



MEMORIAS

XIII Congreso Latinoamericano
de Investigadores de la Comunicación

**Sociedad del Conocimiento y Comunicación:
Reflexiones Críticas desde América Latina**
MÉXICO | 5 al 7 de octubre de 2016

Grupo Temático 17
Historia de la Comunicación

MEMORIAS

XIII Congreso Latinoamericano
de Investigadores de la Comunicación

**Sociedad del Conocimiento y Comunicación:
Reflexiones Críticas desde América Latina**

**Grupo Temático 17
Historia de la Comunicación**

Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Cuajimalpa
División de Ciencias de la Comunicación y Diseño
Avenida Vasco de Quiroga #4871,
Colonia Santa Fe Cuajimalpa,
Delegación Cuajimalpa, C.P: 05300
Ciudad de México

ISSN 2179-7617

Índice

Las voces desde abajo: el periodismo obrero chileno a comienzos del siglo XX <i>Eduardo Santa Cruz A.</i>	5
Prensa y política en el Porfiriato, o de cómo hacer de la tauromaquia un medio de comunicación política <i>Iñigo Fernández Fernández</i>	11
Um olhar sobre os jornais do subúrbio no Brasil (1900-1920) <i>Leticia Cantarella Matheus</i>	19
O reino da estupidez e cartas chilenas <i>Jairo Faria Mendes</i>	25
La memoria de la historia y las narrativas audiovisuales <i>Julio Eduardo Benavides Campos</i>	31
La publicidad radiofónica en Colima, México: aproximaciones históricas de informantes clave <i>Marina Vázquez Guerrero</i> <i>Félix Rogelio Flores</i>	39
Medios de comunicación y proyectos nacionales en Colombia (1940-1973): gobernando lo popular – masivo <i>Juan Carlos Amador</i>	47
Censura, distanciamiento e aproximações: a cobertura sobre O Pasquim no jornal norte-americano The New York Times <i>Márcia Neme Buzalaf</i>	57
Memoria de lo volátil. Comunicación y vida cotidiana en el siglo XX <i>Gilberto Eduardo Gutiérrez</i>	65
‘Imprensa Negra’. Um olhar sobre a História da resistência no jornalismo brasileiro <i>Maria Cristina Gobbi</i> <i>Juliana Gobbi Betti</i>	71
Periodismo y la Iglesia Católica en América Latina en 1964: Un estudio realizado por el diario brasileño “Diário de Notícias” <i>Nayara Kobori</i> <i>Maximiliano Martin Vicente</i>	79
Produção e difusão: a incidência do pensamento comunicacional latino-americano em referenciais teóricos <i>Paulo Vitor Giraldo Pires</i>	85
A crise de 1954 nas fotografias de Última Hora <i>Silvana Louzada</i>	97
A política brasileira através das lentes da Paris Match (1949-2010) <i>Eliza Bachega Casadei</i>	107
O papel fiscalizador do jornalismo após o processo de abertura política no Brasil: uma análise das reportagens vencedoras do Prêmio Esso (1979-2014) <i>Marcio de Souza Castilho</i>	115



La sátira política en los inicios de la prensa gráfica periódica del Rosario (1863-1865) <i>Lautaro Cossia</i>	125
The geopolitics of radio: the rise and fall of the Pan-American networks (1940-48) <i>Gisela Cramer</i>	135
El papel jugado por la insurrección de Adolfo de la Huerta (1923-1924) en la conformación del sistema de radiodifusión de México <i>José Luis Ortiz Garza</i> <i>J. Justin Castro</i>	141
Guerra informativa. La prensa costarricense en la Segunda Guerra Mundial <i>Patricia Vega Jiménez</i>	151
Deus e o Diabo nas terras do Sul <i>João Batista de Abreu</i>	159

Las voces desde abajo: el periodismo obrero chileno a comienzos del siglo XX

Universidad de Chile

Eduardo Santa Cruz A.
esantacr@uchile.cl

Resumen

En una experiencia común a varios países latinoamericanos, a principios del siglo pasado surgió la llamada “prensa obrera”, diarios y periódicos nacidos al calor de la constitución de organizaciones sindicales y sociales de un movimiento popular en gestación. El presente texto describe el fenómeno ocurrido en Chile, estableciendo una tipología de dichos medios, así como sus principales características en cuanto a su financiamiento, prácticas periodísticas e inserción en su contexto histórico, en tanto actores políticos y culturales.

Palabras claves:

Historia periodismo latinoamericano; historia periodismo chileno; periodismo chileno siglo XX; modelos periodísticos; prensa obrera.

Abstract

An experience common to several latin american countries, at the beginning of the last century called “working journalism”, came newspapers and periodicals born in the constitution of trade union and social organisations of a groundswell in gestation. This paper describes the phenomenon occurred in Chile, establishing a typology of these media, as well as its main characteristics in terms of their financing, journalistic practices and inclusion in its historical context, in both political and cultural actors.

Key words:

Latin American journalism history; history of Chilean journalism; 20th century Chilean journalism; journalistic models; working journalism..

Introducción

El inicio del siglo pasado vio aparecer en la sociedad chilena y latinoamericana un tipo de periodismo que se distinguió por ser expresión de movimientos sociales obreros y populares en formación y en proceso de constitución como actores sociales y políticos. En el marco de procesos modernizadores que implicaban la emergencia de un capitalismo periférico y subordinado, se crearon las bases estructurales para el desarrollo de un campo periodístico de perfil moderno, al interior de un mercado cultural y comunicacional en expansión. En ese contexto, la llamada “prensa obrera” operó *desde fuera y en contra*, ofreciendo una primera experiencia de lo que décadas después se llamaría “comunicación alternativa” en nuestra región.

El presente trabajo pretende describir en sus rasgos centrales el desarrollo de la “prensa obrera” en Chile, en el entendido que su conocimiento permite entender mejor la relación de

la prensa con sus contextos históricos, políticos y culturales, así como las formas en que los medios periodísticos pueden jugar un rol de representación de intereses sociales y políticos específicos, incluso más allá del sistema oficial y mercado de la prensa.

El marco histórico-social

En las décadas finales del siglo XIX se plasmó en la sociedad chilena una estructura política, económica, social y cultural que expresaba la plena inclusión del país en la modernidad. Este proceso implicaba que tuviera un rol predominante el capital comercial-financiero, concentrado en un conjunto de compañías extranjeras especialmente inglesas (Salazar, 2003). El proceso de transformaciones estructurales que se puso en marcha, hizo extenderse en la elite oligárquica la sensación de haber logrado dar al país un orden que iba a conducirlo a un futuro de progreso, imagen por lo demás común a los grupos dominantes de otros países latinoamericanos (Carmagnani, 1984: 98).

Los fines de la organización social no estaban en discusión: eran la modernización y el progreso, sobre la base de la inclusión de la sociedad chilena en la economía y la cultura capitalista global. Se trataba de consensos básicos al interior de la elite, especialmente en el terreno económico y con resistencias tradicionalistas progresivamente derrotadas en lo ideológico-cultural. Estos complejos procesos se desarrollaron en una sociedad en la cual ni el tipo de economía, ni el tipo de Estado y régimen político reconocían a la gran mayoría otro papel que no fuera el de clases subalternas, brazos desde el punto de vista económico y masas sin participación activa, desde el punto de vista político.

La rearticulación producida en los sectores populares y la aparición de un moderno proletariado, junto a la permanencia de una creciente masa de peones, que se aglomeró en las ciudades, determinó que se constituyeran espacios públicos y formas de sociabilidad que conformaron nuevos circuitos comunicacionales y culturales, como ocurrió alrededor del desarrollo de organizaciones reivindicativas y sociales con importantes rasgos de autonomía e identidad clasista en formación (Arias, 1970; Bravo, 1986). Junto a éstos, y en un marco de relaciones complejas comenzó a configurarse un público moderno de masas:

La acelerada modernización que se da en el país en las primeras décadas del siglo veinte se manifiesta en el plano económico, político y social, pero también –sobre todo en las ciudades- en la vida cotidiana, en el uso del tiempo libre y en las costumbres (...) los tranvías eléctricos, las obras de alcantarillado, los teléfonos, el cine, el alumbrado público, la masificación de la zarzuela y del folletín, el primer vuelo en aeroplano, los automóviles y los primeros vehículos de transporte con motor a gasolina, son algunas de las novedades del período (Subercaseaux, s/f:93).

Se habían creado en el país las condiciones para la aparición de una prensa de empresa, que es la consumación de la libertad de prensa, en el marco del pensamiento liberal que hegemonizaba la sociedad chilena. Entre esas condiciones se encontraban el crecimiento de las ciudades y de proporción de la población urbana, el crecimiento del aparato educacional y la reducción del analfabetismo, el desarrollo del campo cultural (Catalán, 1985), los avances tecnológicos en la imprenta y un marco legal suficientemente permisivo como para hacer atractiva la inversión de capitales en el negocio informativo, cuestión asegurada por la ley de imprenta liberal de 1872. Esas condiciones permitieron el crecimiento explosivo del número de publicaciones periódicas. Así, si en 1898 se contabilizaban 287 diarios, periódicos y revistas en el país, en 1902 éstos eran 406 y para 1914 ya alcanzaban a 531 (Correa et al, 2001: 75).

Se articularon tendencias más bien universales con las características y formas específicas de la modernización capitalista chilena, emergiendo en nuestro país un mercado informativo y cultural de tipo moderno, incluyendo un plano diferenciado

de desarrollo de una *esfera pública plebeya y popular*, desde donde emergió una cultura popular masiva que reivindicaba la plena visibilidad y legitimidad de su carta de ciudadanía, lo que se expresó en el ámbito periodístico en la llamada *prensa obrera* (Ossandón y Santa Cruz, 2001 y 2005).

La prensa obrera en Chile

La *prensa obrera* en Chile surgió como herramienta para la difusión de proyectos ideológicos que se fueron configurando desde la propia práctica de constitución del movimiento sindical y popular, cuestión que ocurrió también en otros países de la región (Zaida Lobato, 2009; Ferreira, 1978; Argudin, 1987; Gargurevich, 1991; Ocampo, 1978; Alvarez, 1986; Ricardo, 1989).

Dicha prensa vivió las vicisitudes de un sujeto social que se estaba constituyendo, en buena medida, al margen y generalmente en contra de lo establecido y al que éste no le confería legitimidad como actor social y cuyos discursos y acciones eran normalmente vistos como un peligro y una amenaza.

Este tipo de prensa era producto y motor a la vez, del movimiento social popular, asumiendo un rol educador, agitador y organizador. En 1901, se señalaba que “...*La prensa obrera tiene por misión sagrada contribuir a la ilustración y difusión de la cultura en las costumbres de los pueblos*” (*La Democracia*, 7 abril 1901). A pesar de los obstáculos y dificultades provenientes de los escasos recursos económicos o de la represión gubernamental, el número de periódicos no fue menor y fue creciendo sostenidamente. Entre 1900 y 1910 se fundaron un promedio de dos publicaciones anualmente; entre 1911 y 1915 se fundaron 24 en total y, entre 1916 y 1926, la cifra llegó a 139, con un promedio de casi 14 al año (Arias, op.cit.). En todo caso, Arias puntualiza que se trataba de:

...publicaciones que dicen ser eventuales, quincenales o semanales, pero en la práctica son de espaciada aparición y escasa regularidad. Son pocas las publicaciones diarias o que se imprimen durante muchos años o que alcanzan gran cantidad de números. Sobre el tiraje no tenemos datos, pero es de suponer que en la mayoría fue pequeño (Idem: 117).

En general, los periódicos obreros pueden clasificarse de acuerdo a los grandes proyectos ideológicos o doctrinarios que estaban articulando la emergencia política o sindical de las organizaciones populares. Arias señala la existencia de diarios de orientación socialista, entre los cuales destacó especialmente *El Despertar de los Trabajadores*, editado en Iquique entre 1912 y 1927. Esta publicación fue mucho más que un diario; se constituyó en un foco de actividad sindical, política y cultural de las organizaciones proletarias de la zona. En su local se realizaban charlas y conferencias; funciones de teatro y veladas culturales; concursos literarios y de poesía. Allí también funcionaron el Partido Obrero Socialista, fundado en 1912 y la Sección iquiqueña de la Federación Obrera de Chile (FOCH) (Bravo, 1984).

Por otra parte, existieron los diarios de orientación anarquista, se pueden mencionar por su importancia a *El Surco*, de Iquique, que circuló entre 1917 y 1921 y *La Batalla*, de Santiago, publicado entre 1912 y 1916. *El Oprimido*, que publicó cuatro números en 1893 habría sido el primer periódico anarquista y en los primeros años del siglo se publicaron numerosos periódicos de esta orientación, tales como *La Revuelta*, *La Agitación*, *La Luz*, *La Campaña*, *El Faro*, *El Martillo*, *La Defensa* y, en especial, *Germinal*, de 1904 (De Shazo, 2007; Grez, 2007). También cabe destacar entre las publicaciones anarquistas cercanas a los años '20 a *Verba Roja*, *Numen*, *Acción Directa* y *Mar y Tierra*.

Vale la pena destacar el caso de *La Palanca*, órgano de la Asociación de Costureras que apareció el 1º de mayo de 1908 y que señalaba en su primera editorial: “*La empresa que hoy*

iniciamos no es nueva; es solo la continuación de la interrumpida labor que el 10 de septiembre de 1905 iniciara en Valparaíso nuestra hermana de lucha Carmela Jeria con la publicación de La Alborada". Carmela Jeria fue litógrafa y periodista y una de las dirigentes obreras más conocidas de la época. Junto a ella, que murió muy joven, destacaron también Juana Roldán de Alarcón y Esther Valdés de Díaz, dirigentes de la Asociación de Costureras y sucesoras de Jeria. Este periódico instaló una perspectiva donde el cruce entre género y clase hacía evidente que la liberación de género es parte de la lucha mayor por la liberación de todos los oprimidos.

También existieron publicaciones ligadas al Partido Demócrata, como *El Proletario*, de Tocopilla (1904-1935) y *La Voz del Obrero*, de Taltal (1902-1917). Menos conocidos son los casos que Arias califica como prensa sindical de carácter social-cristiano, como *El Sindicalista*, de Santiago (1918-1925) y un tipo de periódicos que califica de sindical independiente, por cuanto no se identificaban con ninguna corriente ideológica en particular: "*aquella que no incluye en sus páginas artículos doctrinarios susceptibles de discutir, o acepta trabajos de esta índole, diversos y hasta opuestos a veces, sin pronunciarse (...) Los periódicos de este tipo, son editados por particulares u organizaciones de trabajadores*" (Arias, *op. cit.*: 133).

La prensa obrera se caracterizaba por contenidos de fuerte oposición y crítica al sistema social y por su actitud contestataria y rupturista frente a éste:

...predominan los artículos de análisis, comentarios y narraciones de movimientos sociales y hechos de actualidad; orientaciones doctrinarias, polémicas, denuncias y defensa de organizaciones de trabajadores (...) Las informaciones que proporcionan son relativas a las condiciones de vida y trabajo de la clase obrera, pero como la mayoría de los periódicos son eventuales, más que lo novedoso se trata de exponer realidades ignoradas por la otra prensa (Idem: 179-180).

El estilo era entre agitador y didáctico, tendiendo a un lenguaje correctamente manejado. Predominaban los artículos largos en que se entregaban antecedentes, argumentos, cifras o datos que ilustraran las denuncias o explicaran determinadas situaciones. Un rasgo interesante en algunos periódicos es el uso de ilustraciones, generalmente de carácter épico, que prefiguraron una estética que luego se impondría en las publicaciones de la izquierda.

Con respecto a su financiamiento, éste era muy precario ya que los fondos necesarios provenían de la venta, erogaciones voluntarias de los lectores y aportes de las organizaciones de los trabajadores, puesto que, prácticamente, no tenían avisos publicitarios. La pura capacidad de sobrevivir era apreciada como una forma de enfrentarse al sistema de prensa oficial:

La prensa obrera debe ser la preferida por vosotros, porque ella os proporciona lectura sana y provechosa para vuestros anhelos (...) El trabajador que prefiere comprar un periódico burgués, de esos que adulan a los salitreros y autoridades, se hace un grave daño porque así da vida al enemigo (...) Si todos los trabajadores tuvieran especial preferencia para comprar o suscribirse a los periódicos obreros, la unión de los trabajadores se realizará más pronta y más rápida (El Proletario, 3 diciembre 1904).

La prensa obrera no funcionaba aislada con respecto a la prensa nacional en su conjunto. Lo que ocurría era que no competía con la prensa oficial, en términos de mercado, sino que la enfrentaba doctrinaria e ideológicamente e intentaba disputarle los lectores en la masa popular. Dicha confrontación a veces era explícita; así ocurrió, por ejemplo, a principios de 1913 cuando *El Mercurio* publicó un artículo contra la obra de agitadores que aprovechándose del pueblo (calificado como *un buen niño*), lo explotan y le predicaban *la reivindicación por la violencia y la anarquía*. Ello motivó una respuesta directa en los siguientes términos:

La llamada prensa seria baja hasta la mentira ignominiosa y a la definición inconsculta y cae en una incoherencia y falta de lógica imperdonables (...) El triste articulis-

ta de El Mercurio comete la inocentada de reconocer todos los males que aquí existen, de reconocer la justicia que le asistirá al trabajador para quejarse, pero ¡pobre hombre! Nos niega el derecho a nosotros a decirlo, como si ellos solos fueran los privilegiados para la crítica de los defectos sociales (...) Dice El Mercurio que nosotros incitamos al pueblo a sacudir a sangre y fuego su dolorosa esclavitud. Ese diario nos calumnia con esa expresión y nos prueba que carece de juicio y de capacidad para juzgar los inevitables problemas sociales de la humanidad. Como la insolencia de los “grandes” periodistas es una virtud, estamos seguros que El Mercurio no tendrá un momento de honradez periodística para reconocer que ese artículo es una infamia (El Despertar de los Trabajadores, 15 febrero 1913).

Por lo anterior, es obvio que la prensa obrera sufrió los mismos avatares del movimiento sindical. Tuvo grandes dificultades de financiamiento y enfrentó una constante represión:

...eran pequeños de formato, infamemente impresos sobre pésimo papel, duraban unos pocos números y luego se extinguían asfixiados por razones financieras o perseguidos por la fuerza pública. Esta los confiscaba, arrasaba sus talleres tipográficos y detenía a los editores. Pero era inútil: transcurridos unos pocos meses, aquellas publicaciones resurgían bajo un nuevo nombre y la historia recomenzaba (Vial Correa, 1983: 860).

Conclusiones

De la experiencia periodística antes reseñada surgió en el país un cierto perfil y un modelo que sería posteriormente reivindicado por los *diarios populares de masas* aparecidos hacia los años '40 (Sunkel, 1986). Por otro lado, la llamada “comunicación alternativa” de los años '80 (Santa Cruz, 2014), generalmente de base local y social, también reivindicó la continuidad con la prensa obrera de principios de siglo.

Por último, en forma más silenciosa, a lo largo de todo el siglo se enraizó en las organizaciones sociales la aspiración y necesidad de contar con una publicación periódica. A pesar de las dificultades que presenta el rastreo y estudio de estos medios, muchos de ellos no conservados, nos remitimos a un trabajo que demuestra que entre 1958 y 1973 aparecieron, al menos, 132 publicaciones de ese carácter (Riquelme, 1986).

En la actualidad, la idea de una prensa expresión de movimientos sociales permanece plenamente vigente en Chile, en la existencia de las llamadas radio o televisión comunitaria, plataformas y páginas digitales, etc. ligadas a grupos étnicos (Gutiérrez, 2014), sociales, de género, políticos o culturales.

Bibliografía

- Alvarez Ferretjans, Daniel (1986), *Crónica del periodismo en Uruguay*, Ingenio S.A., Montevideo.
- Argudin, Yolanda (1987), *Historia del periodismo en México*, Panorama Editorial, México.
- Arias Escobedo, Osvaldo (1970), *La prensa obrera en Chile*. Ediciones Universidad de Chile-Chillán, Santiago de Chile.
- Bravo Elizondo, Pedro (1984), *El Despertar de los Trabajadores*, en *Araucaria de Chile*, N° 27, Madrid, pp. 15-28.
- (1986), *El teatro obrero en Chile*. Ediciones Michay, Madrid.
- Carmagnani, Marcello (1984), *Estado y sociedad en América Latina (1850-1930)*, Editorial Crítica, Barcelona.
- Catalán, Gonzalo (1985), “*Antecedentes sobre la transformación del campo literario en Chile entre*

- 1890 y 1920”, en José J. Brunner y Gonzalo Catalán, *Cinco estudios sobre cultura y sociedad*. FLACSO, Santiago de Chile.
- Correa, Sofía; Figueroa, Consuelo; Jocelyn-Holt, Alfredo; Rolle, Claudio; Vicuña, Manuel (2001), *Historia del siglo XX chileno*, Editorial Sudamericana, Santiago de Chile.
- De Shazo, Peter, (2007), *Trabajadores urbanos y sindicatos en Chile*, DIBAM, Santiago de Chile, 2007.
- Ferreira, María Nazareth (1978), *La prensa obrera en el Brasil, 1880-1920*, Editores Vozes, Petrópolis.
- Gargurevich, Juan (1991), *Historia de la prensa peruana 1594-1990*, Ediciones La Voz, Lima.
- Grez, Sergio (2007), *Los anarquistas y el movimiento obrero. La alborada de “la Idea” en Chile, 1893-1915*, LOM Ediciones, Santiago de Chile, 2007.
- Gutiérrez, Felipe (2014), *We Aukiñ Zugu, Historia de los medios de comunicación mapuche*, Quimantú, Santiago de Chile,
- Ocampo Moscoso, Eduardo (1978), *Historia del periodismo boliviano*, La Paz.
- Ossandón B., Carlos y Santa Cruz A., Eduardo (2005), *El estallido de las formas. Chile en los albores de la “cultura de masas”*. Ediciones LOM-Arcis, Santiago de Chile.
- Ricardo, J. (1989), *La imprenta en Cuba*, La Habana.
- Riquelme, Alfredo (1986), “*Trabajadores y pobladores en el discurso de la prensa sectorial popular: Chile 1958-1973*”. CENECA, Documento N° 73, Santiago de Chile.
- Salazar, Gabriel (2003), *Historia de la acumulación capitalista en Chile*, LOM Ediciones, Santiago de Chile.
- Santa Cruz A., Eduardo (2014), *Prensa y sociedad en Chile siglo XX*. Editorial Universitaria, Santiago de Chile.
- Subercaseaux, Bernardo (s/f), *Genealogía de la vanguardia en Chile*. Ediciones Facultad Filosofía y Humanidades, Universidad de Chile, Santiago de Chile.
- Sunkel, Guillermo (1986), *Razón y pasión en la prensa popular*. ILET, Santiago de Chile.
- Vial, Gonzalo (1983), *Historia de Chile (1891-1973). La sociedad chilena en el cambio de siglo*. Volumen I. Editorial Santillana del Pacífico, Santiago de Chile.
- Zaida Lobato, Mirta (2009), *La prensa obrera*, Edhasa, Buenos Aires.

Prensa y política en el Porfiriato, o de cómo hacer de la tauromaquia un medio de comunicación política

Universidad Panamericana

Iñigo Fernández Fernández
infern@up.edu.mx

Resumen

El gobierno de Porfirio Díaz (1877-1911) encontró su sustento político y económico en los principios positivistas del orden y el progreso. En el presente artículo analizamos la manera en cómo estos principios formaron parte de la comunicación política del régimen y, en particular, centramos nuestro interés en el estudio de las noticias taurinas publicadas en el *Mexican Herald* en el entendido de que aún en ellas podemos encontrar referencias a los propósitos y valores característicos de este tipo de comunicación, mismos que compartían el gobierno y ciertos sectores sociales. Para realizar el análisis, nos apoyaremos en el concepto de media dominante y en las formas de accionar de la comunicación política definidas por André Gosselin.

