - que proibia a participação de empresa estrangeira na orientação intelectual e administrativa de sociedades concessionárias de rádio e TV - o acordo só foi investigado depois que a TV Globo entrou no ar em 1965.

O golpe militar de 1964 marcou o início de uma nova etapa de desenvolvimento da televisão. Nesta fase o Estado aparece como centralizador do capital e elemento determinante para a criação do novo perfil assumido pelo veículo. O Brasil entrou numa fase de rápida industrialização, baseada na importação de tecnologia e investimentos externos. Nesse contexto, a televisão funcionou como o principal difusor de bens de consumo produzidos.

⁸ Sistema pelo qual as emissoras mantêm-se sob controle dos seus concessionários de origem, mas sua programação, inclusive publicitária, é comandada por uma outra emissora chamada 'cabeça de sistema': TV Globo, no sistema do mesmo nome, TV Tupi de São Paulo, no SBT, etc.

O governo incluiu, então, a indústria da radiodifusão no seu plano nacional de desenvolvimento das telecomunicações. O interesse do governo militar em criar elos entre as estações de rádio e TV espalhadas pelo Brasil se justificava pela necessidade de disseminação homogênea da ideologia do regime. Os programas e propagandas veiculados pela televisão eram armas poderosas para a concretização deste projeto. Graças à infraestrutura recém instalada a Copa do Mundo de 1970 foi transmitida ao vivo para todo o país.

Devido ao bom relacionamento com os militares e ao *know-how* adquirido com o acordo Time-Life, a Globo aumentou sua penetração e alcance dentro do território nacional. Ao mesmo tempo, consolidou a posição de emissora líder de audiência. Em 1969 levou ao ar o Jornal Nacional, telejornal que deu origem à programação nacional da rede.

A falência da Rede Tupi, no início dos anos 80, mudou o panorama da televisão brasileira. O governo decidiu revogar as licenças dos canais daquela rede devido às suas dívidas junto à Previdência Social. Os canais liberados com o fechamento da Tupi foram redistribuídos, em 1981, para dois grupos: o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), pertencente ao grupo Sílvio Santos e a Rede Manchete, da Editora Bloch.

A década de 80 marcou a abertura democrática, a conseqüente suspensão da censura prévia e o retorno da liberdade de informação. Os anos 80 também assinalam o período de maturidade industrial da televisão brasileira, que se afirma como um empreendimento lucrativo. Cinco redes nacionais comerciais e uma estatal passaram a operar no Brasil: Bandeirantes, Globo, Manchete, SBT, Record, e Educativa.

No que se refere a esta última rede, apesar de terem havido várias experiências de uso de canais estatais de televisão para programação educativa e cultural, a implantação de um verdadeiro Sistema Nacional de Televisão Educativa foi viabilizada pela criação, em 1966, do Fundo de Financiamento da Televisão Educativa (Funtevê).

Atualmente, a TV Cultura de São Paulo é a rede de maior produção do país. Ela é financiada com recursos do governo do Estado de São Paulo e patrocínios de empresas. A TVE-Rede Brasileira de TV Educativa é de responsabilidade do governo federal e sua programação compõe-se basicamente de transmissão de aulas, documentários, programas

culturais, esportes e noticiários. As emissoras educativas existentes em vários Estados utilizam partes da programação de ambas as redes.

Conclui-se, portanto, que os anos 60 foram bastante significativos para a história da televisão brasileira. Nesse período deu-se a ruptura definitiva do rádio e a TV começou a adquirir uma linguagem própria. A utilização do VT e o impulso provocado pelo governo militar no sentido de tornar a televisão um meio de comunicação para a integração e a segurança nacionais transformaram-na em um veículo disseminador de idéias, com papel fundamental no contexto social, econômico, político e cultural do Brasil contemporâneo.

Obrigações Educativas e Culturais da TV

Os primeiros atos regulatórios da radiodifusão no Brasil datam de 1931 e 1932, e são, respectivamente, os Decretos 20.047 e 21.111. A televisão não havia chegado ainda ao país, sendo apenas um experimento nos EUA e Europa, mas já era citada nestes regulamentos. Os dois decretos foram, por 30 anos, a base legal para a regulamentação da indústria da radiodifusão no país.

A preocupação com o papel educativo das novas tecnologias de comunicação já era observada no artigo 11 do decreto 21.111, onde se afirmava: “*O serviço de radiodifusão é considerado de interesse nacional e de finalidade educacional*”, Ao Ministério da Educação e Saúde pública cabia dar conseqüência àquele dispositivo legal. O Código Nacional de Telecomunicações, aprovado em 1962, e o Regulamento dos Serviços de Radiodifusão, publicado em 1963, mantiveram o caráter educativo da radiodifusão, já então incluindo no mesmo conceito os serviços de rádio e de televisão..

Atualmente, disciplinam a radiodifusão no Brasil o Código Nacional de Telecomunicações (Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962), complementado e alterado pelo Decreto-lei nº 236/67, seu Regulamento Geral e o Regulamento dos Serviços de Radiodifusão - Decretos nº 52.026 e nº 52.795, respectivamente. Além disso, existem dispositivos constitucionais que interferem diretamente no assunto.

O caráter educativo da radiodifusão como um todo, e da televisão em particular, no entanto, é tratado com extrema superficialidade por tais dispositivos legais. Mesmo afirmando que todos os serviços de radiodifusão devem ter finalidade educacional, a

legislação brasileira sobre o tema não esclarece como tal prerrogativa pode ser garantida, viabilizada, ou como pode ser punida a emissora que não colocá-la em prática.

A Constituição, por sua vez, faz referência apenas uma vez ao caráter educativo da TV, no seu artigo 221: “*A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios: I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;...*”.

O Código Nacional de Telecomunicações dispõe sobre o tema de forma vaga e não-imperativa, estabelecendo no seu artigo 38 que: “*Nas concessões e autorizações para a execução dos serviços de radiodifusão serão observados, além de outros requisitos, os seguintes preceitos e cláusulas: (...) d) os serviços de informação, divertimento, propaganda e publicidade das empresas de radiodifusão estão subordinados às finalidades educativas e culturais inerentes à radiodifusão, visando aos superiores interesses do País;...*”. A regulamentação do Código também não estabeleceu a maneira pela qual tal subordinação deveria ser exercitada. De maneira repetitiva o decreto regulamentador apenas afirma, no seu artigo 3º, que “*Os serviços de radiodifusão têm finalidade educativa e cultural, mesmo em seus aspectos informativos e recreativos, e são considerados de interesse nacional, sendo permitida, apenas, a exploração comercial dos mesmos, na medida em que não prejudique este interesse e aquela finalidade*”.

O mesmo decreto diz em seguida, no seu artigo 28, que “*As concessionárias e permissionárias do serviço de radiodifusão, além de outros que o governo julgue convenientes aos interesses nacionais, estão sujeitas aos seguintes preceitos e obrigações: (...) 11. subordinar os programas de informação, divertimento, propaganda e publicidade às finalidades educativas e culturais inerentes à radiodifusão;...*”.

Por outro lado, embora preveja que as emissoras de rádio e TV devem destinar do seu tempo de programação um mínimo de 5% (cinco por cento) para a transmissão de serviço noticioso e um máximo de 25% (vinte e cinco por cento) para a propaganda comercial, o Código não fez inicialmente qualquer previsão quanto ao tempo que deveria ser destinado a programas educacionais. Esta lacuna foi preenchida em 1967 com a promulgação do Decreto-lei nº 236 que, através de seu artigo 16, deixou a cargo do Contel

(Conselho Nacional de Telecomunicações⁹) a responsabilidade por baixar normas determinando: a obrigatoriedade da transmissão de programas educacionais pelas emissoras de rádio e TV, o horário mais adequado para estas transmissões, a duração e a qualidade desses programas. Este mesmo artigo estabeleceu limites às determinações do Contel, afirmando, nos seus parágrafos 1º e 2º, que os programas educacionais deveriam ter duração máxima obrigatória de 5 horas semanais e que o horário de transmissão de tais programas deveria estar compreendido entre as 7 (sete) e 17 (dezesete) horas.

Estas determinações temporais para a transmissão de programas educativos introduzidas no Código Nacional de Telecomunicações pelo Decreto-lei nº 236/67 também estão previstas no artigo 28, item 12, do Regulamento dos Serviços de Radiodifusão (Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963).

A legislação brasileira define, assim, o rádio e a televisão como serviços de natureza pública, com finalidades predominantemente educacionais. Entretanto, a forma vaga e não-operacional pela qual os dispositivos legais a isto referentes foram redigidos tem permitido a exploração do rádio e da TV de maneira marcadamente comercial. Além disso, uma norma prevista sem correspondente sanção específica tende a ser considerada por seus destinatários apenas como um preceito moral e não como uma norma jurídica. Isto faz com que as emissoras comerciais de TV brasileiras ignorem as determinações legais e operem sem subordinar sua programação às finalidades educacionais e culturais, que segundo as leis vigentes são inerentes aos serviços de rádio e televisão.

A regulamentação brasileira estabelece que os programas conceituados como educativos devem ser transmitidos entre 7 e 17 horas. No entanto, os poucos programas assim definidos não seguem tal determinação. É possível observar em algumas emissoras nacionais que os programas considerados educativos, como aulas, por exemplo, são transmitidos às seis horas da manhã. Além do que o tempo que é hoje destinado a este tipo de programação está bem distante do determinado pela legislação.

⁹ Órgão extinto, cujas funções estão hoje a cargo do Ministério das Comunicações.

A Regulamentação da TV à Cabo

O Brasil foi um dos últimos países da América do Sul a usar serviços de TV por assinatura: cinco ou seis anos depois de Colômbia, Bolívia, Venezuela e mais de 10 anos após a Argentina.

A regulamentação da TV à cabo foi feita pela Lei 8.977, de 06 de janeiro de 1995, e estabelece como objetivos desta nova tecnologia a promoção da cultura nacional e universal, a diversidade de fontes de informação, lazer, entretenimento, pluralidade política, e o desenvolvimento social e econômico do país.

A Anatel é a encarregada de supervisionar a execução da Lei, elaborar regulamentações complementares, fixar critérios para limitar os serviços de TV à cabo em cada área geográfica, e decidir em última instância não-judicial conflitos sobre a interpretação da lei. A ela cabe também reprimir o abuso do poder econômico e assegurar a livre competição no setor, fixar normas para o uso dos canais gratuitos e dos destinados a produtores não vinculados ao operador, além de estabelecer diretrizes para o estímulo ao desenvolvimento da produção de programas e filmes nacionais.

As concessões para a exploração de serviços de TV à cabo são feitas pelo poder executivo para empresas privadas, válidas por 15 anos e renováveis por sucessivos e iguais períodos. As empresas candidatas devem ter esta atividade como predominante em seus negócios, serem sediadas no Brasil, e ter no mínimo 51 por cento de suas ações controladas por brasileiros.

A Lei é particularmente inovadora nas provisões relativas à implementação dos serviços. Além de sua programação paga, o operador de TV à cabo deve fornecer gratuitamente ao assinante: a) todos os serviços de TV, em UHF e VHF que atinjam a área; b) um canal sob a responsabilidade da Câmara Municipal e Assembléia Legislativa; c) dois canais sob a responsabilidade do Congresso Nacional, um para a Câmara Federal e o outro para o Senado; d) um canal destinado ao uso comum de universidades e escolas situadas na área; e) um canal para uso comum de entidades educativas e culturais ligadas aos governos federal, estadual ou municipal; f) um canal para uso comum de organizações da sociedade civil não-governamentais e sem fins lucrativos.

Além disso, cada empresa operadora deve reservar: a) dois canais para serviços ocasionais, como congressos, seminários, debates, comícios etc., mediante pagamento por pessoa jurídica; b) 30 por cento dos canais disponíveis para transportar programas de companhias não ligadas a ela, mediante pagamento compatível com o mercado.

Apenas iniciando sua aplicação no país, a regulamentação da TV à cabo poderá trazer alguma inovação no uso desta tecnologia para objetivos educacionais e culturais. Os canais de acesso público criados pela Lei do Cabo, por exemplo, poderão se constituir em instrumentos de experimentação de programação segmentada, dirigida para públicos específicos, variando de horário para horário, sob controles e avaliações educacionais jamais utilizadas na tecnologia televisiva tradicional. O campo é tão vasto quanto desconhecido e só a experiência irá indicar as reais possibilidades abertas pela nova tecnologia e sua inovadora regulamentação.

Conclusões

A despeito das determinações regulatórias de leis, decretos e mesmo da Constituição, o caráter educacional da TV no Brasil jamais foi instituído. Dualizados entre um sistema comercial e outro dito educativo, os serviços de televisão do país são esmagadoramente dominados pela visão industrial da cultura de massa. Em conseqüência, o pouco que se obtém em termos de educação e cultura está presente fundamentalmente nas redes TVE e Cultura e emissoras estatais independentes, todas isoladas em baixíssimos índices de audiência.

De fato, a televisão educativa brasileira tem vivido sob intensa e pesada crítica de ineficiência e desperdício dos poucos recursos de que dispõe. Ela está sendo questionada de maneira dura sobre o que passará a fazer consistentemente para justificar sua existência, após ter gasto tanto dinheiro e falhado em sua missão educativa e cultural. Alguns arguem que seu caminho seria dedicar-se aos grupos minoritários da sociedade; outros dizem que ela deveria fortalecer seu papel como o último bastião do localismo, refletindo e projetando as vidas, as visões e os problemas das comunidades, ao invés de transmitir programações nacionais e internacionais produzidas nos grandes centros mundiais.

O debate, mantido em fogo brando, traz necessariamente à luz a questão do seu financiamento. Nesta matéria o mais importante aspecto é definir se todos os sistemas de TV no Brasil devem passar a ser tratados como atividade econômica, ou se algum deles - a TV educativa - deve ser mantido, com substanciais recursos, às expensas do governo ou da sociedade civil, como um instrumento educativo e cultural que vise contribuir para a preservação de nossa identidade nacional.

No que se refere ao sistema comercial, o mínimo que se pode almejar é que se consiga um equilíbrio entre o entretenimento, a informação, a cultura e a educação *latu sensu* na produção dos programas de TV. Providencia fundamental neste sentido é conseguir-se, em primeiro lugar, uma regulamentação que finalmente torne operacionais e democraticamente controláveis as obrigações educacionais da televisão; e em segundo, a aprovação de lei complementar regulando o dispositivo constitucional que determina a produção regional de programas. Enquanto isto não ocorre este sistema mantém-se como uma atividade puramente comercial, tendo compromisso apenas com o lucro.

El complejo audiovisual: hacia la digitalización total de la industria cinematográfica

Luis Alfonso Albornoz

"A couple of years ago when George Lucas announced that he was going to release Phantom Menace digitally, there was quite a stir in Hollywood and a sense that this was the end of 35mm projection, and digital cinemas would be there by the next fall. But it did not quite happen, and with a year or so more experience, people have a better idea of what the digital cinema experience will give us"
John Croft¹

Introducción

El proceso de digitalización del conjunto de las industrias culturales está en plena ebullición. Una parte importante del complejo audiovisual ya ha sido alcanzado por este proceso, como se puede verificar en la industria televisiva, el primer dispositivo afectado por la digitalización tanto de las imágenes como de los sonidos.

En este sentido, durante las últimas décadas hemos asistido a una batalla de intereses contrapuestos entre las empresas y los gobiernos de Japón, Estados Unidos y Europa por la imposición de un estándar a nivel mundial para la emisión de imágenes de la televisión digital. Batalla que, de alguna manera, se ha saldado con el desarrollo y la utilización de diferentes sistemas² en distintos países. Hoy, ya encontramos en las principales ciudades del mundo la presencia de la televisión digital en sus versiones para satélite, vínculo físico -que llega a los hogares a través de los sistemas de distribución por cable coaxial o fibra óptica-, y, finalmente, hertziana.

¹ John Croft: Electronic Cinema Electronic –What next?; revista *Cinema Technology*, Vol. 13 N°3, London.

² Los países europeos, agrupados en torno al Digital Video Broadcasting (DVB) Project, generaron “estándares para todos los programas ofrecidos por satélites, cables, ondas terrestres y microrondas, MMDS y AMATV, haciéndolos compatibles entre sí” (Albornoz; 2000).

Distinta es la situación de la industria cinematográfica que parece estar dando sus primeros pasos hacia su digitalización total. Voces interesadas anuncian que los grandes estudios cinematográficos norteamericanos ven la conversión a un sistema digital como algo inevitable. Lo cierto es que Sony, Paramount y Disney ya tienen sus expertos dedicados al cine digital, y los mayores estudios, no sólo norteamericanos, sino también japoneses y franceses, están abocados a producir sus primeras películas en forma electrónica.

Para muchos protagonistas de esta industria el cine digital, o DCinema como suelen denominarlo los anglosajones, representa la más excitante innovación que está sacudiendo a la industria desde el desarrollo del cine sonoro a mediados de la década del veinte. Otras posturas, quizás más críticas y realistas, entienden que el cine electrónico, comparado con la llegada del sonido, es sólo el último, aunque relativamente menor, desarrollo.

Es la intención del presente trabajo reflexionar acerca de las posibles futuras transformaciones que sufrirá el cine a nivel general, es decir, cómo el proceso de digitalización -la traslación de imágenes rodadas en soporte fotoquímico a bits (ceros y unos)- está afectando a la industria; y, en particular, describir la situación actual en España.

Algunas consideraciones preliminares

En primer término, debemos señalar la dificultad de encontrar fuentes imparciales, no directamente interesadas, relacionadas con esta temática. Es patente la escasa reflexión teórica, en general, y la falta de una sostenida producción científico-académica acerca de una importante transformación que afecta a una industria centenaria y al audiovisual en su conjunto.

La gran mayoría de la poca información que circula actualmente, tanto en español como en inglés, está teñida por los intereses concretos de los actores involucrados. De tal forma, es fácil constatar que aquellos "portavoces" relacionados con las compañías digitales (sector informático, fabricantes de equipos, etc.) quieren, a toda prisa, el paso de las proyecciones analógicas con base fílmica a proyecciones íntegramente digitales. Por su lado, muchos de los que están conectados con la industria del filme, incluidos los fabricantes de celuloide, los laboratorios tradicionales y gran parte de los directores de

películas, no ven necesidad de imprimir velocidad al cambio, al tiempo que consideran que en algunos aspectos la calidad de la proyección de imágenes a partir del celuloide aún no ha sido superada.

En el último informe presentado por la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas, La Producción Cinematográfica Española de 2000, el investigador Álvarez Monzoncillo señala que "las tres fuerzas que actúan como vectores de transformación de la situación en la que se encuentra el cine en la actualidad son las siguientes:

- ◆ la producción de alta definición en grabación vídeo
- ◆ la distribución digital
- ◆ Internet, alterando los procesos de creación, producción y promoción"

Asimismo, el citado informe especifica, en un tono que podríamos calificar de profético, que "la producción en alta definición y la distribución digital de las películas pueden provocar la desaparición del formato que mayor aceptación ha tenido hasta ahora: el 35mm".

Si hasta nuestros días, la existencia del cine configura un sistema que implica el empleo de medios técnicos de rodaje, de montaje, de tirada de copias y de proyección a partir de una copia "cero", realizada por un equipo artístico y técnico, bajo la dirección de un director y de un productor (Miège; 2000); este sistema se va a alterar profundamente a partir de su digitalización completa.

Sin embargo, una aproximación realista que tenga en consideración la complejidad de los fenómenos y actores involucrados entiende que el cine como hoy lo conocemos no va a desaparecer en la próxima década. Se espera que, durante los próximos años, se de una coexistencia de producciones, mecanismos de distribución y proyecciones de películas en el sistema tradicional, es decir, en soporte fílmico y proyección en salas de exhibición; y en el nuevo sistema electrónico, con imágenes y sonidos digitales, en las redes digitales como novedosos soportes de distribución y consumo masivos.

El audio

Comenzamos por describir la situación en la que se encuentra el audio de las películas puesto que desde ya hace casi una década viene siendo transmitido en forma digital. Asimismo, consideramos que lo acontecido en este terreno puede servir de referencia a la hora de analizar los sistemas de grabación, transmisión y proyección de las imágenes digitales.

Es a comienzos de los años ochenta cuando el sistema Dolby Stereo hace su irrupción para ser utilizado en las salas cinematográficas; mediante esta tecnología fue posible codificar cuatro canales distintos y de calidad. El siguiente paso, en la búsqueda de un sonido de alta fidelidad para el cine, vino de la mano de la digitalización de las bandas de sonido. Dentro del salto de lo analógico a lo digital, la incorporación del disco duro para las grabaciones, en detrimento de las cintas, y el sonido multicanal han sido los hechos más importantes.

El sonido digital permitió que se eliminaran los posibles "ruidos", a la vez que los profesionales del sonido tuvieron que esmerarse por evitar cualquier pequeño ruido ambiente del sonido de producción³ que se pudiera colar. Como señalan diversos artículos, España ha sido "pionera en la adopción de formatos de exhibición digitales, hasta el punto que en el catálogo que editaba Dolby con las carátulas de las películas realizadas en todo el mundo con esta tecnología, de 50 películas, 10 eran españolas".

Actualmente, coexisten varios formatos de audio: mono, Dolby Stereo y los digitales, Dolby Digital, SDDS y DTS, y muchas producciones cinematográficas cuentan con todos los formatos de audio disponibles. En el caso de estas películas y si la sala de exhibición está debidamente equipada como para proyectar en cualquiera de los tres formatos digitales existentes, es el operador de cabina quien finalmente toma la decisión de elegir el formato de audio. Esta posibilidad, que un filme tenga codificados los diferentes sistemas de sonido digital, está dada porque éstos utilizan como soporte el negativo del

³ En palabras de Ricardo Steinberg: En cine hay tres grandes bloques: lo que los americanos llaman el **sonido de producción** –el rodaje propiamente dicho-, el **montaje de sonido** y luego una tercera labor muy unida a la anterior que es el de **mezcla** de un estudio especializado". Mesa redonda – Hablar de oídas; en revista Cinevideo 20, Madrid, febrero de 2000.

celuloide. Como observamos a continuación, cada fabricante ha patentado su sistema propietario de audio digital:

- ◆ Dolby Digital: cuenta con seis canales discretos codificados ópticamente en el espacio existente entre las perforaciones de la copia positiva. Este sistema está siendo utilizado en los nuevos títulos aparecidos en soporte DVD para el Home Theater (el cine en casa), en las señales de la televisión digital (DTV), y en algunos futuros juegos interactivos (DVD, CD-ROM).
- ◆ SDDS (Sony Dynamic Digital Sound): sistema desarrollado por la empresa japonesa Sony. Tiene 8 pistas de sonido codificadas entre las perforaciones y el borde del celuloide
- ◆ DTS (Digital Theater Systems): con seis canales codificados entre la imagen y y las dos bandas analógicas de audio. Este dispositivo necesita un lector de CD-ROM ajeno al celuloide.

Son muchos, en especial los empresarios de la exhibición cinematográfica, quienes recuerdan con cierta amargura la irrupción de las nuevas tecnologías del sonido y la falta de la concreción de un estándar universal. Fundamentalmente, porque han sido los dueños de las salas quienes debieron hacer frente a las inversiones necesarias para el reacondicionamiento de las mismas. Según palabras del presidente de la Sociedad de Empresarios de Cine de España (SECIES), Primitivo Rodríguez, "esta experiencia ha sido negativa: hay multiplicidad de sistemas y, de hecho, los distribuidores tienen que inscribir en el soporte que hoy recibimos en las salas, los distintos sistemas digitales que hay en el mercado, y el lector de cada sala elige automáticamente el sonido que le corresponde. Esto es una multiplicación de inversiones también".

En síntesis, la falta de un estándar universal de sonido digital y las inversiones necesarias para *aggionar* las salas a las nuevas posibilidades tecnológicas son antecedentes obligados a tener en cuenta cuándo, por ejemplo, la proyección digital parece tener como horizonte su propia masificación. El representante de los exhibidores españoles, Primitivo Rodríguez, predica a favor de una uniformidad de formato de las imágenes digitales: "Pretendemos que no ocurra lo mismo (que ocurrió con las tecnologías digitales del sonido)

pero siempre tenemos que reconocer desde Europa que acabaremos imitando lo que hagan nuestros colegas norteamericanos. Las asociaciones de exhibidores que están integradas en la NATO, que es la equivalente a la europea UNIC, es la que irá marcando la pauta".

La producción en digital: el cine de Alta Resolución

En estos momentos, quien desee rodar o grabar una película para estrenarla comercialmente básicamente tiene dos posibilidades. O bien rueda su película en los 35mm del celuloide o experimenta con alguno de los sistemas de grabación digital: el de nominado cine de Alta Resolución, o en vídeo, el Betacam Digital o el Mini DV. Si bien estos tres sistemas tienen en común el hecho de grabar las imágenes en forma digital, poseen grandes diferencias en cuanto a costes, calidad de imagen y posibilidades estéticas.

Lo que sí tienen claro, tanto productores como distribuidores, es que para establecerse y triunfar, el cine digital debe ofrecer una imagen superior a la que ofrece el cine actual, una distribución eficiente y confiable y un sistema compatible con los estándares mundiales. Así, se podrá ofrecer cine digital cuando se le pueda decir a un director que éste es capaz de hacer cualquier cosa que el celuloide puede hacer y más, y cuando se le pueda decir al exhibidor que el digital le da un 100% de repetibilidad, libertad de ralladuras y otro tipos de beneficios.