Palabras clave:

Comunicación política, historia, *Mexican Herald*, corridas de toros, valores.

Abstract

The government of Porfirio Diaz (1877-1911) found its political and economic support in the positivist principles of order and progress. In this paper we analyze the way how these principles were part of the political communication of the regime and, in particular, we focus our interest in the study of bullfighting news published in the Mexican Herald on the understanding that even in them we can find references to the purposes and values of this type of communication, sharing the same purposes and values government and certain sectors of society. To perform the analysis, we will rely on the concept of mainstream media and ways of actions of political communication defined by André Gosselin.

Keywords:

Political communication, History, Mexican Herald, bullfights, values.

Introducción

Si bien la comunicación política es un concepto cuyo uso podemos situar en la segunda mitad del siglo XX, lo cierto es que da cuenta de un fenómeno que, al entender de Wolton (1995), nació con la aparición de la ciudad y en donde la comunicación se convirtió en una condición necesaria de la política. La prensa, en particular, ha sido un instrumento

comunicación política como consecuencia de las revoluciones que tuvieron lugar en Europa en el siglo XIX.

En el caso mexicano, este proceso inició en el año de 1896 cuando el periodista Rafael Reyes Spíndola publicó *El Imparcial*, el primer diario industrial y moderno en el país. A partir de entonces, los lectores se acostumbraron a un modelo de periodismo importado de Estados Unidos en el que las noticias tenían una mayor relevancia que las editoriales de corte político y en el que la apariencia física del medio se convirtió en uno de sus mayores atractivos.

También proliferó la prensa en lengua extranjera. Si bien ello no era nuevo,¹ la originalidad de este fenómeno radicó en los hechos de que tales publicaciones mostraban una imagen positiva del gobierno porfirista, al tiempo que eran las portavoces de las distintas comunidades extranjeras asentadas y cuyo número de miembros crecía al mismo ritmo con que lo hacían los lazos comerciales entre México y las naciones industrializadas.

En el presente artículo nos proponemos demostrar que las publicaciones periódicas en el Porfiriato fueron medios de comunicación política que cumplieron su labor de una manera distinta a la tradicional. A los discursos y noticias de corte político se sumaron otros aparentemente desvinculados de ella pero que encarnaban una estrategia que reforzaba de manera más indirecta y sutil los logros, principios y valores del régimen.

Asimismo, analizaremos el *Mexican Herald* por tratarse de una publicación que circuló en el país desde 1895 y que a dos años de su aparición llegó a ser la favorita de la comunidad estadounidense en México (Schell, 2001). Nos centraremos en las noticias relacionadas con la tauromaquia entre 1896 y 1910 para demostrar que la información presentada formaba parte de un proceso de comunicación política indirecta en el que la mediación con los lectores hacía las veces de un filtro a la par que de una pantalla que representaba “una visión del mundo falseada [...]” (McQuail, 2000, p. 118).

Algunas consideraciones sobre la comunicación política

En una primera aproximación, señalaremos que la comunicación política es un proceso de mediación entre el poder público y la sociedad mediante el cual el primero hace llegar sus mensajes a la segunda. Denton y Woodward afirman que “el factor crucial que hace que la comunicación sea ‘política’ no es la fuente del mensaje [...], sino su contenido y propósito” (1990, p. 11). Por su parte, McNair establece que esta clase de comunicación abarca “no sólo declaraciones verbales o escritas, sino también [...] todos aquellos elementos de la comunicación de los que podría decirse que constituyen una ‘imagen’ de política o de identidad” (2011, p. 3). Si tomamos la esencia de esta proposición, las noticias y textos de temas no políticos (como las de las corridas de toros) en el *Mexican Herald* pueden entrar en el ámbito de la comunicación política dado que uno de los fines con los que se publicaban era el de reafirmar el discurso político del régimen de Díaz basado en las premisas positivistas de que el orden político favorecería el desarrollo material del país así como el crecimiento de México y de sus habitantes.

Para entender el funcionamiento de la prensa en el Porfiriato, debemos asumir que los medios de comunicación han operado en sociedades donde el poder está repartido de manera dispar y se halla unido a los intereses económicos y políticos. El modelo de los media dominantes puede sernos de ayuda en el presente estudio pues éstos:

pertenece o están controladas por un pequeño grupo de poderosos intereses y son muy similares en cuanto a naturaleza y propósito. Difunden una visión del mundo limitada e indiferenciada de acuerdo con las perspectivas de los intereses dominantes. Se obliga o se condiciona a las audiencias para que acepten, con escasa

¹ Como *The American Star*, *The North American*, *Le Trait d'Union* y *L'Estafette*, sólo por mencionar algunos ejemplos.

respuesta crítica, la visión del mundo ofrecida. En consecuencia, esto refuerza o legitima la estructura de poder prevaleciente y corta de raíz cualquier cambio filtrando las voces alternativas (McQuail ,2000, p. 123).

El *Mexican Herald* fue un medio dominante al servicio del gobierno mexicano que seleccionó sus contenidos en función a las inquietudes de éste y cuya aspiración era la de informar al tiempo que confirmar el orden establecido. En él se conjugaban dos de las seis formas de accionar de la comunicación política definidas por Gosselin: la teleológica y la axiológica. La primera supone “relaciones entre un actor volitivo y un mundo objetivo de estado de cosas, a veces deseado y a veces no [...]”, mientras que la segunda es “un modo de actuar regulado por un fin y por medios movilizados” (1998, p. 16). Expresado de otra manera, mientras que el accionar teleológico responde a los propósitos de los protagonistas, el axiológico está guiado por los valores de éstos.

La prensa en el Porfiriato y el *Mexican Herald*

Páginas atrás mencionamos que en el Porfiriato inició la etapa de la prensa moderna en México. Aunado al cambio en el tratamiento de la información, la introducción de maquinaria proveniente de Estados Unidos transformó la industria periodística al abaratar, junto con la publicidad, los costos de producción. Lo anterior facilitó la proliferación de periódicos a lo largo y ancho del país.²

Lo que no cambió fue el dominio gubernamental de la prensa. A partir de su segundo mandato (1884-1888), Díaz afianzó su control sobre las publicaciones periódicas por dos vías: la violencia y la conciliación. Aplicó la primera a los insumisos, lo que implicó la imposición arbitraria de multas, la persecución y encarcelamiento de periodistas y editores, la destrucción de maquinaria y hasta el cierre de periódicos. La conciliación era el lado generoso de un Díaz que “fomentó las subvenciones a los periódicos oficiosos y dio empleos y prebendas a los escritores adictos” (Del Palacio, 1997, p. 114).

El *Mexican Herald* fue fundado en 1895 por Frederic R. Guernsey, quien junto con Charles L. Seeger creó el *Mexican Financier* para presentar una imagen positiva del gobierno mexicano (Schell, 2001, p. 15). Sin embargo, el periódico empezó a aparecer de manera irregular hasta que se convirtió en una parte de *The Mexican Herald*, que en 1896 fue comprado por Paul Hudson y sus socios, el mexicano Fernando Pimentel y Fagoaga y el británico Thomas P. Honey. Al poco tiempo, el periódico recibió un subsidio gubernamental de 12,000 dólares anuales y se convirtió en una publicación oficialista que dio voz a la colonia norteamericana y a la administración de Díaz.

Muestra de lo anterior fueron los programas de publicidad con los que Hudson vinculó al periódico y a los periodistas. Con ello, “convirtió en un arte el cuidado y la atención de los periodistas al proveerles con guías sobre todos los temas de interés y suministrándoles boletines de prensa y materiales de investigación y de referencia” (Schell, 2001, p. 16), y consiguió tener un gran control sobre el producto final al tiempo que interconectó los intereses de los empresarios norteamericanos, su embajada y el gobierno mexicano.

La situación del periódico cambió con la Revolución mexicana. La pérdida de las prebendas económicas, aunada a la animadversión de los revolucionarios, llevó a Hudson a salir de la capital del país y continuar con la publicación del diario en Veracruz hasta que en 1915 el gobierno provisional de Venustiano Carranza prohibió su circulación en todo el territorio nacional.

² Mientras que en 1884 circulaban 202 publicaciones periódicas en la república, para el año de 1907 la cifra alcanzó las 1571, lo que representó un crecimiento del 777% en poco menos de un cuarto de siglo.

Las corridas de toros y el *Mexican Herald*

Durante el Porfiriato, los deportes gozaron de mucho éxito en México. Beezley (1983) lo atribuye a la influencia de la comunidad extranjera que, al migrar, trajo consigo algunas de sus actividades deportivas, como el box. Por contra, la fiesta brava era considerada parte del patrimonio nacional y, en ese sentido, como el único deporte que era propio, mas no exclusivo, de los mexicanos.

La postura del gobierno de Díaz ante las corridas de toros estuvo marcada por las necesidades políticas. En su primera administración, las prohibió pues buscaba el reconocimiento de Estados Unidos y Gran Bretaña en una época en la que los gobiernos de estas naciones veían con malos ojos esta actividad (Beezley, 1983); pero una vez que Díaz obtuvo ambos reconocimientos, en 1888, las volvió a autorizar. Ello, aunado a los logros económicos y políticos alcanzados en su gobierno, fueron factores que ayudaron a que el nacionalismo mexicano creciera y a que las tradiciones “genuinas”, como la tauromaquia, adquirieran mayor peso.

El *Mexican Herald* fue uno de los primeros periódicos que dedicó espacios considerables al mundo de la tauromaquia. Con la llegada del nuevo siglo, los aspectos vinculados a ella quedaron contenidos en la sección dominical llamada “Automóviles y deportes”, lo que no excluía que se abordara en otros días y páginas cuando la ocasión así lo ameritaba.

A continuación analizaremos dos elementos de comunicación política implícita en las noticias taurinas del *Mexican Herald*: la asistencia de extranjeros y las corridas benéficas.

El diario presentaba noticias en las que los extranjeros que llegaban de visita oficial a México pasaban unos días en la capital del país y cumplían con el ritual de ser presentados por sus embajadores ante el presidente Díaz y acudir junto con algunos miembros destacados de sus comunidades, a varias actividades, entre ellas las corridas de toros. Así, los tripulantes del crucero francés Kleber que asistieron a la plaza ocuparon “los palcos acompañados por la élite de la colonia francesa, donde destacaban las representantes del bello sexo [...]”;³ situación que se repitió con los cadetes, músicos y oficiales de la flota japonesa quienes concurrieron a una corrida en compañía de los miembros de la embajada de su país y se convirtieron en “el punto de interés de todas las miradas [...]”.⁴

Las corridas servían para estrechar lazos con otras naciones. No sólo era cuestión de organizarlas para celebrar la llegada de grupos o de personajes connotados del extranjero, también fueron aprovechadas por los visitantes para integrar en sus discursos las experiencias vividas en los cosos y reiterar la estrechez de los vínculos sostenidos entre sus naciones y México. A manera de ejemplo, señalaremos al almirante japonés Yashiro, quien en sus palabras de despedida afirmó que “las demostraciones del público durante y después de la corrida de toros [...], nos han conmovido y llevaremos con nosotros los recuerdos más agradecidos de la cálida hospitalidad del generoso y noble pueblo mexicano”.⁵

Este tipo de notas daba cuenta de una política exterior exitosa basada en el respeto al extranjero y a lo extranjero, tarea que costó mucho trabajo al gobierno de Díaz en virtud de las difíciles relaciones diplomáticas que México tenía particularmente con Europa a raíz del fusilamiento de Maximiliano de Habsburgo en 1867 y que empezó a normalizar en los años ochenta, lo que representó la llegada de capitales europeos, verdaderos frenos de la tradicional influencia norteamericana en el país.

Con Estados Unidos las cosas tampoco fueron tersas pues hasta 1878 Washington reconoció a Díaz como presidente de México. A partir de entonces los vínculos entre ambas naciones se fortalecieron a tal grado que a inicios de los años noventa del siglo XIX el primero

3 Anónimo (1907, marzo 11). French naval officers see fairly good corrida. The Mexican Herald, p. 12.

4 Anónimo (1910, diciembre 26). Mexico Honors Visitors from Flowery Japan. The Mexican Herald, p. 1.

5 Anónimo (1910, diciembre 29). A Real Friendship Joins Japan and Mexico. The Mexican Herald, p. 2.

se convirtió en el destino principal de los capitales del segundo y en 1898 las representaciones de ambos alcanzaron el rango de embajadas (Riguzzi, 1992).

También es cierto que gran parte de los visitantes extranjeros que asistían a las corridas eran personas ordinarias, muchos de ellos norteamericanos que realizaban excursiones para pasar unas cuantas semanas recorriendo México y, claro está, para asistir al menos a una corrida de toros. El *Mexican Herald* solía notificar la llegada en tren de los grupos, su itinerario y, en algunos casos, publicaba un listado con los nombres de sus miembros.

La publicación de las actividades de estos grupos trasciende el ámbito de lo frívolo. Las notas de este tipo manifiestan implícitamente los logros del régimen. Los turistas viajaban de Estados Unidos a México en tren, un tren que en el mandato de Díaz dejó de ser un proyecto para convertirse en una realidad al tiempo que en un símbolo del progreso. Y viajaban a México porque era seguro gracias a la labor del gobierno porfirista a favor de la “pacificación” del país y del orden y progreso que se vivía en éste.

Otro espacio de la comunicación política porfiriana en el *Mexican Herald* fue el de las corridas de toros benéficas. El Porfiriato representó un tiempo en el que la filantropía se desplazó de la caridad religiosa hacia la responsabilidad compartida entre el poder público y la sociedad y en donde se aspiraba a que la sociedad tuviera un mayor peso, tal como lo enunció en 1885 Manuel Romero Rubio, entonces secretario de Gobernación, al expresar que “la beneficencia privada era el medio más seguro y natural de socorrer a los necesitados [...]” (González Navarro, 1990, p. 499).

En una primera instancia, éstas se organizaban para ayudar a las víctimas de catástrofes naturales. Terremotos e inundaciones servían para que los empleados del ferrocarril, periodistas, estudiantes o miembros de juntas celebraban corridas *amateurs* para recaudar fondos, tal como aconteció en mayo de 1907 cuando el periódico publicó la noticia de que los empleados de la línea ferrocarrilera National Lines planeaban llevar a cabo una en beneficio de los damnificados del terremoto de Guerrero.⁶

La cobertura dada a este tipo de noticias tuvo un giro interesante en 1909 como consecuencia de una catástrofe natural. El 28 de diciembre de 1908 la ciudad italiana de Mesina fue devastada por un terremoto de 7.2 grados en la escala de Richter y por el tsunami, con olas de doce metros de altura, que le siguió minutos después (Pino, Piatanesi, Valensesi y Boschi, 2008, p. 1). A lo largo de la primera quincena del mes de enero de ese año, el periódico publicó los avances en torno a la celebración de una corrida que tendría lugar el 17 de enero en la plaza de El Toreo para recabar fondos a favor de los damnificados italianos. Los mexicanos respondieron al llamado llenando casi en su totalidad la plaza, la élite ocupó todos los palcos de sombra, el presidente de México asistió al coso en compañía de su vicepresidente, Ramón Corral y de varios embajadores y la recaudación alcanzó los 25,000 pesos.⁷

Fue así como el *Mexican Herald* demostraba que el México de antes, el de la deuda externa creciente y el de los impagos habituales, había llegado a su fin con Díaz y cedido su lugar al próspero y solidario, a aquel en el que la sociedad se movilizaba para sumar esfuerzos, y fondos, y brindar auxilio a una nación europea sumida en la desgracia.

Estas corridas también evidenciaban que la sociedad y las autoridades colaboraban en proyectos que generaban beneficios sociales. Desde esta perspectiva, no resultaba extraño que en 1902 se celebrara en León una corrida *amateur* en beneficio del sistema de drenaje y que el *Mexican Herald* concluyera que “es evidente que toda la ciudad [de León] está sinceramente a favor de este proyecto”,⁸ o que años más tarde el periódico se refiriera a una celebración similar con el objetivo de dotar de fondos al Comité de Mejoras de Mixcoac.

Detrás de estos artículos hallamos una imagen de la sociedad mexicana distinta a la de antaño. La de inicios del siglo XX era proactiva, capaz de organizarse para alcanzar fines

6 Anónimo (1907, mayo 12). National Lines Men Will Give Amateur Benefit. The Mexican Herald, p. 12.

7 Anónimo (1909, enero 17). Benefit Bullfight Was a Great Success, The Mexican Herald, p. 2.

8 Anónimo (1902, noviembre 20). Benefit Bull Fight. The Mexican Herald, p. 6.

comunes y, tal vez lo más importante, lo suficientemente madura para comprender que los asuntos públicos no era una cuestión exclusiva del gobierno.

Las corridas benéficas también eran muestra fehaciente del carácter altruista de los mexicanos. Era común que se celebraran con cierta regularidad corridas de toros, aficionados y profesionales, cuyos beneficios se destinaban a instituciones asistenciales públicas y privadas (asilos, hospitales, orfanatos...). En este tipo de festejos, los matadores españoles y mexicanos actuaban de manera gratuita, lo que no era nada desdeñable si consideramos la presencia de figuras de la talla de Rodolfo Gaona y Antonio Montes, por mencionar algunos.

Sin querer demeritar la labor de las corridas benéficas como medios para ayudar a paliar, que no para resolver, problemas tanto coyunturales como estructurales, tampoco podemos negar que éstas entraban en una estrategia concebida para otorgarle cierta legitimidad al régimen a través de la construcción de la imagen de un México en continuo progreso, pero que en la práctica se hallaba marcado por una realidad limitada en alcances sociales y regionales.

Conclusiones

A la luz de lo analizado afirmamos que las noticias taurinas publicadas en el *Mexican Herald* reforzaron su función como un medio de comunicación política dominante en el gobierno de Díaz. Si seguimos las formas de accionar de la comunicación política por Gosselin, hallaremos que la información sobre las corridas de toros se puede estudiar a la luz de los accionares teleológico y axiológico en la medida en que ambos remiten a una comunidad de lectores formada por norteamericanos y mexicanos unidos por los mismos propósitos y valores económicos y políticos.

En cuanto a los propósitos, es notorio que uno de ellos consistía en reafirmar el discurso político del régimen que se hallaba centrado en las premisas de orden y progreso. Las noticias taurinas, por malas que fueran, jamás mencionaban desmanes. El enojo del público era representado a través de chiflidos, protestas o la resignación. Entendemos que en la realidad esta situación no debía ser así, y que en ocasiones el malestar llevara a expresiones más violentas; sin embargo, los editores del diario decidían publicar y exaltar aquellas experiencias que eran políticamente afines a la retórica oficial.

La esfera de lo axiológico se presenta en el *Mexican Herald* como un intento por idealizar al régimen no sólo mostrando sus alcances, también evidenciando cómo el discurso oficial terminaba por encarnarse, de manera coherente, en una realidad que bien podía ser vista como su reflejo.

Las noticias taurinas también fueron un medio para resaltar valores compartidos por el régimen político con un sector de la sociedad mexicana formada por nacionales y estadounidenses. Dos de estos valores eran: la solidaridad y el progreso. Las noticias sobre las corridas benéficas aludían al primero y las relacionadas con el ferrocarril y la llegada de los visitantes extranjeros al segundo. Cada uno de estos son principios, como sucede con lo teleológico, que tienden a idealizar a través de la luz del positivismo al México porfirista como si éste hubiera hecho tabla rasa del pasado desde 1877.

El presente es, pues, un proceso de comunicación política que no es burdo, muchos menos propagandístico. Por el contrario, es sutil y apela a una realidad pasada que hoy no nos resulta tan evidente como quisiéramos, de ahí la necesidad de hacer trabajos como el que aquí se presenta en el que un ejercicio pretérito de comunicación política (entendida como el medio de transmisión y la información contenida) sea rescatada y contextualizada para dotarle de sentido en la actualidad.

Bibliografía

- Beezley, W. (1983, octubre-diciembre). "El estilo porfiriano: deportes y diversiones de fin de siglo". *Historia Mexicana*, México: El Colegio de México, 33/ 2, pp. 265-284.
- Clark, R. C. (2010). "'Toreo', Ritual, and Nationalism: The Cultural Context of María Cristina Mena's 'The Emotions of María Concepción'". *South Atlantic Review*, Nueva York: Modern Language Association, 75/ 4, pp. 73-90.
- Denton Jr, R. E. y Woodward. Gary C. (1990). *Political Communication in America*, New York: Pareger.
- González Navarro, M. (1990). *El Porfiriato. La vida social*. 5ª edición, México: Hermes, vol. 4.
- Gosselin, A. (1998). "La comunicación política. Cartografía de un campo de investigación y de actividad", en Gilles Gauthier, André Gosselin y Jean Mouchon (comps.). *Comunicación y política*, Barcelona: Gedisa, 1998, pp. 9-18.
- Grunstein, A (1999). "De la competencia al monopolio. La formación de los ferrocarriles Nacionales de México", en Kuntz, Sandra y Priscilla Connolly. *Ferrocarriles y obras públicas*, México: Instituto Mora, El Colegio de Michoacán, El Colegio de México y UNAM, pp. 71-104.
- The Mexican Herald* (1896-1910).
- McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication*, 5th edition, New York: Routledge.
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, 3ª edición, Barcelona: Paidós.
- Del Palacio, C. (1997). El nacimiento del periodismo moderno en Veracruz. *Sotavento*, Veracruz: Universidad Veracruzana, 1/2, pp.113-130.
- Pino, N. A., Piatanesi A., Valensise G. y Boschi E. (2008=). "The 28 December 1908, Messina Straits earthquake (MW 7.1): A great earthquake through a century of seismology". *Seismological Research Letters*, 2ª edición, Italia: Istituto Nazionale Di Geofisica E Vulcanologia, 2008, pp. 1-40 (recuperado el 8 de marzo de 2016. http://www.earth-prints.org/bitstream/2122/5235/2/1908_Pino%20et%20al%20revised.pdf).
- Riguzzi, Paolo (1992). Estados Unidos y Gran Bretaña, 1867-1910: una difícil relación triangular. *Historia Mexicana*, México, El Colegio de México, 41/3, pp. 365-436.
- Schell, W. (2001). *Integral Outsiders: The American Colony in Mexico City, 1876-1911*. Wilmington: Scholarly Resources.
- Wolton, D (1995). "La comunicación política: construcción de un modelo", en J. M. Ferry. *El Nuevo Espacio Público* (pp. 28-44). Barcelona: Editorial Gedisa.
- Zea, L. Del liberalismo a la revolución en la educación mexicana. México: INEHRM, 1956.

Um olhar sobre os jornais do subúrbio no Brasil (1900-1920)

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Leticia Cantarela Matheus

leticia_matheus@yahoo.com.br

Resumo

Apresenta um levantamento de jornais que circularam no subúrbio do Rio de Janeiro entre os anos 1900 e 1920, período de intensa modernização urbana da então capital da República do Brasil. O objetivo é compreender o papel desses jornais no sistema de comunicação da época, entendendo que eles colocavam em cena uma imagem própria do subúrbio, além daquela que já era construída pela grande imprensa. Uma hipótese é que essas experiências jornalísticas tenham contribuído para a definição do conceito de subúrbio carioca, trazendo o debate sobre as relações entre comunicação e espaço urbano.

Palavras-chave

História do jornalismo; Subúrbio; Cidade; Espaço Urbano; Representação

Resumen

Se presenta un estudio de los periódicos que circularon en las afueras de Río de Janeiro entre los años 1900 y 1920, período de intensa modernización urbana de la capital de la República de Brasil entonces. El objetivo es comprender el papel de estos periódicos en el sistema de comunicación en aquel momento, suponiendo que eran utilizados para poner en escena su propia versión de los suburbios, más allá de la imagen que solía ser construida por la gran prensa. Una hipótesis es que estas experiencias periodísticas han contribuido a la definición del concepto de suburbio en *Río de Janeiro*, traendo el debate sobre las relaciones entre la comunicación y espacio urbano.

Palabras clave:

Historia del periodismo; Suburbio; Ciudad; Espacio Urbano; Representación

Abstract

It presents a survey of newspapers that circulated in the suburb of Rio de Janeiro between 1900 and 1920, a period of intense urban modernization in the capital of the Brazil Republic then. The aim is to understand the role of these newspapers in communication system by that time, understanding that they used to stage their own image of the suburbs, beyond what used to be built by the mainstream press. One hypothesis is that these journalistic experiences have contributed to the definition to the concept of Rio de Janeiro suburb, bringing the debate on the connections between communication and urban space.

Keywords:

History of journalism; Suburb; City; Urban Space; Representation

Introdução

O artigo apresenta o levantamento de um conjunto de periódicos que circularam pelos chamados subúrbios da então capital brasileira, o Rio de Janeiro, entre os anos de 1900 e 1920. O objetivo é compreender a intenção de seus editores, se eles apresentavam um olhar singular sobre a cidade e se é possível que tenham representado um modo alternativo de fazer jornalismo em comparação com os grandes jornais do Brasil naquela época. A pesquisa traz, portanto, no seu cerne, a problematização da relação entre modos de comunicação, em especial o jornalismo, e a organização territorial urbana.

O que está em jogo é a construção histórica de um espaço social culturalmente definido em parte por relações de comunicação, a começar pela linha do trem, passando pela imprensa local e os processos identitários, em um momento de intensa modernização. São apresentados, nesta ordem, uma breve definição de subúrbio no contexto do Rio de Janeiro; em seguida, uma revisão bibliográfica sobre estudos históricos que abordam o mesmo tema, em diálogo com Mendonça (2014), e, por fim, uma amostragem da análise que está em andamento. O *corpus* empírico é composto por nove periódicos conservados na Biblioteca Nacional: *Tribuna Suburbana* e *Jornal Suburbano* (circularam pelo bairro de Madureira), *Echo Suburbano* (bairro de Engenho de Dentro), *O Suburbano* (homônimos em quatro bairros: Ilha do Governador, Méier, Madureira, Inhaúma), *Progresso Suburbano* (Piedade) e *Revista Suburbana* (Méier). Sabe-se que havia outras dezenas de publicações no subúrbio desde pelo menos 1880 (Mendonça, 2014), mas optamos por focar as primeiras duas décadas do século XX pelo fato de o período coincidir com as reformas modernizadoras na área central da cidade.

Descrição do caso

Os bairros onde esses jornais foram impressos e por onde circularam configuram os chamados subúrbios cariocas (aquele que é natural da cidade do Rio), um território historicamente cambiante, que não se define por fronteiras administrativas mas culturais, delimitadas pela linha do trem. Trata-se dos bairros que são cortados pelas ferrovias Central do Brasil (zona continental), Leopoldina (zona costeira) e pela extinta linha auxiliar Rio D'Ouro. (Souza, 2010: 221) São bairros populares porém não necessariamente pobres e não se confundem, como em outras grandes cidades, com a ideia de periferia. (Soto, 2008; Souza, 2010). Estão situados na região Norte e Oeste da metrópole, mas não correspondem integralmente a essas regiões, que são mais amplas. No momento em que esses jornais eclodem, há um *boom* demográfico na região e fazem parte de um processo de expansão da palavra impressa e de alargamento da experiência jornalística no cenário do Rio de Janeiro. (Barbosa, 2007; Mendonça, 2014: 41). Para se ter uma ideia, somente os bairros que margeavam o ferrovia da Leopoldina cresceram populacionalmente 293% entre 1890 e 1906. (Silveira, s/d: 6)

Como dissemos, a definição em torno do subúrbio no Rio é marcada pela presença do trem, que, por si só, já é um meio de comunicação. Em um brilhante estudo sobre a imprensa do interior de outro estado brasileiro, São Paulo, Losnak (2011) descreve a contribuição do jornalismo na definição da região Oeste paulista, durante a primeira metade do século XX. A Estrada de Ferro Noroeste do Brasil ligava o estado de São Paulo ao de Mato Grosso do Sul e, no trecho paulista, passava por pelo menos 11 municípios, chegando até a fronteira com a Bolívia, também com ramal para o Paraguai. A ferrovia funcionava como a principal mídia da região porque não só porque a distribuição dos jornais era feita por meio dela, mas também porque *O Diário do Noroeste* circulava dentro das composições. O periódico cobria toda a região, e ainda tornava a própria ferrovia personagem, com reportagens sobre assaltos nas linhas, e sobre o cotidiano nas estações e nas viagens. Ao potencializar a interação entre essas cidades, numa extensão de 1.250 quilômetros, o *Diário do Noroeste* ajudava a desenhar uma territorialidade cultural do Oeste paulista.

Observando, como propõe Losnak, os títulos dos periódicos do Rio, percebe-se que a designação espacial que eles propunham se sobrepõe apenas parcialmente ao recorte territorial da ferrovia. Mas impressiona na amostragem carioca a quantidade de títulos que reivindicavam a categorização “suburbana” no título. Embora houvesse aqueles que ostentavam o nome isolado de cada bairro, outros procuravam trabalhar com um conceito regional. Seus cabeçalhos indicavam a área de circulação e o endereço da gráfica, mas esse desenho territorial nem sempre coincidia com os ramais do trem. Por exemplo, havia o semanário *O Suburbano*, da Ilha do Governador, que não possui linha férrea nem é considerado um bairro do subúrbio.

Essa espécie de designação autorizada sobre o espaço estava em disputa não apenas entre esses periódicos. Diários de grande circulação passaram a manter colunas com cobertura exclusiva chamada, por exemplo: “Subúrbios” (*Jornal do Brasil*), “Pelos Subúrbios” (*Correio da Manhã*), que mais tarde se tornou “Correio Suburbano” e depois “Subúrbios e Arrabaldes” (Barbosa, 2007: 42). Esses dois importantes títulos não eram exceção: a grande imprensa da época dedicava espaço àquela região que ampliava as fronteiras urbanas do Rio.

Oriundos das classes médias, alguns desses impressores eram imigrantes portugueses e de outras nacionalidades, habituados à cultura letrada impressa. Alguns deles já trabalhavam na grande imprensa carioca. Além de conteúdo político, era comum que os periódicos por eles publicados trouxessem denúncias e exigência dos famosos “melhoramentos” por parte da Prefeitura e da Intendência Municipal. Naquele momento, havia a percepção de que, de fato, os recursos públicos eram territorialmente mal distribuídos. (Moreira, 2013)

Segundo Mendonça (2014), ao tomarem a iniciativa de publicar um jornal, esses editores tentavam se estabelecer como representantes dessas regiões, no intuito de melhorar a infraestrutura local, mas também para tentar se integrar, ainda que marginalmente, à vida pública da capital. Outra hipótese é que a proliferação desses jornais também possa ter sido uma tentativa de autonomia dos novos “suburbanos” tanto em relação às representações hegemônicas dos grandes jornais quanto à tendência à relativa invisibilidade daqueles territórios para a administração pública.

Discussão

No momento em que esses jornais circularam, mais de 60% da população do Rio lia jornais. (Damázio, 1996) Segundo Mendonça (2014), a experiência de publicação dessa imprensa suburbana encontra três linhas explicativas gerais. Um primeiro grupo se caracterizaria pela necessidade de exibir refinamento e de tentar se aproximar, através da prática impressa, de um ideal de *Belle Époque* alardeado pela grande imprensa em relação às regiões mais *chics* da cidade. Os jornais desse segmento não costumavam se vincular a um bairro ou região, não havendo referência explícita ao pertencimento aos subúrbios. Como não reivindicaram uma identidade suburbana, possuíam nomes genéricos como *Lux* ou *O Cenário* ou *O Condor*. Eram fundamentalmente literários.

Um segundo grupo de jornais, mais amplamente estudados, refere-se à luta operária, já que os subúrbios cariocas foram importantes pontos de industrialização no estado do Rio, onde foi instalado um parque industrial têxtil. Nesse caso, a preocupação era com os direitos dos trabalhadores e com seu bem estar, independentemente do local de moradia, mas se sabe que seus principais militantes eram oriundos dos subúrbios.

Finalmente, um terceiro conjunto de periódicos, e que constitui o *corpus* apresentado aqui, tinha como proposta reivindicar melhorias infraestruturais semelhantes às que eram dispensadas à região central. Nesse caso, os jornais acentuavam no título seu pertencimento aos bairros do subúrbio e denunciavam investimentos desiguais entre as diferentes regiões da cidade, bem como o que consideravam um estado de abandono. Esse grupo defendia o que identificava como interesses locais, demandando um tratamento igualitário em relação ao restante da cidade. Apesar de afirmar estabelecer um diálogo com “todo e qualquer leitor, seja do subúrbio ou não” (Mendonça, 2014: 51), seu endereçamento era para os moradores dos subúrbios. Entre os impressores estavam inclusive quem trabalhara na grande imprensa,

como José Roberto Vieira de Mello, redator do *Correio da Noite* (proprietário da *Gazeta Suburbana* e da *Revista Suburbana*), os irmãos Benjamin e Eduardo Magalhães, que assinavam a coluna “Nos Subúrbios” do jornal *A Época* (proprietários do semanário *O Suburbano*), Pinto Machado, ligado ao movimento operário, que atuou na seção suburbana do jornal *A Tribuna* (foi diretor do *Echo Suburbano* e escrevia para a *Revista Suburbana*) e Ernesto Nogueirol, que trabalhou no *Jornal do Brasil* (era colaborador do *Echo Suburbano*). (Mendonça, 2014: 56-57) Aparentemente, esses homens entendiam sua inserção na imprensa como uma ação estratégica na defesa de seus ideais e, para isso, tentavam aumentar sua presença o máximo possível em diferentes frentes, fosse na grande imprensa, fosse nos jornais de bairro.

Para tentar criar e manter vínculo com seu público, esses periódicos criaram uma rede de colaboradores, que podiam enviar tanto artigos de fundo quanto “notas informativas, entrevistas e reportagens que valorizassem aspectos cotidianos da cidade”. (Mendonça, 2014: 54) Essa rede de repórteres amadores extrapolava os limites do próprio bairro, privilegiando a circunscrição mais ampla pelos subúrbios. Assim, cobriam desde as ações da Prefeitura naquela região até casamentos, aniversários, formaturas e festas em clubes, dando visibilidade à vida social da população local.

A colaboração para a sobrevivência dos jornais também se dava pela assinatura e pela aquisição de espaço publicitário pelos comerciantes locais. Do ponto de vista editorial, Mendonça aponta uma divisão: alguns se assumiam políticos enquanto outros tentavam se mostrar como modernos, vinculados à prática da imparcialidade. Entretanto, em nossa pesquisa, não percebemos essas fronteiras tão marcadamente, havendo, de modo geral, forte tom de engajamento político. Apesar de a investigação estar em andamento, também tem se revelada cada vez regular a presença da crítica à grande imprensa.

Em carta aberta ao prefeito, *O Suburbano*, da Ilha do Governador, de 15 de março de 1900, reclamava a construção de mais uma escola pública na Praia das Flecheiras, pois as duas que havia ficavam muito distantes para atender a toda a região – uma na estrada do Galeão, a outra em Itacolomy – e as crianças tinham que caminhar quatro quilômetros até elas. O redator alertava que o *Jornal do Brasil* já havia feito tal requerimento há pouco mais de uma semana. O jornal também criticava o abandono das igrejas católicas, algumas do século XVIII destruídas. Desse modo, o jornal estava não apenas fazendo uma reivindicação no presente, mas também projetando uma imaginação sobre o passado da Ilha do Governador. Do mesmo modo, nós, no tempo presente, projetamos o passado, num exercício imaginativo, ao ler esses textos. *O Suburbano* recebia cartas no Zumby (Praia do Zumbi), onde ficava a redação. Sua oficina gráfica ficava na Rua Andradas, 16.

Echo Suburbano, de Madureira, possuía diagramação mais *clean*, na década seguinte. Localizadas tanto a redação quanto na gráfica na Rua Marechal Rangel, 105, o veículo critica, em 13 de agosto de 1911, dois jornalistas de dois grandes diários, *O Paiz* e de *A Tribuna*, que “foram a campo” e relataram a miséria da cidade. Assinado por “Muzico Allemão”, o redator de *Echo Suburbano* afirma que “si escriptores consagrados, e aos quaes nunca foram perseguidos pela miséria, se julgam no dever de tractar de assumpto tão importante às classes proletárias, é justo que nós, humildes, entidades do povo, nos julguemos no dever de auxiliar tão benéfica campanha” (*sic*). O “Muzico Allemão”, portanto, debocha da hierarquia representacional da grande imprensa. Somente aqueles que vivem na pobreza poderiam falar sobre ela. Na mesma edição, o jornal reclamava da falta de investimento da companhia de luz Light, que ampliava a rede elétrica em outras áreas da cidade mas que esquecida os subúrbios.

Também de Madureira, a *Tribuna Suburbana* possuía até uma coluna que recebia telegramas internacionais. *O Progresso Suburbano*, “órgão noticioso, recreativo e literário”, como afirma o *slogan*, também possuía projeto gráfico arejado, com cabeçalho bem limpo, com o nome do bairro de origem escrito em letras grandes: Piedade. O redator-chefe era Luiz José de Vasconcellos e a redação e a gráfica ficavam na Rua Dona Maria, 15, mas o jornal procurava oferecer notícias relativas a toda a região suburbana, dividindo a área noticiosa por títulos-rótulos: Meier, Madureira, etc. Havia inclusive ilustrações e também notícias internacionais recebidas por telegramas. Na edição de 06 de agosto de 1902, *O Progresso Suburbano* pedia que a Diretoria Geral

dos Correios que conectasse as linhas telefônicas entre os bairros do subúrbio e que a agência dos correios de Piedade pudesse receber malas diretas. Percebe-se, nesses pedidos, uma vontade não apenas de integração local como também com o restante da cidade. O jornal ainda recebia notícias telegráficas de diferentes municípios do estado do Rio. Todos esses periódicos procuravam se manter com assinaturas e custavam em torno de 100 reis o exemplar avulso.

Conclusões

A primeira descoberta até o momento foi perceber que esses jornais fizeram parte de uma rede mais complexa da imprensa, o que incluíam periódicos não estavam engajados na melhoria da qualidade de vida dos subúrbios. Preferiam exibir a ilustração do homem suburbano e afirmar sua integração à modernidade do resto da cidade, ainda que muitas vezes, ainda hoje, o subúrbio seja representado como o lugar da falta, como lugar marginal (às margens das ferrovias).

Mas os nove títulos que estão sendo estudados nesta pesquisa possuíam compromisso com um equilíbrio na hierarquia dos espaços urbanos. Eles pareciam ter a preocupação em promover o subúrbio e, o que parece mais interessante, reivindicar uma identidade própria, a partir da opção pela defesa dos interesses locais. Esse conjunto de jornais pode ajudar a entender as escolhas estratégicas de comunicação e de ação sobre a própria história por meio das práticas jornalísticas. Num primeiro momento, acreditávamos que encontraríamos, nessas iniciativas, uma demanda por integrar um processo de modernização em curso na cidade. A imprensa funcionaria como mais uma ferramenta da modernidade. Entretanto, o contato com as primeiras amostras indicam que o fenômeno foi mais complexo e que talvez a própria definição de modernidade não fosse consensual. De qualquer modo, independentemente de esses editores terem ou não obtido sucesso nas suas reivindicações, só o fato de terem se colocado como representantes dos subúrbios já significou uma forma um exercício de poder sobre aquele território.

Bibliografia

- Barbosa, M. C. (2007). *História Cultural da Imprensa. Brasil - 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X.
- Damázio, S. F. (1996) *Retrato Social do Rio de Janeiro na virada do século*. Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Losnak, C. J. (2011) *Jornais e Ferrovia: uma intervenção social*. São Paulo: Anais Confibercom.
- Mendonça, L. C. (2014) *Nas margens: experiências de suburbanos com periodismo no Rio de Janeiro 1880-1920*. Niterói (RJ): EdUFF.
- Moreira, L. V. S. (2013) *Cidade e subúrbios no Rio de Janeiro do início do século XX: ordenamento e progresso para o morador suburbano*. Conhecimento histórico e diálogo social. XXVII Encontro Nacional de História. Anpuh Natal.
- Silveira, M. R. (s/d). *As casas populares e a formação do subúrbio carioca*. Mimeo.
- Soto, W. H. G. (2008). Subúrbio, periferia e vida cotidiana. *Estudos Sociedade e Agricultura*, vol. 16 no. 1, abri (pp. 109-131).
- Souza, R. R. (2010). As representações subalternas dos homens suburbanos. In: Oliveira, M. P.; Fernandes, N. N. (Orgs.) *150 anos de subúrbio carioca*. Rio de Janeiro: Lamparina, Faperj, EdUFF.

Biografia

Leticia Cantarela Matheus é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ, doutora em Comunicação pela UFF, Brasil.

O reino da estupidez e cartas chilenas

Universidade Federal de São João del Rei

Jairo Faria Mendes
jairo.faria@hotmail.com

Resumen

Poesía manuscrita fue un importante medio de crítica social y difusión de información en el siglo XVIII. Fue uno de los principales medios utilizados antes de la llegada de los diarios de Brasil. Dos poemas escritos por los brasileños, en este período, causaron transformaciones: “Reino de la Estupidez”, que condujo a la caída del Rector de la Universidad de Coimbra y una reforma de la institución; y “Cartas Chilenas”, que contribuyó el Inconfidência Mineira. Eran poemas satíricos anónimos. El Reino de la Estupidez que narró la historia de la diosa Estupidez que buscaron refugio. La Universidad de Coimbra apareció como el lugar perfecto para recibirlo. Las cartas denuncian atropellos del gobierno chileno, pero es fácil ver que ella criticó el gobernador de Minas Gerais.

Palabras Clave

Periodismo, historia, Minas Gerais, literatura, Brasil.

Resumo

A poesia manuscrita foi um importante meio de crítica social e difusão da informação no Século XVIII. Ela foi um dos principais meios utilizados antes do surgimento dos jornais no Brasil. Dois poemas escritos por brasileiros, neste período, causaram transformações: “Reino da Estupidez”, que provocou a queda do reitor da Universidade de Coimbra e uma reforma da instituição; e “Cartas Chilenas”, que contribuiu com a Inconfidência Mineira. Eram poemas satíricos anônimos. O Reino da Estupidez narrava a história da deusa Estupidez que buscava abrigo. A Universidade de Coimbra aparecia como o local perfeito para recebê-la. As Cartas Chilenas denunciavam desmandos do governo chileno, mas era fácil de perceber que ela criticava o governador de Minas Gerais.

Palavras-chave

Jornalismo, história, Minas Gerais, literatura, Brasil.

Abstract

The handwritten poetry was an important media of social criticism and dissemination of information in the 18th century. It was one of the main media used before the advent of the newspapers in Brazil. Two poems written by Brazilians, in this period, caused transformations: “Kingdom of Stupidity”, which led to the fall of the Rector of the University of Coimbra and a reform of the institution; and “Chilean Letters”, who contributed the Inconfidência Mineira. Were satirical poems anonymous.

The Kingdom of Stupidity he narrated the story of the goddess Dullness that sought shelter. The University of Coimbra appeared as the perfect place to receive it. The letters denounced outrages of the Chilean Government in Chile, but it was easy to see that she criticized the Governor of Minas Gerais.

Keywords

Journalism, history, Minas Gerais, literature, Brazil.

Introdução

A literatura teve um papel semelhante ao da imprensa durante o século XVIII. Ela era muito usada para a crítica social e política, e conseguiu abalar as estruturas vigentes em alguns momentos. Num século em que a imprensa era insipiente e extremamente controlada pelo Estado, a literatura serviu como instrumento de informação e opinião, e fez isto de uma forma demolidora.

O gênero utilizado foi a poesia, até pela tradição da poesia épica e pelos trovadores, que durante a idade média foram os propagadores da informação na Europa. Para fugir do autoritarismo vigente, os poemas eram anônimos, manuscritos e utilizavam de metáforas e analogias para realizarem suas críticas.

Na história luso-brasileira, vão se destacar três poemas longos, com estas características. O “Piolho Viajante” que, hospedado na cabeça de algumas pessoas, é um observador da corrupção, incompetência e autoritarismo português. Os brasileiros, mas especificamente os mineiros, vão realizar duas iniciativas de grande influência. O poema “Reino da Estupidez”, que criticou a Universidade de Coimbra e fez com que o reitor fosse retirado e a instituição passasse por uma reforma. E as “Cartas Chilenas” que foram inspiração para a Inconfidência Mineira.

Este artigo analisa dois destes poemas-jornalísticos, ambos feitos por brasileiros, “Cartas Chilenas” e “Reino da Estupidez”. Os poemas são reconhecidos pelos historiadores da imprensa brasileira como emblemáticos, como grandes referências de um jornalismo que lutava para existir. Os dois textos são muito anteriores ao surgimento do nosso primeiro jornal, o *Correio Braziliense* (1808). A escolha foi feita pela importância que estes dois textos tiveram para a história do País.

O jornalismo antes da tipografia

Como mostra Rizzini (1968), antes da tipografia a informação utilizava de suportes diversos, como o livro, a carta, o mural, a comunicação oral, entre outros. No artigo, é apresentada uma destas formas: a poesia manuscrita. Apesar do nome “Cartas Chilenas”, este texto deve ser classificado como poema manuscrito, e não como carta, pois era uma carta fictícia.

A carta foi um importante meio de transmissão da informação. “As cartas particulares dos séculos XVI, XVII e XVIII possuíam maior conteúdo jornalístico do que a maioria das folhas à mão” (RIZZINI, 1968, p. 60). Mas, para o artigo, o mais importante é tratar do poema, como forma de crítica social (jornalismo opinativo) e transmissão da informação (jornalismo informativo).

A poesia era um meio importante de transmissão da informação. Ela surge nos relatos épicos, desde os gregos, como a *Ilíada* e a *Odisseia*, de Homero. Na Idade Média, vão se destacar os jograis e os trovadores, como divulgadores do que ocorria pela Europa. Estes poetas não eram bem-vistos, pela vida livre, mas eram admirados e recebidos com atenção por onde passavam.

Chegados em cidades importantes, onde os fatos acontecem ou ressoam, eram os jograis mais estimados pelo que conheciam e podiam narrar, do que pelo repertório de músicas e canções inéditas(...) Assim, não lhe transmitiam os fatos originais, mas a sua versão segundo o enredo palaciano e a mordacidade das ruas. Era o eco, o efeito dos acontecimentos, que os jograis levavam e expandiam, numa palavra: a opinião. (RIZZINI, 1968, p. 15)

Esses poetas-cantadores, levavam ideias emancipadoras, e seus versos satíricos caíam na boca no povo, o que assustava os governantes. Um exemplo foi a história de Robin Hood, “ímpiedoso com os grandes, principalmente da Igreja, e misericordioso com os pequenos” (RIZZINI, 1968, p. 18).

Um poema que balança coimbra

Dez estudantes da Universidade de Coimbra são presos pela Inquisição, em 1779, acusados de defenderem ideias conspiratórias relacionadas ao pensamento iluminista. Entre eles estavam três brasileiros: Antônio Pereira de Souza Caldas (1762-1814), Antônio Moraes e Silva (1755-1824) e Francisco de Melo Franco (1757-1823).