A diferencia de lo que ocurrió con la televisión -que cuenta con dos diferentes relaciones de frames y números de líneas por imagen, y tres sistemas de transmisión color analógicos estándares y tres de transmisión hertziana digital-, el cine históricamente se ha caracterizado por estar grabado en forma fotoquímica en un soporte celuloide de 35mm y se proyecta a 24 fotogramas por segundo.

La provisión del soporte celuloide, en forma cuasi monopólica, está en manos de la norteamericana Eastman Kodak Company. En opinión de Kodak, el soporte y la proyección filmica tienen un largo y saludable futuro; asimismo, publicitan que el filme es el soporte más flexible puesto que en la televisión digital existen más de 18 normas de recepción digital y sólo la película es compatible con cada una de ellas.

Si bien, según declaran los fabricantes de película, el soporte fotoquímico ha evolucionado todo lo químicamente posible, son 4.000 líneas de definición aunque el ojo

humano no es capaz de percibir más de 2.000 líneas, lo cierto es que la imagen electrónica aún no ha alcanzado la calidad que tiene la película. La apuesta es por un cine de alta definición HD de cuadros progresivos, a 24 o 25 fotogramas por segundos, que servirá para producir tanto para televisión como para cine, sustituyendo los tradicionales rollos de celuloide por discos duros con capacidad de almacenar información complementaria al film (subtitulación, doblajes, detalles del rodaje, datos sobre los protagonistas, etc.).

Lo cierto es que una nueva generación de cámaras digitales con una calidad de resolución viable para el cine comercial irrumpió en el mercado, al tiempo que la televisión e Internet se ofrecen como nuevas salidas para el consumo masivo de la producción audiovisual.

La empresa japonesa Sony parece haberse puesto a la cabeza del desarrollo de cámaras de alta definición, a 24 cuadros por segundo progresivos, al presentar en la pasada edición 2000 de la NAB (EEUU), su camcorder marca CineAlta, modelo HDW-F900⁴. En palabras del director alemán Wim Wenders, con la utilización de esta cámara que cuesta aproximadamente unos 12 millones de pesetas, sin calcular los accesorios, "lo que se pierde en comparación con el fotoquímico se gana luego por no pasar por el revelado y positivado en laboratorio". Esta, sin duda, parece ser una de las grandes ventajas que ofrece trabajar con cine digital de Alta Resolución, al tener que realizar el quinescopado, como ocurre hoy, para pasar a los 35mm a fin de estrenar en las salas comerciales, no hay problemas porque se está en el mismo formato de 1.920 líneas con el que se realizan todos los efectos especiales.

En España, la empresa Dan Vídeo el pasado verano anunció la producción del primer film comercial español en Alta Resolución, *Lucía y el sexo*, a cargo del director Julio Medem. Al momento de encarar la grabación de la película, en julio de 2000, Medem le alquiló la cámara a Sony puesto que aún no se encontraba disponible en el mercado español esta moderna tecnología. Estas cámaras graban 24 cuadros progresivos por segundo, con la posibilidad de variar a 25p, 30p, y a 50 y 60 Hz interlazados; y las

⁴ A la presentación de la cámara en la feria anual de la NAB de 2000 (Las Vegas), asistieron el presidente de la Sony Corporation, Nobuyuki Idei, y el director Wim Wenders. Asimismo, se anunció que el director

imágenes son grabadas en el formato CIF (Common Image Format) a una resolución de 1.920 píxeles horizontales por 1.080 píxeles verticales. En estos momentos el material que J. Medem rodó, un total de 110 horas, se encuentra en etapa de montaje en los estudios Telson de Madrid.

En el terreno del cortometraje, *Te llamaré a las cinco*, de Rafael R.Tranche, es el primer rodaje español en Alta Definición. El corto -que al momento del presente trabajo está en fase de montaje y sonorización- ha sido realizado, también, con el camcorder de Sony.

La cámara lanzada por Sony está todavía en fase experimental y aún los directores observan algunos problemas como, por ejemplo, "cuando se hacen panorámicas se notan pequeños saltos en la imagen, porque han sacado la cámara antes de tiempo; la Phillips, creo que ya ha solucionado ese problema. O, por ejemplo, con el sonido porque la cámara lleva un ventilador como los ordenadores, y cuando se realiza un plano a muy corta distancia se escucha"⁵.

La carrera entre los fabricantes por sacar al mercado una cámara de cine de Alta confiable y exitosa comercialmente recién está en sus comienzos. La empresa multinacional de origen holandés Phillips presentó hace pocos meses su cámara de alta definición, la primera de la serie LDK 7000, que entra en competencia con la línea desarrollada por Sony.

Como señalábamos en un párrafo precedente, cuando se trabaja en cine de Alta Resolución hay un paso posterior que es el transfer al celuloide de 35mm para su exhibición en salas. Asimismo, es necesario hacer una conversión al sistema Betacam Digital, es decir, adaptar el producto al estándar, si de lo que se trata es de explotar esa película en las televisiones. En estos momentos, ninguna de las operadoras de televisión posee los magnetoscopios necesarios. Únicamente, por el momento, la empresa Telson es la que posee un magnetoscopio que trabaja con el sistema de cine de Alta Resolución.

Un dato a tener en cuenta es que es la industria publicitaria está utilizando crecientemente el cine de Alta y se espera que desde este sector provenga el mayor impulso

norteamericano George Lucas utilizaría la cámara durante el rodaje de su segundo capítulo de *La Guerra de las Galaxias*.

⁵ Entrevista con Luciano Berriatúa; Madrid, 24.03.01.

para la masificación de las cámaras. Otra consideración: En España, la inversión de los operadores de televisión en productos cinematográficos ha crecido año tras año y "el reparto de los derechos de antena ha cambiado notablemente en los últimos años porque existen más operadores y porque casi todos han colaborado con el cine este último año. TVE y Canal + poseían los derechos del 77% de las películas en 1995, y en el 2000 se ha reducido al 40%" (Álvarez Monzoncillo; 2001). Durante el pasado año 2000, la empresa que más dinero invirtió, unos 3.600 millones de pesetas, ha sido Sogecable (Canal +), seguida por Antena 3 y TVE (unos 3.000 millones cada una), y por FORTA (1.500 millones).

La producción en vídeo digital

La otra gran opción que viene de la mano de la digitalización de las cámaras es la del vídeo digital. nos encontramos con dos sistemas: el Mini DV y el Betacam Digital. Ambos sistemas presentan costes muy inferiores comparados con del cine de Alta Resolución.

Aquellos creadores que están trabajando con el sistema Mini DV usan pequeñas cámaras como la Canon XL1, utilizada por el director danés Lars von Tiers para filmar *Los Idiotas* o por el español Pablo Llorca en *La espalda de Dios*, puesto que se trata de una cámara semi-doméstica que permite una serie de juegos profesionales (cambiar la óptica, sonido profesional, etc.). Trabajar con este sistema abarata en gran medida los costes y presupone la posibilidad de ampliar el acceso, desde el punto de vista económico, a la producción audiovisual a muchos creadores.

El director y guionista español Luciano Berriatúa, considera que las nuevas tecnologías digitales del audiovisual están cambiando radicalmente el status quo de la industria cinematográfica y proporcionan la posibilidad de acceso a la producción a nuevos directores que normalmente por razones de índole económica están marginados. "En estos últimos años -opina- lo que se ha metido es un gol a la industria, en el sentido en que de pronto tienes la opción de hacer un cine absolutamente independiente, a espaldas de los circuitos establecidos por la industria. Y la industria se protege de esto. Es evidente que no hace gracia que de repente salga la gente y por cantidades ridículas, como pueden ser siete

u ocho millones, realicen películas que cuestan ciento y pico de millones. En mi caso, que encima no pago a nadie, me cuesta 750 mil pesetas una película que en la industria me costaría 300 millones (...) En España hay mucha reacción contra este tipo de producción, pero, por ejemplo, en África o en Latinoamérica cada vez está más claro. Arturo Ripstein se compró una (cámara) Betacam Digital y las últimas películas las ha hecho con es cámara. Para él está clarísimo que de esa forma pasa de laboratorio, pasa de problemas de rodaje; rueda con un equipo super reducido y las produce él".

Las cintas para grabar en Mini DV cuestan unas dos mil pesetas la hora y una cámara ronda las 600 mil pesetas. Además este sistema permite montar una película en un ordenador doméstico como es el I Mac con programas de Macintosh, cuyo coste oscila las 300 mil pesetas. Es decir, señala entusiasta Berriatúa, que "con un millón de pesetas en equipo ya puedes filmar, montar y hacer la post-producción tú mismo".

En comparación con el Mini DV, utilizar el sistema Betacam Digital implica trabajar con más información que se traduce en una mayor calidad de imagen y con unos costes que se multiplican. Las cintas de una hora de duración cuestan unas 10 mil pesetas, el precio de una cámara ronda los cinco-siete millones, y para montar la película, o bien es necesario contar con programas informáticos "muchísimo más caros", o se debe recurrir a un estudio profesional. Si se trata de alquilar una cámara, una cámara Mini DV cuesta unas 10 mil pesetas por día mientras que una Betacam Digital se alquila por 40 mil.

Desde el punto de vista de la calidad de imagen, explica Berriatúa, "la diferencia estaría en que el sistema de compresión en el Mini DV es una compresión de 5 a 1, mientras que el Betacam Digital es como de 3 a 1. Esto significa que en el sistema Mini DV se pierde más información, hay menos líneas, menos definición (...) Sin embargo, el Mini DV es similar o mejor que el Betacam SP analógico".

El primer antecedente en España de utilización del sistema Betacam Digital se remonta a 1999, cuando el director Nicolás Muñoz decide grabar su opera prima, *Rewind*. Éste fue el primer rodaje captado íntegramente con equipos especiales para cine que Sony denomina de Cinematografía Digital y una vez montado se realizó el quinescopado a 35mm para su explotación en salas comerciales.

Hoy, muchos directores observan que el rodado en vídeo digital ofrece una excelente oportunidad no sólo para abaratar costes, sino también para ensayar nuevas posibilidades estéticas. Si en un primer momento, la tecnología de vídeo digital se utilizó exclusivamente para realizar efectos en los filmes, hoy es moneda corriente filmar en este sistema. Observemos algunos ejemplos y la reflexión de sus directores:

I) Durante el pasado ciclo *El Cine Iberoamericano del próximo milenio*⁶, el director de cine argentino Eliseo Subiela presentó su última realización *Las aventuras de Dios*. Podríamos convenir en que esta película de Subiela es un producto atípico en un doble sentido. Por un lado, su intención poética la aleja de los cánones dominantes en el mercado cinematográfico de nuestros días; por otro, se trata de la primera película argentina filmada en vídeo digital y luego trasladada a soporte película. Este procedimiento permitió que este filme fuera rodado en cinco semanas y tuviera un costo aproximado de 500 mil dólares. En relación al uso del vídeo digital, Subiela declaró -en la rueda de prensa que brindó al finalizar la proyección- que es un recurso "muy valioso para cinematografías pobres como la latinoamericana en general. En tanto reduce los costos de una manera notable, es una salida. De hecho, yo no hubiera podido filmar esta película de otra manera. Por otro lado, creo que es un nuevo camino que todavía no está claro pero que puede llegar a tener influencias en el lenguaje del cine también (...) Ya se están haciendo películas, y aún en la Argentina, se están haciendo transcripciones a fílmico hechas con cámaras muy pequeñas. Creo que va a haber que escribir para esas cámaras que van a tener consecuencias también en el lenguaje. Creo que hay una revolución en marcha que seguramente va a influir el tema de la exhibición también cambios muy importantes"⁷.

II) Durante el pasado 38º *Festival de Cine Independiente* realizado en Gijón, Asturias, el director y guionista Pablo Llorca presentó su última realización⁸. "La opción estética que adoptó Llorca le permitió -según reveló en rueda de prensa- no sólo reducir los costes sin superar los cien millones de pesetas, sino también 'endurecer las imágenes,

⁶ Este ciclo tuvo lugar en el Cine Palafox de Madrid, entre los días 19 y 23 de junio de 2000.

⁷ Declaraciones formuladas por el director Eliseo Subiela en la rueda de prensa. Cine Palafox, Madrid, 21.06.00.

porque el vídeo digital funciona muy bien en condiciones de baja iluminación (...) También permite rodar en la calle sin permisos administrativos, porque puedes hacer una película con sólo tres miembros del equipo técnico... y muchos extras involuntarios". Asimismo, el director reconoce algunas limitaciones propias de la grabación de imágenes en vídeo digital: "potencian enormemente los planos cortos (...) aunque en planos exteriores y con la luz solar, se pierde mucha definición"⁹.

En total, el pasado Festival de Gijón contó con la presencia de cuatro filmes que tuvieron al vídeo digital como soporte. Se trata de *La princesa y el guerrero*, del alemán Tom Tykwer; *Noites*, de la portuguesa Claudia Tomaz; *One life stand* del escocés May Miles Thomas (en soporte DVD); y el comentado filme de Llorca.

En su site español, la empresa Kodak recoge el debate actualísimo acerca de si es más conveniente filmar en celuloide que grabar digitalmente las imágenes. En resumen Kodak responde a la pregunta ¿Película o vídeo?¹⁰ argumentando a favor de la utilización del soporte celuloide por sobre la captación electrónica de imágenes con las siguientes argumentaciones:

- ◆ adaptabilidad: rodar en celuloide, a diferencia de rodar con vídeo digital, asegura una total adaptabilidad a las futuras normas de transmisión puesto que las dimensiones ofrecidas por la película permiten toda suerte de encuadres (los formatos utilizados tradicionalmente 4/3 o 16/9, o un formato todavía desconocido)
- ◆ calidad: las encuestas realizadas por las emisoras de televisión confirman una amplia preferencia por la imagen "cinematográfica"; esto se debe al efecto estroboscópico de la imagen, fruto del rodaje de la película a 24 imágenes por segundo (frente al vídeo de 50 imágenes/seg.), y a que la película posee una excepcional densidad de imagen capaz de registrar los efectos de perspectiva en cada fotograma (por el contrario, las cámaras digitales de vídeo tratan al primer plano y al fondo de la misma manera)

⁸ Se trata de su cuarto filme *La espalda de Dios* (www.lacicatriz.net), rodado en nueve semanas en Madrid. Sus películas anteriores son *Venecias*, *Jardines Colgantes* y *Todas hieren*. Actualmente, Llorca se encuentra trabajando en su próxima película que, probablemente, se titulará *La cicatriz*.

⁹ Declaraciones publicadas por los diarios españoles *El País* y *El Mundo*, 29.11.00.

¹⁰ Ver el site www.kodak.es: KODAK ESPAÑA ¿Película o Vídeo?.

- ◆ conservación a largo plazo: la película, almacenada sin precauciones especiales, tiene una vida de al menos cien años; por el contrario, el vídeo se deteriora pronto. "Sólo la cantidad y variedad de un catálogo multiplicará las oportunidades de venta (...) Poder depender de una catálogo permanente quiere decir invertir en un sistema que resistirá el paso del tiempo: la película", advierte Kodak.
- ◆ exportación: la película es el mejor medio para el mercado de exportación puesto que únicamente la transferencia película-vídeo, partiendo del negativo, garantiza una reproducción perfecta. Descodificar la norma de televisión color PAL (625 líneas, 50Mz) a la norma que se utiliza en Estados Unidos y Japón, NTSC (526 líneas, 60Hz) produce degradación de la imagen. "Será cada vez más difícil generar buenos beneficios de una producción sin acceder a un segundo mercado. Por lo tanto, el equilibrio entre un presupuesto y los beneficios potenciales dependen enteramente de la elección del medio"
- ◆ fiabilidad: la película ofrece una 'garantía de imagen' debido a la resistencia del equipo de cámara, la amplitud térmica y el contraste higrométrico tolerados por la cámara y la película; por el contrario, la humedad, el frío o las altas temperaturas son restricciones a las que el vídeo hace frente con dificultad.
- ◆ opciones de transmisión: la película responde a las necesidades cualitativas de las distintas pantallas (gran pantalla y las pequeñas pantallas). Asimismo, rodar con película ofrece la posibilidad de recurrir en cualquier momento a la exhibición en salas de cine. "Además, para un productor, la calidad de imagen en película es un argumento decisivo para captar la atención de las emisoras de televisión, aumentando el valor de sus producciones y vendiéndolas en las mejores condiciones"
- ◆ presupuesto: el productor debe considerar muy seriamente las posibilidades que le brinda el celuloide puesto que la diferencia presupuestaria en relación con el vídeo es mínima. "Estudios recientes llevados a cabo por Kodak revelan que el presupuesto para película, transferencia de película-vídeo y los costes de laboratorio, representan solamente el 2,5% de un presupuesto medio para producir un programa de ficción de 90 minutos. Más recientemente, otro estudio realizado en Francia por la Fédération des

Industries du Cinema et l'Audiovisuel confirma esta evaluación (FICTA, nov. 1997). Si se comparan los presupuestos para rodar con película o con vídeo digital, parece ser que, en el marco de la producción de ficción de 90 minutos, con un presupuesto medio de 7,5 millones de francos franceses (fuentes CSA - CNC), ¡la diferencia es de 150.000 francos!. Por lo tanto, el coste adicional contraído al usar la película de cine es solamente del 2% del presupuesto total".

En la actualidad en España no existe un circuito comercial de salas de exhibición equipadas con proyectores digitales para vídeo, por lo tanto, es necesario realizar una conversión de las películas, el quinescopado, grabadas en vídeo digital al celuloide. Este hecho irrita a muchos realizadores independientes pues implica cuantiosos gastos extras en la conversión de formatos y copias. Es en este punto que los realizadores y productores españoles encuentran una gran dificultad puesto que para que una película hoy tenga una vida económicamente interesante (amortización y posibles ganancias) es necesario que sea estrenada en sala.

El director y productor, Luciano Berriatúa, razona que "lo lógico es que se proyecte (cada producto) en su formato", y plantea el problema en estos términos: "La gente está rodando en sistemas como éste (nota: se refiere al sistema Mini DV), o en Betacam Digital, como el caso de (Juan) Pinzás, para posteriormente inflar a 35mm; porque, en estos momentos, la condición sine qua non para que, por ejemplo, Canal + te la compre es que haya pasado por una sala de cine". El problema que se presenta al tener que quinescopar el material a 35mm es la pérdida de calidad: "por más bien que lo hagas siempre se van a notar los pixeles, o sea, hay líneas partidas, siempre el color se te deshace. La calidad de imagen no es muy buena porque estás trabajando con 500 líneas cuando el estándar son 1.920 líneas. Entonces, o ruedas con 24p con los sistemas de Alta Resolución, entonces sí tienes una calidad estándar para pasar a 35mm o realmente lo que estás haciendo es un hinchado, como cuando ruedas en 16mm y pasas a 35mm, con una pérdida de calidad".

"Sin embargo, la imagen con la que está rodado -continúa Berriatúa- es calidad estándar para televisión, con lo cual no tienes pérdidas y para televisión está muy bien (...) Lo que me parece un disparate es que si me planteo un rodaje exageradamente barato, con

lo que me cuesta pasarla a 35mm puedo rodar tres películas y luego, encima, si paso a 35mm tengo que pagar las copias".

Por su lado, el director y productor gallego Juan Pinzás, luego de rodar sus primeras tres películas en 35mm y de declarados cabildeos, se decidió a trabajar con el Betacam Digital en *Era outra vez*, promocionada como "a primera película Dogma del cine español". Hoy Pinzás, se ha convertido en un ferviente defensor del digital porque ofrece, según su opinión, "grandes ventajas y más posibilidades" en comparación con el 35mm.; desde la posibilidad de ver inmediatamente lo que acaba de registrar la cámara, o de repetir una toma cuantas veces sea necesario, hasta ventajas de índole económica. "En esta película que he rodado -explica- tendría que haber gastado 70 u 80 mil metros de negativo. Hubiera costado mucho dinero, no sólo es lo que cuesta el negativo. Rodar una película en la que vas a invertir 50, 60 o 70 mil metros, es de material virgen más su proceso de revelado, positivado, etcétera. Eso es mucho más costoso que hacer luego el transfer de una película ya montada, en digital, de 3.000 metros".

La mayoría de los laboratorios radicados en suelo español no ofrecen el servicio de conversión del digital al celuloide y aquellos que sí lo ofrecen lo hacen a precios muy altos. El paso a los 35mm de una película de una hora y media de duración que consume unos 2.500 metros de celuloide, cuesta aproximadamente unos 10 millones de pesetas. Sin embargo, laboratorios italianos y suizos cobran por este mismo servicio unos 3.5 millones de pesetas¹¹. De más está señalar que muchos productores españoles están realizando la conversión al celuloide en los laboratorios de países cercanos. Por el contrario, el transfer de una película en 35mm a Betacam Digital lo realiza cualquier laboratorio de cine o estudio de post-producción, cobrando unas 100 mil pesetas por una película de una duración aproximada de hora y media.

Asimismo, al momento de comprar los derechos de emisión para televisión la operadora televisiva antes pedía una copia, generalmente en depósito, en formato Betacam SP. Hoy, canales como Canal +, TVE o TVG, están solicitando la copia de la película a emitir en formato Betacam Digital. Normalmente, en los contratos firmados entre la

¹¹ Cifras aproximadas suministradas por Juan Pinzás en la entrevista mantenida; Madrid, 02.03.01.

televisora y la productora figura que en un determinado período de tiempo, esta última se compromete a entregar una copia en Betacam Digital y, normalmente, los gastos de la conversión de las películas, si han sido rodadas en 35mm, a Betacam Digital corre por cuenta de la productora.

Mientras que la “industria analógica” se presenta como una estructura de “parcelas muy diversificadas” divididas en estudios de sonido, laboratorios para el montaje y las copias, estudios para realizar los efectos especiales y los que realizan los diferentes quinescopados; con la digitalización total de la producción cinematográfica se tiende a una convergencia de parcelas. Es posible pensar que, en poco tiempo más, un mismo estudio o laboratorio que preste todos estos servicios. Asimismo, los estudios de televisión y de publicidad y vídeo clips también entran a competir con laboratorios y estudios tradicionales al estar capacitados para trabajar con el material digital de las nuevas producciones cinematográficas.

La distribución

El circuito de distribución tradicional parte de los negativos comerciales que se realizan a partir del master de la película, cada copia en celuloide cuesta en promedio unas 250 mil pesetas¹². Una vez realizadas las copias hay que transportarlas hasta las distribuidoras y de allí a las salas de exhibición. Una vez exhibidos en sala, los negativos comerciales deben retornar a las casas distribuidoras y, luego, a las productoras. Se estima que tras unos 200 pases una película pierde su calidad de imagen al degradarse el soporte celuloide. Por el contrario, en el cine digital, al tratarse de un sistema de dígitos binarios, no hay pérdida de calidad al no existir degradación del producto ni en el proceso de copiado ni en su reproducción pública.

En los últimos quince años, la estrecha relación entablada entre el cine y la televisión ha venido a transformar a la industria cinematográfica ya desde la misma concepción de la producción. De forma tal que hoy un producto audiovisual, originalmente

¹² La primera copia sobre la que se talona, se corrigen colores, etc. tiene un costo aproximado de 500 mil pesetas. La segunda copia ronda las 400 mil pesetas, ya el precio a partir de la tercera copia baja hasta situarse en las 250 mil pesetas.

cinematográfico, ve alargado su ciclo vital a partir de una nueva cadena de distribución y sus distintos pases (nuevos mercados): primero en las salas, luego en las cadenas temáticas de las plataformas digitales de televisión de pago, más tarde en los videoclubes (venta y alquiler) y, finalmente, en las cadenas de televisión generalistas. Como consecuencia de los diversos mercados de explotación, observamos que un 45% de los ingresos del cine español durante el pasado año 2000, provinieron de la televisión. Sólo un 18% provino de la venta de entradas y un 16% de las subvenciones otorgadas por el Estado. El 21% restante se repartió entre las inversiones de los productores (9%), la recaudación por exportaciones (7%) y las ventas y alquiler de vídeos (5%). Si comparamos estas cifras, observamos que los ingresos provenientes de la explotación fuera de las salas es una tendencia que se verifica en otros países cercanos. Por ejemplo, en Francia, durante 1996, los ingresos provenientes de las salas alcanzaron sólo el 15% frente al 50% proveniente de las ventas y preventas a las cadenas televisivas¹³.

Una problemática más general y profunda, que tiene que ver con la última revolución tecnológica, es cómo se empaquetarán en un futuro próximo los contenidos audiovisuales, incluida la producción cultural, las distintas estrategias que la inteligencia de los distintos grupos de *infotainment* elaboran de cara a la explotación de las nuevas plataformas digitales, desde los displays de la tercera generación de teléfonos móviles hasta la denominada red de redes, alcanza al conjunto de las grandes empresas que dominan las industrias culturales (editorial, prensa, radio, televisión, música y cine). Esto está llevando a que "los jefes de los grandes estudios y las grandes editoriales suelen ser hombres de negocios que se incorporan al sector del cine o el de libros desde otras actividades lucrativas. El mejor cine lo hacen los independientes, el mejor teatro está fuera de Broadway y las grandes editoriales no se dedican a publicar literatura, sino libros para vender en los aeropuertos"¹⁴.

¹³ Datos publicados, en 1999, bajo la firma conjunta del SJTI (servicios del Primer Ministro), la CNC y el Institut Nationale de l'Audiotvisuel (INA); citados por Bernard Miège (2000) *Les Industries du contenu face à l'ordre informationnel*. Presses Universitaires de Grenoble.