Algum tempo depois de solto (1785), para se vingar dos quatro anos que permaneceu preso no Convento de Rihafoles, o estudante de medicina Melo Franco escreveu o poema *O Reino da Estupidez* fazendo duras críticas à Universidade de Coimbra e ao seu reitor Principal Mendonça. Na época, ele tinha 28 anos e usou o pseudônimo Fabrício Cláudio Lucrécio. O texto teve grande circulação e, para isto, contou com a ajuda de um brasileiro recém-chegado a Portugal: José Bonifácio de Andrada e Silva, que fez cópias manuscritas do poema.

O poema provocou reações, como o surgimento de réplicas e trélicas também manuscritas e anônimas. Causaria também a saída do reitor Principal Mendonça e levaria a mudanças na Universidade.

O seu poema heroi-comico teve o poder da Nemesis, da justiça implacável: lançou por terra o governo do Principal Mendonça e provocou as novas reformas encetadas sob o governo do Principal Castro. Hoje, passados mais de cem anos, são os versos desse poema um quadro pitoresco, vivo, sarcástico, pintado do natural e com flagrante realidade. Aqui a arte serviu-se dignamente do elemento satírico como instrumento de demolição do que se prolonga além do seu tempo (BRAGA, 1892, p.675).

Apesar de ser um poema, tinha caráter jornalístico, por denunciar questões da época. Então pode ser considerado como a primeira participação importante dos brasileiros no trabalho com a informação em Portugal. Melo e Franco e Bonifácio Andrada incomodaram bastante a direção de uma das principais instituições portuguesas.

No século XVIII e XIX, a literatura atuava em muitos momentos com um papel hoje exercido pela imprensa, a crítica e a denúncia de abusos políticos. Por isso, eram comuns os poemas e livros anônimos e manuscritos. Destacam-se *O Piolho Viajante* (a história de um piolho que vai narrando fatos que trazem várias críticas a Portugal), as *Cartas Chilenas* (que foram importantes para a Inconfidência Mineira, no Brasil) e *O Reino da Estupidez*. Este último é um dos principais textos literários com a função de crítica política que circularam no período colonial.

O século XVIII também foi um período de transição para a imprensa, em que formas de divulgação de informação, anteriores ao surgimento dos prelos, conviviam com os jornais. Eram os casos dos jornais manuscritos e da literatura anônima, voltada para a crítica político-social. Isso ocorria mesmo em países centrais como a França, como conta REBOLLO (1994, p.161):

Curiosamente, as velhas tradições mantinham-se juntamente com estas novidades, continuando ainda a aparecer gazetas manuscritas, algumas delas com vinte anos de existência, com uma sólida organização de até cinquenta copistas e com temas e clientes diversos. O século XVIII é, pois, um período de transição, que terminou com uma grande revolução, tanto no domínio político como no jornalístico.

O *Reino da Estupidez* é um poema bem longo que possui quatro cantos. Nos primeiros dois cantos, Melo Franco narra a busca que a deusa Estupidez faz de um lugar para habitar depois que é expulsa dos outros países europeus mais abertos às ideias iluministas. Para encontrar esse abrigo, alia-se a quatro Fúrias: a Raiva, a Supertição, o Fanatismo e a Hipocrisia. As Fúrias vão encontrar um bom lugar para a Estupidez, Portugal, principalmente Coimbra.

Logo no início o poema diz:

A mole estupidez cantar pretendo
Que distante da Europa desterrada,
Na Lusitânia vem fundar seu reino (FRANCO, 1995, p.51)

Portugal, pela grande influência que a religião tinha nas instituições, e pelo seu atraso cultural é apontada como um bom lugar para a deusa.

A deusa Estupidez, obesa, vesga e disforme, escorraçada de todos os países europeus, vive desterrada em lúgubre caverna (...) as Fúrias, depois de terem percorrido o país em viagem de inspeção, apresentam os seus relatórios sobre os vícios e os costumes do Portugal daquele tempo (ALBUQUERQUE, 1975, p.13 e 14)

Depois Albuquerque (1975, p. 18) completa: “Num terreno com tão favorável características não vingaria de novo a instauração da Estupidez?”

Na segunda parte do poema, ou seja, no terceiro e quarto cantos, ocorre a disputa entre uma corrente favorável e outra contrária à Estupidez, logicamente com a vitória desta última.

O regresso da deusa vai depender da aprovação do conselho da Universidade de Coimbra, presidido pelo reitor. Quem abre a sessão é o dr. Carlos de Figueiredo Pimentel, da Faculdade de Teologia, defendendo a Estupidez: “Creio que deve ser restituída / à grande Estupidez a dignidade / que nesta Academia gozou sempre”.

O doutor Monteiro da Rocha sai em defesa das ciências naturais e faz ataques pessoais ao dr. Carlos de Figueiredo Pimentel. No final das discussões, a decisão anunciada pelo reitor é de que a Estupidez virá tomar a frente do governo da universidade.

O quarto canto é dedicado para descrever a recepção cheia de pompas dadas à Estupidez. E o poema termina com uma irônica benção da deusa:

Em paz gozai - a Deusa assim profere -
Da minha proteção, do meu amparo;
Eu gostosa vos lanço a minha benção.
Prosegui, como sois, a ser bons filhos,
Que a mesma, que hoje sou, hei de ser sempre (FRANCO MELO apud ALBUQUERQUE, 1975, p.130)

O autor do poema teve descendentes importantes, como o jurista Afonso Arinos. O filho de Afonso Arinos também chamava Francisco de Mello Franco. Tendo em vista o rumo que o Brasil tomava com a eleição de Collor, Mello Franco redigiu O Novo Reino da Estupidez. Desta vez a Estupidez teria mudado para o Brasil. “E foi assim que as Fúrias resolveram/ Em decisão conjunta e sem tardanças/ Ao Brasil dedicar as esperanças” (MELLO FRANCO, 1995, p. 109).

Cartas chilenas

As Cartas Chilenas são poemas satíricos, que circularam em Vila Rica, pouco antes da Inconfidência Mineira. O texto é composto por 13 cartas. Elas faziam uma crítica bem humorada do governador da Capitania, Luís da Cunha Menezes, que aparecia na obra como o Fanfarrão Minésio.

É um texto anônimo (pelo estilo se deduziu que foram escritas pelo Ouvidor e poeta Tomaz Antônio Gonzaga), em que o narrador Critilo se comunica com Cláudio. Ele aparece como se escreve de Santiago, no Chile, contando os desmandos ocorridos lá. Logicamente, ele estava se referindo a Vila Rica. “Escuta a história de um moderno Chefe,/ que acaba de reger a nossa Chile” (Carta II: versos 51,52).

O texto é irônico desde o início, a partir da dedicatória “aos grande de Portugal”. No prólogo diz: “Lê diverte-te, e não queira fazer juízos temerários sobre a pessoa de Fanfarrão. Há muitos fanfarrões no mundo, e talvez que tu seja um deles.”

O narrador (Critilo) conta na segunda carta que levanta-se de uma cama pobre de solteiro, sem colchão macio e fofo, sem fronha de paina, sem lençóis de fina Holanda de largas renas, sem colchas matizadas. Numa ironia com relação ao governador e seus assessores, que gostavam de ostentar. O irônico é que Critilo também era aristocrata (afinal o autor era Ouvidor Gonzaga), mas ele se coloca ao lado do povo. Isso mostra bem como era o movimento da Inconfidência Mineira.

As Cartas deixam claro como era o momento político e econômico. Minas vivia a decadência do ouro e Portugal continuava querendo obter ganhos, quase ignorando esta realidade. Por isso, havia um grande descontentamento, e um clima de revolta na Capitania. Ao lado disso, havia um governador que gostava de promover festas e viver de forma luxuosa. “As Cartas revelam, por muitos aspectos, um estado de espírito, aquela fermentação perigosa de revoltas, um desassossego generalizado e uma aparente calma” (GONGALVES FERREIRA, 1982, p. 56).

Como explica Gonçalves Ferreira (1982, p. 52), as cartas são uma caricatura do que ocorria em Minas, com todo o poder de construção/destruição deste gênero, que o faz ser temido pelo poderosos.

O Fanfarrão também é acusado, nas cartas, de injusto e cruel. Cometendo vários tipos de autoritarismo.

O estilo das cartas, de acordo com Gonçalves Ferreira (1982), é barroco, que se caracteriza pelo exagero e rebuscamento. Ele identifica a presença de barroquismo no texto. No entanto, não é um texto de leitura muito difícil, pela qualidade da literatura de Tomaz Antônio Gonzaga, e também porque o autor queria ser compreendido. O exagero de linguagem é normal, num texto com mais de 200 anos. Como diz GONGALVES FERREIRA (1982, p. 71):

Um poema barroco é um verdadeiro mostruário do que é capa o poeta-artífice: ele conhece todas as figuras, os tropos, os recursos da sintaxe figurada, da retórica, do teatro e nos dá o ampuloso, o ornamentado, o solene, o sublime.

Carlos Rizzini (1968) elogia muito as Cartas Chilenas. “Nossa única grande sátira, na fluência da intriga, no fundo moralizador e na graça literária” (p. 120).

Bibliografia

- ALBUQUERQUE, Luís de. **O Reino da Estupidez e a Reforma Pombalina**. Coimbra: Atlântica, 1975.
- FRANCO, Francisco de Melo. **Reino da Estupidez**. São Paulo: Giordano, 1995.
- GONÇALVES FERREIRA, Delson. **Cartas Chilenas: Retratos de uma Época**. Belo Horizonte: Lemi, 1982.

- MARQUES, Renato Sena. **Francisco de Melo Franco: O Reino da Estupidez e análise de um estudante mineiro sobre a educação no mundo luso-brasileiro do século XVIII.** http://www.fae.ufmg.br/portalmineiro/conteudo/externos/4cpehemg/Textos/pdf/2b_2.pdf <acesso em 21.03.2016>
- RIZZINI, Carlos. **O Jornalismo antes da Tipografia.** São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1968.

Biografia

Jairo Faria Mendes é graduado em Comunicação Social/Jornalismo pela UFMG, Mestre em Comunicação e Cultura pela UFRJ, Doutor em Comunicação Social pela UMESP e Pós-doutor em Jornalismo pela Universidade de Coimbra. Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de São João del Rei (UFSJ). Autor do livro “O Ombudsman e Leitor” (O Lutador, 2003) e com participação nas obras “Pedagogia da Comunicação” (Angelara, 2006), “Imprensa Brasileira: Personagens que Fizeram História” (Imprensa Oficial de São Paulo, 2008), “Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional” (2011), “Impasses e Perspectivas da Imprensa em Minas Gerais (UFSJ, 2012), e “José Marques de Melo: Fortuna Crítica” (2013). Também é escritor e artista visual.

La memoria de la historia y las narrativas audiovisuales

Universidad Autónoma de Bucaramanga

Julio Eduardo Benavides Campos
jbenavides@unab.edu.co

Resumen

Colombia vive un momento que se presenta como crucial en su Historia reciente, la posibilidad de la firma de acuerdos de paz con el grupo insurgente más poderoso y más antiguo en el escenario nacional, las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia –FARC- y, en este contexto se vienen generando procesos de reconstrucción de memoria de las víctimas, con el ánimo de generar procesos de verdad de los hechos, reparación de las víctimas y reconciliación. La pregunta que emerge de ese contexto es qué papel le cabe a la comunicación, en particular a la comunicación mediática, en esos procesos de construcción de memoria, en los que hay que recordar para olvidar o para no olvidar, y cómo las narrativas deben encarar un país que se avizoraría en una nueva etapa de su Historia republicana.

Palabras clave

Memoria/acuerdos de paz/Colombia/historia/medios de comunicación/narrativas

Abstract

Colombia is experiencing a moment that presents itself as crucial in its recent history, the possibility of signing peace agreements with the most powerful and oldest on the national stage insurgent group, the Revolutionary Armed Forces of Colombia -FARC- and in this context reconstruction processes are generating memory of the victims, with the aim of generating processes truth from facts, reparation for victims and reconciliation. The question that emerges from this context is what role does the communication, especially media communication in these processes of construction of memory in which to remember to forget or to remember, and how narratives must to do, sighting a country in a new stage of its republican history.

Keywords:

Memory / peace agreements / Colombia / history / media / narratives

Resumo

Colômbia vive um momento que se apresenta como crucial na sua história recente, a possibilidade de assinar acordos de paz com o mais poderoso e mais velho no grupo insurgente etapa nacional, as Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia -FARC- e neste processos contexto de reconstrução estão gerando memória das vítimas, com o objetivo de gerar processos a verdade dos fatos, a reparação às

vítimas e reconciliação. A questão que surge neste contexto é qual o papel que a comunicação, especialmente meios de comunicação nesses processos de construção da memória na qual se lembrar de esquecer ou lembrar-se, e como narrativas deve abordar é prever um país em uma nova fase da sua história republicana.

Palavras chave:

Memória / acordos de paz / Colombia / história / mídia / narrativas

*Comenzar una revolución es difícil
pero, es más difícil continuarla
y difícilísimo vencer.
Pero, solamente una vez, cuando hayamos vencido
Comenzarán las verdaderas dificultades*
De “La batalla de Argel” de Gillo Pontecorvo

Introducción

La presente ponencia es el desarrollo del marco conceptual de la investigación “Narraciones y posconflicto en Colombia: opinión pública, tecnología y valores”, desarrollada dentro de la bienal de investigación de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, 2015-2016, y de la cual soy coinvestigador¹.

Este texto va a tomar la película de Miguel Littin, en cineasta chileno, titulada *Allende en su laberinto*, como un pretexto para exponer una serie de ideas acerca del significado de narrar la memoria desde lo mediático, del significado que tiene para un país como Colombia, encarar un escenario distinto en términos de la convivencia política, en el que –para muchos colombianos- se debe empezar a pensar, imaginar y contar, cómo sería posible vivir con el enemigo. Enemigo que pasaría a ser adversario, al firmarse los acuerdos de paz entre el gobierno colombiano y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia –FARC-.

El pre-texto: “Allende en su laberinto” y Miguel Littin

¿Cuál es la motivación que liga al filme de Littin con esa posibilidad que hasta el momento forma parte de los deseos de una gran parte de los colombianos²? Pues se tienen tres aspectos que son relevantes desde el punto de vista del suscrito. El primero es que el realizador es un testigo directo del evento sobre el cual construye el relato de su película; el segundo, es que se narra la historia de un evento que está en la historia de un país y en la memoria de los sobrevivientes; el tercero, es que se trata de un relato audiovisual, de un relato cinematográfico que cuenta una historia de la *Historia*, es decir, recrea, sin poder cambiar el final, ese último día de quien fuera el presidente Salvador Allende.

Refirámonos a la primera. Se dijo que Littin no era sólo el director de la película, fue partícipe del gobierno de Salvador Allende, al ser nombrado por el propio presidente como director de Chile Films en 1971. Por ende, y eso se corrobora cuando se aprecia que el guión

¹ El investigador principal es el profesor Roberto Sancho Larrañaga.

² Cabe anotar que la fundación “Consejo de Redacción. Periodismo de investigación en red” ha llevado a cabo talleres con periodistas en distintas regiones del país, para trabajar en torno a lo que significaría informar en tiempos de paz.

para la película fue escrita por el propio director, que estamos ante un testigo de los hechos³. Visto desde el punto del relato, el director expresa cinematográficamente un evento histórico y, a la vez, habiendo vivido el momento en compromiso con el régimen⁴, al punto que eso marco su exilio sido testigo. Mpor añadidura, el grueso de la historia discurre en un espacio que quedó aislado por el cerco militar y que tiene diversas y contradictorias versiones, como el velo de duda acerca de si la muerte de Allende se produjo por suicidio o porque fue ultimado por los soldados que ingresaron al Palacio de la Moneda. Es más, puede decirse que sobre el particular, Littin no es concluyente y no muestra el modo como murió el presidente.

Sobre el segundo aspecto, de que se narra la historia de un evento que está en la historia de un país y en la memoria de los sobrevivientes, se trata de algo que se ha contado en varias oportunidades, de manera directa, como lo ha hecho el cineasta Patricio Guzmán, quien –probablemente- ha sido el que más ha abordado el evento del golpe de Estado. La particularidad de esta película es que el tiempo de la narración se cierra en ese 11 de septiembre de 1973. Puede afirmarse que es el Chile que se cuenta y recuenta. No hay olvido, hay memoria, está viva y en conflicto permanente⁵.

El tercer aspecto, íntimamente ligado al segundo, que se trata de un relato cinematográfico que cuenta una historia de la *Historia*, es decir, recrea, sin poder cambiar el final. ¿Qué escoge el guionista-realizador recordar y olvidar, cuando su historia es la Historia que no se puede cambiar?, ¿hay aspectos que se recuerdan más?, ¿hay cuestiones que quedan en el olvido?, ¿sobre qué se recuerda u olvida, sobre la *historia oficial* o sobre testimonios de primera, segunda o tercera mano?

Ahora bien, hagamos a un lado el caso y pensemos en Colombia, qué significaría contar lo que pasó (la historia)⁶, de las masacres, atentados, secuestros y, en general, de todo aquello que trajo como consecuencia el conflicto armado colombiano con el principal grupo guerrillero del país, las FARC, cuando lo que se cuenta debe contribuir a construir la paz. Ya se ha hecho referencia a que la fundación *Consejo de redacción*, y de cómo han venido desarrollando toda una estrategia en torno a informar del conflicto en tiempos de paz, y de cómo manifestaba la escritora y periodista, Olga Behar: “Tenemos un gran reto que es el contribuir a reparar esta sociedad, con las historias, los informes contextualizados, la consecución de las voces del conflicto, la confrontación del poder que manejó los hilos de este país durante más de siglo”. Reconociendo que las noticias también se cuentan, siguiendo la apuesta de la periodista Soledad Puente, quien titula un libro: “Televisión: La Noticia se cuenta. Cómo informar utilizando la estructura dramática”, ¿habría una manera de contar los hechos de paz en otro momento de la *Historia*, del país?, ¿habría otra manera de narrar las historias de ficción, aquellas que, al igual que la que cuenta Littin, recrean el pasado que aún es parte de la memoria del presente?

Hilvanando ideas

La cita de Littin funciona como una suerte de parábola. Apuntemos algunas nociones de base sobre *historia* y *memoria*. Sobre que entender como *Historia*, resulta útil recurrir a quién

3 Cuando Miguel Littin estuvo como invitado a ULibro 2015, en la Universidad Autónoma de Bucaramanga, hizo un relato pormenorizado de los eventos de ese 11 de septiembre, en especial el episodio en Chile Films, en el que para el momento, ya no era su director.

4 Comentaba Littin en ULibro 2015 que él nunca entendió porque Salvador Allende lo llamo a la dirección de Chile Films, porque él no era –y nunca lo fue- militante de alguno de los partidos políticos chilenos, por lo tanto de ninguno de los que conformaban la Unidad Popular.

5 Anotaba Littin en su conferencia de Ulibro 2015 que en Chile, era casi un imposible conseguir el libro “La aventura de Miguel Littín clandestino en Chile”, escrita por Gabriel García Márquez. Basada en su estancia clandestina en Chile, durante la filmación del documental “Acta general de Chile”, en 1985.

6 Siguiendo a Maurice Halbwachs.

escribió sobre la memoria, Maurice Halbwachs, quien nos dice que: “Así pues, por historia hay que entender, no una sucesión cronológica de hechos y fechas, sino todo aquello que hace que un periodo se distinga de los demás” (Halbwachs, 2004). Para el asunto de la memoria vamos a referirnos a un aporte que, a modo de síntesis, recogemos por considerarla importante en el contexto del desarrollo de esta reflexión:

El necesario pasaje de la memoria individual a la memoria colectiva proviene del hecho de que uno no recuerda solo sino con la ayuda de los recuerdos de otro y que, inclusive, ‘nuestros presuntos recuerdos se han tomado prestados de los relatos contados por otro’ (Ricouer, 1999). Por otra parte, nuestros recuerdos se encuentran inscritos en relatos colectivos reforzados mediante conmemoraciones y celebraciones públicas, así como por monumentos y lugares públicos de alto voltaje simbólico que Pierre Nora (1992) llamó ‘lugares de la memoria’. La memoria, de esta manera, está en la base de la constitución de las identidades sociales, políticas y culturales y, en la concepción de estos autores, de manera particular en las identidades nacionales.

De esta manera, los Estados nacionales, aunque también podríamos agregar otro tipo de instituciones según la comunidad de la que estemos hablando, construyen relatos, monumentos, lugares para la memoria. Podríamos agregar, siguiendo a Yerushalmi (1989) que la memoria colectiva se define ‘como movimiento dual de recepción y transmisión, que se continúa alternativamente hacia el futuro’. Ahora bien, lo que ‘a memoria retiene es aquella historia que pueda integrarse en el sistema de valores’. El resto es ignorado, olvidado. Es decir que la memoria está directamente relacionada con los valores del presente, ‘el camino por el que se marcha’ y que por lo tanto, ‘del pasado sólo se transmiten los episodios que se juzgan ejemplares o edificantes’ para los valores actuales de una sociedad. (Varela, 2000).

Una primera y esquemática conclusión acerca de ambas citas es que la *Historia* nos habla de estabilidad, nos señala *lo dado*, mientras que la *memoria*, alude a la inestabilidad, en tanto se trata de lo vivido, pero recordado desde el presente, el cual se constituye como una grilla para valorar y darle sentido al pasado. En otro contexto, no colombiano, pero que afecta el hecho de pensar cómo narrar en tiempos de paz, es esa otra inflexión, no posible sino de hecho, que representa el cambio tecnológico en torno a los procesos de comunicación y de producción de información. Así que establezcamos otra noción importante, la de narrativas.

Dicen Greimas y Courtés que las narrativas pueden entenderse como *un todo de significación, un acto de lenguaje con sentido que comporta su propia organización* (Greimas A. y Courtés J, 1991, 273). Como tal, un “todo de significación, un acto de lenguaje con sentido”, alude a quienes están comprometidos como sujetos (sujetados a algún sentido común, a una historia común) y, a la vez, a un universo simbólico de referencia (eso a lo cual están sujetados los sujetos), en el caso de colectivos que entran en un proceso de paz, se espera que en esa nueva sujeción, la de una cultura en paz, de convivencia pacífica, lo que medie es un proceso de reconciliación.

Lo anterior, si acogiera los términos de los procesos de reconciliación, haría pensar en la memoria en tanto proceso de recuerdo y olvido y de cómo la dinámica de los medios de comunicación puede adscribir este aspecto, lo cual, más allá de lo informativo y del entretenimiento, es una opción política. Que sea una opción política, por ejemplo, es lo que hace Littin en su relato oral del 11 de septiembre de 1973, cuando de manera pormenorizada cuenta qué hizo ese día, mientras se daban los acontecimientos del golpe. Si uno decanta el papel que le tocó vivir ese día, es el de *víctima*. Estuvo a punto de ser ajusticiado en la calle por un grupo armado de civiles que apoyaban el golpe y, luego, fue llevado a Chile Films, para integrarlo al grupo que iba a ser llevado al Estadio Nacional de Santiago, para ser interrogado. No es necesario detallar lo que podía significar ser recluido en ese coso deportivo. Lo importante es que cuando uno escucha la narrativa de los hechos, no hay incriminaciones, no hay sufrimiento

—a pesar de haber dolor—, su cuento resulta en una patética tragedia cómica. El hace comunicable la memoria de lo vivido de una manera inesperada. No es un relato de renuncia y de olvido, todo lo contrario, es una relato sobre la firme convicción de que debemos vivir como seres humanos, y eso lo hace —no me siento cómodo con la palabra- *universal*. Se percibe un nivel de reconciliación con el pasado, en tanto la narrativa deja entrever que no hay renuncia en atribuirle a ese día lo que fue: el inicio de una larga dictadura en Chile.

Si intentamos ver cómo se está construyendo memoria en Colombia, la obligada referencia es el Centro nacional de Memoria Histórica -CNMH-, el cual concibe el proceso de la memoria como un proceso de reconstrucción de lo que pasó en todos esos años de violencia producida por el conflicto armado, y que ello “contribuya a la realización de la reparación integral y el derecho a la verdad del que son titulares las víctimas y la sociedad en su conjunto” (Centro Nacional de Memoria Histórica, 2014). La pregunta que surge a partir de la misión que el CNMH se traza es si esa reconstrucción de la memoria es un elemento para definir una proyección sobre ¿qué somos los colombianos?, ¿qué queremos ser a partir de esa reconstrucción? Y ¿cómo nos imaginamos en un eventual posacuerdo?

Se ha visto que la memoria está relacionada con procesos de recepción y transmisión en el largo tiempo, pero, no sólo es información, se trata de relatos inscritos en narrativas, si entendemos que éstas están definidas como estrategias de comunicación dentro de procesos comunicativos:

Comunicativamente es importante pensar de manera prospectiva qué sentidos de comunidad e “in-comunidad” se han construido a lo largo del tiempo, en este aparentemente interminable conflicto armado —aunque no solamente en éste tipo de conflicto— y para ello las narraciones son un elemento central, no sólo porque son evidencia subjetiva (vívida y vivida) de un pasado, sino porque es en su propia forma de estructurarse, de priorizar unos eventos o circunstancias por sobre otros, que se constituye como un conjunto de *recuerdos*, en aquello que es actualizado del pasado hacia el presente. Pero, éstos no aparecen como eventos aislados, sino concatenados dentro de un decurso, de una historia personal cuyo carácter es comunicativo: *mientras que la historia es informativa, la memoria es comunicativa (...)* Toda memoria, incluso la individual, se apoya y se gesta en el pensamiento y la comunicación del grupo (...). Ahora bien, la comunicación y el pensamiento de los diversos grupos de la sociedad está estructurado en marcos, los marcos sociales de la memoria (HALLBWACHS M. 2013). Siguiendo a Hallbwachs, esos marcos se forman a partir de varias coordenadas, como lo son ciertos momentos de la vida, el tiempo como depositario y el espacio como el nicho de realización. En este punto, también es importante el modo como desde la subjetividad se hace un acercamiento a esos marcos, no sólo desde los definidos para la memoria y que subyacen en la vida de cada sujeto, sino en aquellos marcos históricos que ofrecen la posibilidad de hacer una lectura más orientada hacia una prospectiva de futuro. (Benavides Campos, 2014).

Diríamos que esa es la base sobre la cual, comunicativamente se puede referir la memoria, pero, a eso hay que agregarle que ya hay un trabajo adelantado por el CNMH y otras organizaciones que han dado un paso en la producción de estos relatos, es decir, que en términos del lenguaje que expresa esas narrativas orales y que nace de lo que colectivos producen —sean éstos de víctimas u otros de carácter cultural— hay una inserción a eso otro ámbito, el de la convergencia digital. ¿Por qué es importante esta acotación? Lo es porque la llamada Web 2.0 se ha convertido en el campo privilegiado de la distribución y circulación de la producción cultural del ca-

7 En este aspecto se toma distancia de la versión oficial que habla de posconflicto. Desde lo comunicativo, no hay comunicación sin que el conflicto esté presente, como evidencia de la diferencia y cómo posibilidad de diálogo y potencias acuerdo.

pitalismo. Este hecho se señala, no por un asunto ideológico, sino por una cuestión comunicativa, y es el de las narrativas, porque, dado que son hegemónicas, hay que entrar en el juego o hacerles el juego. Esto último, no en el sentido de la renuncia, sino de cómo se gana espacio para los relatos de paz, desde los relatos del comercio.

Para decirlo en otras palabras, no se trata de alienarse, se trata de sub-vertir los elementos de la dominación, porque toda dominación se construye en el compromiso entre dos sujetos, de forma desigual. Y en la comunicación tiene lugar una lucha por la paridad, que el dominador reconozca la existencia de adversario, y no de enemigos. Reconociendo, y esto es importante como dimensión sociológico-histórica, que

lo que a una persona le pasa no es sólo producto de la relación desigual o de dominación o de paridad, que se construye con el 'otro', también es el resultado de una posición que se ocupa dentro de la estructura de la sociedad, de unos atributos históricamente constituidos y de unas relaciones de poder que se relacionan con la forma como se han apropiado unos recursos disponibles, sean estos últimos, materiales o simbólicos (Benavides Campos, 2014).

Entonces, la memoria no es sólo aquello que forma parte de lo testimonial, en este sentido no sólo habla de la violencia y de cómo los colombianos sufrieron como víctimas, sino que está hablando del país, de lo que somos. No sólo es reconstrucción, en el significado arqueológico, de buscar las huellas y hacerlas públicas, sino de aquellos que nos hace hablar en el presente y desde el presente. Y en ese presente, como dice Cristina Rojas:

la paradoja de la violencia es que tiene que solucionarse en la representación alterando la violencia original que dio salida a la violencia manifiesta. El antagonismo tiene que ser reconstruido en la representación, la resolución de la violencia solamente puede darse en el orden simbólico re-instaurando sentidos y recreando relaciones originales de identidad-diferencia (Rojas, 2001).

En esa prospección está el hecho de hacer un manejo positivo del conflicto, viéndolo como una posibilidad de actuar *con el otro*, reconociéndose en el espacio privilegiado para la convivencia social: el público. Es en este sentido que lo comunicativo se hace pertinente y se vuelve acción, es éste su significado político: el fortalecimiento de vínculos para la convivencia, es reconocer que las relaciones propias del fragor político no devienen en definir al "otro" como enemigo, sino como adversario y que, como ocurre en las lides deportivas, para poder participar y salir triunfante necesito de la participación del otro, en iguales condiciones y con el reconocimiento de ser pares en el ejercicio ciudadano (Benavides Campos, 2014).

Quizás de las ideas más sugerentes que se puedan encontrar, está la de Hermann Herlinghaus, quién desde la noción (él insiste que se trata de una "noción precaria") de *imaginación melodramática*, se puede pensar en una suerte de "matriz de la imaginación teatral y narrativa que ayuda a producir sentido en medio de las experiencias cotidianas de individuos y grupos sociales diversos" (Benavides Campos, 2014).

Ya hubo en un momento de la historia de Colombia el intento claro y planeado de introducir una narrativa de la reconciliación. Esto tuvo lugar en las postrimerías de la dictadura de Gustavo Rojas Pinilla (1953-1957), a propósito de las cruentas luchas entre liberales y conservadores. Reza en un documento estratégico que delineaba el accionar mediático y educativo, para reconciliar la beligerancia bipartidista, a partir de una labor con la imagen de sus "padres fundadores". En éste decía lo siguiente:

Se prepararía un cuadro (litografía) standard de Bolívar y Santander (ambos en uniforme) juntos al pie de la bandera nacional para colocarlo en lugar preponderante en todos los despachos hasta en el último municipio, en las escuelas, colegios, aulas universitarias, etc., etc. El cuadro llevaría la leyenda 'CONSERVAR MODERNIZANDO – LIBERTAR DISCIPLINANDO' y substituiría, una vez por todas las efigies presidenciales de transitoria aparición en las paredes (Colombia. Archivo General de la Nación, 1958, Caja 11, Folio 8).

Colofón

Finalmente. Esta reflexión inicial es una exploración por temas poco trabajados en Colombia y, de seguro, muy desarrollados en su implementación. Más allá de la condena que produce un régimen como el nazi, éste formuló una completa política cultural y de propaganda (esta palabra, hoy, suena casi vergonzante). De otro lado, hay obras fílmicas que nos inducen a pensar que sí es posible, algunos relatos del CNMH y trabajos de organizaciones independientes lo muestran y, en particular el cine. Ya Luis Puenzo y su película "La historia oficial" (1985) o Mario Camus y "Los santos inocentes" (1984), título homólogo de la novela de Miguel Delibes, son relatos cuyas narrativas ponen en cuestión al que las ve.

En todo caso, en el reto por lo audiovisual y en perspectiva de memoria histórica, se involucra un compromiso con el futuro, si lo entendemos no por lo que está por venir, sino en el sentido que le asigna al presente Raymond Williams, de cómo algo que hoy es *residual* puede surgir lo nuevo como algo *emergente*, lo que implica, *en primer término, los nuevos significados y valores, nuevas prácticas, nuevas relaciones y tipo de relaciones que se crean continuamente* (Williams, R.; 1997, 145) (Benavides Campos, 2014).

Bibliografía

- Benavides Campos, J. E. (octubre de 2014). Memoria, comunicación y comunicabilidad. Elemento para aportar a la reconciliación (futura) de una región. En P. J. Miguel, *Agendas de comunicación en tiempos de conflicto y paz* (págs. 92-93). Bogotá: Javeriana.
- Centro Nacional de Memoria Histórica. (28 de 01 de 2014). *Centro de memoria histórica*. Obtenido de <http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/que-es-el-cnmh>
- Cifuentes, D. (10 de 12 de 2013). *Consejo de redacción*. Obtenido de <http://consejoderedaccion.org/noticias/item/730-una-red-para-el-buen-periodismo-en-tiempos-de-conflicto-y-paz.html>
- Colombia. Archivo General de la Nación. (1958, Caja 11, Folio 8). Registro 2069, Presidencia de la República-Rojas Pinilla. *Dirección de Información y Prensa*.
- Colombia. Archivo General de la Nación. (Caja 11, Carpeta 11, Caja 1 de 1958). Presidencia de la República-Rojas Pinilla, Dirección de Información y Prensa. Bogotá.
- Greimás A.J. y Courtés, J. (1991). *Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredas.
- Hallbwachs, M. (2004). *La memoria colectiva*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Herlinghaus, H. (2002). La imaginación melodramática. Rasgos intermediales y heterogéneos de una categoría precaria. En H. Herlinghaus, *Narraciones anacrónicas de la modernidad. Melodrama e intermedialidad en América Latina* (págs. 21-60). Santiago de Chile: Cuarto Propio.
- Rojas, C. (2001). *Civilización y Violencia*. Bogotá: CEJA.
- Varela, M. (26-29 de abril de 2000). Memoria y medios de comunicación o la coartada de las identidades. *V Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación*. Santiago de Chile: ALAIC.



Biografía

Julio Eduardo Benavides Campos, docente titular de la Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Artes de la Universidad Autónoma de Bucaramanga. Líder del grupo de investigación Transdisciplinariedad, cultura y política. Interesado en la comunicación mediática, las mediaciones culturales e históricas, la política y las subjetividades. Desarrolla sus trabajos dentro de la línea de investigación Representaciones, memoria e *institucionabilidad*. Correo-e: jbenavides@unab.edu.co

La publicidad radiofónica en Colima, México: aproximaciones históricas de informantes clave

Universidad de Colima

Marina Vázquez Guerrero
marina@uacol.mx

Félix Rogelio Flores
solfelix@uacol.mx

Resumen

Por medio de técnicas cualitativas como la entrevista y la documentación, el presente texto da a conocer los primeros avances del proyecto de investigación que propone un estudio panorámico para conocer más a detalle sobre las formas, técnicas y recursos creativos para la venta de espacios publicitarios que se utilizaron en los primeros años de la radiodifusión en el estado de Colima. Por medio de informantes clave, - personas relacionadas directamente con las tres emisoras pioneras que aparecen en 1940, 1952 y 1962 respectivamente-, se recrea un episodio de la historia de la comunicación radiofónica y del consumo cultural en una región del país que prolongó hasta fines de los noventa, la etapa de bonanza del medio.

Palabras clave:

Radio; historia; Publicidad; Colima; Ventas.

Abstract

Through qualitative techniques such as interview and documentation, the present paper presents the first steps of a research project seeking to offer a general landscape about the detailed about forms, technics and creative resources for selling advertising that were used in the early years of broadcasting in the state of Colima. Through key informants -people directly related to the three pioneering stations appearing in 1940, 1952 and 1962 respectively-, the paper recreates an episode of the history of radio communication and cultural consumption in this region of the country that lasted until the late nineties, the boom period of this media.

Keywords:

Radio; history; Advertising; Colima; Sales.

Resumo

Através de técnicas qualitativas, como entrevista e documentação, o presente texto revela os primeiros passos do projeto de pesquisa que oferece um estudo panorâmica para saber mais detalhes sobre as formas, técnicas e recursos criativos para a venda de espaço publicitário eles foram usados nos primeiros anos de transmissão no estado de Colima. Através de informantes-chave - as pessoas directamente relacionadas com as três estações pioneiras que aparecem em 1940, 1952 e 1962, respectivamente, um episódio da história da comunicação de rádio e consumo cultural em uma região do país que durou até as recria finais dos anos noventa, o período de boom do meio.

Palavras-chave:

rádio; história; publicidade, Colima; vendas.

Introducción

México es uno de los países con una amplia tradición radiofónica que en muchos contextos sigue siendo el principal medio de información y compañía, sin importar los estratos sociales. Por su cercanía con Estados Unidos fue una industria que se desarrolló desde los primeros años de difusión mundial, adoptando un formato eminentemente de entretenimiento. La época de oro de la radio mexicana fue entre los años 40 y 50, cuando la cobertura se amplió e hizo un uso lúdico y creativo del medio con formatos desde el radioteatro, concursos, radionovelas, controles remotos en fiestas populares, circos, eventos deportivos (Romo, 1991). El mayor ejemplo fue la XEW, emisora privada que se convertiría en la estación “más potente e influyente que ha existido en el país” (Sánchez Ruiz, 1984 p.30).

Actualmente la industria radiofónica comercial es mayoría pues cuenta con el 75% de las 1,745 concesiones que se operan en el país (IFT, 2016), concentradas principalmente en grandes grupos radiofónicos. Diferentes autores refieren que son entre 13 y 10 grupos mediáticos los que concentran entre el 70 y 80% de las concesiones del país, ya sea como operadores o mediante afiliación (Sosa Plata, 2011; Mejía Barquera, 2011).

A pesar de que la radio es un medio numeroso y de mayor penetración en la población, tiene un antecedente histórico limitado de investigaciones y publicaciones en general y la mayoría se circunscribe a estudios de audiencias realizadas de manera privada para la toma de decisiones empresariales. Respecto a los estudios y publicaciones sobre la radio en México se tienen importantes aportaciones, pero a partir de los años sesenta, es decir, se documentó formalmente la labor de este medio mucho después de su nacimiento pues los estudiosos de los medios de comunicación llegaron de la mano de los primeros egresados de las licenciaturas en Periodismo o Comunicación que iniciaron en 1951 y 1960 respectivamente, con la escuela Carlos Septién y la Universidad Iberoamericana de México (Islas, Gutiérrez y Campo Garrido, 2002).

Este tardío registro del medio tuvo consecuencias pues sigue siendo un medio poco estudiado con respecto a la televisión. En 1988, Arredondo hablaba de un rezago importante pues en seis década solo registró 72 referencias de libros, artículos de revistas, reportes de investigaciones inéditos, ponencias en congresos y tesis. Para 1991 se contaba un 4.8% de los estudios en Comunicación dedicados a la radio, frente a un 13.9% a la televisión (Fuentes Navarro, 1991 citado por Alva de la Selva, 2001).

Respecto al tema que nos ocupa, -la génesis de la publicidad radiofónica-, son mínimas las publicaciones, que en todo caso están incluidas en apartados de textos generales sobre la disciplina o el medio. En el caso específico de Colima, Ana Bertha Uribe (2001) publicó un libro sobre todos los medios de comunicación del estado, que fue sin duda, una gran aportación. Sin embargo, respecto a la radio apenas cubrió cuatro páginas, dados las dificultades de obtener testimonios directos de la empresa privada. Por lo tanto, hay una carencia importante en la que este estudio espera abonar.

La radio en Colima

De acuerdo al registro más reciente del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT, 2016) el estado de Colima cuenta con una oferta radiofónica de 18 emisoras comerciales que administran 12 grupos radiofónicos, la mayoría de empresas nacionales de Comunicación y 3 radios con permiso para emitir sin fines de lucro. El panorama de lo que se escucha en cuanto a publicidad es similar al de otras plazas de la república, sin embargo a nivel histórico cuenta con un bagaje relevante que nos parece pertinente documentar.

Las referencias históricas remiten a que la ciudad de Colima registró una actividad importante para las telecomunicaciones pues aquí se gestaron de las primeras pruebas de la zona occidente del país, a través de experimentaciones con equipos de baja potencia, en ma-

nos de militares, a partir de 1922 (Levy, 2003). Como se muestra en el gráfico 1, hubo diferentes momentos de la radiodifusión a un año de nacer la primera radio en México y hasta 1940, fecha en que oficialmente se inaugura el uso de las ondas en el estado, con la creación de la XERL. Si bien para esa fecha el desarrollo de la radio en el mundo era mucho mayor, para las regiones de un país como México, limitado en muchos aspectos, fue relevante.

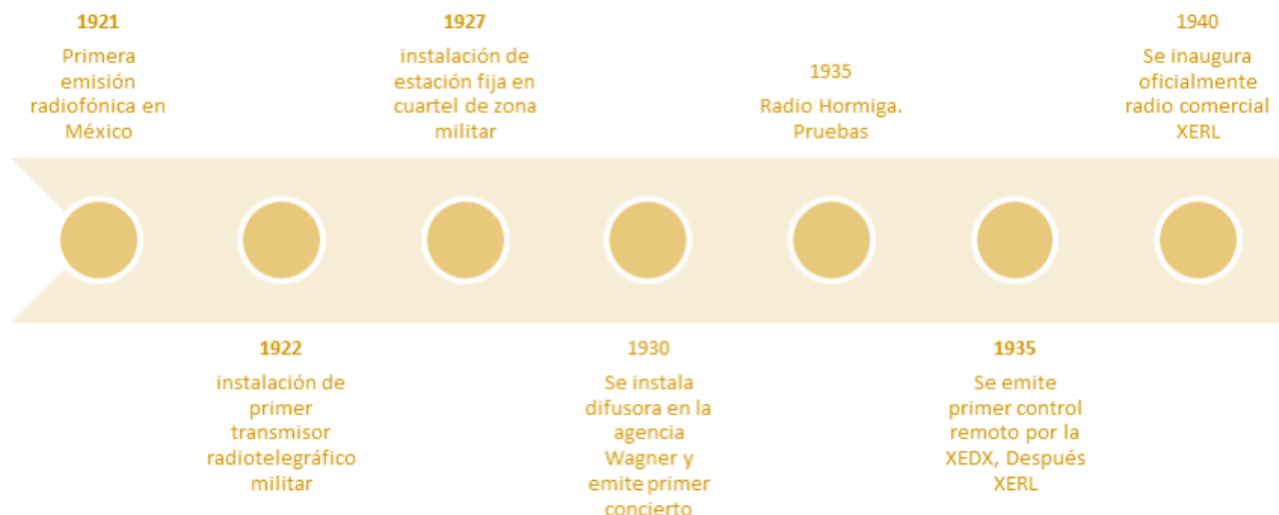


Gráfico 1
Primeras experiencias radiofónicas en Colima
Elaboración propia. Fuente: Levy, 2003.

La primera empresa fue fundada por José Roberto Levy Rendón, ingeniero que se dio a la tarea de construir la planta transmisora de 250 watts con la donación de “amigos y colegas radioaficionados mexicanos e incluso del extranjero [...] obsequiándole partes electrónicas como bobinas, condensadores variables y transformadores” (Levy, 2004).

En cuando a contenido y ventas, desde finales de los años 30 comenzaron a darse las primeras emisiones con el esfuerzo de familias locales y los recursos creativos de un talento empírico. En las memorias de la familia y en pocos escritos históricos de baja circulación están resguardados muchos años de trabajo creativo que se considera relevante retomar no solo para el rescate de una memoria sino para la formación de futuras generaciones en producción sonora y estrategias de venta.

El objetivo del presente texto es dar a conocer los primeros avances del proyecto de investigación desarrollado en la Universidad de Colima, que lleva por título “La publicidad radiofónica y el proceso de ventas en el estado de Colima: aproximación testimonial y documental de las emisoras pioneras”.

Metodología

El trabajo es de corte cualitativo, enfocado en entrevistas a profundidad a figuras pioneras de la radio en el estado y un primer registro documental. Esta investigación busca lograr un alcance descriptivo, que nos permita identificar cómo fueron los inicios de la publicidad y el sistema de ventas en el estado de Colima, haciendo énfasis en la parte testimonial de personas que aún conservan información de primera fuente.

La muestra de la investigación está conformada por tres emisoras, las pioneras de los tres principales municipios en el estado que son Colima, Manzanillo y Tecmán que abrieron sus transmisiones oficialmente en Amplitud Modulada en 1940, 1952 y 1962 respectivamente y que dejaron de existir paulatinamente. La primera, conocida con XERL después de pasar

a FM cambió de nombre y contenido a Ángel Guardián en el 2015 y las otras dos – XECS y XETY-, fueron adquiridas por el corporativo de MVS Radio y grupo Radorama, respectivamente, a inicios del año 2000, cambiando su esencia y hasta el tipo de programación. En este documento presentaremos resultados de las tres primeros informantes de las emisoras.

El principal instrumento para la recolección de información fue a través del diseño de dos tipos de cuestionarios semi-estructurados aplicados en entrevista a profundidad a tres informantes clave. Para la XERL dio testimonio José Levy Vázquez, hijo mayor del fundador y quien ocupó diferentes cargos en la empresa como la gerencia en los años sesenta; por parte de la XECS de Manzanillo, Javier Montes Camarena quien fuera en dos periodos gerente de la empresa y de la XETY Radio Tecomán, Víctor Manuel Martínez Escamilla hijo del segundo dueño de la emisora y quien participó como locutor y gerente en diferentes periodos.

Resultados

Uno de los principales inconvenientes que se tuvieron al emprender esta investigación fue la falta de informantes directos, pues el tiempo no ha permitido localizar con vida a ninguno de los primeros dueños de las emisoras del estudio. Los testimonios provienen de personas que si bien conocieron a esos pioneros por ser hijos o haber tenido una relación laboral, los testigos muchas veces no tienen una identificación clara del tiempo en que sucedieron los acontecimientos. Los resultados por lo tanto se presentan por categorías que nos permitan tener un panorama de la forma en que se vendía, producía y emitía la publicidad en el estado de Colima entre los años 1945 a 1990, aproximadamente.

Los vendedores

Desde su nacimiento, la radio de la ciudad de Colima tuvo claro que se trataba de un negocio y que era necesario tener tarifas y productos para financiar la radio. Vender era una labor difícil porque los empresarios desconocían la efectividad del medio. Con tan pocos aparatos de radio – había apenas 50 en 1940- (Levy, 2004), no consideraban importante pagar. El recurso que se tenía era contratar a un gritón con una corneta afuera de la tienda en promoción.

En Radio Levy había la figura del gerente de ventas que manejaba una cartera de clientes y que recibía una comisión.

En los primeros años de las radios de Manzanillo y Tecomán los vendedores fueron siempre los propios locutores. No había un departamento de ventas. El cliente llamaba o hacía el contacto con los locutores o gerentes y personalmente los atendían hasta que el producto salía al aire.

En Manzanillo, según afirma Montes (2015) cuando más tarde tuvieron vendedores –hacia 1969-, ya existía el puesto de gerente de ventas y publicidad (Diario de Colima, 1969)-, no funcionaron muy bien, sobretodo cuando no conocían el proceso de creación de mensajes.

En el mismo Tecomán hubo una época de gran bonanza en la radio – se calcula sobre los años ochenta-, en que había tantos clientes interesados en anunciarse que nadie salía a buscarlos. La gente caminaba a las afueras de la ciudad para ir a hacer el contrato a la estación.