¹⁴ 'Hollywood tiembla antes de la revolución', por Bárbara Probst Solomon; en el diario español *El País*, Madrid, 2.01.01.

En el nuevo esquema que plantea la distribución digital, el producto audiovisual digital puede ser transmitido por satélite o por cable, o una combinación de ambos, a las salas de exhibición donde la película es decodificada y proyectada. Merced a la distribución por estos medios, hay quienes especulan con el estreno mundial de una misma película, es decir que un mismo producto pueda llegar a ser visionado por primera vez en más de 50.000 salas de todo el mundo. Además, con los productos cinematográficos digitales se abre la posibilidad de que estos sean distribuidos a través de las nuevas redes digitales - televisión e Internet-, lo que lleva a numerosos estudiosos a plantearse los usos sociales aparejados, es decir, si en verdad se entabla una relación de competencia o de complementariedad entre el consumo individual y el visionado de filmes en salas como práctica social de orden colectivo. Algunos llegan más lejos y plantean la posibilidad que el "último espectáculo colectivo", como lo denomina Patrice Flichy, llegue a desaparecer.

El mercado norteamericano se encuentra a la vanguardia de la recepción y proyección digital de películas, hoy un exhibidor que desee recibir una señal digital, porque ya ha sustituido sus equipos de proyección por otros digitales, lo puede hacer. Según el empresario Primitivo Rodríguez, esto hoy ya es una realidad. "Cualquier exhibidor que se equipe con proyección digital recibe la película que vaya a contratar en soporte digital; viene por onda, se capta por parabólica y baja al disco duro de su cabina y se proyecta en el momento y en la sala que se haya programado".

Ahora bien, un cambio en los mecanismos de distribución obligatoriamente involucrará cambios en el funcionamiento de los circuitos comerciales de exhibición. En la pasada reunión del Cinema Technology Committee de la British Kinematograph, Sound Television Society (BKSTS), en Londres, el representante de Odeon Cinemas, Paul Schofield, señalaba, que "la distribución por satélite ofrece la ventaja de enviar en forma simultánea *data* alrededor de todo el mundo y las salas exhibidoras deberán realizar la inversión de un receptor, un ordenador para almacenamiento y un sistema central, que sea confiable, fácil de usar y que tenga una expectativa de vida decente".

Sin embargo, la barrera que parece estar frenando la distribución digital de películas es el temor fundado a la piratería (el copiado, la distribución y el consumo de productos), en síntesis, la explotación de las obras audiovisuales por fuera del control de quienes

detentan los derechos de reproducción y ejecución de las mismas. Lo ocurrido en la industria fonográfica, con el caso Napster como testigo y prueba, ha alertado a los muchos empresarios cinematográficos y les ha puesto trabajar para garantizar la inviolabilidad de las obras. Por ejemplo, en la última *Feria Internacional Showest*, en Las Vegas, que reúne a las principales empresas de la industria cinematográfica, se estuvo analizando acerca de la manera económicamente más conveniente y, a la vez, más segura de distribuir los filmes. En este aspecto, como en otros muchos, se hace sentir la presión de las grandes y poderosas productoras y distribuidoras norteamericanas.

En palabras de P. Rodríguez el espectro de los piratas se ha ampliado. "Esto es imparable, las tecnologías avanzan y las capacidades de los piratas también han avanzado"; como ejemplo pone una experiencia que tuvo lugar en Estados Unidos: "se hizo llegar a unos estudiantes de bachillerato, especialmente fuerte en la preparación de sus alumnos en informática, una película encriptada para ver que eran capaces de hacer: tardaron dos horas en acceder a ella".

Las reacciones llegan por varios frentes. Los grandes estudios de Hollywood, nucleados en la Asociación de Cine de Estados Unidos, acusaron el verano pasado ante los tribunales al editor de la revista electrónica e impresa *2600*, Eric Corley, por lanzar un programa (el DeCSS) que descifra los códigos de los DVD's y permite copiarlos y distribuirlos por la red de redes. El programa DeCSS fue lanzado en octubre de 1999 por un grupo de programadores europeos para permitir que los usuarios del sistema operativo, abierto y gratuito, Linux, puedan ver los DVD's en sus ordenadores. La Asociación de Cine entiende que el periodista Corley actuó violando la legislación estadounidense de derechos de autor. Por su parte, en declaraciones a la agencia de noticias Associated Press, Corley aseguró que "éste es un caso sobre el derecho de los internautas a poder utilizar la tecnología como les guste, sin tener que arriesgarse a ser denunciados"¹⁵.

Con este horizonte en mente, la Federación Internacional de Asociaciones de Productores de Filmes (FIAPF) maduró el proyecto ISAN (International Audiovisual Number). A través de ISAN, un sistema de identificación de obras audiovisuales, los

¹⁵ Ver el diario español *El País*: Hollywood demanda al periodista que desveló la clave de los DVD. Madrid, 18.07.00.

productores tienen la opción de numerar cada obra gratuitamente con 16 dígitos y de controlarla a través de Internet; de forma tal que se pueda seguir la explotación física de una película en cualquier lugar del mundo y, eventualmente, detectar el punto de fuga hacia un acto de piratería¹⁶. Por ende, el sistema ISAN presta un servicio a la hora de cobrar los derechos que se van devengando por la venta o exhibición pública de cada película.

Los grandes estudios de Hollywood ven tambalear su hegemonía dentro del actual equilibrio de fuerzas de la industria ante la proliferación de cámaras de cine digital y de nuevos soportes digitales de distribución-consumo. Tal es la experiencia de Cinernet, las películas ideadas para la red Internet como principal soporte de difusión y consumo. Una reacción de la industria ha sido confirmar el primer artículo del reglamento de los premios anuales otorgados por la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas, popularmente conocidos como Oscar. El mismo establece que: "se concederá anualmente para reconocer los logros extraordinarios en largometrajes estrenados en salas cinematográficas". Esta especificación deja fuera de la competencia a todo filme estrenado en Internet o en televisión.

Lo cierto es que se están produciendo mensualmente una gran cantidad de películas tienen una boca de salida alimentando nuevos sitios en Internet. Ifilm, en el cual tiene una participación accionaria de la empresa Kodak, es uno de esos sitios. Fundado en 1999. Ifilm se unió a la cadena de salas de exhibición cinematográfica norteamericana AMC Entertainment para proyectar películas en una sala de Los Angeles a fin de cumplimentar y birlar las exigencias, 'ridículas' quizás para los tiempos que se avecinan, de Hollywood. Kevin Wendle, uno de los fundadores de Ifilm declaró el pasado verano: "Lo que queremos es ayudar a los cineastas a que puedan aspirar al Oscar". Precisamente, uno de las temas que hoy ocupa el orden del día de los encuentros de las *majors* es la piratería y los derechos en Internet. Según señalan las crónicas, en la última celebración de *Showest* "lo que quedó muy claro es que los grandes rivales del sector de la exhibición son Internet y, por supuesto, la televisión. Las diferentes asociaciones de exhibidores abogan por una política de

¹⁶ "AGICOA (entidad que gestiona los derechos audiovisuales de los productores) y la CISAC junto a la Federación Internacional de Productores serán los encargados de crear la Agencia Internacional que regule y controle todo el proceso del proyecto ISAN" (CINEinforme - junio '00).

implantación de complejos de exhibición más racional, teniendo en cuenta que la competencia real de los exhibidores es la televisión y ahora Internet¹⁷.

Una de las preocupaciones que recorre las conversaciones mantenidas en las asociaciones ligadas a la industria es qué va a pasar con el llamado cine independiente frente a la posibilidad de quedar marginado de la programación a distancia de las salas de exhibición. En opinión del director Juan Pinzás en un futuro no lejano "los productores y los distribuidores independientes tendrán problemas para que las películas pequeñas tengan salida. Para las *majors* la comercialización del cine digital es maravillosa; con un solo DVD podrán programar una película en 200 salas en España, sin copias, sin transporte. La infraestructura se reducirá muchísimo y, económicamente, los costes descienden extraordinariamente. El tema es homologar ese sistema de emisión de películas. Pero una vez que eso esté resuelto, la inversión que tengan que hacer la van a amortizar en muy poco tiempo. Hoy una película norteamericana, por término medio, sale con unas 200 copias, imaginemos que en vez de hacer 200 copias y distribuir las por todo el país, de repente es posible emitir esa película vía digital y programar esas 200 salas. La economía es tremenda. El problema viene para los pequeños. El cine independiente de cara a la distribución, si no entra en los grandes circuitos de las *majors*, que normalmente no están interesadas en ese tipo de cine, quizás va a tener dificultades pues no interese emitirlo vía digital porque a lo mejor ese cine no se puede programar en 200 salas simultáneamente".

En España, el sector de la distribución, un sector clave en la cadena de valor de esta industria, hasta el momento no ha experimentado con sistemas de distribución digital. Especulamos que esto se debe a la falta de mecanismos confiables que garanticen la seguridad de las películas. Tampoco existe un estándar definido de compresión y emisión de señales. Por el momento, hay una única compañía que está distribuyendo las pocas películas digitales en mercado: Buena Vista.

La exhibición

¹⁷ Declaraciones de Javier Casals, asistente a Showest 2001, recogidas en "La irreversible transición hacia el cine electrónico", David Sequera; en revista *CINEinforme* Marzo '01, Madrid.

Por último pasemos revista a lo que está ocurriendo en el último eslabón de la tradicional cadena cinematográfica, el de las proyecciones en salas de exhibición.

Si bien la proyección en las salas comerciales es, hasta el momento, hegemónica, no podemos olvidar que la digitalización de la producción y de la distribución abren las puertas a:

- ◆ la explotación de la producción audiovisual en las nuevas señales de televisión digital y a las nuevas modalidades de pago por visionado/consumo (desde las señales premium al *pay per view*)
- ◆ el visionado/consumo de la producción audiovisual a través de la nueva red de redes digitales (ej. Internet) en lo que se ha dado en llamar productos *on line*. En este sentido, debemos señalar el creciente número de *sites* que permiten el visionado, hasta el momento, en su mayoría en forma gratuita, de producciones de una duración muy variable (de las decenas de segundos a más de 30 minutos)

La reproducción cinematográfica supone la utilización de medios técnicos de proyección a partir de una copia. Precisamente, la reproducción de las copias va a tener lugar, desde los tiempos de Charles Pathe y los Nickelodeons, en las salas cinematográficas; convirtiéndose la explotación de los filmes en salas oscuras y con grandes pantallas en la forma de explotación dominante, y prácticamente única, durante casi tres cuartos de siglo.

La digitalización del cine viene a modificar el parque de las salas comerciales de exhibición. Si hace una década los exhibidores debieron reacondicionar sus salas para ofrecer una calidad de sonido sensiblemente superior, hoy deben hacer frente a la posibilidad de emitir películas digitales. Este proceso acaba de comenzar a desarrollarse y se encuentra en una etapa de ensayo en la cual hacen su aparición los primeros prototipos de proyección digital.

Una de las preguntas que queda en el aire ante este nuevo panorama es si la sala continuará siendo la primera venta de exhibición de una parte importante de la industria audiovisual. La respuesta para la mayoría de los involucrados es sí. Principalmente porque la exhibición en salas, responden productores y directores, es en un formidable mecanismo

de promoción para cualquier película que abre las puertas para llegar a las pantallas de televisión con posibilidades de éxito comercial.

El representante de los exhibidores españoles, Primitivo Rodríguez, apunta que todas las ramas de la industria, y las compañías de servicio de cada una de esas ramas, están interesadas en mantener a la sala como primera ventana de explotación, pero, por motivos diferentes. "A los exhibidores -señala- nos interesa porque es nuestro negocio (...) sino, dejamos de tener entidad. Al productor, le interesa porque míticamente la sala es el destino final de las películas; aunque, hoy por hoy, no se pueden financiar las producciones sin contar con las inversiones en derechos de retransmisión y de comunicación pública que vayan a adquirir, en fase de desarrollo, los canales de televisión". Siguiendo esta lógica, hoy asistimos al estreno cinematográfico de películas, que duran en cartel un suspiro, con la única finalidad de contar con este atractivo antecedente en su curriculum vitae frente a los ojos de los programadores televisivos.

Estudios demoscópicos coinciden en señalar que la asistencia a las salas cinematográficas "se corresponde con ciertos intervalos de edad" y de clase social. "El cine desempeña un destacado papel en la socialización de este público joven y con estudios superiores, hijo de la clase media". Asimismo, continúa el citado informe, "las actividades adicionales al hecho de 'ir al cine', con facturaciones superiores a la recaudación de taquilla, demuestran este hecho".

Por su parte, la Unión Internacional de Cines (UNIC), ha constituido una Comisión de Trabajo Permanente integrada por representantes de la Asociación de Exhibidores Franceses, la Asociación Británica de Exhibidores y la Sociedad de Empresarios de Cine de España, entre otros, para defender la necesidad de contar con las salas de exhibición como primera ventana en la explotación de la producción de películas. Según Primitivo Rodríguez¹⁸: "Interesa mucho que la primera ventana de explotación de una película sea la exhibición cinematográfica y no sólo para beneficio de los exhibidores sino también por el interés de la producción y la distribución, porque si las películas no se prestigian en las salas, la carrera comercial en las demás ventanas (vídeo, TV de pago... etc.) es dudosa".

¹⁸ Primitivo Rodríguez es el presidente de la Sociedad de Empresarios de Cine de España (SECIES) y es miembro de la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE).

En los pasados cursos de verano organizados, en Santander, por la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP), el director y presidente de la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) de España, Manuel Gutiérrez Aragón, se expresaba acerca de la buena acogida que tienen las películas dirigidas a los públicos jóvenes en cualquier parte como factor para comprender el crecimiento del número de espectadores y de salas de exhibición en los últimos años: "No creo que haya ninguna revolución cinematográfica en ninguna parte del mundo ni que los géneros estén cambiando. El cine de los veteranos directores se mantiene o incluso ha aumentado de espectadores, pero la gran novedad de la pasada década, que nadie se esperaba, es que el cine se convirtiera en un fenómeno de consumo juvenil, igual que las bebidas gasificadas o la ropa deportiva"¹⁹.

Con filas cerradas en defensa de las salas comerciales como primera ventana, el próximo paso consiste en dotarlas de nueva tecnología. En la actualidad, se calcula que existen en todo el mundo un total de 32 salas de exhibición digital distribuidas entre América del Norte, Europa y Asia que reciben los filmes en soporte DVD²⁰. Previsiones de ejecutivos de la industria estiman que para octubre del presente año 2001 haya unas 12 películas digitales visionadas por un millón de espectadores²¹.

Una de las empresas que se encuentra trabajando, desde hace un lustro, en tecnologías de proyección digital es la norteamericana Texas Instruments (TI). La punta de lanza de la proyección digital, TI, ha desarrollado la tecnología DPL-Cinema (Digital Light Processing/Procesamiento Digital de la Luz) que, hasta el momento, es la única aprobada por las *majors* norteamericanas para la proyección digital. Esta tecnología brinda una imagen de alta resolución basada en un nuevo chip semiconductor que contiene en su interior 1,3 millones de micro espejos (Dispositivo Digital de Microespejos, DMD) que descomponen la fuente de luz en los colores rojo, verde y azul. La información digital que utiliza este sistema puede estar tanto en un disco duro (magnético) como en un DVD

¹⁹ Declaraciones publicadas por el diario español *El País*, 18.07.00.

²⁰ El Disco Versátil Digital (DVD), o Digital Video Disc en inglés, es un disco óptico capaz de almacenar entre 7 y 26 veces más datos que un disco compacto (CD). El DVD posee una calidad de imagen comparable a la que se disfruta en una sala de exhibición cinematográfica, su sonido es similar al de un CD y permite seleccionar hasta 8 idiomas distintos y de elegir hasta 32 subtítulos.

²¹ Datos proporcionados por Carol Hann, directora de Ventas Internacionales de Qualcomm en *Expocine 2001*; Madrid, 28.03.01.

(óptico). TI tiene distribuidos cerca de treinta proyectores de cine digital alrededor del mundo y ha licenciado a tres empresas para construir proyectores con tecnología DPL: Barco, Christie y Digital Projection.

El pasado 23 de mayo, en Londres, David Monk, vicepresidente de TI Europa, anunciaba ante el Cinema Technology Committee de la BKSTS, que su compañía se encontraba instalando en distintas ciudades un limitado número de proyectores, no con fines comerciales sino como prototipos que testimonian el desarrollo tecnológico que su empresa viene alcanzando. A mediados del año 2000 se encontraban nueve proyectores en uso en Europa; de estos tres en Inglaterra (dos en Londres y el restante en Manchester), dos en España, dos en Alemania y los dos restantes están en Francia y en Bélgica. Mientras que en Estados Unidos se encontraban 12 similares. Estos "prototipos", también reconocía Monk, todavía no han alcanzado la paleta de colores y la tonalidad presentes en el celuloide (Tony Williams : 2000). Josep Molins, director general de Barco, empresa que fabrica proyectores desde hace más de veinte años, como señalamos una de las pocas que tienen licencia de Texas Instrument para fabricar sistemas de proyección con tecnología DPL-Cinema, estima el precio de un sistema de proyección digital, actualmente, en unos 20 millones de pesetas.

Estos días están cargados de polémicas y competencias. En Estados Unidos, el referente del sector televisivo encargado de recomendar los estándares técnicos, la Society of Motion Picture and Television Engineers (SMPTE), tiene una serie de grupos profesionales trabajando para orientar cómo ha de ser el futuro cine digital. Tony Morros, director de Marketing de JVC España, en su exposición en *Expocine 2001*²², enumeró la serie de criterios mínimos consensuados por el grupo de trabajo dedicado a la proyección digital:

- ◆ debe haber una interfaz de conexión, una conexión directa entre el sistema de la sala de exhibición y el centro distribuidor de masters (DCDM-Digital Cinema Distribution Master), que "aún no está definido",

²² Exposición de Tony Morros, director de Marketing de JVC España, en *Expocine 2001*; Madrid, 28.03.01.

- ◆ el número de puntos mínimo que debe tener el dispositivo de proyección, "para poder imitar o superar lo que actualmente se obtiene con 35mm", es de 2.000 puntos horizontales por 1.000 verticales; "esta es la única pauta que por el momento se puede considerar como referente técnico a valorar",
- ◆ el proyector debe soportar 24 cuadros por segundo; actualmente "los proyectores pueden realmente trabajar hasta 60 ciclos por segundo o más para utilizar las salas para proyecciones en 3D"
- ◆ otros parámetros y recomendaciones (iluminación/brillo de la pantalla, realce, uniformidad de la imagen, geometría del color, temperaturas, etc.) que deben ser iguales o superiores a los que ofrece la película química

Según Morros, representante de una compañía ligada a la fabricación para el sector televisivo que acaba de lanzar un nuevo chip (el QXGA) para la proyección que trabaja con 3,2 millones de puntos de resolución (2.048x1.536) y que entra en competencia con la tecnología DLP, "actualmente, la tecnología que se está implantando utiliza una resolución de 1.280 x 1.024 puntos que está por debajo de la recomendación del grupo de trabajo de la SMPTE".

Son varios los participantes anotados en la carrera de la proyección digital. Por ejemplo, la empresa Panasonic que presentó sus sistemas de proyección en la última Showest 2001²³, basados en la tecnología DPL. "Aunque este proyector no está homologado todavía por la industria cinematográfica para cine electrónico, ofrece muchas posibilidades y unos resultados excelentes" publicitan sus empresarios.

Otra nueva compañía que viene pisando fuerte en el terreno de la industria cinematográfica es la JVC (Victor Company of Japan, Ltd.), fabricante tradicional del sector televisivo. Presente en el sector de la proyección desde 1996, cuando realiza una joint venture con la división de proyección de la empresa norteamericana Hughes Aircraft Co., realiza las primeras presentaciones comerciales digitales, en 1998, con *El marido ideal*, de Miramax, y *La amenaza fantasma*, de George Lucas (aunque fue rodada en celuloide convencional, el 95% de su metraje fue creado digitalmente a través de

²³ Showest 2001, tuvo lugar entre el 5 y el 8 de marzo de este año en la ciudad de Las Vegas, Estados Unidos.

ordenadores). La JVC acaba de presentar, en Las Vegas, su prototipo de chip para cine electrónico basado en la tecnología D-ILA de alta resolución siguiendo los requerimientos adoptados por la Society of Motion Picture and Television Engineers (SMPTE) y que está siendo utilizado por Kodak en sus nuevas salas de masterización (Kodak Imaging Technology Center, ITC) situadas en las ciudades de Los Ángeles y Londres. El sistema es promocionado como fiable (protección antipiratería) y con una proyección de imagen de muy alta calidad y distribución multipantalla. Asimismo, la división de Cine Electrónico de JVC firmó recientemente, en Estados Unidos, un contrato con EBC (Enterprise Broadcasting Corp.) para lanzar salas de cine de Alta Definición en distintos centros comerciales²⁴.

Por su parte, en *Showest 2001*, la empresa Qualcomm y el laboratorio Technicolor²⁵ lanzaron su plan para la conversión digital y mantenimiento de 1.000 salas de exhibición en los Estados Unidos. El plan en marcha, que incluye todo el sistema -con excepción de la proyección- de encriptado y de distribución digital, estima el costo de conversión de cada sala en unos 150 mil dólares. Qualcomm y Technicolor sólo cobrarán del exhibidor 12,5 centavos de dólar por cada espectador que vea una película proyectada en digital, una suma simbólica que representa, a decir de Technicolor, el ahorro de costes que percibirá el exhibidor en reposición de focos y lámparas como consecuencia de la conversión. La idea para Qualcomm es ofrecer la posibilidad de que las salas permanezcan abiertas más horas por día, tengan una gama más amplia de programas (ej.: eventos deportivos y/o musicales en vivo) y atraigan a otros públicos.

Ahora bien, una vez que se haya logrado desarrollar un sistema de distribución y de proyección fiable y de calidad, los empresarios de la exhibición deberán sortear otro frente

²⁴ La compra inicial es de 20 proyectores D-ILA en resolución QXGA, así como 40 unidades de displays de plasma de 50". EBC planea adquirir hasta 1.000 unidades en los próximos cuatro años para muchas instalaciones en todo Estados Unidos, que van a explotar las salas no sólo para el pase de películas, sino para pases publicitarios, presentaciones comerciales y proyección de eventos. Nota de Prensa, JVC Professional. Madrid, marzo de 2001.

²⁵ Qualcomm es una de los nuevos *players* que se asoman al mercado cinematográfico. Se trata de una compañía norteamericana que proviene del mercado de las transmisiones telefónicas inalámbricas y de protección de datos que trabaja con el gobierno de Estados Unidos. Por su parte, la empresa Technicolor es líder en el tirado de copias de filmes y en reproducción de vídeos y DVD's; sus principales clientes son las *majors* norteamericanas.

de tormenta, el representado por los costos de instalación y mantenimiento de los proyectores digitales. Y de la mano de este frente, observamos un debate todavía no saldado acerca de quién será el encargado de hacer frente a los costos.

Estimaciones realizadas indican que un proyector digital cuesta entre 65.000 y 80.000 libras esterlinas. Sin embargo, al no existir una comercialización efectiva y masiva de las tecnologías digitales de exhibición, es difícil concluir cuáles en verdad serán las cifras que deberán ser invertidas en la remodelación de las salas y complejos de exhibición de películas.

Para los propietarios de cines, los costos de la reconversión deben ser financiados por quienes más se beneficiarán económicamente con los futuros ahorros en copias de celuloide y en la distribución de las mismas: las productoras y las distribuidoras. Por el momento, las grandes productoras vienen guardando silencio. Recordando lo sucedido con la transición al sonido digital, quienes terminaron finalmente de pagar los nuevos dispositivos de sonido fueron los dueños de las salas y circuitos de exhibición. Asimismo, no es difícil imaginar que parte de las inversiones en nuevo equipamiento y tecnología vayan a ser subsidiadas por los asistentes a través del aumento de los precios de las entradas. Responsables de la industria cinematográfica prevén un incremento de entre un 10% y un 20% en los precios. "Las productoras, si quieren la introducción del cine digital, tienen un arma contundente a su alcance: distribuir películas sólo en formato digital"²⁶.

El pasado año 2000, desde las páginas de los principales diarios de información general, se afirmaba que la revolución del cine digital había comenzado en España. En el último Festival del GREC de la ciudad de Barcelona se proyectaba una copia digital de la película *Where the money is* (*Donde esté el dinero*, en España) en un proyecto conjunto que involucró a tres empresas catalanas (la distribuidora Filmax, Filmtel, SM Data) y una belga (Barco). Esta película, protagonizada por los actores Paul Newman y Linda Fiorentino, es la primera en la historia del cine rodada en el sistema convencional de 35 mm y posteriormente digitalizada para su proyección en sala.

²⁶ Ver el diario español *El País*, suplemento Ciberp@ís, 27.04.00.

Filmstel tuvo a su cargo la digitalización del negativo de 35mm en que se encontraban las imágenes y procedió a la masterización (resolución del color) del mismo. Un fotograma de 35 mm tiene una resolución de 2.700 pixeles verticales x 3.600 horizontales. Para el traspaso de la información contenida en el celuloide se utilizó un escáner con una resolución de 4.000 puntos por cada línea. Sin embargo, por el momento, los proyectores utilizados sólo pueden captar 1.500 puntos de información como máximo.