Los anunciantes

Colima no ha contado nunca con empresas muy grandes. Los negocios locales y pequeños han sido mayoría en la empresa radiofónica del estado. Los informantes refieren toda una lista de clientes que van desde ferreterías, estéticas, mueblerías, peleterías, restaurantes, hasta la jaboneras y La Marina, tienda departamental que desde su creación ha invertido en el medio sonoro.

Entre las características de estos anunciantes se tienen aquellos que se involucraban en la producción del anuncio – sugiriendo música y texto-; hasta aquellos que solo llamaban por teléfono y daban la información para confiar en el talento del locutor y su equipo.

En Colima, por ejemplo, tenían como estrategia que “si el cliente tenía cierta cultura” lo podía redactar él y si no era así, le podía plantear su idea al vendedor para que él lo escribiera.

En la XETY de Tecomán, en los primeros años prácticamente se transcribía a máquina la idea del cliente –que solía querer decir mucho-. “Entonces el locutor lo ponía, y tenían discos, ya sabía, le ponía el fondo con el disco y la voz. Y era la forma en cómo se daban los anuncios” (V. Martínez, comunicación personal, 2016). En la segunda época de la radio, había ya la figura del agente que visitaba al cliente, le ofrecía lo que tenían como base y regresaba a la radio para informar la idea. La segunda visita era ya para reafirmar la propuesta con una o dos opciones grabadas solo con la voz. La estrategia de llevarlos a la radio a escuchar propuestas de fondos musicales y tomar su opinión también fue exitosa para ellos.

En todas las radios también se comercializaba la dedicatoria de canciones en fechas especiales y desde Estados Unidos llegaban dólares para saludos a las madres: “Era la única forma en que yo me aliviaba (...). Empecé con el día 10 -de mayo-, (...) luego eran 8, 9, 10, y 11” (V. Martínez, comunicación personal, 2016)

Las transmisiones especiales y eventos patrocinados vinieron después, cuando se contaba con equipo de control remoto.

En Manzanillo, por ejemplo se transmitió durante más de 30 años el torneo internacional de pesca que les dejaba “*un billete grandote*” y por lo tanto derrama económica; participaban en las caravanas Corona con giras de artistas como José Alfredo Jiménez, Lucha Villa, Manolo Muñoz, etc. e incluso cada 19 de septiembre hacían su baile de aniversario que movilizaba a personas de toda la región para ver a los artistas que traían: “Era aquello un río de gente, que la sociedad de Manzanillo se dignaba a ir al baile popular, entonces la XECS creó esa convivencia entre la sociedad manzanillense” (J. Montes, comunicación personal, 2015). La misma radio, transmitía box, patrocinado por la Cervecería Modelo de México o la Corona.

Las radios de Tecomán y Manzanillo llegaron a tener mas anunciantes que la pionera de Colima por ser prácticamente la única opción en el cuadrante en su zona y porque recurrían a formatos radiofónicos como las transmisiones de futbol y otros deportes; la celebración de posadas en barrios, día de reyes, día de muertos etc, prácticas que involucraban a la sociedad.

El intercambio de mercancía se comenzó a incorporar tardíamente. No era una práctica común en los primeros años de la radio. “por más amigo que era el cliente tenía que pagar” (J. Levy, comunicación personal, 2015). La estrategia apareció aproximadamente en 1960 en la radio de Colima, motivados por las prácticas que se hacían desde la Cámara de la Industria de la Radiodifusión, quienes en sus convenciones hablaban de los beneficios de intercambiar anuncios por algún auto, consola o micrófonos.

Las tarifas

En la XERL, la estación de Colima, desde el inicio se tuvo claro el costo de los anuncios. Un documento fechado al 13 de agosto de 1937 muestra los dos únicos formatos publicitarios de la época: Las Radio-Audiciones, definidas como “anuncio exclusivo del contratante y con música grabada” (Levy, 1937), que podían ser desde un cuarto de hora hasta una hora con tarifas de \$4 a \$240 pesos, por contrato de un mes; y los Radio-Avisos que eran el equivalente a los spots actuales. Su característica principal es que constaban de 25 palabras “con redacción al gusto del anunciante” y la emisión diaria de 4 impactos con “cuatro Radio-Avisos de diferentes anunciantes, entre cada selección grabada” (Levy, 1937). El costo de los radio-Avisos era de un peso por día hasta \$18.00 en paquete por treinta días.

De esta primera etapa se sabe que el programa más famoso de cinco minutos, lo patrocinaba la primera tienda de modas, propiedad de Lupe Trujillo “entonces el locutor leía un

texto que se iba cambiando, y la moda ofrecía un disco, una canción en medio, o sea texto, un disco y texto de despedida” (J. Levy, comunicación personal, 2015). La dinámica no duró muchos años pues si bien tenían bastantes anunciantes “se llegó a la conclusión que no convenía porque salía más a cuenta la venta de spots.

Hacia 1951 y 1952 que ya se tenían mejores condiciones, el radio-Aviso constaba de 25 palabras y costaba \$1.00, que era difícil vender.

Siempre el anunciante, el comerciante, el inversionista, siempre regateó. En radio se acostumbraba a regatear más que los que van al tianguis, que los que iban a la feria, porque el criterio era que ‘¿porque tu cobras si no te cuesta nada? ,es puro aire!’ (J. Levy, comunicación personal, 2015).

Por otra parte, la dinámica, de cobrar con un tiempo específico los anuncios, se dio en Manzanillo más tarde, hacia 1977, cuando uno de sus gerentes adoptó estrategias que había aprendido en sus estancias laborales en estaciones de Guadalajara. “Cuando ya pedían algo especial, aquí está tu texto, te lo grabo, pero vale tanto, había gente que no lo pagaba porque no los acostumbraron, porque llegamos tarde a ese situación” (J. Montes, comunicación personal, 2015). Sin embargo, como la gente *amaba la radio* y los anunciantes estaban cada vez más convencidos de su efectividad se fueron aceptando las tarifas. Los anuncios se miden a 10 y 20 segundos con cronómetro, porque anteriormente, cualquiera que fuera su duración costaba \$1.50 pesos y los anuncios eran larguísimos.

La publicidad empezó a hacer muy importante para la gente de Manzanillo porque nosotros le vendimos la idea de que la publicidad no era un gasto, sino una inversión, y muchos lo empezaron a entender, entonces ¿qué pasó? que estaban en la cabeza de la gente, entonces la estación ganó muchísimo dinero, llegó el momento de que la estación estaba boyante (V. Martínez, comunicación personal, 2016)

Los anuncios

En los primeros años de la radiodifusión colimense, de acuerdo a la memoria de los informantes, se leían en directo los anuncios porque no había llegado la tecnología para grabar. En la cabina organizaban la información a través de una lista de transmisión y los anuncios estaban escritos – a máquina-, en un papel tamaño media carta. Estaban ordenados dentro de una cajita sobresaliendo de ella los horarios separados por cada quince minutos. Refiere José Levy que el locutor lo tomaba de allí y lo leía.

Los textos eran de este estilo en 1947:

Ya llegaron a Radiolandia de Gabino Barrera 21, estufas de gas que nunca se habían visto en Colima, sea usted como Don Eduardo Brun, Don Jorge Bazán, Jorge Álvarez y muchos más, de los que tienen en su hogar estufas de gas para cocinar de la manera más limpia y rápida y eficiente (J. Levy, comunicación personal, 2015).

En Manzanillo, como vimos anteriormente, tampoco se medía el tiempo por lo que el spot podía durar entre 50 segundos y un minuto. La continuidad estaba registrada en una libreta. Aún con restricciones de la ley, estas emisoras lograban incluir promociones, menciones y anuncios para mejorar sus ventas. Los formatos de publicidad que hacían en la XECS eran los spots convencionales, las felicitaciones o las esquelas. Sin embargo reconocen que también aportaban haciendo servicio a la comunidad con avisos para donadores de sangre y cuando se perdía alguna mascota.

La forma de escribir los anuncios también llamó la atención de los anunciantes en la XECS, de la cual, asegura Montes, que en algún momento de su historia llegó a ser más productiva que la misma XERL “ lo que ofrecíamos al cliente se vendía solo, gente que jamás en la vida se había anunciado se anunciaba con nosotros” (J. Montes, comunicación personal, 2015).

La producción

En todo este periodo que dan cuenta los informantes y que abarca desde fines de los años 40 a los 90's fueron testigos de los cambios de tecnología. José Levy refiere que su padre adquirió una cortadora en 1947 para poder grabar discos de acetato. Eso permitió tener grabaciones de los spots de mejor calidad y con el mismo locutor, porque lo leía el de turno. En cuanto a los recursos creativos para la producción se usó desde sus inicios el dramático y el *Jingle* en Colima, con la presencia de familiares y amigos que gustaban del teatro y la música.

Se tiene registro en la fonoteca familiar de José Levy de un anuncio-marcha de los jabones Casa Blanca y Azote, grabado en 1945 e interpretado por Miguel Aceves Mejía en la ciudad de México, pero como producción local, fue en 1947 cuando se grabó el primer *Jingle* para un salón de belleza que ofrecía un producto llamado *Liquaid* con la participación de un trío de moda y la ganadores del concurso de aficionados que organizaban cada año en el aniversario de la radio.

A inicios de los setenta en Manzanillo, se crearon historias y personajes que hacía el propio personal de la radio y que patrocinaba un Supermercado local.

En Tecmán si bien se afirma que en la primera época no se hacía ningún tipo de guión dramático, en los ochenta se experimentó el anuncio dramatizado y se realizaron *Jingles* con la participación de conjuntos musicales de la región que a la vez representaba Víctor Martínez.

Conclusiones: la audiencia como razón de ser

Para concluir este apartado, destacamos el papel del radioescucha, la reacción de la gente ante el fenómeno de la radio y la incursión de diferentes formatos de comercialización de productos.

Los testimonios de los tres primeros informantes van en el mismo sentido. Se refieren a una época en que se dio el negocio, pero siempre estuvo por encima de todo el respeto en el lenguaje y la cercanía con las personas. La radio como producto cultural que enriquecía sus rutinas “nosotros quisimos hacer una radio localista, que identificara la esencia de los tecomenses, queríamos dignificar la audiencia” (V. Martínez, comunicación personal, 2016).

La gente quería a la radio porque se identificaba con los artistas, con los géneros musicales de moda y la retroalimentación constante que construyó vidas y matrimonios porque mucha gente estaba *enamorada de la estación* “compartíamos con la sociedad la gente nos adoraba así de sencillo, el afecto nos lo ganábamos” (J. Montes, comunicación personal, 2015).

Fue una época en que la gente platicaba con los locutores, los tomaba por consejeros e incluso les llevaban regalos de todo tipo: -huevos, gallinas, comidas-y los identificaban en la calle con admiración.

Este breve bosquejo histórico, pleno de anécdotas y memorias que se pueden confundir en fechas exactas, nos da cuenta de la forma en que en Colima se prolongó la época dorada de la radio que en otros contextos solo fue de los años 30 a los 50 y donde tuvo mucho que ver la creatividad ante la falta de tecnología y la exclusividad de emisión en las zonas de la costa. La radio fue compañía, negocio, creatividad y la dinamizadora social a pesar de la presencia de la televisión.

Referencias

- Alva de la Selva, A. (2001). “La investigación en radio. Avances y asignaturas pendientes”. En I. Lombardo García (Ed.), *La comunicación en la sociedad mexicana. Reflexiones temáticas*. México: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- Arredondo, P. (1988). “La radio como objeto de estudio en México”. En Sánchez Ruiz, E. (Comp.) *La investigación de la Comunicación en México: logros, retos y perspectivas*. México: Edicom.
- IFT (2016) Instituto Federal de Telecomunicaciones. Infraestructura de radio y televisión. Estaciones autorizadas al 31 de marzo de 2016. <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/industria/cuadroestadisticodedistribuciondeestacionesmarzo2016.pdf> (Consultado el 12 de mayo de 2016).
- Islas, O.; Gutiérrez, F. y Campo-Garrido, N. (2002): “El espejo indiscreto por el accidentado sendero de la comunicación productiva”, en *Razón y Palabra*, n° 24.
- Levy, J. R. (1937) Comunicación personal. Tarifas Estación Radio-Difusora de Colima. [documento] Archivo particular de José Óscar Guedea
- Levy, J. (2003) Historia de la radiodifusión en Colima. Primera parte. *Revista Histórica año IV no. 26 segunda época*.
- _____ (2013a) *Hoy en la historia. El Comentario* (2 de agosto de 2013). <http://elcomentario.uco.mx/Noticia.php?id=1375427680>
- _____ (2004) Historia de la radiodifusión en Colima. Segunda parte. *Revista Histórica año V no. 30 segunda época*.
- Mejía Barquera, F. (2011) 90 años de la radio en México. *Etcétera* septiembre 10, 2011. Oseguera, J. (1995) *Quien es quien en Colima*. Colima: Instituto Colimense de Cultura, Gobierno del estado y Universidad de Colima.
- Romo, C. (1991). *Ondas, canales y mensajes: Un perfil de la radio en México*. Guadalajara: ITE-SO.
- Sánchez Ruiz, E. (1984) *Orígenes de la radiodifusión en México, desarrollo capitalista y el Estado*. Huellas ed. Vol. No. 6. Guadalajara, México: ITESO
- Sosa Plata, G. (2011) “Grupos radiofónicos y concentración”. En Bravo, J.; Vega, A. y Trejo Delarbre, R. *Panorama de la comunicación en México 2011. Desafíos para la calidad y la diversidad*. Distrito Federal: AMEDI
- Uribe. A. B. (2001) *Los medios de comunicación en Colima. Apuntes para la historia y la cultura*. Universidad de Colima-CONACULTA-FONCA.

Medios de comunicación y proyectos nacionales en Colombia (1940-1973): gobernando lo popular – masivo

Universidad Distrital
Francisco José de Caldas, Colombia

Juan Carlos Amador
jcarlosamador2000@yahoo.com

Resumen

La ponencia se origina en el primer objetivo de la investigación titulada *Memoria al aire: construcción de la nación a través de la Radiodifusora Nacional de Colombia* (1940-1973). Este objetivo propone develar el campo de estudios en torno a la relación medios de comunicación - proyectos nacionales – culturas populares en Colombia. Apoyados en el análisis de contenido (AC) (Krippendorff, 1990; Ruíz, 2009) y algunos elementos de la arqueología del saber (AS) (Foucault, 2005), el estudio evidencia de manera inductiva cuatro rasgos relevantes del campo: la articulación medios de comunicación y dirigismo cultural en torno al proyecto nacional de la República Liberal; los medios de comunicación y el proyecto nacional - liberal como configuradores de determinadas culturas políticas; el retorno al catolicismo y la hispanidad, inspirados por el franquismo en la producción de lo nacional; y la articulación populismo - estado justiciero como gestión de la población colombiana. Al final, a modo de cierre del periodo del estudio, se expone cómo continuaron operando discursos, conocimientos y prácticas, basados en el catolicismo y la hispanidad para dar continuidad al gobierno de lo popular-masivo.

Palabras clave:

medios de comunicación, proyectos nacionales, culturas populares, gubernamentalidad.

Abstract

The paper originates from the first objective of the research report entitled *Air: nation building through the National Broadcaster of Colombia* (1940-1973). This objective proposes field studies reveal about the media communication relationship - national projects - popular cultures in Colombia. Supported content analysis (AC) (Krippendorff, 1990; Ruiz, 2009) and some elements of the archeology of knowledge (AS) (Foucault, 2005), the evidence study inductively four important features of the field: the means joint communication and cultural dirigisme around the national project of the Liberal Republic; the media and the national project - liberal as shapers of certain political cultures; the return to Catholicism and Hispanic, inspired by the Franco regime in the production of nationhood; and the joint populism - vigilante status as management of the Colombian population. Finally, as a closure of the study period, it exposed how they continued to operate speeches, knowledge and practices, based on Catholicism and hispanidad to continue the government of the popular-mass.

Keywords:

media, national projects, popular cultures, governmentality.

Introducción

La relación entre la gestión gubernamental de los medios de comunicación, la construcción de proyectos nacionales y la implementación de políticas culturales en las sociedades occidentales ha sido un objeto de estudio medianamente explorado a través de las Ciencias Sociales, los Estudios Culturales y los Estudios de la Comunicación. Los planteamientos de Walter Benjamin (2009) sobre la reproductibilidad técnica de la obra de arte a través de medios ópticos que simplifican su valor cultural a favor de la propaganda, así como la idea de Horkheimer y Adorno (2009) sobre el surgimiento de la racionalidad instrumental tras la emergencia de industrias culturales en el contexto del capitalismo de producción-consumo, desde la década de 1940, evidencian que los *mass media* han sido seminales para la puesta en marcha de proyectos políticos capaces de articular estratégicamente culturas nacionales y culturas populares¹.

Si bien los Estudios de Comunicación ofrecieron a lo largo del siglo XX diversos enfoques, originados en Europa y Estados Unidos, para analizar asuntos relacionados con el funcionamiento de los medios masivos, los procesos de recepción y gratificación y los componentes socio-semióticos de los textos audiovisuales, entre otros, las perspectivas en América Latina fueron constituyéndose desde la década de 1970 con la influencia de la ensayística latinoamericana, los enfoques de Frankfurt y Birmingham, los conceptos posestructuralistas y los debates ofrecidos por los Estudios de la subalternidad, poscoloniales, decoloniales y feministas. Particularmente, frente a las relaciones y tensiones entre medios masivos de comunicación, los proyectos nacionales y las políticas culturales han surgido dos principales vertientes: los Estudios Culturales Latinoamericanos y el Imperialismo Cultural.

Los llamados Estudios Culturales Latinoamericanos, tal como lo plantean Szurmuk y Mckee, (2009), lo conforman intelectuales de diversas tradiciones disciplinares, entre ellas la literatura, la filosofía, la semiología, la sociología, la antropología, la historia y las artes. En esta dirección, varios autores coinciden en centrar la mirada en las culturas populares y su relación con las hegemonías nacionales y transnacionales. Por ejemplo, Carlos Monsivais (1988) analizó las industrias culturales y los ritos comunitarios en la esfera pública mexicana. Martín-Barbero (2003) observó cómo las narrativas de los medios masivos en la región han ocupado un vacío sobre lo nacional en medio de lo que denominó destiempos entre Estado y Nación. Por último, García Canclini (2001), interesado en comprender los fenómenos de hibridación, aseguró que las culturas populares han entrado en una redefinición tras las nuevas formas de producción, distribución y consumo de servicios culturales en la globalización.

Por su parte, el Imperialismo Cultural es una perspectiva surgida en la región, en los inicios de la década de 1970, influida por la crítica al desarrollismo y los efectos de la llamada sustitución de importaciones. Más allá de los desequilibrios originados por las orientaciones del norte, en el contexto de lo que Wallerstein llama sistema mundo (citado por Mattelart y Mattelart, 1997), los teóricos del Imperialismo Cultural abordaron los efectos de la cultura capitalista, por la vía de los medios masivos y los productos que los Estados Unidos importan a la periferia, en la configuración de una ideología que ancla los proyectos nacionales a una

1 Más adelante, las perspectivas de Stuart Hall, desde los nacientes Estudios Culturales británicos, mostraron que las relaciones entre medios masivos y proyectos políticos constituyen un campo de lucha, entre creadores de mensajes y receptores, en el que se imbrican el poder y la cultura. Hall (2001) sostenía que las lecturas o significados que las audiencias otorgan a los mensajes pueden ser de tres tipos: la lectura preferente, en la que el receptor acepta el contenido ideológico del mensaje producido por el emisor; la lectura negociada, en la que el receptor filtra el mensaje y lo decodifica de acuerdo con sus intereses; y la lectura oposicional, en la que el receptor reconoce el significado dominante del mensaje y explicita su rechazo. Hall (2001) recuperó el marco de comprensión sobre hegemonía otorgado por Gramsci al evidenciar cómo en los estados modernos la dominación se apoya en valores referenciales que se vuelvan parte del sentido común, a través de la educación, la religión y la cultura.

esfera material y simbólica que reproduce la hegemonía imperial (Beltrán y Fox, 1980; Matelart y Matelart, 1997)².

Ubicado en un espacio en el que se intersectan Estudios de Comunicación, Ciencias Sociales y Estudios Culturales, surge la presente ponencia. El texto se origina en la investigación titulada *Memoria al aire: construcción de la nación a través de la Radiodifusora Nacional de Colombia (1940-1973)*. El estudio buscó analizar las articulaciones y tensiones que emergen en torno a la triada medios de comunicación, nación y políticas culturales, a partir del papel que jugó la Radiodifusora Nacional de Colombia (en adelante RNC) en el despliegue de una forma de gubernamentalidad, basada en el ideal de producir una comunidad nacional imaginada³, a partir de estrategias de racialización, higienización, alfabetización y sincronización del tiempo social de los colombianos. Esta forma de gestionar el gobierno de las poblaciones operó desde el centro del país hacia las periferias rurales, negras, indígenas, femeninas, infantiles y juveniles.

Esta ponencia analiza, en el marco del primer objetivo de la investigación, la emergencia de un campo académico de carácter interdisciplinario que, a lo largo de cuatro décadas, ha explorado parcialmente este objeto de estudio desde distintos lugares de enunciación y con diversos marcos teóricos. Como se expondrá más adelante, fue a partir de la década de 1980 cuando en Colombia se inician las primeras investigaciones en torno al papel de los medios de comunicación en la generación de determinados proyectos nacionales. También se podrá evidenciar que la mayoría de investigaciones no proceden de los Estudios de la Comunicación sino de otras disciplinas y campos.

En esta dirección, resultó llamativo que la mayoría de los análisis que indagan cómo se configuraron determinados proyectos nacionales a través de los medios de comunicación en Colombia se ubiquen principalmente en la segunda mitad del siglo XX. Dada esta limitación, se hizo necesario acudir a fuentes historiográficas que no necesariamente analizan el problema en cuestión pero que sí otorgan información relevante sobre acontecimientos relacionados con los gobiernos de la época y las ideologías predominantes en la primera mitad del siglo XX. Además de los pocos trabajos que aluden directamente al objeto de estudio, esta información que bien podría ubicarse en la llamada historia oficial sirvió para evidenciar la función de algunos medios de comunicación y de ciertas políticas culturales - educativas en la invención de lo popular - masivo como mecanismo de control social y gubernamentalidad.

Metodológicamente el trabajo adoptó el análisis de contenido (AC) (Krippendorff, 1990; Ruíz, 2009) y algunos aspectos de la arqueología del saber (AS) (Foucault, 2005). El AC es un método que tiene como finalidad la descripción objetiva, sistemática y, en ocasiones, cuantitativa del contenido de la fuente. Esta última se entiende como un material simbólico que requiere: registrar de manera profunda las características del propio contenido; extraer inferencias válidas a partir de la naturaleza del contenido, respecto de las características de quienes producen el contenido; e interpretar el contenido con la finalidad de revelar algo sobre la

2 Más adelante, ubicado en los inicios de la globalización económica y cultural, Ortiz (2004) afirmó que existen procesos globales que trascienden los grupos, las clases sociales y las naciones, los cuales traen consigo la emergencia de nuevos ciudadanos del mundo que comparten una misma cotidianidad, a través de marcas como Coca-Cola, Marlboro o McDonald's. Según Ortiz (2004), se trata de la configuración de sentidos, objetos y prácticas que ya no son propias de uno u otro país sino que constituyen una suerte de cultura internacional-popular planetaria, quizás con un origen en una región geográfica específica, pero que adquieren significado a partir del consumo y la producción de nuevas culturas populares transnacionales.

3 Al respecto Benedict Anderson (1993) sostiene que, en la conformación de la nación, no solo es necesario el uso y la legitimación de una lengua hegemónica o la puesta en marcha de narrativas en torno a un pasado común, como los orígenes de las poblaciones o las gestas heroicas que dieron lugar a la independencia. Según el autor británico, también es necesaria la palabra escrita, consignada en la tecnología del libro impreso, que al circular y permanecer por distintos canales, logra producir la percepción de que existe un *nosotros* así nunca este se aprecie de manera objetiva.

naturaleza de las audiencias a quienes se dirige (Krippendorff, 1990). Ruíz (2009) plantea que el A.C puede ser desarrollado en dos niveles: el descriptivo y el analítico⁴.

La AS, según Foucault (2005), implica el tratamiento de las fuentes por parte del investigador no sólo para efectuar un ejercicio de interpretación constante, quizás con la mirada del historiador convencional, sino para reconstruir las condiciones de producción de ciertos acontecimientos ocurridos en un momento o época, a partir de los saberes y discursos predominantes, los cuales orientaron determinadas prácticas e instalaron progresivamente ciertos órdenes sociales. Por esta razón, la arqueología recupera la arquitectura de discursos que predominan o se debilitan en el tiempo y que generan líneas de demarcación, orientadas por las figuras de saber científico, político o económico (Foucault, 2005)⁵.

Campo de estudios sobre medios de comunicación, proyectos nacionales y culturas populares en Colombia

En los estados del arte revisados (Fox, 1981; Anzola y Cooper, 1984; Martin-Barbero y Muñoz, 1997; Valderrama, 2008) se evidencia que las investigaciones en torno a la relación medios de comunicación, proyectos nacionales y culturas populares no solo surgieron tardíamente a partir de la década de 1980 en Colombia, sino que se ocuparon principalmente de procesos y acontecimientos situados en la segunda mitad del siglo XX. Si se tiene en cuenta que Colombia, como se observará más adelante, adoptó el discurso de la modernización desde la década de 1930, en el marco de la llamada República Liberal, y que de manera intencional el libro, la radio, el cine, y luego la televisión, desempeñaron funciones seminales en la construcción de proyectos nacionales ¿Por qué ha sido tan escasa la investigación sobre este fenómeno desplegado a lo largo de la primera mitad del siglo XX? Si hubo políticas culturales y educativas explícitas entre las décadas de 1930 y 1970, en torno a la gestión gubernamental de lo popular-masivo, en medio de pugnas entre la vocación católica y/o laica de lo nacional colombiano ¿Qué investigaciones han indagado los usos de los medios por parte del Estado en la construcción de la nación?

Aunque el propósito de esta ponencia no es cuestionar los vacíos o ausencias de los estudios sobre los medios de comunicación y la nación en la primera mitad del siglo XX, este síntoma hace necesario abordar trabajos académicos que se hayan aproximado a este fenómeno. Como se evidenciará más adelante, la reconstrucción de este campo académico no ha surgido únicamente de los Estudios de la Comunicación sino de perspectivas situadas en la historia cultural, los estudios críticos de la educación y la cultura política, así como de los Estudios Culturales y la Educación Popular⁶.

4 En el primero se busca reconocer los sistemas de códigos de las fuentes bajo algún tipo de agrupación previa. El segundo nivel, planteado por Ruíz (2009) como analítico, exige la construcción de una serie de inferencias que operan de manera transversal a las fuentes. Esto significa que, una vez surtida la etapa descriptiva por fuente, se deben definir unas categorías (previas y emergentes) que faciliten la tarea interpretativa a partir de las claves expuestas por Krippendorff (1990), esto es, inferir a partir del contenido, de quien enuncia y de las audiencias seleccionadas por los productores de discurso. No sobra señalar que cada fuente fue analizada a partir de una ficha de registro.

5 La arqueología también sugiere la producción de periodizaciones más inductivas que deductivas. Esto significa que devela los tránsitos y transiciones de ciertas experiencias sociales en el tiempo a partir de lo que dicen las propias fuentes. Las temporalidades no quedan subordinadas a las organizaciones del tiempo definidas por la historia oficial (por ejemplo, los periodos presidenciales o las gestas patrióticas en el caso latinoamericano). Sus modos de articulación destacan movimiento, dinámica e historicidad. Por esta razón, la arqueología tiene como propósito central entender la realidad presente a partir de la producción de estratificaciones discursivas que incluyen no solo saberes y prácticas sino también la acción de agentes sociales estratégicos en el tiempo.

6 En primer lugar, se destacan investigaciones que abordan la relación entre medios de comunicación y proyectos de nación a partir de casos emblemáticos como la llamada República Liberal y su estrategia cultural – popular de radiodifusión (Castellanos, 2002; Ospina, 2012; Silva, 2012; Stamato, 2005). En segundo lugar, han surgido exploraciones sobre la construcción de determinadas culturas políticas, desde 1930, en la que se imbrican políticas

Medios de comunicación, dirigismo cultural y proyectos nacionales (1930-1945)

En Colombia, la década de 1930 es de especial atención por tres razones principales. En primer lugar, es el punto de partida de la llamada República Liberal, un proyecto que pretendía la modernización del país a través de un complejo proyecto educativo y cultural que buscaba conectar el centro (ilustrado y alfabetizado) con el país rural (Silva, 2012). En segundo lugar, hacia 1938 se fundó la Radiodifusora Nacional de Colombia (RNC), una emisora oficial que buscaba llevar a las zonas periféricas los contenidos culturales que permitirían elevar la formación y el carácter de los nacionales. Y por último, desde 1938 hasta finales de la década de 1950 se alinearon las políticas culturales y las políticas educativas a través de la División de Extensión Cultural del Ministerio de Educación, de tal suerte que la construcción de la nación suponía un despliegue estratégico de procesos comunicativos y educativos hacia la sociedad de masas.

Silva (2012) sostiene que se trata de una experiencia que coincide con aspectos del dirigismo cultural implementado en varios países de la región. Este consistía en asumir lo nacional con las mayorías populares, quienes eran consideradas receptoras de ciertos capitales a los que las élites denominaban formas mínimas de cultura intelectual y de civilización material. Según Silva (2012), estas formas elementales de cultura se consideraban requisito *sine qua non* para la participación política y la integración nacional. Otra justificación llamativa utilizada por sus promotores consistía en presumir que llevar la alta cultura a las periferias era un modo de superar los vacíos de aquellas sociedades con “formaciones culturales débiles”, reducidas y demasiado locales. Así, los discursos y prácticas de las políticas culturales de Estado fueron desplegados bajo el ideal de asegurar la vitalidad y la permanencia de las bases sociales.

En relación con el papel de la RNC, comprendida como el primer medio estatal que logró materializar una suerte de política cultural difusionista, Stamato (2005) afirma que es necesario comprender su antecedente inmediato: la emisora HJN. Esta fue la primera estación radial del país, con sede y alcance en Bogotá, que se convirtió en el referente principal para asociar la educación, lo popular y los medios. El presidente López Pumarejo (citado por Stamato, 2005) afirmaba que la radio era una de “las muletas de la campaña de cultura popular”, y que en adelante esta ha de ser soporte para la alfabetización así como para elevar el nivel cultural de los colombianos. Bajo esta premisa surgió en el gobierno de Eduardo Santos, hacia 1938, la RNC. En su inauguración, el presidente Santos declaraba que el único propósito de la estación radial es trabajar por la cultura nacional, colaborar con universidades, colegios y escuelas en las labores de enseñanza así como contribuir a la formación del gusto artístico.

Bajo el ideal de funcionar como un espacio desapasionado y libre de polémicas partidistas y religiosas, la RNC era comparada con “la voz” joven de la patria, caracterizada por su salud, fortaleza y sensatez. Su programación aspiraba a representar lo popular, paradójicamente desde una perspectiva centralista, ilustrada y elitista. Por ejemplo, su programación musical se basó en la divulgación de géneros andinos como el bambuco, el pasillo, la guabina y el torbellino, aunque también fue imprescindible la difusión de la música sinfónica procedente de Europa (Ospina, 2012). Aparte de la programación musical, fue el medio oficial por excelencia para transmitir los discursos de los presidentes y de las personalidades emblemáticas de la patria. Asimismo, incursionó en el radioteatro, la crítica literaria y la divulgación

culturales y educativas a través de proyectos estatales como el de Cultura Aldeana (Herrera, 1993). Por otro lado, se han adelantado análisis sobre los discursos, por la vía de publicaciones periódicas y medios masivos, en la llamada Restauración Conservadora (Londoño, 2012; González, 2012). También han surgido interpretaciones sobre usos de medios como la prensa en proyectos de carácter populista, como el de Rojas Pinilla en la década de 1950 (Ayala, 1995; López de la Roche, 1996). De otra parte, se han interrogado las estrategias difusionistas para el mundo rural y la alfabetización, enmarcadas en el Frente Nacional y el desarrollismo de las décadas de 1960 y 1970. Por último, se han problematizado las experiencias populares de la llamada comunicación educativa, recurrentemente asociadas con el proyecto ACPO y Radio Sutatenza (Hurtado, 2012; Vaca, 2011).

de lo colombiano a partir de la radiodifusión de los rasgos que identifican a los pueblos, sus historias, sus costumbres y el progreso de su estado material (Silva, 2012).

Medios, Nación y Cultura Política (1940- 1945)

En la perspectiva de la Cultura Política, los medios de comunicación y la nación, Martha Herrera (1993) explora en el contexto de la República Liberal cómo la Extensión Cultural fue una estrategia útil para implementar un universo simbólico que fomentaría determinadas visiones sobre el poder, la política y la ubicación de los colombianos en el orden social. Este propósito se valió de una compleja infraestructura institucional y de políticas que explícitamente se ocuparon de la educación y la cultura en las gentes del pueblo. En esta dirección, se adelantaron tareas editoriales que fomentaron la creación de bibliotecas y la generación de hábitos de lectura, se promovieron conferencias culturales y espectáculos públicos y se innovó en el uso de cinematógrafos y aparatos radiofónicos con fines de divulgación educativo-cultural⁷.

Hubo otro tipo de publicaciones, especialmente orientadas hacia la divulgación cultural y el interés nacional por los orígenes de la americanidad y la colombianidad. Una de las más destacadas fue *La Revista de las Indias*, la cual tuvo 127 números entre 1936 y 1951. Dedicada a la llamada alta cultura, abordó temáticas como la literatura, la pintura, la política, la historia, la filosofía y la educación. También fue relevante *La Revista del Instituto Etnológico Nacional*, la cual produjo un número amplio de ejemplares entre 1942 y 1950, en la que expusieron investigaciones arqueológicas y etnológicas adelantadas por el Instituto. Finalmente, se editó entre 1936-1947 y 1950-1976 la *Revista de la Sociedad Colombiana de Ciencias Exactas* dedicada a estudios sobre física, biología, geología y flora colombiana (Herrera, 1993)⁸.

Al respecto, señala Herrera (1993) que de toda esta parafernalia cultural surgen varias preguntas. En primer lugar, preguntas con densidad político-cultural: ¿Qué Cultura Política surgió de esta oferta de bienes y servicios culturales? ¿Qué apuestas de ciudadanía subyacen de las apropiaciones de estos contenidos culturales? ¿De qué manera los grados de circulación de estos medios incidieron en la adopción de un nosotros- nación? ¿Qué prácticas políticas surgen de los usos y apropiaciones de dichos medios? En segundo lugar, preguntas de cobertura: ¿El número de libros en las bibliotecas era suficiente para el número de lectores y personas en proceso de alfabetización? Sin embargo, lo más importante, de cara a la comprensión de la cultura política configurada a partir de estas experiencias culturales y educativas, es problematizar cuáles fueron los niveles de arraigo que los contenidos de estas publicaciones tuvieron en sus lectores.

Nación, Escuelas Radiofónicas y culturas populares (1945-1957)

Si bien la República Liberal terminó en 1945 con el segundo gobierno de López Pumarejo, la radiodifusión, como medio para civilizar a los iletrados, continuó siendo un instru-

7 Otro elemento relevante sobre la configuración de cierto orden social a partir de proyectos nacionales centrados en la educación y la cultura, por la vía de los medios de comunicación, fueron las publicaciones periódicas y las colecciones de libros. Herrera (1993) destaca la *Revista del Maestro*, que desde 1936 pretendió resolver las aparentes deficiencias de la educación de las normalistas, quienes atendían la escuela pública. También fue clave la *Revista Infantil Rin-Rin* que, dirigida hacia la educación primaria, logró ser distribuida en 10.000 escuelas entre 1936 y 1938.

8 En relación con la edición y divulgación de libros, Herrera (1993) llama la atención sobre la cobertura alcanzada por las colecciones que constituyeron las bibliotecas de la campaña de Cultura Aldeana. Se trataba principalmente de cartillas y manuales técnicos dedicados a nociones básicas de agricultura, alimentación, higiene y carpintería. Incluyeron colecciones de literatura universal constituidas por títulos como el *Quijote*, la *Divina Comedia*, la *Odisea*, la *Iliada* y la *Eneida*, entre otras. Asimismo, fondos de literatura colombiana conformada por cerca de 100 obras. Desde 1942 se creó un fondo rotatorio como base para la conformación de la Biblioteca Popular de Cultura, con el fin de reeditar todas las piezas que se consideraron como fundamentales de la historia y literatura colombiana. Por último, a partir de 1943 se incluyeron obras de cronistas, ensayos sociológicos, antropológicos y obras de literatura.

mento esencial en la gesta de los proyectos nacionales. Además de la labor difusionista de la RNC, hacia 1947 surgió el proyecto Radio Sutatenza a través de Acción Cultural Popular (ACPO). Siguiendo a Hurtado (2012), este proyecto implementó programas para la alfabetización y la formación de líderes comunitarios. Más adelante, en el gobierno de Rojas Pinilla, las Escuelas Radiofónicas se convirtieron en política del Ministerio de Educación Nacional a la vez que lograron un apoyo considerable por parte de organismos internacionales, entre ellos la Unesco.

Los contenidos estaban dirigidos hacia el dominio de técnicas agrícolas, la higiene y la “procreación responsable” (Hurtado, 2012; Vaca 2011). Sin embargo, los nuevos alfabetizados, lejos de ser actores pasivos, asumieron la escritura como una posibilidad de producir sentido a sus actividades cotidianas a través de cartas que dirigían a sus amigos y familiares a través de la radio. De esta manera, la radiodifusión redefinió el mundo social y las interacciones sociales al generar cierto sentido de proximidad, a través de una suerte de presencia construida a partir de la voz y la palabra escrita, plasmadas en la actividad epistolar emergente de campesinos, vecinos y familias.

Sin embargo, en un trabajo adelantado por Castellanos (2002) acerca del surgimiento de la Radio Comercial en Colombia, se evidencia cómo, luego del proyecto civilizatorio pretendido por la República Liberal, el cual asumió la educación como una actividad laica y científica, las estaciones radiales privadas emergentes introdujeron contenidos basados en el espectáculo, la farándula y la música popular. Según Castellanos (2002), este giro fue inspirado en el catolicismo profundizado por la Hegemonía Conservadora después de 1945, especialmente a partir de la oralidad del sermón, la iconografía de los templos y la imagen-espectáculo de sus procesiones. Al parecer, estos elementos rituales y performativos se acercaban más a los elementos simbólicos y expresivos de las culturas rurales y urbanas populares.

Catolicismo, hispanidad y franquismo

Y fue justamente en los gobiernos conservadores de Mariano Ospina y Laureano Gómez como se constituyó un campo ideológico - partidista a través de la prensa y algunas publicaciones periódicas en el que se introdujeron discursos, conocimientos y prácticas que asociaron el nuevo proyecto nacional con el catolicismo, los valores hispánicos y el franquismo (Londoño, 2012). Por ejemplo, a través de los periódicos *El Siglo* y *La Patria* así como la *Revista Eco Nacional*, Laureano Gómez afirmaba que no podría haber compatibilidad entre la vida cristiana y el comunismo, que este último era antihigiénico, algo así como una infección, y que era lícito matar a quien despoje de sus tierras o pertenencias a personas de bien. Invocando a Núñez y a Caro, tanto Laureano Gómez como Rafael Azula Barrera culpaban a la República Liberal de haber corrompido a los niños y jóvenes mediante las políticas educativas de sus mandatos al alejarlos de Dios, y que la Ley de Tierras de 1936 fue el mayor perjuicio para los dueños legítimos de la gran propiedad.

Además de un sector de la prensa nacional y regional usado ideológicamente a favor del ideario nacionalista, promovido por los gobiernos conservadores de finales de 1940 e inicios de 1950, González (2012) destaca el papel que jugó la *Revista Bolívar* como contraposición de gobierno a la legendaria *Revista de las Indias*. Dirigida por Rafael Maya, poeta prominentemente perteneciente a las élites del Cauca, a partir de 1951 promovió desde este medio la recuperación de la herencia hispánica y la preservación y buen uso del idioma. Varios son los elementos analizados por González (2012) sobre esta publicación periódica que llegó hasta 1956. Una de ellas es la relectura de la figura de Bolívar como un restaurador más que como un traidor de la madre patria.

La portada de la revista presentaba la espada de Bolívar en el centro, rodeada de una línea continua en su perímetro, la cual dio forma a la cruz cristiana. Esta estrategia de recodificación semiótica acentuó la serie discursiva ciudadano – guerrero - católico. En adelante, el

proyecto nacional sentará sus bases en la religión, el lenguaje, la familia y el territorio. Además de justificar la vigencia de las ideas decimonónicas de Caro y Núñez, fue el franquismo el horizonte de un proyecto nacional que, mediante la Revista Bolívar, órgano educativo - cultural del Ministerio de Educación Nacional, pretendió la recristianización de la masa- pueblo.

Sin embargo, a partir de 1954 la sociedad colombiana iniciará una nueva experiencia cultural y política a partir de la introducción de la televisión. Más allá de los aspectos administrativos y técnicos que, en medio de grandes dificultades, lograron la transmisión de una precaria programación de contenidos en horarios restringidos a lo largo de la década de 1950, Vizcaíno (2014) analiza cómo la televisión se convirtió rápidamente en política de Estado para la educación. Así la televisión educativa para niños, y luego para adultos, se fue abriendo paso tras los altos índices de analfabetismo, los bajos niveles de escolaridad y la necesidad de apoyar el trabajo pedagógico de los docentes.

Estas motivaciones estuvieron apoyadas en los informes Currie de 1951 y Leuret de 1958, los cuales coincidían en ampliar y generalizar la educación, inicialmente a través del apoyo a las Escuelas Radiofónicas de Sutatenza, y luego mediante la implementación de un ambicioso plan de Televisión Educativa que llegara a los necesitados. El Estado también se apoyó en las orientaciones científicas y técnicas de la Universidad Nacional de Colombia y de la Unesco. Al surgir Inravisión en 1967, el proyecto se consolidó e incluyó a los adultos a través de programas para la educación básica primaria en áreas académicas como lenguaje, matemáticas, ciencias naturales, historia patria, música, religión y orientación para maestros (Vizcaíno, 2014). El taylorismo y la tecnología educativa fueron los soportes de su despliegue en casi todo el territorio nacional.

Populismo, estado justiciero y masas

Además de los efectos socioculturales producidos a través de la imagen televisiva en los hogares de los colombianos, a partir de 1957 el gobierno del General Rojas Pinilla diseñó una política en torno al proyecto nacional que ya no asumía al pueblo como una masa de receptores de civilización y cultura, o como ciudadanos - guerreros que retornaban hacia la fe cristiana. Ahora el pueblo era gobierno, no porque hubiesen mecanismos explícitos de participación o de control político, sino porque la figura del General Rojas se convirtió en la imagen - pueblo y en la reedición de un Estado justiciero (López de la Roche, 1996). Al parecer, esta identificación del pueblo con su máximo dirigente está parcialmente relacionada con la puesta en marcha de una plataforma mediática sin precedentes en otros gobiernos. Esta se fue consolidando a partir de la Televisión Nacional, la Oficina de Información y Propaganda del Estado, la Empresa Nacional de Publicaciones y el Diario Oficial. Los contenidos de estos medios fueron configurando la serie discursiva pueblo- pobres -gobierno- vocería.

De esta manera emergieron las narrativas de la colombianidad populista. Ayala (1995) y López de la Roche (1996) coinciden en afirmar que se trata de la producción de mitos fundadores sobre lo popular, asociados con frecuencia a la figura de un militar-presidente que representa a los pobres, que busca la vida barata para los connacionales y que pretende gobernar para los de abajo. Esto hizo que surgiera una cultura política apoyada en paquetes de géneros discursos y estéticos difundidos por audios, imágenes y prensa en torno a la conmisericordia de lo popular. Por ejemplo, el General Rojas con frecuencia se refería al pueblo pobre, al pueblo sufrido, al pueblo olvidado, a los menesterosos y a los necesitados (López de la Roche, 1996). Estas formaciones discursivas, convertidas en discurso oficial - popular, explícitas en los discursos del primer mandatario, estuvieron inspiradas en encíclicas papales, ideas de la Doctrina Social de la Iglesia y una perspectiva popular católico-paternalista.

Hacia 1957, la Junta Militar, fórmula de transición hacia la democracia, luego de cuatro años de gobierno de Rojas Pinilla, procedió junto con sectores de los partidos liberal y conservador a convocar a un plebiscito (decreto legislativo No. 0247 de octubre 4 de 1957) para reformar la Constitución de 1886 y así ratificar un nuevo ordenamiento jurídico e institucional. Esta reforma planteó cuatro asuntos sustantivos: alternancia liberal-conservadora

en el desempeño de los cuatrienios presidenciales por dieciséis años (1958-1974); igualdad burocrática de los partidos tradicionales; las mujeres tendrían los mismos derechos políticos de los varones; y en adelante los gobiernos de turno tendrían que invertir el 10 por ciento del presupuesto nacional en educación pública.

Epílogo: Frente Nacional, desarrollismo y concordato (1958-1973)

Luego de que 4.169.294 colombianos respondieron sí al cuestionario y se ratificó lo establecido en el plebiscito de 1957, que en realidad fue más un plebiscito, las políticas culturales retornaron al ideario de la Hegemonía Conservadora, independientemente que el gobierno de turno fuese liberal. Según Ospina (2012), tras la creación del Instituto Colombiano de Radio y Televisión (Inravisión) en 1963, la regulación de los medios comerciales y la base de los criterios culturales y educativos de los medios públicos debían atender al buen uso de la lengua castellana y a los dictados universales del decoro y del “buen gusto”. De hecho, en el conocido plebiscito de 1957, la convocatoria se hizo “en nombre de Dios y de la religión católica, apostólica y romana que identifica a la nación colombiana”.

Esta tendencia hacia la división entre una cultura popular asociada con la religión católica, pero a la vez con el folclor, y la alta cultura inscrita en las bellas artes, el patrimonio y la divulgación del conocimiento por la vía de bibliotecas y archivos, fue ratificada con la creación de Instituto Colombiano de Cultura (Colcultura) en 1968. Este acontecimiento hizo que, en adelante, las políticas culturales fuesen por un lado y las políticas educativas por otro. Ahora el Ministerio de Educación Nacional se debería ocupar de implementar currículos nacionales, desplegar la alfabetización en las regiones y emplear medios y tecnologías para educar a los niños, jóvenes y adultos, especialmente de procedencia rural, en torno a técnicas agropecuarias, el uso adecuado del idioma y la planificación familiar.