Asimismo, por esos días comenzaron a funcionar las primeras salas de exhibición de España equipadas con tecnología DLP-Cinema: Kinépolis y Cinesa Diagonal²⁷. Cabe destacar que España cuenta con más de 3.500 pantallas y, el sector de exhibición recaudó durante el pasado año 2000 alrededor de 95.000 millones de pesetas.

Cinesa propietaria de uno de los complejos de exhibición más modernos de España, Cinesa Diagonal, acordó con la distribuidora de películas Buena Vista International Spain y con Texas Instruments el mantener el proyector digital al menos dos años en una de sus salas. Ha sido pionera en la reserva y venta telefónica de entradas y a través de Internet y en la instalación del sonido digital en sus salas de exhibición

La otra sala en España está situada en el complejo que el Grupo Kinépolis²⁸ posee en Ciudad de la Imagen, Madrid. Kinépolis tiene en ese complejo de exhibición un total de 25 salas, de las cuáles una, la número 18, está dedicada de forma permanente para la proyección en digital. Hasta ahora (marzo de 2001), gracias a un acuerdo con la distribuidora Buena Vista y con TI, se han proyectado las películas *Fantasia 2000*, *Dinosaurios* y *102 Dálmatas*.

El escaso stock de películas digitales en el mercado es uno de los principales problemas con los que se enfrentan los exhibidores. Según Juan Barquín, ejecutivo del

²⁷ Cinesa (Compañía de Iniciativas y Espectáculos, S.A.) es la filial española de Paramount y de Universal Studios.

²⁸ Kinépolis es una empresa formada por dos familias de origen belga que cotiza en bolsa (35%). Actualmente, Kinépolis posee el 50% del mercado de la exhibición en Bélgica. Al no poder aumentar la cuota del mercado belga, se ha expandido por varios países europeos: Francia (cinco complejos), Italia, Suiza, Holanda, Polonia y España. Precisamente, en España, el grupo belga está construyendo su segundo complejo en Valencia con 24 salas. Juan Barquín, ejecutivo del grupo en España, explica: "La filosofía de Kinépolis está basada en los grandes complejos en las afueras de las ciudades. Escoger muy bien el suelo y construir tus propios complejos y tus propios cines. Tu creas un complejo de ocio donde tu tienes el cine y, luego, tienes la parte de ocio, pero el motor es el cine. No contruyes en un centro comercial donde el centro comercial tira también del cine pero ya no es tuyo, es un alquiler u otra cosa".

Grupo Kinépolis en España, "ahora mismo no es rentable tener una sala digital porque tienes que tener, por ejemplo, una sala de 400 (butacas) con una película digital, *102 Dálmatas*, que normalmente tendría una vida activa de un mes, dos meses, tenemos que tenerla cuatro meses hasta que venga la siguiente película en digital. No hay stock suficiente como para tener una programación mucho más viva y mucho más cambiante". Pese a este hecho, los exhibidores confían en que esta situación variará de un momento a otro: "Sony, que es Columbia, lo desarrolla. Fox, que es George Lucas, está rodando *Stars Wars*, la segunda parte, totalmente en digital. Hay muchas películas que se van a poder tener en digital. De aquí a nada se irá teniendo más y más stock de películas".

Deberíamos reflexionar acerca de si los espectadores están dispuestos a pagar un plus en taquilla para subvencionar la reconversión de las salas y múltiplex. Es decir, si una nueva oferta más cara y sutil a los ojos del espectador encontrará una demanda efectiva.

Por el momento, el Grupo Kinépolis mantiene el mismo precio de las entradas en sus salas de proyección tradicionales y en su sala digital. El representante del grupo Kinépolis entrevistado, Juan Barquín, aboga por la existencia de subvenciones estatales o de créditos blandos que ayuden a los exhibidores, especialmente a los pequeños: "Creo que el Estado, igual que ayuda a la renovación del parque de coches y ayuda en otros sectores para que exista una mayor integración con las nuevas tecnologías, por ejemplo, con la subvención para películas, no sé por qué no va a haber una subvención para los cines. Sobre todo para esos cines de barrio que solos no pueden acometer el cambio (...), sino, la diferencia entre las grandes cadenas y el cine tradicional (nota: de barrio) puede ser bastante grande".

Por su parte, Primitivo Rodríguez opina que "el aumento de las entradas será imparable por varias variables", entre las que cita al aumento de la inflación. Sin embargo, a la hora de analizar si la digitalización por sí misma traerá aparejado un aumento del precio de las entradas, opina que "los equipamientos de proyección digital han ido variando mucho porque siempre estamos moviéndonos casi a un nivel de prototipo, pero han ido bajando muchísimo: desde los 100 millones de pesetas de los primeros equipos, bajaron a 60, enseguida a estuvieron en 50, en 40, en 30, en 20, en 10. Hay una gran evolución de los costes sin que se haya iniciado una producción en cadena; de forma que el coste del

equipamiento no será una cosa onerosa. Los costes de mantenimiento del equipamiento de las salas de cine sí son siempre importantes, por tanto, el ir sustituyendo gradualmente unos equipos por otros no sería una causa directa de un coste importante para el cliente". Y agrega, "deseamos que el equipamiento que hemos de sustituir este facilitado por las distribuidoras, que han de ser las grandes beneficiarias de esta implantación" puesto que "la reducción de los costes de distribución a ser notable".

Por otra parte, no debemos olvidar la multiplicación exponencial, sobre todo cuantitativa, que ha verificado la oferta audiovisual, a través de la televisión analógica y digital (satelital, hertziana o de conexión física) y sus sistemas de canales premium, video near on demand o pay per view; las películas de alquiler (formatos VHS o DVD); en muchas ocasiones compiten con los productos ofrecidos en cualquier sala.

La compra de una entrada otorga el derecho, a quien la paga, de transformarse en espectador y acceder al visionado, por una sola vez, de un producto cinematográfico. Vale decir que la industria cinematográfica ha desarrollado una lógica de funcionamiento basada en el acceso discriminado a sus productos, las películas, con el público como principal agente remunerador. Por el contrario, la industria televisiva, atendiendo a los dos principales modelos, el europeo y el norteamericano, ha tenido como fuentes de financiamiento la publicidad, las subvenciones estatales o el pago periódico de un canon. Vale decir que en numerosos países, el acceso a la programación del medio televisivo se presenta como "gratuito" o, en el caso del pago del canon, éste no está en relación proporcional con el consumo televisivo. El pago del canon implica un acceso indiscriminado respecto tanto a la cantidad de telespectadores como a la cantidad de programación visionada.

Esta situación está cambiando, radicalmente, con el advenimiento de la televisión de pago y la televisión digital, hacia una lógica de acceso discriminado similar a la desarrollada por el cine. Es en estos términos que podemos pensar que las películas exhibidas en las salas cinematográficas y sus precios entran en competencia con la oferta y precios del resto del audiovisual.

BIBLIOGRAFIA

Álvarez Monzoncillo, José María (2001) Informe del Año. El cine español de 2000. En Academia Revista del Cine Español N° 29. Academia de las Artes y de las Ciencias Cinematográficas de España.

Alonso, Lluís (2000) El cine digital se prepara para estrenarse dentro de unos años; en el suplemento Ciberp@ís del diario español El País, 27.04.00.

Croft, John (2000) Electronic Cinema -What next?. En la revista Cinema Technology Volume 13 N° 3, September 2000. London.

Miège, Bernard (2000) Les industries du contenu face à l'ordre informationel. Presses Universitaires Grenoble. Grenoble.

Odasso, Marco (2000) NAB. Vamos a ser breves durante los próximos cinco días...; en la revista Cinevideo 20 N° 172. Madrid.

Probst Solomon (2001) Hollywood tiembla antes de la revolución; en diario español El País, Madrid, 02.01.01.

Ramos, Fran (2000) Claves para entender el cine digital; en Academia Boletín del Cine Español N° 62. Madrid.

Río, Pablo del (1999) El fin de siglo suena en digital; en la revista Cinevideo N° 159. Madrid.

Río, Pablo del (2000) El formato global 24p; en revista Cinevideo N° 177. Madrid.

Schofield, Paul (2000) Electronic Cinema -Tomorrow's world?. Ponencia presentada en Electronic Cinema Seminar organizado por el BKSTS Cinema Technology Committee (Londres, 23.05.00); reproducida en la revista Cinema Technology Volume 13 N° 3, September 2000, London.

Sequera, David (2000) MIF 2000, las nuevas tecnologías acaparan la atención en las reuniones empresariales; en la revista CINEinforme - Junio '00. Madrid.

Sequera, David (2001) La irreversible transición hacia el cine electrónico; en la revista CINEinforme - Marzo '01. Madrid.

Williams, Tony (2000) Electronic Cinema - How soon is soon?. En la revista Cinema Technology Volume 13 N° 3, September 2000, London.

Personalidades entrevistadas:

Señor Juan Pinzás (director y productor cinematográfico); en Madrid, el 2 de marzo de 2001.

Señor Juan Barquín (Senior Brand Manager de Kinépolis Group); en Madrid, el 8 de marzo de 2001.

Señor Primitivo Rodríguez (presidente de la Sociedad de Empresarios de Cine de España); en Madrid, el 15 de marzo de 2001.

Señor Luciano Berriatúa (director, productor y restaurador de cine); en Madrid, el 24 de marzo de 2001.

Principales sites de interés:

www.dlpcinema.com

www.film-tech.com

www.bksts.com

www.qualcomm.com/digitalcinema

Publicaciones electrónicas de cine españolas:

www.sala1.com

www.cinemagazine.com

www.porlared.com/cinered

www.noticine.com

A concentração da propriedade de meios de comunicação e o coronelismo eletrônico no Brasil

Israel Fernando de Carvalho Bayma¹

A literatura política brasileira tem utilizado o termo coronelismo como uma forma peculiar de manifestação do poder privado, com base no compromisso e na troca de proveitos com o poder público. A ciência política trata como coronelismo a relação entre os coronéis locais, líderes das oligarquias regionais, que buscavam tirar proveito do poder público, no século XIX e início do século XX e não há como deixar de se associar esse termo aos atuais impérios de comunicação mantidos por chefes políticos oligárquicos, que têm, inclusive, forte influência nacional. O compadrio, a patronagem, o clientelismo, e o patrimonialismo ganharam, assim, no Brasil, a companhia dos mais sofisticados meios de extensão do poder da fala até então inventados pelo homem: o rádio e a televisão. Constituindo-se em um dos traços determinantes do atual poder oligárquico nacional, a posse de estações de rádio e de televisão por grupos familiares e pelas elites políticas locais ou regionais é o que se convencionou chamar de coronelismo eletrônico.²

Instrumentos de poder e de troca de favores e interesses, as concessões de rádio e televisão têm servido, no Brasil, como moeda de troca entre o Governo Federal e o setor privado. Entre 1985 e 1988, o então Presidente Sarney concedeu um grande número de licenças de emissoras de rádio e TV para empresas ligadas a parlamentares federais, os quais ajudaram a aprovar a emenda que lhe deu 5 anos. Já na era Fernando Henrique Cardoso, até setembro de 1996, foram autorizadas 1.848 licenças de RTV, repetidoras de televisão, sendo que 268 para entidades ou empresas controladas por 87 políticos, todos favoráveis à emenda da reeleição.

¹Engenheiro Eletrônico. Trabalho desenvolvido como Assessor Técnico da Bancada do PT na Câmara dos Deputados em 27 de novembro de 2001.

²STADNIK, Célia *A hipótese do fenômeno do Coronelismo Eletrônico e as ligações dos parlamentares federais e governadores com os meios de comunicação de massa no Brasil*. Porto Alegre, Curso de Jornalismo, PUC/RS, mimeo, 1991.

Embora as conseqüências do coronelismo eletrônico se projetem sobre toda a vida política do país, ele atua no reduzido cenário do governo local e, por ausência do poder público, no caso o Ministério das Comunicações, a ANATEL e Congresso Nacional, como incursão do poder privado no domínio político.

Do ponto de vista legal, a outorga de permissão, concessão e autorização para executar serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens estão admitidas na alínea a, inciso XII, do art. 21, da Constituição Federal.

A Constituição também estabelece, em seu art. 223, a atribuição para que o Poder Executivo possa outorgar concessão, permissão e autorização para o referido serviço, ao mesmo tempo em que condiciona a eficácia do correspondente ato à deliberação do Congresso Nacional.

A legislação aplicável ao serviço de radiodifusão compreende o Código Brasileiro de Telecomunicações – a Lei nº 4.117, de 27 de fevereiro de 1962, e o Decreto-lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967. Já a outorga do Poder Público, para a execução de serviço de radiodifusão de sons e imagens, com fins educativos, é regulada pelo Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963, com a redação do Decreto nº 91.837/85, o Decreto nº 2.108/96 e a Portaria Interministerial nº 651/99 (MEC/MC). De acordo com esses instrumentos jurídicos, a outorga de concessão para execução de serviço de radiodifusão de sons e imagens, com fins exclusivamente educativos, independe de edital. Além disso, outros dispositivos vêm constituir o arcabouço legal das telecomunicações mais geral e da radiodifusão, em específico.

O chamado paradoxo da radiodifusão, introduzido quando da revisão da Constituição Federal, em 1995, separou os serviços de rádio e a televisão dos chamados serviços de telecomunicações, distinguindo-os, assim, de seus congêneres próximos como a TV a Cabo, o MMDS, o DTH e mesmo as futuras novas modalidades de rádio por assinatura.

Com a argumentação de que, face ao esgotamento do Estado em prover recursos para o desenvolvimento do setor de telecomunicações, caberia ao mercado explorar esses

serviços, foi emendado o art. 21 da Constituição, determinando-se que os serviços de telecomunicações e os serviços de radiodifusão seriam executados diretamente pela União ou através de concessão, permissão e autorização. Os serviços de telecomunicações seriam, assim, explorados nos termos da lei, que hoje, são disciplinados pela Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, a Lei Geral de Telecomunicações (LGT). Já para os serviços de radiodifusão seria mantido o arcabouço legal vigente, ou seja, a Lei nº 4.117/62.

No que diz respeito à radiodifusão cabe à Agência Nacional de Telecomunicações, a ANATEL, a competência pelo gerenciamento do espectro, a Lei nº 9.472, em seu artigo 215, revogou a Lei nº 4.117, salvo quanto a matéria penal não tratada nessa lei e quanto aos preceitos relativos à radiodifusão.

Ao tratar da propriedade dos meios de comunicação o art. 12 do Decreto nº 236, define que cada entidade só poderá ter concessão ou permissão para executar serviço de radiodifusão, em todo o país, dentro dos seguintes limites: *I - Estações radiodifusoras de som: a) Locais: Ondas Médias – 4 Frequência Modulada – 6 b) Regionais: Ondas Médias – 3 Ondas Tropicais – 3 sendo no máximo 2 por Estado c) Nacionais: Ondas Médias – 2 Ondas Curtas – 2 II - Estações radiodifusoras de som e imagem - 10 em todo território nacional, sendo no máximo 5 VHF e 2 por Estado.* Estabelece, também, que cada estação de ondas curtas só poderá, fora dessas limitações, utilizar uma ou várias frequências que lhe tenham sido consignadas em leque. Ao mesmo tempo, não são computadas as estações repetidoras e retransmissoras de televisão, pertencentes às estações geradoras. Ao dispor sobre os limites à concentração da propriedade ficam explícitos na lei que não poderão ter concessão ou permissão às entidades das quais faça parte acionista ou cotista que integrem o quadro social de outras empresas executantes do serviço de radiodifusão, além dos limites já fixados. Além disso, nenhuma pessoa poderá participar da direção de mais de uma empresa de radiodifusão, em localidades diversas, em excesso aos limites estabelecidos. Ao tratar, mais uma vez, da concentração de propriedade, notadamente das organizações de sistemas de redes, o Decreto estabelece que as empresas concessionárias ou permissionárias de serviço de radiodifusão não poderão estar subordinadas a outras entidades que se constituem com a finalidade de estabelecer direção ou orientação única, através de cadeias ou associações de qualquer espécie.

Embora a Constituição Federal disponha sobre o “princípio de complementaridade dos sistemas privado, público e estatal”, a radiodifusão brasileira conhece, tão somente as emissoras estatais e privadas. As estatais, que pertencem à União, aos Estados, e aos Municípios. As demais emissoras são as privadas e às vezes identificadas como comerciais.

Desde 1994, o Governo Fernando Henrique Cardoso tem afirmado que o processo licitatório de emissoras de rádio e televisão não mais repetiria o ciclo histórico, “em que as concessões de meios de comunicação de massa eram um poderoso trunfo político que o governo usava para arregimentar e agradar aliados”. Já em 1997, o Governo Federal afirmava que “todo o serviço de radiodifusão no país seria outorgado por critérios públicos e transparentes”. Ora, à época, o Ministro das Comunicações repetia que não mais seriam distribuídas emissoras de rádio e TV para empresas ligadas a deputados e senadores, teve que comparecer à Câmara dos Deputados para prestar esclarecimentos sobre a compra de votos de deputados favoráveis à emenda da reeleição.

Já em 2000, mais uma vez, a imprensa denunciava que renascia um símbolo no Governo FHC: o balcão de concessões de emissoras de rádio e televisão. O Decreto nº 3.451, de 9 de maio de 2000, em seu artigo 47, transformava canais do PBRTV para o correspondente Plano Básico de Distribuição de Canais de Televisão sem, sequer, passar pelo Congresso Nacional. Ou seja, mais de 5.636 repetidoras de serviços de sons e imagens (RTV) de atuais autorizadas poderiam transformar-se em concessionárias geradoras educativas. Com a possibilidade da abertura ao capital estrangeiro em até 30%, essas emissoras podem passar a valer muito dinheiro. Pode ser até verdade que muitas emissoras educativas não têm fins lucrativos, mas há que se duvidar de que a Fundação Médico-Hospitalar, de Sérgio Naya, não tenha fins lucrativos.

Embora tendo projetado uma arquitetura de serviços coerente com a década de sessenta, quando se destacavam as tecnologias eletromecânicas, os transmissores a válvulas e as radiocomunicações em OM e OT, o Código Brasileiro de Telecomunicações está técnica e tecnologicamente revogado. Anterior mesmo à disseminação dos canais de FM, e ao conhecimento das tecnologias das informações e comunicação, o CBT deu o mesmo tratamento jurídico do rádio à televisão. Quando da sua aprovação a televisão era um

serviço local e não se falava, ainda, em microondas, satélite, fibra óptica etc.

Em anos de existência o CBT já foi muito deformado; mais de dois terços de seus artigos foram revogados por leis e decretos editados ao longo de mais de três décadas. Desta forma, os seus mecanismos de controle, para estabelecer limite à propriedade cruzada ou mesmo fazer cumprir o parágrafo 5º, do art. 220, da Constituição que estabelece que os meios de comunicação não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio, são extremamente frágeis.

A história da democracia brasileira, desde o período que emergiu de 1945, até o período recente que ocorre a partir de 1989, presenciou uma das transformações mais importantes na vida brasileira: a das telecomunicações, notadamente da televisão. Se no início dos anos 60, um televisor ainda era um aparelho de luxo e apenas os principais centros urbanos dispunham de emissoras de televisão, em 1989, o país possuía 40 milhões de aparelhos e hoje são mais de 70 milhões de domicílios brasileiros com televisão. Há previsão de chegar a 2010 com mais de 100 milhões. Somos, hoje, um país midiaticizado.³

Para levar conteúdo a esses aparelhos são constituídas redes de canais da radiofrequência, de propriedade da União, que são distribuídos nacionalmente, através de concessões, permissões e autorizações, beneficiando centenas de proprietários. São “sistemas de redes” concentrando canais. Se a os canais, de propriedade da União, são distribuídos nacionalmente, e as concessões, permissões e autorizações podem beneficiar centenas de proprietários, a geração de sons e imagens está concentrada. É a esquizofrenia do modelo⁴. A concentração desses canais em poucas redes ultrapassa os limites da clássica tendência concentradora dominante em todos os sistemas capitalistas contemporâneos.

A partir de um estudo realizado com os dados oficiais dos serviços de radiodifusão, os quais foram obtidos do Ministério das Comunicações e da ANATEL, por requerimentos de informações encaminhadas pelo deputado Walter Pinheiro e pelo deputado José Dirceu, e com o uso adequado de um modelo de análise da concentração da propriedade

³MIGUEL. Luis Felipe. Mídia e manipulação política no Brasil- a Rede Globo e as eleições presidenciais de 1989 e 1998. Comunicação & política, n.s.v. VI, n.2 e 3, p.119-177

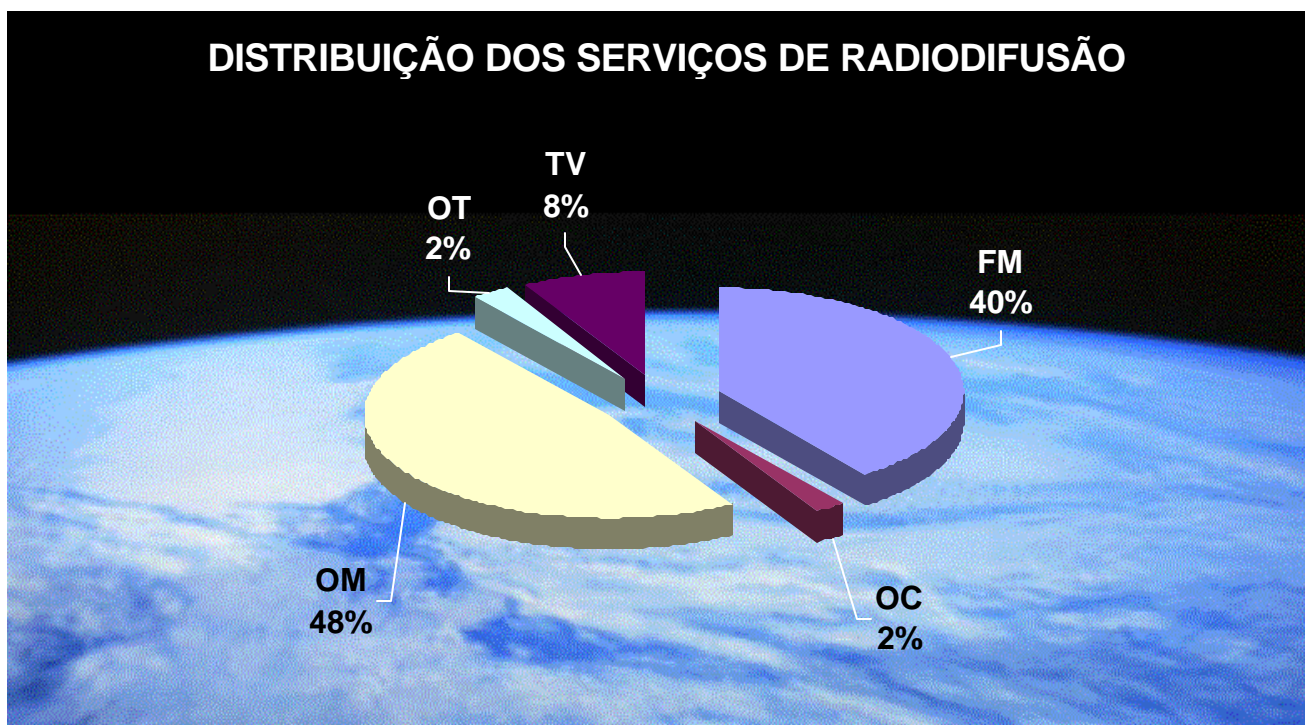
⁴AMARAL. Roberto. GUIMARÃES. César. Que televisão, que democracia: uma reforma mínima. Mono. 199?

desenvolvido com o uso de programas de computadores, é possível identificar o grau de concentração da propriedade e a presença do chamado coronelismo eletrônico.

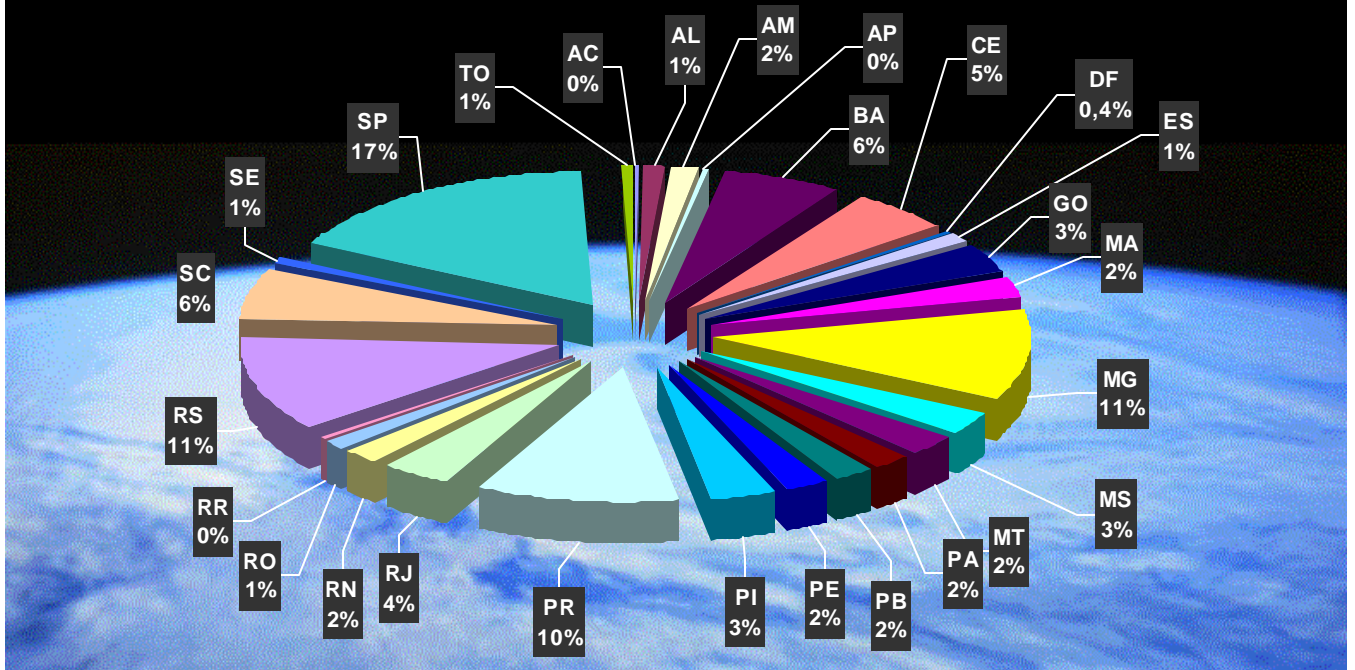
Desta forma, a partir do modelo desenvolvido, utilizaram-se aplicações em banco de dados cliente para processar os dados fornecidos pelo Ministério das Comunicações (dados de 2000) e a ANATEL (Dados de 2000) e cruzando com dados do Tribunal Superior Eleitoral (Dados de 1998 e 2000) foi possível levantar-se várias informações sobre os meios de comunicação do Brasil. A partir da integridade e confiabilidade dos dados de entrada, procede-se a um rastreamento com base em informações que levem à identificação de propriedade dos meios de comunicação.

A pesquisa abrangeu 3.315 emissoras de radiodifusão, sendo que 271 destas são concessões de televisão, 1.579 de OM, 64 de OC, 80 OT e 1.321 de FM.

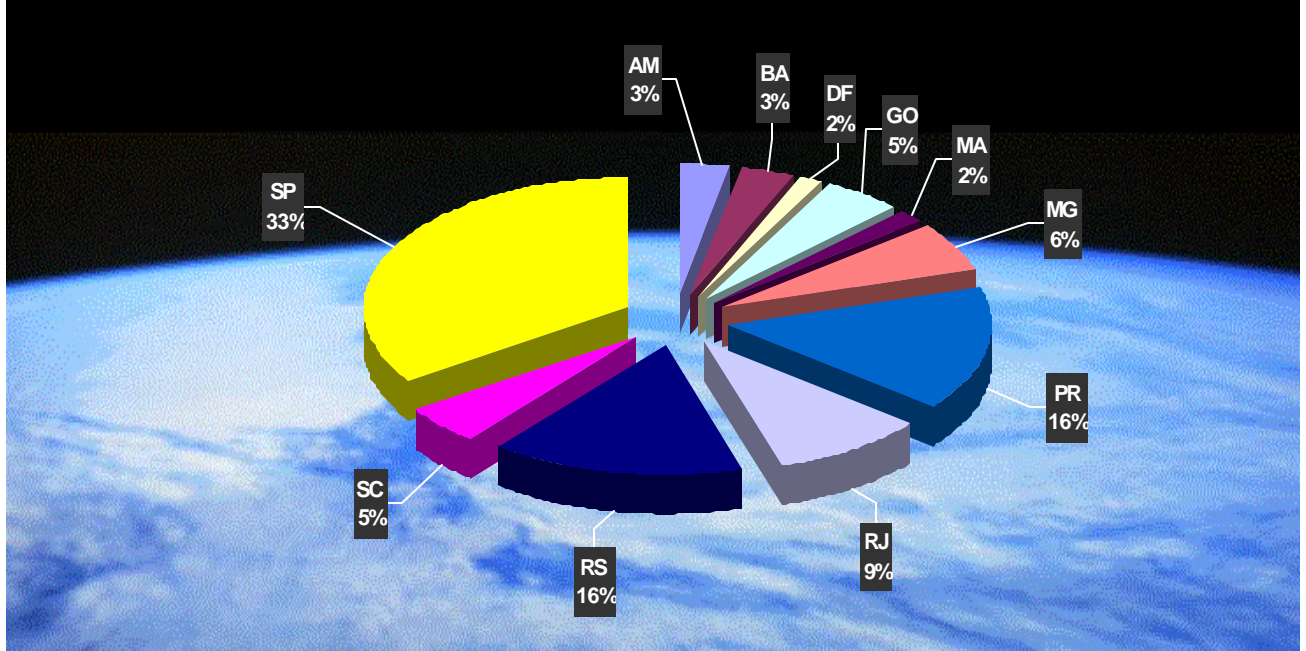
A distribuição dessas emissoras está apresentada nos gráficos a seguir:

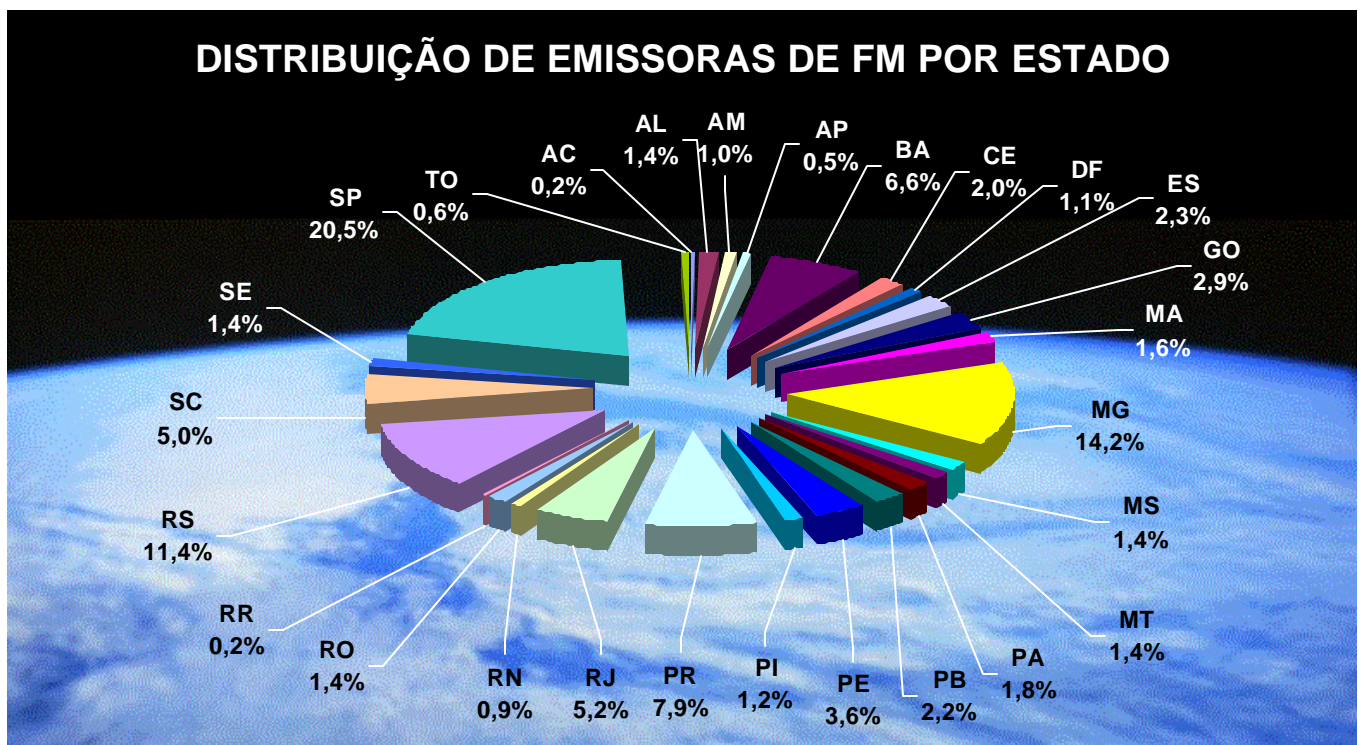
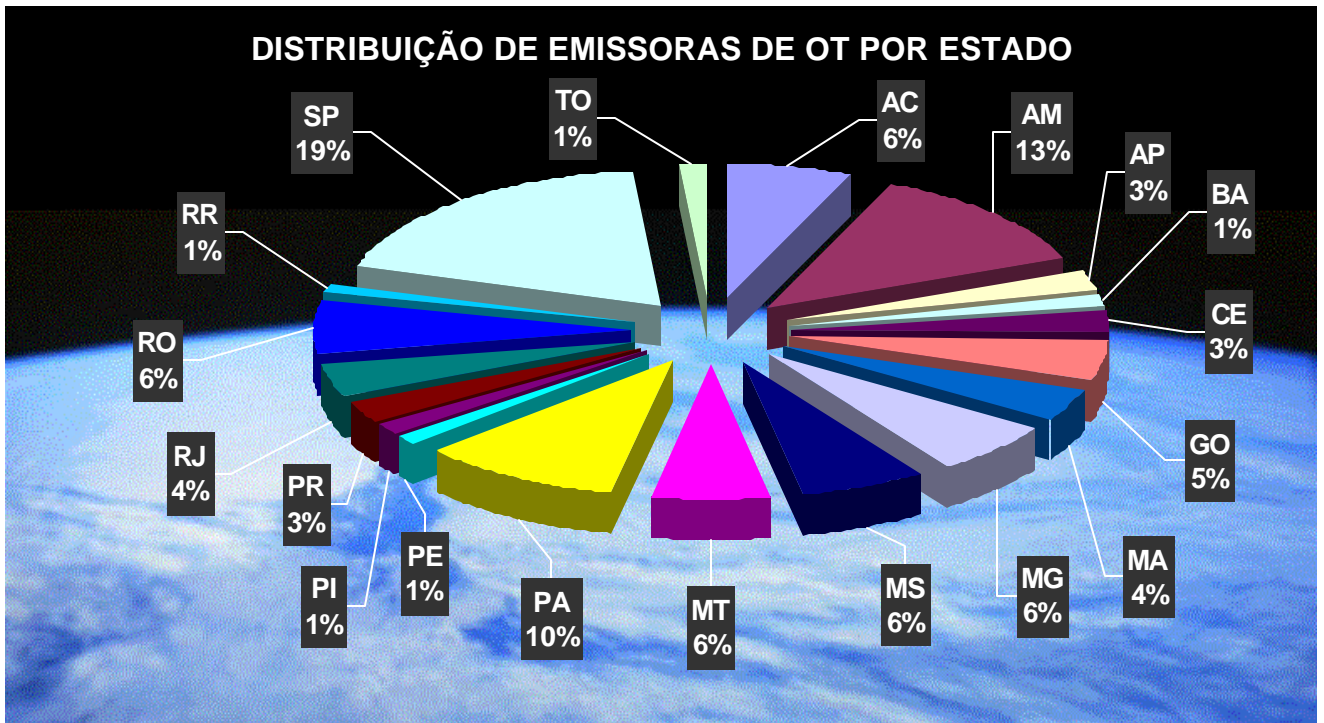


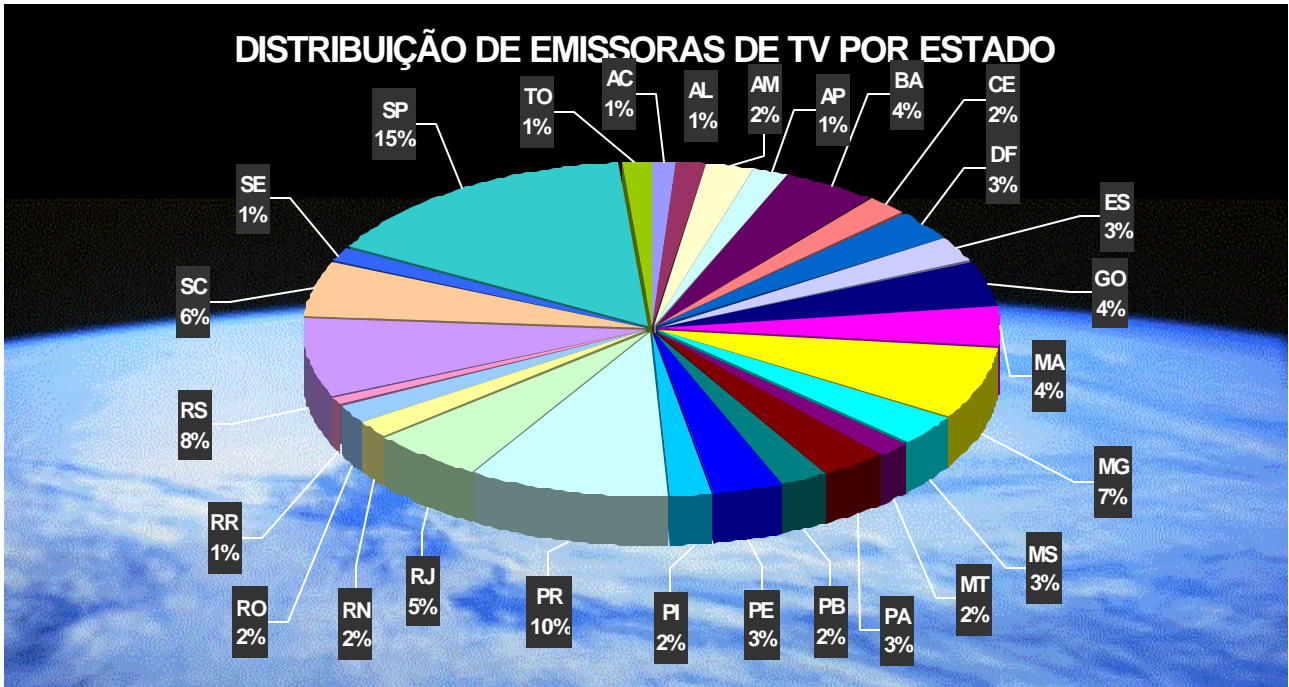
DISTRIBUIÇÃO DE EMISSORAS DE OM POR ESTADO



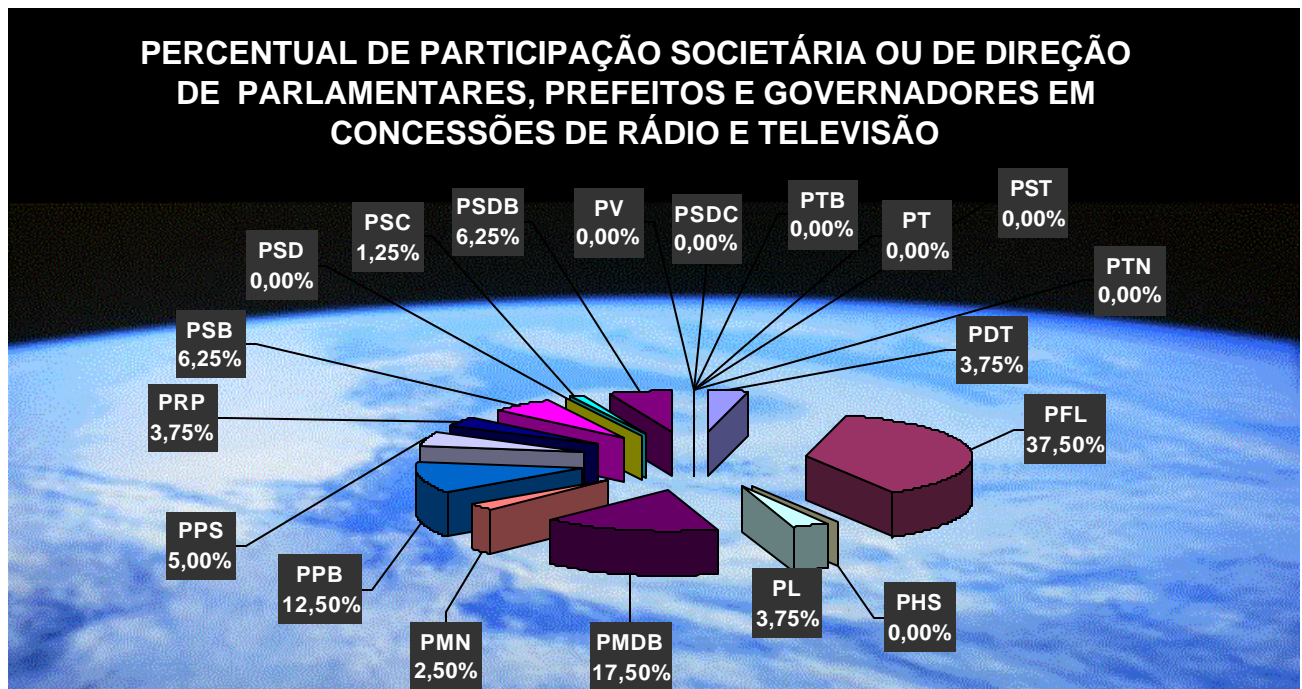
DISTRIBUIÇÃO DE EMISSORAS DE OC POR ESTADO







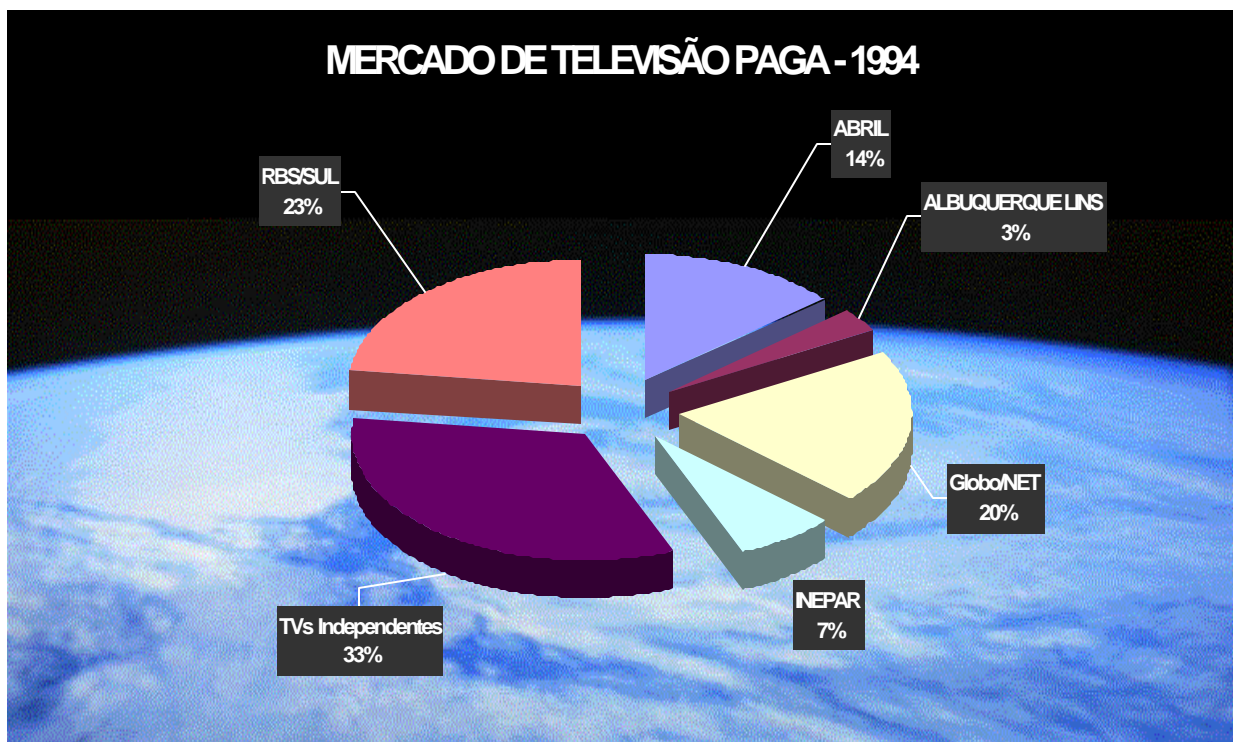
Repete-se no Brasil o padrão universal de concentração de propriedade. Há uma oligopolização do rádio e da televisão e como se pode verificar nas tabelas a seguir apresentadas confirma-se o monopólio da Rede Globo em uma clássica concentração



horizontal, ou seja, aquela que ocorre em uma mesma área do setor. Um exemplo é o da televisão, paga ou aberta, conforme identifica LIMA.⁵

Apesar da redistribuição dos percentuais das operadoras de televisão por assinatura a partir de 2000, a NET Brasil continua tendo uma participação de quase 50% no mercado por meio de 105 operações em cabo e MMDS, de sete multioperadoras, com mais de 1,3 milhão de assinantes só na marca NET. (Globo Cabo)

O caso da Rede Globo é emblemático: entre 1965 e 2000, o grupo passou de detentor de uma única concessão de televisão, no Rio de Janeiro, para 11 emissoras no Estado de São Paulo (28% das concessões), oito no Paraná (33%), sete em Minas (35%), quatro no Rio de Janeiro (29%), uma em Brasília e outro em Recife, o que a coloca na condição de quarta maior rede de TV do mundo - atrás apenas das três grandes norte-

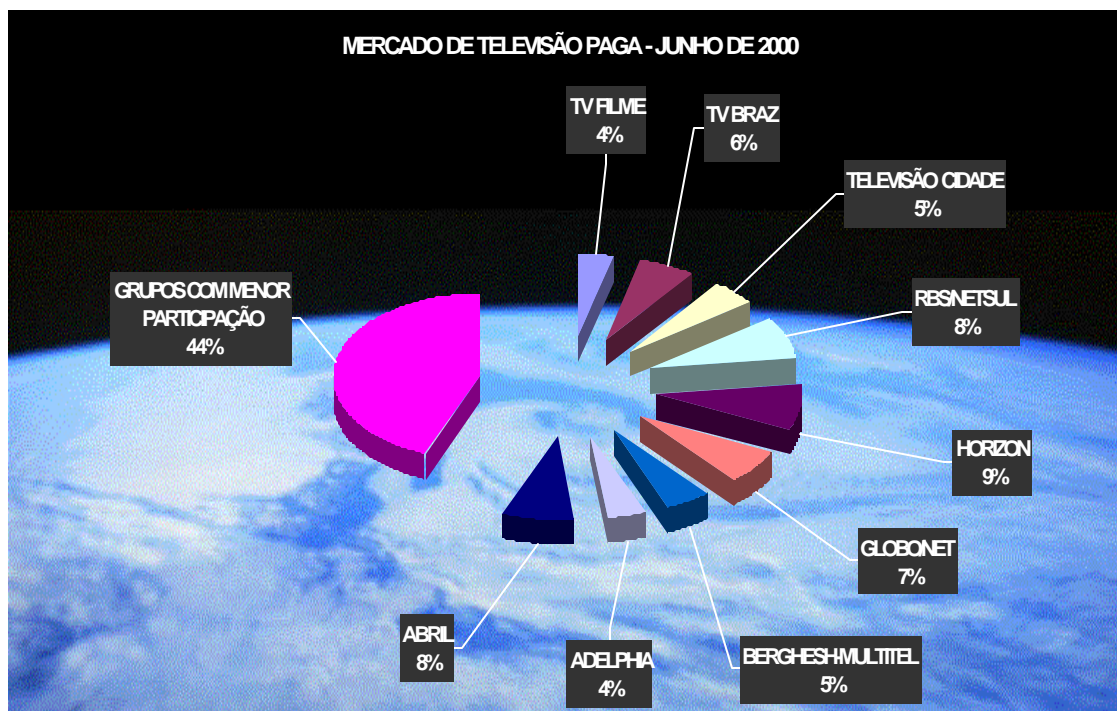


americanas (ABC, CBS e NBC).^{6 7}

⁵ LIMA, Venício. *Mídia: teoria e política*. Perseu Abramo. São Paulo. 2001.

⁶ Folha de São Paulo. Caderno Especial. Página 2. São Paulo, 16 de setembro de 2000.

⁷ RAMOS. Murilo César. Texto originalmente apresentado durante o VII Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, realizado em São Paulo, de 2 a 7 de setembro de 1984, promovido pela *Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*



Propriedade cruzada é a concentração de propriedade pelo mesmo grupo, de diferentes tipos de meios de comunicação. Por exemplo, concessões de rádio e televisão e outros serviços como televisão por assinatura, jornais.

O monopólio em cruz, com um só grupo econômico, ou uma só família, ou um só homem de negócios possuindo, ao mesmo tempo, em uma só cidade, ou estado, canais de televisão, rádios, jornais, agência de notícias, televisão a cabo, provedor de internet e o que mais desejar da “indústria cultural” e das tecnologias da informação e comunicação pode ser, assim, evidenciado.

Roberto Amaral, jornalista e escritor, professor de Comunicação da PUC-Rio, considera que esse monopólio em cruz é também um monopólio tentacular, ou metastático, levando à concentração de veículos e da comunicação em poucos veículos, e desses em uma só rede. E para ele, no caso específico da televisão, pode-se raciocinar que o sistema brasileiro de televisão transita desde os anos noventa, da macrocefalia ao monopólio privado. É o “sistema de redes”, derivado de projetos políticos e investimentos financeiros

(Intercom). Publicado in **Comunicação e Transição Democrática**. Por José Marques de Melo (Org.), p. 246-263. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1985.

e tecnológicos que remontam desde a ditadura militar, que começou em 1964 até a Nova República, com Sarney na Presidência, consolidando-se na era Fernando Henrique Cardoso.

A expressão “sistema de redes”⁸, aqui utilizada, não se refere ao processo tecnológico da transmissão em cadeia, eventual, mas, sim, à transmissão contínua, integral, permanente, da programação das emissoras de rádio e televisão. A uma só geradora de sons e de sons e imagens – a cabeça de rede – correspondem estações próprias e afiliadas, além de um sem número de repetidoras.

Deste modo, se verifica que não há qualquer controle por parte da sociedade ou do poder público, - Ministério das Comunicações ou ANATEL -, sobre esse sistema de redes e uso dos canais de radiodifusão. Nem nada impede que as cabeças de rede tenham o controle de um número maior de concessionárias. Descumpre-se, assim, como já se frisou, o § 7º do art. 12, do Decreto nº 236/67, que proíbe que as empresas concessionárias ou permissionárias de serviço de radiodifusão não possam estar subordinadas a outras entidades que se constituem com a finalidade de estabelecer direção ou orientação única, através de cadeias ou associações de qualquer espécie.

Assim, o modelo de comunicação, notadamente, da radiodifusão, adotado no Brasil, ampara-se em um conjunto de instrumentos jurídicos composto dessas leis e decretos, bem como de portarias e atos ministeriais, mas não se resume a essas disposições legais. A verdadeira política de radiodifusão consubstancia-se em uma prática político-administrativa que vai além dessas normas. Ancora-se, também, em uma política informal que manobra e desaparelha a ação institucional dos órgãos públicos de fiscalização, por meio de interpretações engenhosas do arcabouço legal. Aproveita as omissões da legislação, os conflitos e paradoxos resultados das reformas constitucionais para expedir portarias e atos ministeriais e da agência reguladora para legislar, fragorosamente, exorbitando das suas competências legais.

⁸ AMARAL. Roberto. GUIMARÃES. César. Que televisão, que democracia: uma reforma mínima (ou: Da macrocefalia à metástase). Mono. 199?

Um exemplo de concentração de sistemas de rede pode ser constatado a partir da concessões de que participa a Globo. As **Tabelas 1, 2, e 3** apresentam relação de emissoras desse grupo que participam de diferentes serviços de radiodifusão:

Tabela 1

ESTADO (SEDE)	ESTADO (ESTAÇÃO)	CIDADE (ESTAÇÃO)	NOME DA EMISSORA	NOME FANTASIA DA EMISSORA	SÓCIO OU DIRETOR
RJ	DF	BRASILIA	TV GLOBO LTDA	TV GLOBO BRASILIA/REDE GLOBO	JOAO ROBERTO MARINHO
RJ	MG	BELO HORIZONTE	TV GLOBO LTDA	TV GLOBO BELO HORIZONTE/OUTRO	JOAO ROBERTO MARINHO
PE	PE	RECIFE	TV GLOBO DE RECIFE LTDA	REDE GLOBO	
RJ	RJ	RIO DE JANEIRO	TV GLOBO LTDA	REDE GLOBO-TV GLOBO-R.JANEIRO	JOAO ROBERTO MARINHO
RJ	SP	SAO PAULO	TV GLOBO LTDA	*	JOAO ROBERTO MARINHO

Tabela 2

ESTADO (SEDE)	CIDADE (ESTAÇÃO)	NOME DA EMISSORA	NOME FANTASIA DA EMISSORA	SÓCIO OU DIRETOR DA EMISSORA	TIPO DE SERVIÇO
BA	SALVADOR	RADIO GLOBO DE SALVADOR LTDA	NOVO TEMPO-AM920	LUIZ PEDRO RODRIGUES IRUJO	OM-COMERCIAL
DF	BRASILIA	RADIO GLOBO DE BRASILIA LTDA	JOVEM PAN	JOSE ROBERTO MARINHO	OM-COMERCIAL
MG	BELO HORIZONTE	RADIO TIRADENTES LTDA	RADIO GLOBO MINAS		OM-COMERCIAL
MG	JOAO MONLEVADE	RADIO CULTURA DE MONLEVADE LTDA	RADIO TIRADENTES-GLOBO		OM-COMERCIAL
PE	RECIFE	RADIO PAULISTA LTDA	RD GLOBO DO RECIFE E OUTROS		OM-COMERCIAL
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO ELDORADO LTDA	MUNDIAL, "1.180 MUNDIAL" E "MUNDIAL 1.180"		OM-COMERCIAL
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	*	MARCOS DE CARVALHO LIBRETTI	OM-COMERCIAL
RJ	TERESOPOLIS	RADIO TERESOPOLIS LTDA	TERESOPOLIS E SIST GLOBO DE RD		OM-COMERCIAL
RS	IJUI	RADIO GLOBO IJUI LTDA	RADIO JORNAL DA MANHA	VALDIR GOMES DE OLIVEIRA	OM-COMERCIAL
SC	BLUMENAU	RADIO GLOBO CATARINENSE LTDA	RADIO GLOBO DE BLUMENAU	JANIR CONINK BUERI	OM-COMERCIAL
SP	SAO PAULO	RADIO GLOBO DE SAO PAULO LTDA	*		OM-COMERCIAL

Tabela 3

ESTADO (SEDE)	CIDADE (ESTAÇÃO)	NOME DA EMISSORA	NOME FANTASIA DA EMISSORA	SÓCIO OU DIRETOR (1)	SÓCIO OUN DIRETOR (2)	TIPO DE SERVIÇO
BA	SALVADOR	RADIO FM IEMANJA LTDA	RADIO GLOBO FM		ANTONIO CARLOS PEIXOTO DE M. JUNIOR	FM-COMERCIAL
DF	BRASILIA	RADIO GLOBO DE BRASILIA LTDA	RADIO CBN	JOSE ROBERTO MARINHO	JOAO DECIO DA SILVA	FM-COMERCIAL
PR	APUCARANA	RADIO CULTURA NOVO SOM LTDA	GLOBO 94 FM	VALDERCI JOSE DA SILVA		FM-COMERCIAL
PR	NOVA ESPERANCA	RADIO FM ESPERANCA LTDA	GLOBO FM 93			FM-COMERCIAL
PR	MARINGA	RADIO CULTURA DE PAICANDU LTDA	GLOBO 95 FM			FM-COMERCIAL
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO ELDORADO LTDA	RADIO 98 STEREO			FM-COMERCIAL
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	GLOBO FM E "NOVA GLOBO FM"	CRISTINA KOZLOWSKI DE BELLIS		FM-COMERCIAL

A **Tabela 4** que apresenta o resultado de uma pesquisa no banco de dados através de uma *query* com a palavra **GLOBO**, demonstra a participação da Globo no serviço de rádio em FM:

Tabela 4

ESTADO (SEDE)	CIDADE (SEDE0)	EMISSORA	NOME	TIPO DE PARTICIPAÇÃO	TIPO DE SERVIÇO
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	AUGUSTO PAIVA MUNIZ COELHO	S	FM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	CRISTINA KOZLOWSKI DE BELLIS	E	FM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	HELENA VELHO DA SILVA VASCONCELOS	S	FM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	HILDA MARINHO	S	FM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	JAYME LEO PERES	S	FM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	JOAO REZENDE TOSTES	S	FM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO ELDORADO LTDA	JOAO ROBERTO MARINHO	D	FM
DF	BRASILIA	RADIO GLOBO DE BRASILIA LTDA	JOSE ROBERTO MARINHO	D	FM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	LUIZ EDUARDO VELHO DA SILVA VASCONC	E	FM
DF	BRASILIA	RADIO GLOBO DE BRASILIA LTDA	LUIZ PAULO J. F. VASCONCELOS	S	FM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	MERVYN GEORGE WALTER HIME	S	FM

RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	MONICA HIME BAPTISTA	S	FM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	PAULO CESAR PEREIRA NOVIS	E	FM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	ROBERTO MARINHO	D	FM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	ROGERIO MARINHO	S	FM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO ELDORADO LTDA	RONALDO TOSTES MASCARENHAS	S	FM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	AUGUSTO PAIVA MUNIZ COELHO	S	OC
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	CRISTINA KOZLOWSKI DE BELLIS	E	OC
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	HELENA VELHO DA SILVA VASCONCELOS	S	OC
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	HILDA MARINHO	S	OC
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	JAYME LEO PERES	S	OC
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	JOAO REZENDE TOSTES	S	OC
SP	SAO PAULO	RADIO GLOBO DE SAO PAULO LTDA	JOAO ROBERTO MARINHO	D	OC
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	LUIZ EDUARDO VELHO DA SILVA VASCONC	E	OC
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	MERVYN GEORGE WALTER HIME	S	OC
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	MONICA HIME BAPTISTA	S	OC
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	PAULO CESAR PEREIRA NOVIS	E	OC
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	ROBERTO MARINHO	D	OC
SP	SAO PAULO	RADIO GLOBO DE SAO PAULO LTDA	RODRIGO MESQUITA MARINHO	S	OC
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	ROGERIO MARINHO	S	OC
SC	BLUMENAU	RADIO GLOBO CATARINENSE LTDA	ANTONIO JOSE BUERI	D	OM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	AUGUSTO PAIVA MUNIZ COELHO	S	OM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	CRISTINA KOZLOWSKI DE BELLIS	E	OM
RS	IJUI	RADIO GLOBO IJUI LTDA	EDMUNDO HENRIQUE POCHMANN	S	OM
RS	IJUI	RADIO GLOBO IJUI LTDA	HARRY RAYER	D	OM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	HELENA VELHO DA SILVA VASCONCELOS	S	OM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	HILDA MARINHO	S	OM
SC	BLUMENAU	RADIO GLOBO CATARINENSE LTDA	JANIR CONINK BUERI	D	OM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	JAYME LEO PERES	S	OM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	JOAO REZENDE TOSTES	S	OM
SP	SAO PAULO	RADIO GLOBO DE SAO PAULO LTDA	JOAO ROBERTO MARINHO	D	OM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO ELDORADO LTDA	JOAO ROBERTO MARINHO	D	OM
BA	SALVADOR	RADIO GLOBO DE SALVADOR LTDA	JOSE ROBERTO MARINHO	D	OM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	LUIZ EDUARDO VELHO DA SILVA VASCONC	E	OM
BA	SALVADOR	RADIO GLOBO DE SALVADOR LTDA	LUIZ PEDRO RODRIGUES IRUJO	D	OM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	MERVYN GEORGE WALTER HIME	S	OM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	MONICA HIME BAPTISTA	S	OM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	PAULO CESAR PEREIRA NOVIS	E	OM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	ROBERTO MARINHO	D	OM

SP	SAO PAULO	RADIO GLOBO DE SAO PAULO LTDA	RODRIGO MESQUITA MARINHO	S	OM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO S/A	ROGERIO MARINHO	S	OM
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO GLOBO ELDORADO LTDA	RONALDO TOSTES MASCARENHAS	S	OM
RS	IJUI	RADIO GLOBO IJUI LTDA	VALDIR GOMES DE OLIVEIRA	D	OM
MG	BELO HORIZONTE	TV GLOBO LTDA	JOAO ROBERTO MARINHO	D	TV
DF	BRASILIA	TV GLOBO LTDA	JOAO ROBERTO MARINHO	D	TV
RJ	RIO DE JANEIRO	TV GLOBO LTDA	JOAO ROBERTO MARINHO	D	TV
SP	SAO PAULO	TV GLOBO LTDA	JOAO ROBERTO MARINHO	D	TV
MG	BELO HORIZONTE	TV GLOBO LTDA	JOSE ROBERTO MARINHO	D	TV
DF	BRASILIA	TV GLOBO LTDA	JOSE ROBERTO MARINHO	D	TV
RJ	RIO DE JANEIRO	TV GLOBO LTDA	JOSE ROBERTO MARINHO	D	TV
SP	SAO PAULO	TV GLOBO LTDA	JOSE ROBERTO MARINHO	D	TV
PE	RECIFE	TV GLOBO DE RECIFE LTDA	RICARDO MARINHO	S	TV
MG	BELO HORIZONTE	TV GLOBO LTDA	ROBERTO IRINEU MARINHO	D	TV
DF	BRASILIA	TV GLOBO LTDA	ROBERTO IRINEU MARINHO	D	TV
RJ	RIO DE JANEIRO	TV GLOBO LTDA	ROBERTO IRINEU MARINHO	D	TV
SP	SAO PAULO	TV GLOBO LTDA	ROBERTO IRINEU MARINHO	D	TV
PE	RECIFE	TV GLOBO DE RECIFE LTDA	ROBERTO MARINHO	D	TV
MG	BELO HORIZONTE	TV GLOBO LTDA	ROBERTO MARINHO	D	TV
DF	BRASILIA	TV GLOBO LTDA	ROBERTO MARINHO	D	TV
RJ	RIO DE JANEIRO	TV GLOBO LTDA	ROBERTO MARINHO	D	TV
SP	SAO PAULO	TV GLOBO LTDA	ROBERTO MARINHO	D	TV
PE	RECIFE	TV GLOBO DE RECIFE LTDA	ROGERIO MARINHO	S	TV

Também têm outras grandes redes como o **SBT** da família ABRAVANEL (Tabela 5), e a **BANDEIRANTES** (Tabela 6, 7 e 8), da família SAAD. Além disso, já há um império da **RECORD** (Tabela 9, 10 e 11).

Tabela 5

ESTADO (SEDE)	ESTADO (ESTAÇÃO)	CIDADE (ESTAÇÃO)	CIDADE (SEDE)	NOME DA EMISSORA	NOME FANTASIA DA EMISSORA	SÓCIO OU DIRETOR
SP	PA	BELEM	OSASCO	TVSBT CANAL 5 DE BELEM S/A	TVS-EMIS DO SIST BRAS TELEVISIA	
RJ	RJ	NOVA FRIBURGO	RIO DE JANEIRO	TVSBT CANAL 3 DE NOVA FRIBURGO LTDA	TVSBT-SIST BRASIL DE TELEVISAO	
RJ	RJ	RIO DE JANEIRO	RIO DE JANEIRO	TVSBT CANAL 11 DO RIO DE JANEIRO LTDA	TVS-EMIS DO SIST BRAS TELEVISIA	JOSE ROBERTO DOS SANTOS MACIEL

SP	RS	PORTO ALEGRE	OSASCO	TVSBT CANAL 5 DE PORTO ALEGRE S/A	TVS-EMIS SIST BRAS TELEVISAO	JOSE ROBERTO DOS SANTOS MACIEL
SP	SP	JAU	JAU	TV STUDIOS DE JAU S/A	SBT - CENTRO OESTE PAULISTA - EMIS. DO SIST. BRAS. DE TELEVISÃO	

Tabela 6

ESTADO (SEDE)	CIDADE (ESTAÇÃO)	NOME DA EMISSORA	NOME DE FANTASIA DA EMISSORA	SÓCIO OU DIRETOR
BA	SALVADOR	RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES DA BAHIA LTDA	*	JOAO JORGE SAAD
DF	BRASILIA	RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES LTDA	*	
MG	BELO HORIZONTE	RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES DE MINAS GERAIS LTDA	TV BANDEIRANTES	JOAO JORGE SAAD
PR	CURITIBA	TELEVISAO BANDEIRANTES DO PARANA LTDA	TV CURITIBA	JOEL MALUCELLI
RJ	RIO DE JANEIRO	RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES DO RIO DE JANEIRO LTDA	TV BANDEIRANTES	JOAO JORGE SAAD
RS	PORTO ALEGRE	RADIO E TV PORTOVISAO LTDA	TV BANDEIRANTES	RICARDO DE BARROS SAAD
SP	PRESIDENTE PRUDENTE	TELEVISAO BANDEIRANTES DE PRESIDENTE PRUDENTE LTDA	TV PONTAL PAULISTA	MARCIA DE BARROS SAAD
SP	SAO PAULO	RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES LTDA	*	

Tabela 7

ESTADO (SEDE)	ESTADO (ESTAÇÃO)	CIDADE (SEDE)	CIDADE (ESTAÇÃO)	NOME DA EMISSORA	NOME FANTASIA DA EMISSORA	SÓCIO OU DIRETOR (1)	SÓCIO OU DIRETOR (2)
MG	MG	UBERLANDIA	ARAGUARI	RADIO BANDEIRANTES DE ARAGUARI LTDA			
SP	SP	SAO JOSE DOS CAMPOS	SAO JOSE DOS CAMPOS	SOCIEDADE RADIO CLUBE DE SAO JOSE DOS CAMPOS LTDA	BANDEIRANTES FM		RICARDO DE BARROS SAAD
SP	SP	SAO PAULO	SAO PAULO	RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES LTDA			

BA	BA	SALVADOR	SALVADOR	RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES DA BAHIA LTDA		JOS[ROBERTO HACHICH MALUF	JOAO JORGE SAAD
BA	BA	VITORIA DA CONQUISTA	VITORIA DA CONQUISTA	RADIO BANDEIRANTES DE VITORIA DA CONQUISTA LTDA			JOAO JORGE SAAD
SP	RS	SAO PAULO	PORTO ALEGRE	RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES LTDA			
SP	SP	SAO PAULO	ARARAQUARA	RADIO JORNAL DE SAO PAULO LTDA	BANDEIRANTES FM		MARCIA DE BARROS SAAD
SP	SP	CAMPOS DO JORDAO	CAMPOS DO JORDAO	RADIO BANDEIRANTES DE CAMPOS DO JORDAO LTDA			JOAO JORGE SAAD
SP	SP	SAO PAULO	ITANHAEM	VIP RADIO E TELEVISAO LTDA	RADIO BANDEIRANTES		

Tabela 8

ESTA DO (SEDE)	ESTADO (ESTAÇÃO)	CIDADE (SEDE)	CIDADE (ESTAÇÃO)	TIPO DE SERVIÇO	NOME DA EMISSORA	NOME FANTASIA DA EMISSORA	SÓCIO OU DIRETOR
BA	BA	VITORIA DA CONQUISTA	VITORIA DA CONQUISTA	OM-COMERCIAL	RADIO BANDEIRANTES DE VITORIA DA CONQUISTA LTDA	*	JOAO JORGE SAAD
RJ	RJ	RIO DE JANEIRO	RIO DE JANEIRO	OM-COMERCIAL	RADIO E TELEV BANDEIRANTES DO RIO DE JANEIRO LTDA	RADIO GUANABARA	JOAO JORGE SAAD
SP	SP	BARIRI	BARIRI	OM-COMERCIAL	BARIRI RADIO CLUBE LTDA	RADIO BANDEIRANTES	NEWTON FRASCHETTI
SP	SP	SAO PAULO	SAO PAULO	OM-COMERCIAL	RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES LTDA	*	

Tabela 9

ESTADO (SEDE)	ESTADO (ESTAÇÃO)	CIDADE (SEDE)	CIDADE (ESTAÇÃO)	NOME DA EMISSORA	NOME DE FANTASIA DA EMISSORA
GO	GO	GOIANIA	GOIANIA	TELEVISAO GOYA LTDA	TV RECORD DE GOIANIA
MG	MG	BELO HORIZONTE	BELO HORIZONTE	TELEVISAO SOCIEDADE LTDA	REDE RECORD MINAS

PA	PA	BELEM	BELEM	RADIO E TELEVISAO MARAJOARA LTDA	TV RECORD DE BELEM
RJ	RJ	RIO DE JANEIRO	RIO DE JANEIRO	TELEVISAO RECORD DO RIO DE JANEIRO LTDA	TV RECORD RIO
SC	SC	XANXERE	XANXERE	TELEVISAO XANXERE LTDA	REDE RECORD
SP	SP	BAURU	BAURU	TV RECORD DE BAURU LTDA	REDE RECORD DE TELEVISAO
SP	SP	FRANCA	FRANCA	TV RECORD DE FRANCA S/A	*
SP	SP	SAO JOSE DO RIO PRETO	SAO JOSE DO RIO PRETO	TV RECORD DE RIO PRETO S/A	*
SP	SP	SAO PAULO	SAO PAULO	RADIO E TELEVISAO RECORD S/A	REDE RECORD DE TELEVISAO

Tabela 10

ESTADO (SEDE)	ESTADO (ESTAÇÃO)	CIDADE (SEDE)	CIDADE (ESTAÇÃO)	NOME DA EMISSORA	NOME DE FANTASIA DA EMISSORA	SÓCIO OU DIRETOR (1)	TIPO DE SERVIÇO
CE	CE	FORTALEZA	FORTALEZA	RADIO UIRAPURU DE FORTALEZA LTDA	RADIO RECORD	RANDAL FERREIRA DE BRITO	OM-COMERCIAL
MG	MG	UBERLANDIA	UBERLANDIA	RADIO EDUCACIONAL E CULTURAL DE UBERLANDIA LTDA	RADIO RECORD DE UBERLANDIA		OM-COMERCIAL
PR	PR	CURITIBA	CURITIBA	RADIO RECORD DE CURITIBA LTDA	RADIO ATALAIA DE CURITIBA		OM-COMERCIAL
RJ	RJ	CAMPOS DOS GOYTACAZES	CAMPOS DOS GOYTACAZES	RADIO RECORD DE CAMPOS LTDA	RADIO ATALAIA	PAULO ROBERTO GOMES DA CONCEICAO	OM-COMERCIAL
RJ	RJ	RIO DE JANEIRO	RIO DE JANEIRO	RADIO CONTEMPORANEA LTDA	RADIO RECORD	MARCELO DA SILVA	OM-COMERCIAL
SC	SC	CRICIUMA	CRICIUMA	SOCIEDADE RADIO HULHA NEGRA DE CRICIUMA LTDA	RADIO RECORD AM DE CRICIUMA	JOAO PAULO BORGES DE FREITAS	OM-COMERCIAL

SP	SP	SAO PAULO	SAO PAULO	RADIO E TELEVISAO RECORD S/A	*	ANTONIO CARLOS MARTINS DE BULHOES	OM-COMERCIAL
----	----	-----------	-----------	------------------------------	---	-----------------------------------	--------------

Tabela 11

ESTADO (SEDE)	CIDADE (SEDE)	CIDADE (ESTAÇÃO)	NOME DA EMISSORA	NOME FANTASIA DA EMISSORA	SÓCIO OU DIRETOR (1)	SÓCIO OU DIRETOR (2)	TIPO DE SERVIÇO
MG	BELO HORIZONTE	BELO HORIZONTE	SISTEMA HOJE DE RADIO LTDA	RADIO RECORD FM	VALERIA DO CARMO FERREIRA	REINALDO GILLI COSTA DA SILVA	FM-COMERCIAL
CE	FORTALEZA	FORTALEZA	RADIO RECORD DE FORTALEZA FM LTDA	REDE ALELUIA DE RADIO	VANDEVAL LIMA DOS SANTOS	APARECIDO DOS REIS JUNIOR	FM-COMERCIAL

Já as **Tabelas 12 e 13** apresentam informações sobre emissoras que compõem a Rede TV!

Tabela 12

ESTADO (SEDE)	ESTADO (ESTAÇÃO)	CIDADE (SEDE)	CIDADE (ESTAÇÃO)	NOME DA EMISSORA	NOME DE FANTASIA DA EMISSORA	SÓCIO OU DIRETOR
SP	CE	BARUERI	FORTALEZA	TV OMEGA LTDA	REDE MANCHETE	MARCELO DE CARVALHO FRAGALI
SP	MG	BARUERI	BELO HORIZONTE	TV OMEGA LTDA	*	MARCELO DE CARVALHO FRAGALI
SP	PE	BARUERI	RECIFE	TV OMEGA LTDA	*	MARCELO DE CARVALHO FRAGALI
SP	RJ	BARUERI	RIO DE JANEIRO	TV OMEGA LTDA	REDE MANCHETE	MARCELO DE CARVALHO FRAGALI
SP	SP	BARUERI	SAO PAULO	TV OMEGA LTDA	*	MARCELO DE CARVALHO FRAGALI

Tabela 13

ESTADO (SEDE)	ESTADO (ESTAÇÃO)	CIDADE (ESTAÇÃO)	TIPO DE SERVIÇO	NOME DA EMISSORA
SP	SP	SAO PAULO	FM-COMERCIAL	OMEGA RADIO DIFUSAO S/C LTDA

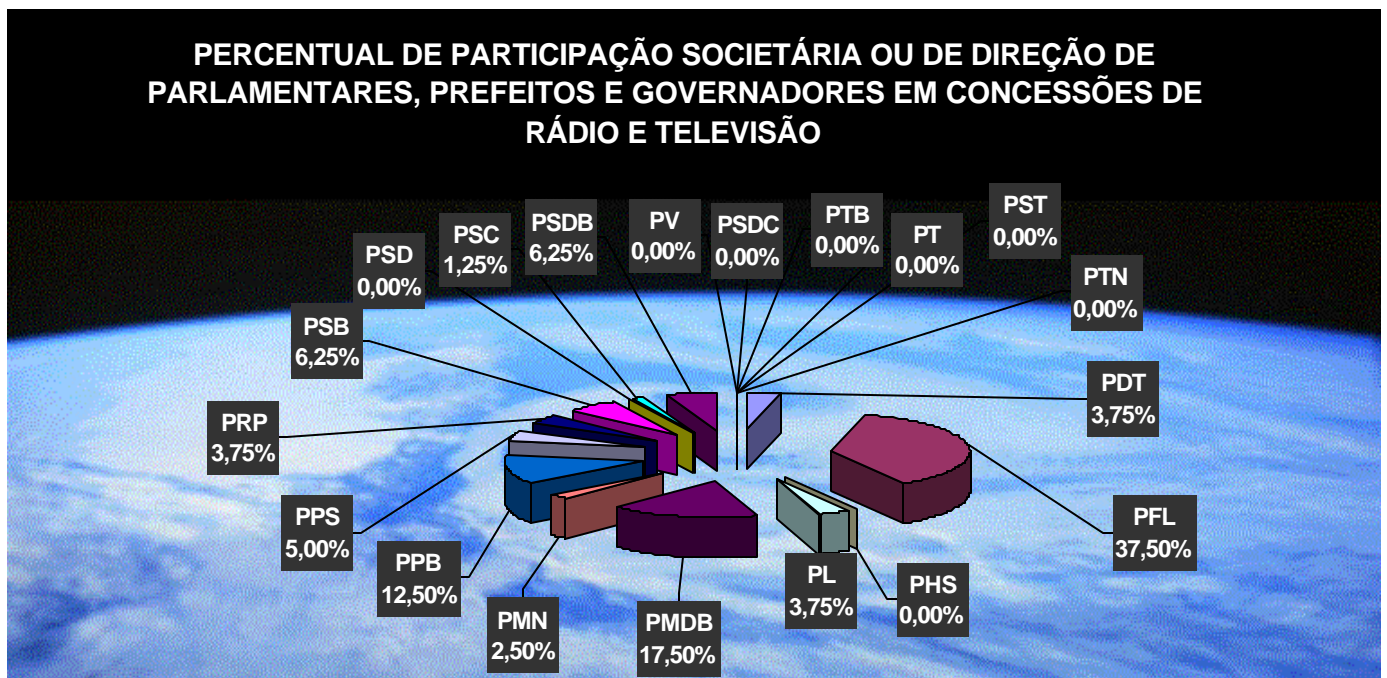
Para a Rede CNT os dados estão apresentados na **Tabela 14**.

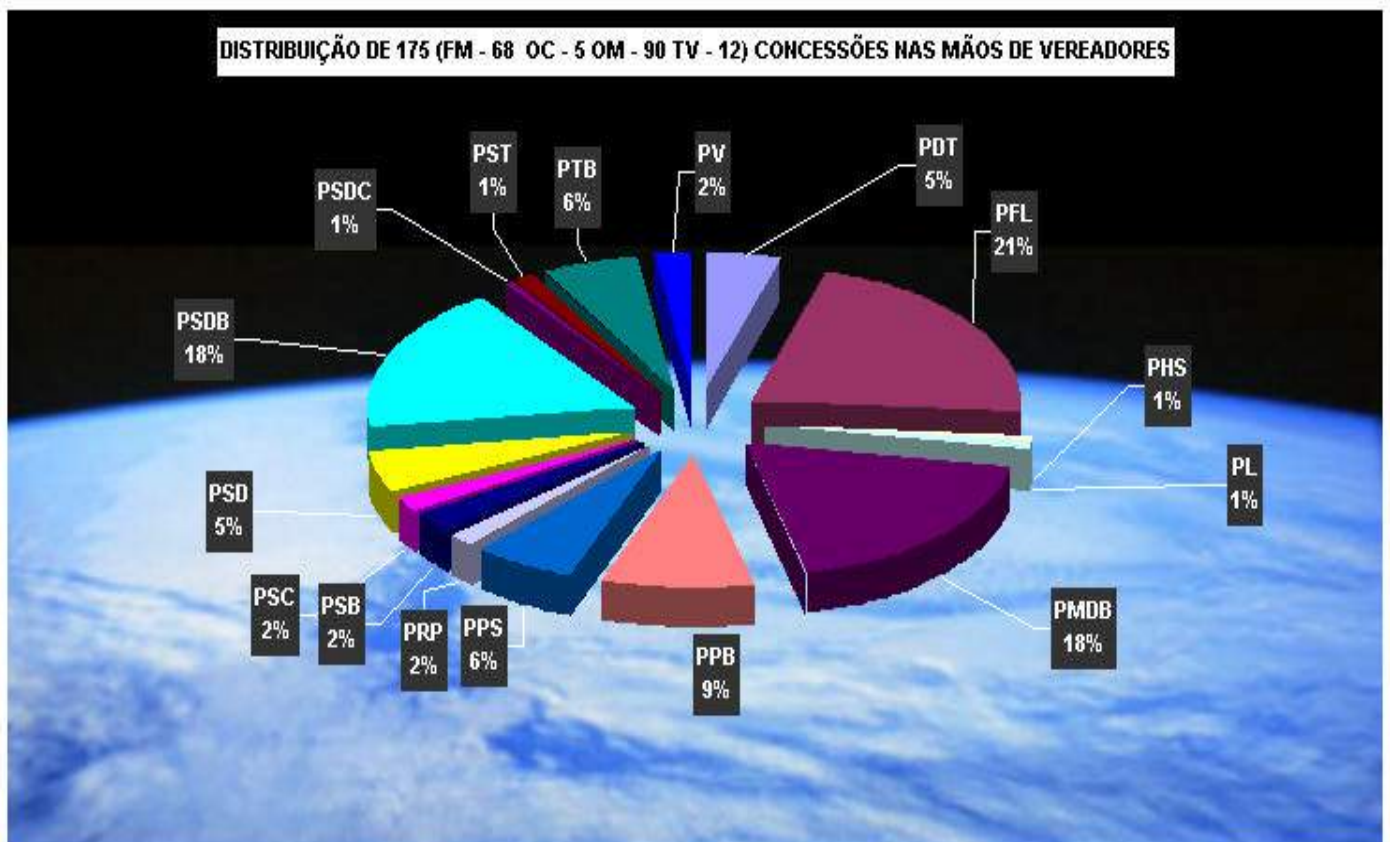
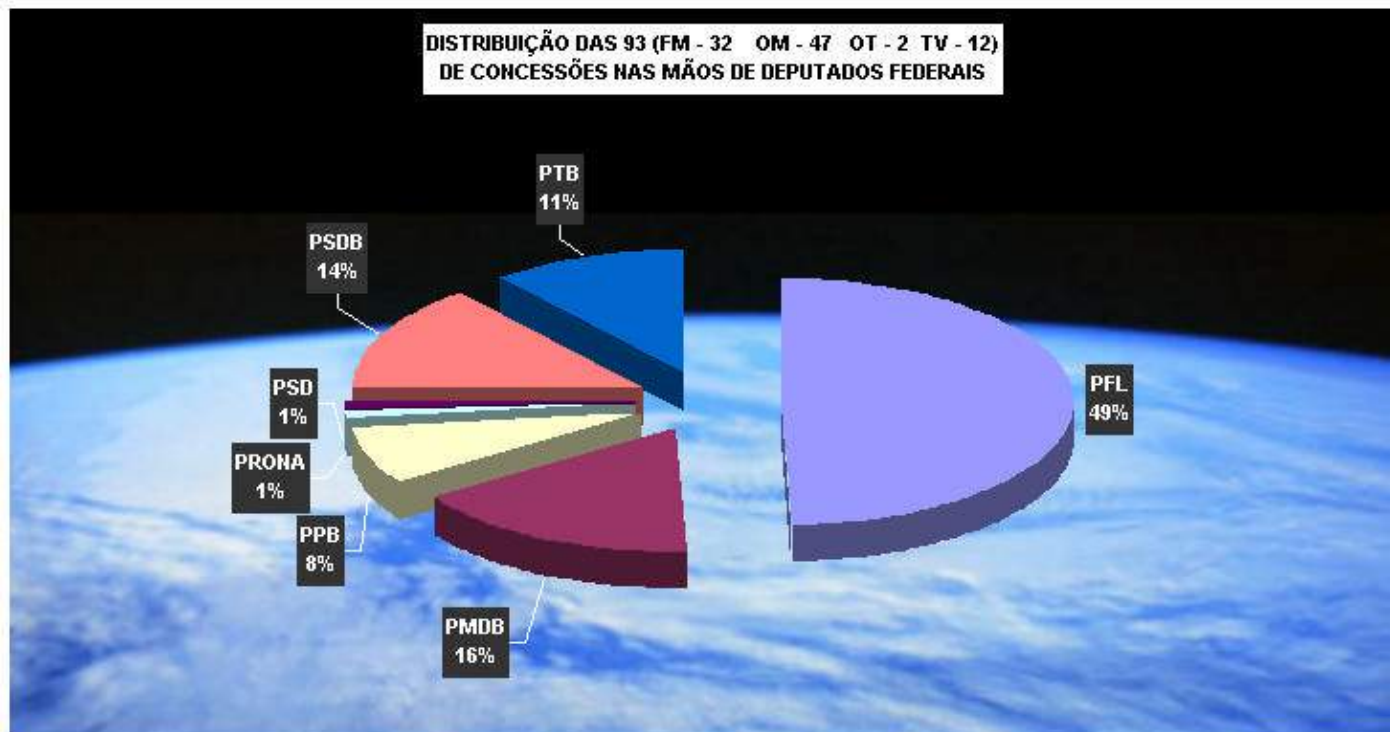
Tabela 14

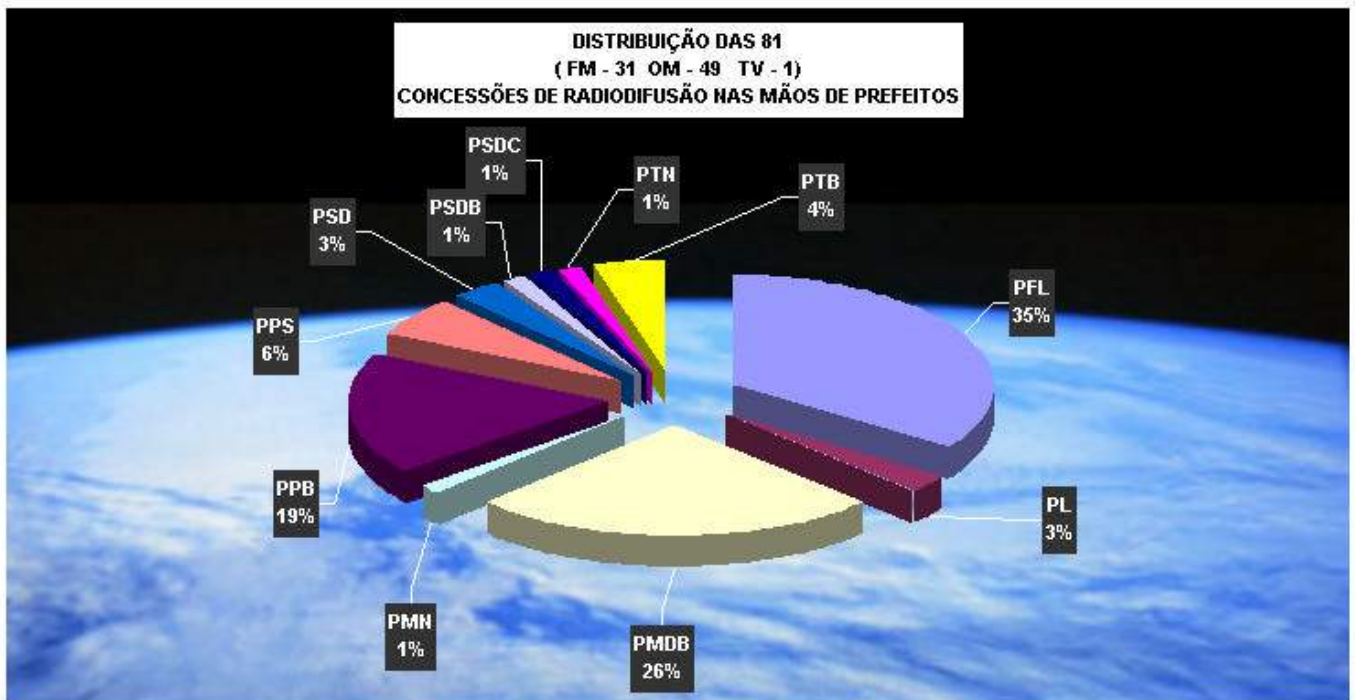
ESTADO (SEDE)	CIDADE (SEDE)	ESTADO (ESTAÇÃO)	CIDADE (ESTAÇÃO)	TIPO DE SERVIÇO	NOME DA EMISSORA	NOME DE FANTASIA DA EMISSORA	SÓCIO OU DIRETOR
PR	CURITIBA	PR	CURITIBA	TV-EDUCATIVA	RADIO E TELEVISAO OM LTDA	CENTRAL NACIONAL DE TELEVISAO - CNT	FLAVIO DE CASTRO MARTINEZ
SP	OSASCO	RJ	RIO DE JANEIRO	TV-EDUCATIVA	TV CORCOVADO S/A	CNT - COMPANHIA NACIONAL DE TELEVISAO	INACIO LONGO

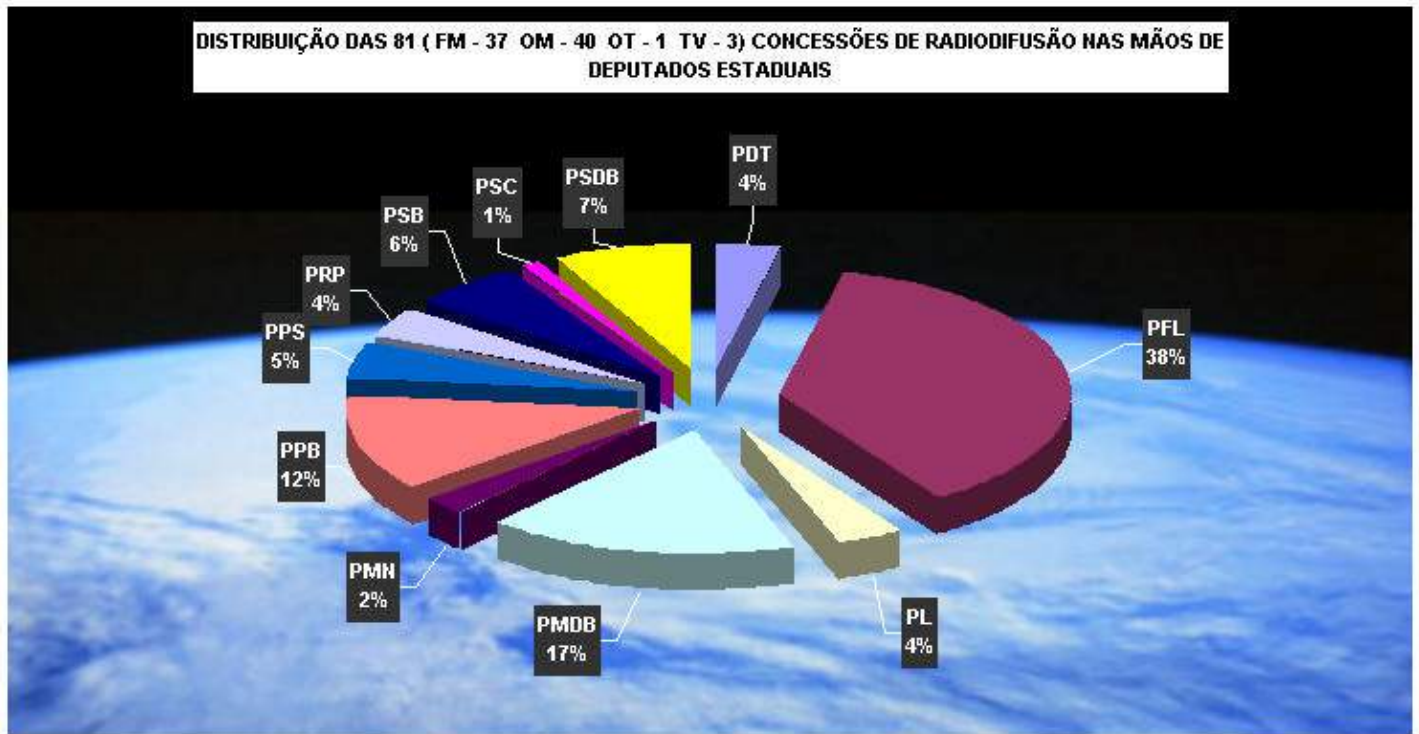
Outro aspecto que se analisou é o da participação de elites políticas nos meios de comunicação e em especial no setor de rádio e televisão.

Os gráficos a seguir apresentam percentuais de participação societária de políticos em concessões de rádio e televisão por partido.









NOME DO DEPUTADO	PARTIDO	NOME DA EMISSORA	TIPO DE PARTICIPAÇÃO	SERVIÇO
ADAUTO PEREIRA DE LIMA	PFL	RADIO MARINGA DE POMBAL LTDA	S	FM
ADAUTO PEREIRA DE LIMA	PFL	RADIO MARINGA DE POMBAL LTDA	S	OM
ALEXANDRE JOSE DOS SANTOS	PSDB	RADIO MUSICAL DE CANTAGALO LTDA	S	OM
AROLDE DE OLIVEIRA	PFL	RADIO MUNDO JOVEM LTDA	S	FM
ATILA FREITAS LIRA	PFL	RADIO CHAPADA DO CORISCO LTDA	S	OM
BENEDITO DE CARVALHO SA	PSDB	RADIO VALE DO CANINDE LTDA	S	OM
CARLOS ALBERTO RODRIGUES PINTO	PFL	RADIO ANTENA NOVE LTDA	S	FM
CARLOS ALBERTO RODRIGUES PINTO	PFL	SISTEMA HOJE DE RADIO LTDA	S	FM
CARLOS ALBERTO RODRIGUES PINTO	PFL	RADIO JORNAL DA CIDADE LTDA	S	OM
CARLOS ALBERTO RODRIGUES PINTO	PFL	RADIO UIRAPURU DE FORTALEZA LTDA	S	OM
CARLOS ALBERTO RODRIGUES PINTO	PFL	RADIO EDUCACIONAL E CULTURAL DE UBERLANDIA LTDA	D	OM
CARLOS ALBERTO RODRIGUES PINTO	PFL	TELEVISAO RECORD DO RIO DE JANEIRO LTDA	S	TV
DAMIAO FELICIANO DA SILVA	PTB	SISTEMA RAINHA DE COMUNICACAO LTDA	D	FM
DAMIAO FELICIANO DA SILVA	PTB	RADIO SANTA RITA LTDA	S	FM
EFRAIM DE ARAUJO MORAIS	PFL	RADIO VALE DO SABUGY LTDA	S	FM
ELCIONE THEREZINHA ZAHLUTH BARBALHO	PMDB	CARAJAS FM LTDA	S	FM
ELCIONE THEREZINHA ZAHLUTH BARBALHO	PMDB	RADIO CLUBE DO PARA PRC 5 LTDA	S	OM

ELCIONE THEREZINHA ZAHLUTH BARBALHO	PMDB	RADIO CLUBE DO PARA PRC 5 LTDA	S	OT
ELCIONE THEREZINHA ZAHLUTH BARBALHO	PMDB	RBA-REDE BRASIL AMAZONIA DE TELEVISAO LTDA	D	TV
ELCIONE THEREZINHA ZAHLUTH BARBALHO	PMDB	SISTEMA CLUBE DO PARA DE COMUNICACAO LTDA	S	TV
ERALDO TINOCO MELO	PFL	RADIO CRISTAL LTDA	S	OM
FELIX DE ALMEIDA MENDONCA	PTB	TELEVISAO BAHIA LTDA	S	TV
FRANCISCO GARCIA RODRIGUES	PFL	RADIO E TELEVISAO RIO NEGRO LTDA	D	TV
FRANCISTONIO ALVES PINTO	PMDB	RADIO CARAIPE FM LTDA	S	FM
FRANCISTONIO ALVES PINTO	PMDB	RADIO ALVORADA DE TEIXEIRA DE FREITAS LTDA	S	OM
FRANCISTONIO ALVES PINTO	PMDB	TELEVISAO SUL BAHIA DE TEIXEIRA DE FREITAS LTDA	S	TV
GERSON DOS SANTOS PERES	PPB	RADIO TOCANTINS LTDA	S	OM
GERSON SILVA GABRIELLI	PFL	RADIO CRISTAL LTDA	D	OM
HELIO CALIXTO DA COSTA	PFL	ABC RADIO E TELEVISAO LTDA	S	FM
INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA	PFL	RADIO A VOZ DO SERTAO LTDA	S	FM
INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA	PFL	RADIO A VOZ DO SERTAO LTDA	S	FM
INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA	PFL	RADIO A VOZ DO SERTAO LTDA	S	OM
INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA	PFL	REDE NORDESTE DE COMUNICACAO LTDA	S	TV
JAIME MARTINS FILHO	PFL	RADIO DIFUSORA INDUSTRIAL DE NOVA SERRANA LTDA	S	OM
JORGE MALULY NETTO	PFL	RADIO LIDER DO VALE LTDA	S	FM
JORGE MALULY NETTO	PFL	RADIO NOVA BEBEDOURO LTDA	S	OM
JORGE MALULY NETTO	PFL	SISTEMA ARACA DE COMUNICACAO LTDA	S	TV
JOSE ALVES ROCHA	PFL	RIO ALEGRE RADIODIFUSAO LTDA	S	FM
JOSE ALVES ROCHA	PFL	RADIO RIO CORRENTE LTDA	S	OM
JOSE SARNEY FILHO	PFL	RADIO MIRANTE LTDA	S	FM
JOSE SARNEY FILHO	PFL	TELEVISAO MIRANTE LTDA	S	TV
LEODEGAR DA CUNHA TISCOSKI	PPB	MAMPITUBA FM STEREO LTDA	S	FM
LEUR ANTONIO DE BRITTO LOMANTO	PFL	SISTEMA JEQUIE DE COMUNICACAO LTDA	S	FM
LUCIANO DE SOUZA CASTRO	PSDB	REDE TROPICAL DE COMUNICACAO LTDA	S	FM
LUCIANO DE SOUZA CASTRO	PSDB	REDE TROPICAL DE COMUNICACAO LTDA	S	TV
LUIZ MOREIRA DA SILVA	PFL	RADIO FM DE CATU LTDA	S	FM
LUIZ MOREIRA DA SILVA	PFL	RADIO PLANALTO DO OESTE LTDA	S	OM
MARCONDES IRAN BENEVIDES GADELHA	PFL	SISTEMA REGIONAL DE COMUNICACAO LTDA	S	FM
MARCONDES IRAN BENEVIDES GADELHA	PFL	RADIO JORNAL DE SOUSA LTDA	S	OM
MOACIR MICHELETTO	PMDB	RADIO PITIGUARA LTDA	S	FM
MOACIR MICHELETTO	PMDB	RADIO JORNAL DE ASSIS CHATEAUBRIAND LTDA	S	OM
MUSSA DE JESUS DEMES	PFL	RADIO VALE DO PAJEU LTDA	S	OM
MUSSA DE JESUS DEMES	PFL	RADIO CHAPADA DO CORISCO LTDA	S	OM
NELSON LUIZ PROENCA FERNANDES	PMDB	EMISSORAS REUNIDAS LTDA	S	OM

NELSON LUIZ PROENCA FERNANDES	PMDB	EMISSORAS REUNIDAS LTDA	S	OM
NILO AUGUSTO MORAES COELHO	PSDB	RADIO CULTURA DE GUANAMBI LTDA	D	OM
ODILIO BALBINOTTI	PSDB	RADIO EDUCADORA LTDA	D	OM
OLIVEIRA FRANCISCO DA SILVA	PPB	ORGANIZACAO DE EMIS INTEGRADAS DE RADIODIFUSAO	S	FM
OLIVEIRA FRANCISCO DA SILVA	PPB	RADIO BRASIL LTDA	S	FM
OLIVEIRA FRANCISCO DA SILVA	PPB	RADIO BRASIL LTDA	S	OM
OSVALDO DE SOUZA COELHO	PFL	RADIO E TELEVISAO GRANDE RIO FM STEREO LTDA	S	FM
OSVALDO DE SOUZA COELHO	PFL	RADIO E TELEVISAO GRANDE RIO FM STEREO LTDA	S	FM
OSVALDO DE SOUZA COELHO	PFL	RADIO DA GRANDE SERRA LTDA	S	OM
OSVALDO DE SOUZA COELHO	PFL	RADIO FM VOLUNTARIOS DA PATRIA LTDA	S	OM
OSVALDO DE SOUZA COELHO	PFL	RADIO E TELEVISAO GRANDE RIO FM STEREO LTDA	S	TV
PAULO CESAR DE OLIVEIRA LIMA	PFL	RADIO DIARIO DE PRESIDENTE PRUDENTE LTDA	S	OM
PAULO CESAR DE OLIVEIRA LIMA	PFL	TV FRONTEIRA PAULISTA LTDA	S	TV
PAULO CESAR MARQUES DE VELASCO	PRONA	RADIO SAO PAULO LTDA	S	OM
PAULO ROBERTO LUZ BRAGA	PFL	RADIO FM LIDER LTDA	S	FM
PEDRO FERNANDES RIBEIRO	PSD	RADIO DIFUSORA DE MOSSORO SA (*)	S	OM
PEDRO IRUJO YANIZ	PMDB	RADIO EDUCADORA DE IPIAU LTDA	S	OM
PEDRO IRUJO YANIZ	PMDB	RADIO CLUBE RIO DO OURO LTDA	S	OM
PEDRO IRUJO YANIZ	PMDB	RADIO SOCIEDADE DA BAHIA S/A (*)	S	OM
ROBERTO COELHO ROCHA	PSDB	RADIOVALE-RADIO E TELEVISAO VALE DO FARINHA LTDA	S	OM
ROBERTO COELHO ROCHA	PSDB	SISTEMA MARANHENSE DE RADIO E TELEVISAO LTDA	S	OM
ROBERTO COELHO ROCHA	PSDB	RADIOVALE-RADIO E TELEVISAO VALE DO FARINHA LTDA	S	OM
ROBERTO COELHO ROCHA	PSDB	RADIOVALE-RADIO E TELEVISAO VALE DO FARINHA LTDA	S	OT
ROBERTO SOARES PESSOA	PFL	RADIO PLANALTO DE MARACANAU LTDA	S	OM
ROMEL ANIZIO JORGE	PPB	RADIO NOVO TEMPO LTDA	S	FM
ROMEU FERREIRA DE QUEIROZ	PSDB	RADIO PRINCESA DO VALE LTDA	S	OM
RUBENS BUENO	PTB	RADIO BRASILEIRA DE BELA VISTA DO PARAISO LTDA	S	OM
UBIRATAN DINIZ DE AGUIAR	PSDB	RADIO SAO FRANCISCO DE CANINDE LTDA	S	OM
VANDEVAL LIMA DOS SANTOS	PTB	TRANS RADIODIFUSAO LTDA	S	FM
VANDEVAL LIMA DOS SANTOS	PTB	RADIO ARATU LTDA	S	FM
VANDEVAL LIMA DOS SANTOS	PTB	RADIO LIBERDADE FM DE SANTA RITA LTDA	D	FM
VANDEVAL LIMA DOS SANTOS	PTB	RADIO DIFUSAO E CULTURA LTDA	S	OM
VANDEVAL LIMA DOS SANTOS	PTB	RADIO JORNAL DA CIDADE LTDA	S	OM
VANDEVAL LIMA DOS SANTOS	PTB	RADIO CULTURA DE GRAVATAI LTDA	S	OM
WERNER WANDERER	PFL	REDE OESTE DE COMUNICACAO LTDA	S	FM
WERNER WANDERER	PFL	RADIO EDUCADORA MARECHAL LTDA	S	OM

WERNER WANDERER	PFL	RADIO GRANDE LAGO LTDA	S	OM
WIGBERTO FERREIRA TARTUCE	PPB	SIGMA RADIODIFUSAO LTDA	S	FM
WILSON LEITE BRAGA	PSDB	DIFUSORA RADIO CAJAZEIRAS LTDA	S	OM

NOME DO GOVERNADOR	PARTIDO	ENTIDADE	TIPO DE PARTICIPAÇÃO	TIPO DE SERVIÇO	ESTADO
CESAR AUGUSTO RABELLO BORGES	PFL	RADIO FM RIO NOVO LTDA	S	FM	BA
CESAR AUGUSTO RABELLO BORGES	PFL	RADIO FM AIMORE DE PIRITIBA LTDA	S	FM	BA
JOSE DE ABREU BIANCO	PFL	EMPRESA DE RADIODIFUSAO NOVA FRONTEIRA LTDA	S	FM	RO
JOSE DE ABREU BIANCO	PFL	EMPRESA DE RADIODIFUSAO NOVA FRONTEIRA LTDA	S	FM	RO
FRANCISCO DE ASSIS DE MORAES SOUZA	PMDB	RADIO IGARACU LTDA	D	OM	PI
GARIBALDI ALVES FILHO	PMDB	TELEVISAO CABUGI LTDA	S	TV	RN
ALBANO DO PRADO PIMENTEL FRANCO	PSDB	RADIO TELEVISAO DE SERGIPE S/A (*)	S	FM	SE
ALBANO DO PRADO PIMENTEL FRANCO	PSDB	RADIO TELEVISAO DE SERGIPE S/A (*)	S	TV	SE

A **Tabela 15** contém informações sobre as palavras **BARBALHO** com as respectivas concessões.

Tabela 15

CIDADE (SEDE)	EMISSORA	socio ou diretor	TIPO DE PARTICIPAÇÃO	TIPO DE SERVIÇO
BELEM	CARAJAS FM LTDA	HELDER ZAHLUTH BARBALHO	D	FM
BELEM	BELEM RADIODIFUSAO LTDA	JADER FONTENELLE BARBALHO FILHO	S	FM
BELEM	BELEM RADIODIFUSAO LTDA	JADER FONTENELLE BARBALHO	S	FM
BELEM	CARAJAS FM LTDA	ELCIONE THEREZINHA ZAHLUTH BARBALHO	S	FM
MARABA	SNC - SISTEMA NORTE DE COMUNICACAO LTDA	LUIZ GUILHERME FONTENELLE BARBALHO	S	FM
BELEM	RADIO CLUBE DO PARA PRC 5 LTDA	LUIZ GUILHERME FONTENELLE BARBALHO	D	OM

BELEM	RADIO CLUBE DO PARA PRC 5 LTDA	ELCIONE THEREZINHA ZAHLUTH BARBALHO	S	OM
MARABA	SNC - SISTEMA NORTE DE COMUNICACAO LTDA	LUIZ GUILHERME FONTENELLE BARBALHO	S	OM
BELEM	RADIO CLUBE DO PARA PRC 5 LTDA	LUIZ GUILHERME FONTENELLE BARBALHO	D	OT
BELEM	RADIO CLUBE DO PARA PRC 5 LTDA	ELCIONE THEREZINHA ZAHLUTH BARBALHO	S	OT
BELEM	RBA-REDE BRASIL AMAZONIA DE TELEVISAO LTDA	ELCIONE THEREZINHA ZAHLUTH BARBALHO	D	TV
BELEM	RBA-REDE BRASIL AMAZONIA DE TELEVISAO LTDA	JADER FONTENELLE BARBALHO FILHO	S	TV
BELEM	RBA-REDE BRASIL AMAZONIA DE TELEVISAO LTDA	JADER FONTENELLE BARBALHO	S	TV
BELEM	RBA-REDE BRASIL AMAZONIA DE TELEVISAO LTDA	HELDER ZAHLUTH BARBALHO	S	TV
MARABA	SISTEMA CLUBE DO PARA DE COMUNICACAO LTDA	ELCIONE THEREZINHA ZAHLUTH BARBALHO	S	TV

Já **Tabela 16** apresenta um rastreamento realizado sobre a base de dados, com uma aplicação em SQL, que pôde identificar a concentração da propriedade por grupos político estaduais cujas emissoras de televisão integram as redes Globo, SBT, Bandeirantes, Record, Rede TV! E Rede CNT .

Tabela 16

ESTADO	CIDADE (ESTAÇÃO)	TIPO DE SERVIÇO	NOME	TIPO DE PARTICIPAÇÃO (S - SÓCIO D-DIRETOR E - SÓCIO E DIRETOR)	EMISSORA
BA	SALVADOR	TV	LUIZ EDUARDO MARON DE MAGALHAES	S	TELEVISAO BAHIA LTDA
BA	RIBEIRA DO POMBAL	OM	PAULO ROBERTO MAGALHAES DE JESUS	S	RADIO ANTENA 1 DE RIBEIRA DO POMBAL LTDA
MA	BARRA DO CORDA	OM	EDISON LOBAO	S	RADIO GUAJAJARA DE BARRA DO CORDA LTDA
MA	IMPERATRIZ	OM	EDISON LOBAO	S	RADIO IMPERATRIZ SOCIEDADE LTDA
MA	SAO LUIS	TV	EDISON LOBAO FILHO	D	RADIO E TV DIFUSORA DO MARANHAO LTDA
MA	SAO LUIS	OM	EDISON LOBAO FILHO	D	RADIO E TV DIFUSORA DO MARANHAO LTDA
MA	SAO LUIS	OT	EDISON LOBAO FILHO	D	RADIO E TV DIFUSORA DO MARANHAO LTDA
MA	SAO LUIS	FM	EDISON LOBAO FILHO	D	RADIO E TV DIFUSORA DO MARANHAO LTDA
MA	IMPERATRIZ	FM	FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	D	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA
MA	IMPERATRIZ	OM	FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	D	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA
MA	IMPERATRIZ	TV	FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	D	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA

MA	TIMON	FM	FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	S	RADIO DIFUSORA FM DE TIMOM LTDA
MA	SAO LUIS	FM	FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	S	RADIO MIRANTE LTDA
MA	SAO LUIS	TV	FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	S	TELEVISAO MIRANTE LTDA
MA	SAO LUIS	FM	JOSE SARNEY FILHO	S	RADIO MIRANTE LTDA
MA	SAO LUIS	TV	JOSE SARNEY FILHO	S	TELEVISAO MIRANTE LTDA
MA	SAO LUIS	TV	LUCIANO LOBAO	S	RADIO E TV DIFUSORA DO MARANHAO LTDA
MA	SAO LUIS	OM	LUCIANO LOBAO	S	RADIO E TV DIFUSORA DO MARANHAO LTDA
MA	SAO LUIS	OT	LUCIANO LOBAO	S	RADIO E TV DIFUSORA DO MARANHAO LTDA
MA	SAO LUIS	FM	LUCIANO LOBAO	S	RADIO E TV DIFUSORA DO MARANHAO LTDA
MA	SAO LUIS	TV	MARCIO LOBAO	D	RADIO E TV DIFUSORA DO MARANHAO LTDA
MA	SAO LUIS	OM	MARCIO LOBAO	D	RADIO E TV DIFUSORA DO MARANHAO LTDA
MA	SAO LUIS	OT	MARCIO LOBAO	D	RADIO E TV DIFUSORA DO MARANHAO LTDA
MA	SAO LUIS	FM	MARCIO LOBAO	D	RADIO E TV DIFUSORA DO MARANHAO LTDA
MA	CAXIAS	OM	ROSEANE SARNEY MURAD	S	RADIO INTERIOR LTDA
MA	PINHEIRO	OM	ROSEANE SARNEY MURAD	S	RADIO INTERIOR LTDA
MA	SAO LUIS	FM	ROSEANE SARNEY MURAD	S	RADIO MIRANTE LTDA
MA	SAO LUIS	TV	ROSEANE SARNEY MURAD	S	TELEVISAO MIRANTE LTDA
PA	BELEM	TV	ELCIONE THEREZINHA ZAHLUTH BARBALHO	D	RBA-REDE BRASIL AMAZONIA DE TELEVISAO LTDA
PA	BELEM	FM	ELCIONE THEREZINHA ZAHLUTH BARBALHO	S	CARAJAS FM LTDA
PA	BELEM	OT	ELCIONE THEREZINHA ZAHLUTH BARBALHO	S	RADIO CLUBE DO PARA PRC 5 LTDA
PA	BELEM	OM	ELCIONE THEREZINHA ZAHLUTH BARBALHO	S	RADIO CLUBE DO PARA PRC 5 LTDA
PA	MARABA	TV	ELCIONE THEREZINHA ZAHLUTH BARBALHO	S	SISTEMA CLUBE DO PARA DE COMUNICACAO LTDA
PA	BELEM	FM	HELDER ZAHLUTH BARBALHO	D	CARAJAS FM LTDA
PA	BELEM	TV	HELDER ZAHLUTH BARBALHO	S	RBA-REDE BRASIL AMAZONIA DE TELEVISAO LTDA
PA	BELEM	FM	JADER FONTENELLE BARBALHO	S	BELEM RADIODIFUSAO LTDA
PA	BELEM	TV	JADER FONTENELLE BARBALHO	S	RBA-REDE BRASIL AMAZONIA DE TELEVISAO LTDA
PA	BELEM	FM	JADER FONTENELLE BARBALHO FILHO	S	BELEM RADIODIFUSAO LTDA
PA	BELEM	TV	JADER FONTENELLE BARBALHO FILHO	S	RBA-REDE BRASIL AMAZONIA DE TELEVISAO LTDA
PA	BELEM	OT	LUIZ GUILHERME FONTENELLE BARBALHO	D	RADIO CLUBE DO PARA PRC 5 LTDA
PA	BELEM	OM	LUIZ GUILHERME FONTENELLE BARBALHO	D	RADIO CLUBE DO PARA PRC 5 LTDA
PA	MARABA	FM	LUIZ GUILHERME FONTENELLE BARBALHO	S	SNC - SISTEMA NORTE DE COMUNICACAO LTDA
PA	MARABA	OM	LUIZ GUILHERME FONTENELLE BARBALHO	S	SNC - SISTEMA NORTE DE COMUNICACAO LTDA
SE	ARACAJU	FM	ALBANO DO PRADO PIMENTEL FRANCO	S	RADIO TELEVISAO DE SERGIPE S/A (*)
SE	ARACAJU	TV	ALBANO DO PRADO PIMENTEL FRANCO	S	RADIO TELEVISAO DE SERGIPE S/A (*)

SE	ARACAJU	FM	AUGUSTO CESAR LEITE FRANCO	D	RADIO TELEVISAO DE SERGIPE S/A (*)
SE	ARACAJU	TV	AUGUSTO CESAR LEITE FRANCO	D	RADIO TELEVISAO DE SERGIPE S/A (*)
SE	ARACAJU	OM	AUGUSTO DO PRADO FRANCO	S	RADIO ATALAIA DE SERGIPE LTDA
SE	SIMAO DIAS	OM	AUGUSTO DO PRADO FRANCO	S	RADIO ATALAIA DE SERGIPE LTDA
SE	ARACAJU	FM	AUGUSTO DO PRADO FRANCO	S	TELEVISAO ATALAIA LTDA
SE	ARACAJU	TV	AUGUSTO DO PRADO FRANCO	S	TELEVISAO ATALAIA LTDA
SE	ARACAJU	OM	MARIA VIRGINIA LEITE FRANCO	S	RADIO ATALAIA DE SERGIPE LTDA
SE	SIMAO DIAS	OM	MARIA VIRGINIA LEITE FRANCO	S	RADIO ATALAIA DE SERGIPE LTDA
SE	ARACAJU	FM	MARIA VIRGINIA LEITE FRANCO	S	TELEVISAO ATALAIA LTDA
SE	ARACAJU	TV	MARIA VIRGINIA LEITE FRANCO	S	TELEVISAO ATALAIA LTDA
SE	ARACAJU	FM	OSVALDO LEITE FRANCO	S	RADIO TELEVISAO DE SERGIPE S/A (*)
SE	ARACAJU	TV	OSVALDO LEITE FRANCO	S	RADIO TELEVISAO DE SERGIPE S/A (*)
SE	ARACAJU	OM	WALTER DO PRADO FRANCO SOBRINHO	D	RADIO ATALAIA DE SERGIPE LTDA
SE	SIMAO DIAS	OM	WALTER DO PRADO FRANCO SOBRINHO	D	RADIO ATALAIA DE SERGIPE LTDA
SE	ARACAJU	FM	WALTER DO PRADO FRANCO SOBRINHO	D	TELEVISAO ATALAIA LTDA
SE	ARACAJU	TV	WALTER DO PRADO FRANCO SOBRINHO	D	TELEVISAO ATALAIA LTDA

A **Tabela 17** apresenta dados sobre a propriedade dos meios de comunicação no Estado do Maranhão cujos sócios possuem o sobrenome **SARNEY**.

Tabela 17

NOME	EMISSORA	TIPO DE PARTICIPAÇÃO	CIDADE	TIPO DE SERVIÇO
ROSEANE SARNEY MURAD	TELEVISAO MIRANTE LTDA	S	CAXIAS	FM
ROSEANE SARNEY MURAD	RADIO MIRANTE LTDA	S	CAXIAS	OM
ROSEANE SARNEY MURAD	RADIO INTERIOR LTDA	S	CAXIAS	OM
ROSEANE SARNEY MURAD	RADIO INTERIOR LTDA	S	CAXIAS	TV
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	TELEVISAO MIRANTE LTDA	S	IMPERATRIZ	FM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE LTDA	S	IMPERATRIZ	FM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	IMPERATRIZ	FM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	IMPERATRIZ	FM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	IMPERATRIZ	FM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO DIFUSORA FM DE TIMOM LTDA	S	IMPERATRIZ	FM

FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	TELEVISAO MIRANTE LTDA	S	IMPERATRIZ	FM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE LTDA	S	IMPERATRIZ	FM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	IMPERATRIZ	FM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	IMPERATRIZ	OM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	IMPERATRIZ	OM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO DIFUSORA FM DE TIMOM LTDA	S	IMPERATRIZ	OM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	TELEVISAO MIRANTE LTDA	S	IMPERATRIZ	TV
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE LTDA	S	IMPERATRIZ	TV
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	IMPERATRIZ	TV
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	IMPERATRIZ	TV
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	IMPERATRIZ	TV
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO DIFUSORA FM DE TIMOM LTDA	S	IMPERATRIZ	TV
ROSEANE SARNEY MURAD	TELEVISAO MIRANTE LTDA	S	PINHEIRO	FM
ROSEANE SARNEY MURAD	RADIO MIRANTE LTDA	S	PINHEIRO	OM
ROSEANE SARNEY MURAD	RADIO INTERIOR LTDA	S	PINHEIRO	OM
ROSEANE SARNEY MURAD	RADIO INTERIOR LTDA	S	PINHEIRO	TV
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	TELEVISAO MIRANTE LTDA	S	SAO LUIS	FM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE LTDA	S	SAO LUIS	FM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	SAO LUIS	FM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	SAO LUIS	FM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	SAO LUIS	FM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO DIFUSORA FM DE TIMOM LTDA	S	SAO LUIS	FM
JOSE SARNEY FILHO	TELEVISAO MIRANTE LTDA	S	SAO LUIS	FM
JOSE SARNEY FILHO	RADIO MIRANTE LTDA	S	SAO LUIS	FM
ROSEANE SARNEY MURAD	TELEVISAO MIRANTE LTDA	S	SAO LUIS	FM
ROSEANE SARNEY MURAD	RADIO MIRANTE LTDA	S	SAO LUIS	FM
ROSEANE SARNEY MURAD	RADIO INTERIOR LTDA	S	SAO LUIS	OM
ROSEANE SARNEY MURAD	RADIO INTERIOR LTDA	S	SAO LUIS	OM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	TELEVISAO MIRANTE LTDA	S	SAO LUIS	OM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE LTDA	S	SAO LUIS	OM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	SAO LUIS	OM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	SAO LUIS	OM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	SAO LUIS	TV

FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO DIFUSORA FM DE TIMOM LTDA	S	SAO LUIS	TV
JOSE SARNEY FILHO	TELEVISAO MIRANTE LTDA	S	SAO LUIS	TV
JOSE SARNEY FILHO	RADIO MIRANTE LTDA	S	SAO LUIS	TV
ROSEANE SARNEY MURAD	TELEVISAO MIRANTE LTDA	S	SAO LUIS	TV
ROSEANE SARNEY MURAD	RADIO MIRANTE LTDA	S	SAO LUIS	TV
ROSEANE SARNEY MURAD	RADIO INTERIOR LTDA	S	SAO LUIS	TV
ROSEANE SARNEY MURAD	RADIO INTERIOR LTDA	S	SAO LUIS	TV
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	TELEVISAO MIRANTE LTDA	S	TIMON	FM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE LTDA	S	TIMON	FM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	TIMON	FM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	TIMON	OM
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO MIRANTE DO MARANHAO LTDA	D	TIMON	TV
FERNANDO JOSE MACIEIRA SARNEY	RADIO DIFUSORA FM DE TIMOM LTDA	S	TIMON	TV

Televisão, periodização e desenvolvimento

Valério Cruz Brittos*

Por constituir-se na principal mídia mundial, especialmente no Brasil, onde sua inserção social é das mais elevadas, funcionando como substituta de outras opções culturais, e a indústria produtora de conteúdos destaca-se internacionalmente, a televisão tem recebido uma série e de abordagens. Os aspectos históricos e suas interfaces com outras áreas de estudo têm sido um dos importantes caminhos de conhecimento do meio TV, o que se acirrou ao longo do ano 2000, tendo em vista o transcurso do cinquentenário de instalação desta tecnologia no país, transcorrida em 18 de setembro de 1950. Considerando-se que grande parte das análises alusivas à data remetem a recortes de acontecimentos específicos ou envolvem lembranças de atores envolvidos com o processo, o livro impresso individual mais importante sobre a história da televisão brasileira lançado em 2000 é o de autoria do professor da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e da Unidade Baiana de Ensino, Pesquisa e Extensão (UNIBAHIA), pesquisador e poeta Sérgio Mattos. Trata-se de *A televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000)*, publicado pela Editora PAS, de Salvador.

Três pontos principais do livro merecem ser destacados. Em primeiro lugar, Mattos apresenta um longo e fundamentado estudo sobre a implantação e desenvolvimento da TV brasileira, analisando desde sua fundação e projetando as mudanças possíveis, ante as inovações tecnológicas e as reordenações provocadas pelo quadro político-econômico. A contribuição desta primeira parte da publicação é essencial para os pesquisadores da área, no sentido de que apresenta uma original periodização da história da televisão no Brasil. Sérgio vai além e aprofunda a análise já empreendida em outra obra sua, *Um perfil da TV*

* Doutorando em Comunicação e Cultura Contemporâneas na Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e professor-adjunto na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

brasileira: 40 anos de história – 1950/1990 (Salvador: ABAP, 1990), onde já apresentava quatro períodos desta tecnologia, as Fases Elitista (1950-1964), Populista (1964-1975), do Desenvolvimento Tecnológico (1975-1985) e da Transição e da Expansão Internacional (1985-1990). Agora, o pesquisador complementa estes momentos com outras duas Fases, a da Globalização e da TV Paga (1990-2000) e da Convergência e da Qualidade Digital (2000-hoje), onde a televisão aberta passa a concorrer com modalidades por assinatura e tecnologias próximas, as quais, em muitos casos, imbricam-se com o modelo tradicional.

O raciocínio de Mattos, que o leva a esta periodização, baseia-se na evolução da TV brasileira, em sua “coerência e semelhança” com o desenvolvimento do país no período, levando em conta principalmente as mudanças das políticas nacionais. Para o desenvolvimento deste desbravamento da televisão, sua história e relações contextuais, o autor realizou uma profunda revisão bibliográfica, incorporando ainda outros estudos anteriores de sua autoria, como *The impact of the 1964 Revolution on Brazilian television* (San Antonio: Klingensmith Independent Publisher, 1982), tendo em vista que foi durante o longo período de ditadura militar que se estruturou o sistema televisivo do país, até pela grande coincidência de objetivos entre empresários e ocupantes do poder político. O texto é encadeado a partir das características principais do período e das mudanças promovidas pelas entidades governamentais. Neste sentido, acaba traçando um importante quadro do que foi e é o Brasil, na dinâmica que estabeleceu e estabelece com sua mais importante mídia.

O segundo ponto que deve ser ressaltado, do livro em questão de Sérgio Mattos, é o importante levantamento que efetuou e oferece aos leitores sobre estudos envolvendo a televisão, incluindo, além de livros consagrados, dissertações, teses, textos apresentados em congressos e artigos publicados em periódicos científicos. Identificando, classificando e descrevendo a maior parte da bibliografia acadêmica e profissional sobre a TV brasileira, de forma a apresentar, além da referência, comentários sobre o texto em questão, ele dividiu os estudos entre aspectos históricos, sociais, políticos, econômicos e informações complementares. Assim, *A televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000)* torna-se uma obra indispensável não só àqueles que trabalham a perspectiva histórica da televisão, mas a todos dispostos a encarar a tecnologia em qualquer abordagem possível. Ou seja,

torna-se indispensável uma consulta ao trabalho de Mattos para desencadear qualquer pesquisa envolvendo a TV, funcionando o livro, então, como um passo inicial para o transcurso investigatório. Ante todo este trabalho, Sérgio constata que, apesar do amplo volume de referências existentes, há escassez de pesquisas sobre aspectos originais desta tecnologia.

Por fim, o terceiro ponto do livro que merece atenção especial é uma cronologia, reunindo, ano a ano, os principais fatos que marcaram a televisão brasileira, precedida de um breve apanhado sobre a evolução desta tecnologia no mundo. O caráter preciso das informações garante a referida cronologia como uma importante fonte de consulta para dirimir rapidamente dúvidas que por ventura surjam sobre a caminhada da TV, dados que podem ser aprofundados na própria obra, em sua primeira parte. As informações tratam do lançamento de emissoras, programas, tecnologias correlatas, decisões regulamentares, acontecimentos marcantes e inovações em geral. Nesta terceira parte do levantamento de Mattos é apresentado, por exemplo, que em 1939, o país viveu uma experiência pioneira de demonstração dos recursos televisivos, numa iniciativa materializada no Rio de Janeiro. Depois disso, o assunto foi congelado, como, em geral, na maioria dos países, já que a deflagração da II Guerra Mundial colocou a introdução da televisão numa posição inferior na escala de interesses imediatos das sociedades. Por isso, a chegada da TV comercial e regular no Brasil deu-se mais de 10 anos após esta exposição pública, assim mesmo com pioneirismo, como o quinto país do mundo e o primeiro da América Latina a dispor desta inovação.

Desta forma, após destacar-se o conjunto do livro *A televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000)*, considera-se que a maior contribuição de Sérgio Mattos envolve a periodização da trajetória da TV brasileira, um tema polêmico e tema de muitos outros estudos, como os de César Bolaño (que possui profundas pesquisas sobre a formação e expansão deste meio) e de Sérgio Caparelli (cuja obra clássica parte da chamada Teoria da Dependência), além deste próprio pesquisador, que tem denominado o período atual de Fase da Multiplicidade da Oferta. Antes de tudo, acredita-se que a abordagem de Mattos, fortemente marcada por variáveis político-econômicas, é construída a partir de uma compatibilidade interna, remetendo os cortes precipuamente a determinações político-

institucionais e manifestações da própria tecnologia, em sua relação com os agentes regulamentadores, o público, o anunciante e suas próprias decisões internas. Além do mais, a periodização em voga pode ser coadunada com análises centradas diretamente na Economia Política da Comunicação, como os de Bolaño e deste professor. Por tudo isso, o livro de Mattos reúne elementos para leitura, debate e futuras pesquisas sobre a televisão no Brasil.