Esta división, al parecer, surgió en el marco del desarrollismo y de la tecnología educativa de la década de 1970. Sin embargo, el proyecto nacional tardará buen tiempo para desprenderse de su socio-génesis católica, pues hacia 1973 el gobierno colombiano ratificó el Concordato con el Vaticano. Además de establecer la educación católica como oficial en escuelas y universidades, el artículo I de esta suerte de *telos* nacional reza: “El Estado, en atención al tradicional sentimiento católico de la Nación Colombiana, considera la Religión Católica, Apostólica y Romana como elemento fundamental del bien común y del desarrollo integral de la comunidad nacional” (Concordato entre el Estado colombiano y el Vaticano, 1973).

Bibliografía

- Anderson, B. (1993). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: FCE.
- Anzola, P. y Cooper, P. (1985). *La investigación en comunicación social en Colombia*. Lima: Desco- Acics.
- Ayala, C. (1995). *Nacionalismo y populismo. Anapo y el discurso político de la oposición en Colombia (1960-1966)*. Bogotá: Universidad Nacional.
- Beltrán, L. y Fox, E. (1980). *Comunicación dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina*. México: Editorial ILET-Nueva Visión.
- Benjamin, W. (2009). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. En *Walter Benjamin, Estética y Política*. Buenos Aires: Editorial La Cuarenta.
- Castellanos, N. (2002). ¿Tabernas con micrófono o gargantas de la patria? La radio comercial en –Colombia: 1930-1954. En Acosta, C. et al. (Comp.). *Medios y Nación. Historia de los medios de comunicación en Colombia*. Bogotá: Ministerio de Cultura – Editorial Aguilar.
- Concordato firmado entre el Estado Colombiano y el Vaticano. Recuperado <http://www.cec.org.co/tags-documentos/concordato>

- Foucault, M. (2005). *Arqueología del saber*. México: FCE.
- Fox, E. (1981). "Estado y perspectivas de la comunicación en Colombia". En *Memorias de la semana internacional de la comunicación*. 18 a 22 de agosto de 1980, Bogotá, Universidad Javeriana.
- García- Canclini, N. (2001). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós.
- González, I. (2012). La revista Bolívar y el discurso conservador sobre hispanidad y nación. En Sierra, R. (Ed.). *La restauración conservadora 1946-1957*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Herrera, M. (1993). Historia de la educación en Colombia, la República Liberal y la modernización de la educación 1930-1946. *Revista Colombiana de Educación* 27 pp.71-86.
- Horkheimer, M. y Adorno, T. (2009). *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Editorial Trotta.
- Hurtado, A. (2012). La cultura escrita en sociedades campesinas: la experiencia de Radio Sutatenza en el Suroccidente colombiano. En *Boletín Cultural y Bibliográfico* Vol.46, No.82 sp.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós- Comunicación.
- Londoño, R. (2012). El anticomunismo en Colombia. En Sierra, R. (Ed.). *La restauración conservadora 1946-1957*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- López de la Roche, F. (1996). Aspectos culturales y comunicacionales del populismo rojista (1953-1957). Nuevas aproximaciones al populismo en América Latina. *Signo y Pensamiento* 29 pp. 81-94.
- Martín-Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá: CAB
- Martín- Barbero y Muñoz, S. (1997). *La investigación de comunicación en Colombia: balance y prospectiva*. Bogotá: Colciencias.
- Monsiváis, C. (1988). *Escenas de pudor y liviandad*. México: Editorial Grijalbo.
- Ortiz, R. (2004). *Mundialización y cultura*. Bogotá: CAB.
- Ospina, C. (2012). *Apuntes sobre la trayectoria de la radio nacional de Colombia y su relación con las políticas culturales del Estado colombiano*. Manizales: Tesis de grado del programa de Sociología de la Universidad de Caldas.
- Ruíz, A. (2009) Texto, testimonio y metatexto: el análisis de contenido en la investigación en educación. En Torres, A. y Jiménez, A. (Comps). *La práctica investigativa en ciencias sociales*. Bogotá: UPN.
- Silva, R. (2012). *República liberal, intelectuales y cultura popular*. Medellín: La Carreta Histórica.
- Stamato, V. (2005). Días de radio. *Revista Credencial Historia* 186 sp.
- Szurmuck, M y Mckee, R. (2009). *Diccionario de estudios culturales latinoamericanos*. Madrid: Siglo XXI editores.
- Vaca, H. (2011). Procesos interactivos mediáticos de Radio Sutatenza con los campesinos de Colombia (1947-1989). *Signo y Pensamiento* Vol 30, N° 58, pp. 254-269.
- Valderrama, C. (2009). *La investigación en medios de comunicación en Colombia (1980-2009)*. Nómadas 31 pp. 263-276.
- Vizcaíno, M. (2014). *Estado y medios masivos para la educación en Colombia (1929-2004)*. Bogotá: Fondo Editorial Universidad Cooperativa de Colombia.

Biografía

Doctor en Educación y Licenciado en Ciencias Sociales. Profesor e investigador de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Bogotá, Colombia. Jcarlosamador2000@yahoo.com

Censura, distanciamento e aproximações: a cobertura sobre O Pasquim no jornal norte-americano *The New York Times*

Universidade Estadual de Londrina

Márcia Neme Buzalaf
marciabuzalaf@gmail.com

Resumen

La historia del periodismo de Brasil durante la dictadura cívico-militar se ha enriquecido como nuevas fuentes historiográficas son reveladas y analizadas. El propósito de este artículo es poner la mirada extranjera del diario estadounidense *The New York Times* en la publicación *O Pasquim* durante la censura entre 1969 y 1975, cuando se publicaron cinco informes sobre el diario brasileño. A partir del análisis crítico en relación con el periódico como fuente historiográfica, el objetivo aquí es también discutir los criterios de interés periodístico del diario estadounidense sobre la censura de prensa de Brasil, bien como entender la representación de *O Pasquim*, y la relación entre las políticas de los gobernantes, movimientos culturales en los Estados Unidos con el contenido publicado en uno de los periódicos más importantes del mundo.

Palabras clave:

O Pasquim; *The New York Times*; criterios de interés periodístico.

Abstract

Brazilian journalism history during the civil-military dictatorship has been enriched as new historical sources are revealed and analyzed. This article aims to situate the foreign perception of the North American newspaper *The New York Times* about *O Pasquim* during censorship, between 1969 and 1975, when it was published five stories about the Brazilian newspaper. Starting from the critical analysis towards newspaper as a historical source, we also intend to discuss the newsworthiness criteria of the North American newspaper about the censorship of Brazilian press as well as how they have represented *O Pasquim* and the relationship between state politics and cultural movements in the United States, and the content published in one of the most important newspaper in the world.

Keywords:

O Pasquim, *The New York Times*, newsworthiness criteria.

Resumo

A história do jornalismo brasileiro durante a ditadura civil-militar vem sendo enriquecida à medida que novas fontes historiográficas são reveladas e analisadas. O objetivo deste artigo é situar o olhar estrangeiro do jornal norte-americano *The New York Times* sobre a publicação *O Pasquim* durante o período de censura, entre 1969 e 1975, quando foram publicadas cinco reportagens sobre o periódico

carioca. Partindo da análise crítica em relação ao jornal como fonte historiográfica, o objetivo aqui também é discutir os critérios de noticiabilidade do jornal norte-americano sobre a censura aos impressos brasileiros, bem como sobre a forma com que o *Pasquim* foi representado, e a relação entre as políticas dos governantes, os movimentos culturais nos Estados Unidos com o conteúdo publicado em um dos jornais mais importantes do mundo.

Palavras-chave:

O Pasquim, *The New York Times*, critérios de noticiabilidade.

Introdução

No dia 20 de novembro de 1970, uma sexta-feira, o ilustrador Cláudius, colaborador assíduo do semanário *O Pasquim* (1969-1991), viajava pelos Estados Unidos quando leu no jornal *New York Times* (NYT) que vários membros da equipe da publicação brasileira haviam sido presos no Rio de Janeiro. Este depoimento, registrado no documentário *Pasquim – A Subversão do Humor* (2004), e a digitalização de grande parte da imprensa internacional, ampliaram as possibilidades de compreensão dos registros sobre a censura durante a ditadura no Brasil.

A cobertura feita pelas publicações internacionais sobre o golpe e o regime militar no Brasil foi extensa, eclética e rica em representações. O *New York Times* (NYT) produziu cinco reportagens exclusivamente sobre a censura ao *Pasquim* em 1970, 1973 e 1975, e todas variavam em tamanho. Analisaremos os três primeiros textos, publicados em 1970.

Entre os assuntos que se tornaram notícia nos jornais citados, atos institucionais, prisões, censura, torturas, assassinatos e mudança de ditadores são recorrentes. Vale ressaltar a premissa de Jorge Pedro Sousa (1999) na qual um acontecimento só se torna notícia por ação de um processo decisório jornalístico.

O objetivo deste artigo é analisar a cobertura feita em 1970 pelo NYT sobre a censura ao *Pasquim*. O jornal norte-americano não é considerado objeto, mas, sim, fonte de pesquisa sobre a censura ao *Pasquim*. Partiremos do “fenômeno para conectá-lo ao processo”, como orienta Sylvia Moretzsohn (2007, p. 289). O norteamento para a análise vem da categorização feita por Jorge Pedro Sousa dos níveis de influência sobre a notícia: a ação pessoal, social, ideológica, cultural, do meio físico/tecnológico e histórica. Sousa (1999) ressalta que estas influências devem ser consideradas de forma integrada e interdependente, originando, assim, uma visão ampla e complexificada do porquê as notícias são como são.

A escolha pelo NYT deriva da importância política e da circulação internacional do jornal, o que nos possibilita dizer que ele teria sido, também, uma fonte de informação para os exilados políticos sobre o Brasil. Lançado ainda no século XIX, o NYT sempre teve articulações próximas com as esferas de poder, sendo representado como a social encarnação da expressão “o quarto poder”, como discute Gay Talese, no livro *Reino e Poder – uma história do New York Times* (2000).

Aproximações e distanciamentos

A relação entre as ditaduras latino-americanas e os Estados Unidos vem sendo desnudada nas últimas décadas de forma gradual e analítica, fundamentada na liberação de documentos públicos dos dois países.

Dois espectros de obras mergulham na relação entre Estados Unidos e a ditadura brasileira: o primeiro versa sobre a participação dos norte-americanos no planejamento do golpe, como no documentário dirigido por Camilo Tavares, *O dia que durou 21 anos*, filho de Flávio

Tavares, um dos presos políticos trocados pelo embaixador norte-americano Charles Elbrick, em 1969.

O segundo espectro de discussão traz os setores de oposição à ditadura nos Estados Unidos, localizados, majoritariamente, no campo cultural. James N. Green, pesquisador norte-americano e ativista durante os anos 60 e 70, no livro *Apesar de Vocês*, situa os movimentos culturais que se mobilizaram contra a violência e a censura no Brasil a partir de uma farta documentação oficial dos dois países e da imprensa da época.

A importância da reflexão que Green faz vai além da trilogia maniqueísta dos que foram contra, dos que apoiaram e dos que se omitiram. Amparados pela distância e compartilhando um sentimento coletivo de contracultura e direitos humanos que marcaram a geração de 1968, setores da sociedade civil norte-americana tiveram manifestações declaradamente em apoio e circunstancialmente em repúdio à ditadura.

De acordo com o pesquisador norte-americano, assim como parte da grande imprensa brasileira, jornais norte-americanos só passaram a criticar, de fato, a ditadura a partir de dezembro de 1968:

Os principais órgãos de imprensa dos Estados Unidos raramente caracterizavam o governo do Brasil como ditadura militar e tampouco dirigiam comentários editoriais desfavoráveis ao regime. Após o AI-5, entretanto, o governo Costa e Silva passou a ser fortemente criticado nas páginas editoriais dos principais jornais do país (GREEN, 2009, p. 146).

Um editorial do *NYT* é sintomático para entender a relação transversa e multipolarizada do jornal em relação à ditadura brasileira. Publicado em 18 de dezembro de 1968, o texto teria deixado alguns militares indignados pela crítica à eliminação da “limitada democracia”. Porém, as palavras do *Times* evidenciam a convergência de pensamentos sobre a legitimidade do golpe entre o jornal e o governo norte-americano.

Os militares tiveram boas razões para derrubar o governo corrupto do presidente Goulart em 1964, pois na época o Brasil se atolava na anarquia e no caos econômico. Não há qualquer motivo para eliminar a limitada democracia permitida no governo do Sr. Costa e Silva a fim de satisfazer uma facção de funcionários hipersensíveis que reivindicam o monopólio do patriotismo e da honestidade. (NEW YORK TIMES, 1968, *apud* GREEN, 2009, p. 149)

Tetê Moraes, que trabalhou no jornal alternativo *O Sol*, relata que tanto o *NYT* quanto o *Washington Post* recebiam dossiês via correspondentes dos jornais ou brasileiros que viajavam ao exterior (GREEN, 2009, p. 201). O *Times* também tornou-se um espaço para debate entre intelectuais exilados, artistas estrangeiros e correspondentes internacionais e, neste sentido, constituiu-se como um campo híbrido de narrativas.

Pasquim e NYT

Lançado em 26 de junho de 1969 por um grupo de escritores e ilustradores já conhecidos na rede de intelectualidade carioca, o *Pasquim* foi o único que conviveu com os diferentes períodos da ditadura e só fechou depois da primeira eleição direta para presidente da república - seu último exemplar foi publicado em 1991. Foram, ao todo, 1.072 edições durante seus 22 anos de existência, entre várias e diversas equipes editoriais.

Grande parte do sucesso do *Pasquim* nos primeiros anos de publicação (que, no primeiro ano de publicação, atingiu a tiragem de 250 mil exemplares) pode ser atribuída à linha editorial fundamentada no humor, à irreverência visual e discursiva e, não menos importan-

te, ao grupo dos colaboradores que escreviam para o jornal em duas frentes: ou para ajudar a produzir as edições, principalmente quando grande parte da redação foi presa, ou como correspondentes do exílio.

Textos do *New York Times*

“*Irônico ‘Pasquim’ publica edição no Rio apesar da prisão de funcionários*”

Satirical ‘Rag’ Puts Out Issue In Rio Despite Arrest of Staff

RIO DE JANEIRO, Nov. 20 (AP)—A popular satirical publication called *O Pasquim* (The Rag) came out this week despite the arrest of its staff. Artists and intellectuals not on the staff put out the weekly issue.

The staff members were arrested two weeks ago in a roundup of persons suspected of subversion and of opponents of the military-dominated Government. The Government said it was seeking to prevent terrorism prior to last Sunday’s legislative elections.

Most of the estimated 5,000 Brazilians arrested have been released, including some of *O Pasquim*’s staff. The nine regular editors and writers were still being held this week without charges.

The edition of the weekly printed its usual sharp satire. There were veiled references that must have seemed pointless to all but the best-informed readers.

The volunteer editors included such noted Brazilians as Roberto Carlos and Chico Buarque de Holland, singer-

composers; Antônio Calado, an author; Glauber Rocha, film producer, and Noe Nuttels, an anthropologist.

In the 17 months since the weekly began its satirizing of the Government and various sacred cows, its circulation has grown to 200,000.

Democratic rights were virtually replaced by direct rule by the President and the military in 1968 and censors then were placed in newspaper offices. Censorship was relaxed somewhat later and newspapers and broadcasters now operate under indirect censorship.

The New York Times

Copyright © The New York Times
Originally published November 22, 1970

Figura 1 – Primeiro texto do NYT

Fonte: SATIRICAL ‘rag’ puts out issue in Rio despite arrest of staff. *The New York Times*, Nova Iorque, 20 nov. 1970.

O primeiro texto sobre o *Pasquim* não é assinado e traz como notícia central a prisão dos jornalistas, que completava duas semanas. Aborda, prioritariamente, a manutenção do jornal e a nova composição de colaboradores, como Chico Buarque e Glauber Rocha. O “rush da solidariedade”, como foi chamado o movimento de ajuda dos artistas e intelectuais para conseguirem manter o jornal, também é abordado pelo *New York Times*. Ao situar a prisão no contexto de repressão política, o texto declara a situação brasileira analisando a censura à imprensa:

A maioria dos 5.000 brasileiros presos foi solta, incluindo alguns dos funcionários do *Pasquim*. Os nove editores e escritores ainda estavam sendo mantidos presos essa semana sem acusações. [...]

Direitos democráticos foram substituídos pelo comando direto do Presidente e do exército em 1968, e censores foram colocados nas redações dos jornais. A censura foi relaxada um pouco mais tarde e jornais e locutores de rádio operam sob uma censura indireta (tradução da autora).

O conteúdo do texto ameniza a censura oficial (indireta) e desconsidera a autocensura, porém, reflete sobre o clima de prisões e de rotulações de setores conservadores sobre diferentes grupos sociais. Além disso, faz uma leitura sobre a publicação brasileira, indicando seu crescimento de vendas (que chegava a 200 mil) e seu tom de sátira, presente na edição feita pelos colaboradores do jornal: “A edição do semanário publicou sua sátira afiada de costume. Havia referências veladas que podem ter parecido sem sentido para todos, menos para os leitores bem informados” (tradução da autora).

Chefe do grupo Hemisfério da Imprensa critica censura brasileira

Head of Hemisphere Press Group Assails Brazilian Censorship

By JOSEPH NOVITSKI
Special to The New York Times

RIO DE JANEIRO, Dec. 23—The president of the Inter-American Press Association, a Brazilian newspaper publisher, has condemned Brazil's censorship of the press and what he termed persecution of journalists. The police prohibited the publication of the statement in Brazil.

The incident was one of three today that demonstrated the Brazilian policy of unofficial censorship and harassment of the country's press, radio and television, as well as selected foreign correspondents.

After detaining and interrogating a French correspondent for 27 hours, the Government released him last night and asked him to leave the country before Saturday. Yesterday the Federal police chief for the Rio de Janeiro region authorized the publication of a satirical weekly, *O Pasquim*, which was suspended without judicial order last week, but he stipulated that each issue must be submitted for approval before it is released for sale.

But nine of the weekly's editors, administrators and cartoonists arrested in early November were still being held for investigation by the army without formal charges.

'Does Not Create Facts'

M. F. do Nascimento Brito, in his statement as president of the Inter-American Press Association said: "It must be understood in Brazil that the press does not create facts. It is only a reflection of facts, the mirror of reality."

Mr. Nascimento Brito, who is executive director of Rio's *Jornal do Brasil*, one of South America's leading newspapers, appeared to be addressing himself to an attitude toward the press that has prevailed recently in Brazil's military Government. According to that attitude, newsmen are responsible for unpleasant news and mass communications media should be controlled in the Government's interest.

The control is exerted in direct ways, most often by threats. For example, newspaper publishers have been warned by Justice Minister Alfredo Buzaid not to publish notes or manifestos delivered by the urban terrorists who on Dec. 7 kidnapped the Swiss Ambassador to Brazil, Giovanni Enrico Bucher.

The New York Times
Copyright © The New York Times
Originally published December 24, 1970

Figura 2 – Segundo texto do NYT

Fonte: NOVITSKI, Joseph. Head of Hemisphere Press Group assails Brazilian censorship. *The New York Times*, Nova Iorque, 24 dec. 1970.

Joseph Novitski assina o texto publicado no dia 24 de dezembro de 1970, que chama a atenção para a censura aos jornalistas brasileiros e estrangeiros. Publica, de forma contundente, a dificuldade do trabalho jornalístico no país e as táticas da censura, além do posicionamento de setor representativos, como a Associação Interamericana da Imprensa e o *Jornal do Brasil*. Estas declarações haviam sido proibidas de serem publicadas no Brasil.

As formas de controle sobre a imprensa eram diversas, como publica o *New York Times* nesta edição:

O controle é exercido de maneiras indiretas, na maioria das vezes por ameaças. Por exemplo, editores de jornal foram avisados pelo Ministro da Justiça, Alfredo Buzaid, para não publicarem notas de manifestos feitos pelos terroristas urbanos que no dia 07 de dezembro sequestraram o Embaixador da Suíça no Brasil, Giovanni Enrico Bucher (tradução da autora).

Novitski era correspondente do *New York Times* no Brasil e, segundo Green, constava, juntamente com outros correspondentes críticos, na lista de jornalistas “hostis” ao regime (2009, p. 293). Ele fez uma intensa cobertura jornalística nos setores culturais censurados do Brasil durante o período, tende entrevistado, em 1969, Caetano Veloso e Gilberto Gil sobre a prisão e sobre o exílio compulsório de ambos.

Brasil suspende semanário crítico

Publicado em 28 de dezembro de 1970, o texto, também assinado por Joseph Novitski, é extremamente crítico em relação ao Brasil e define, logo no primeiro parágrafo, o *Pasquim* como o “único consistentemente crítico perturbador permitido pelo governo militar brasileiro em uma imprensa controlada”.

Considerando que vários membros do *Pasquim* ainda estavam presos, nota-se a relevância que a pauta ganhou para o correspondente. Novitski relata a situação que estava proibida de ser publicada no Brasil. “Eles estão detidos sem acusações, na base do exército da área do Rio de Janeiro” (tradução da autora).

BRAZIL REPRIEVES CRITICAL WEEKLY

Opposition Tabloid Restored
After 2-Week Suspension

By JOSEPH NOVITSKI

Special to The New York Times

RIO DE JANEIRO, Dec. 27—

Two weeks ago, two telephone repairmen mounted a pole outside a two-story house that houses the satirical weekly tabloid *O Pasquim*, the only consistently critical gadfly permitted by the Brazilian military Government in a controlled press.

A secretary inside noticed the men and asked what they were doing.

“Fixing your phones,” one answered.

“But our phones are fine,” the secretary said.

“We have orders from the telephone company to fix them,” a repairman said, turning back to work. In a few minutes the newspaper’s telephones were as unofficially dead as the paper itself, closed five days earlier by a single call from the army general commanding Brazil’s federal police in the Rio de Janeiro region.

Last Tuesday, the telephones were restored and the paper was resurrected under conditions of censorship that appeared designed to put an end to the publication’s 18-month history of irreverent, sometimes awkward, and indirect criticism of the Government. The same general had reinstated the paper, allowing it to be sold only after the police censors had seen one dummy copy of the proposed weekly press run. All but three of the weekly’s staff, however, were still in prison, where they had been for over one month.

Crackdown Began Nov. 1

The weekly’s fate was an example of the fluctuating informal rules that appear to govern repression of criticism or opposition under the slowly evolving military regime that has governed Brazil, with steady civilian help, since April 1964.

O Pasquim—the name means The Broadside—had been submitting to police censorship before publication each week for three months before last Nov. 1, when soldiers wearing civilian clothes and carrying sub-machine guns raided its editorial headquarters. Apparently what had once been officially permitted had become an offense.

That day began a crackdown on opponents of the regime headed by Gen. Emilio G. Médici, apparently undertaken by subordinate military commanders in Brazil’s largest city.

In succeeding days, thousands of arrests were reported unofficially, including those of three lawyers seized by men wearing black hoods over their faces. The lawyers and many others have been released.

Most of the founding editors and cartoonists, writers and administrators of *O Pasquim* are still imprisoned, as they have been since early November, by the army, which is the Government’s senior partner.

No Charges Filed

They have been held without charges at the sprawling central army base for the Rio de Janeiro area. Friends and relatives say they have been consistently well-treated, although one hippie was recently given a recruit’s haircut.

They are being held for what the Justice Minister, Alfredo Buzaid, has called an investigation of subversion and offenses against the National Security Law.

In its brief, controversial life, *O Pasquim* became highly successful, outselling, at its point of highest circulation earlier this year, all daily newspapers and most weekly magazines.

Its readers relished the glimpse of Bohemian life in Rio’s nightclubs and repeated the inside jokes. They also looked to the paper for veiled barbs of opposition.

“*O Pasquim*—a paper of opposition to the Greek Government,” the tabloid once proclaimed on its masthead.

When President Médici’s exclamation of “no one can hold this country back!” was adopted as an unofficial Government slogan earlier this year, *O Pasquim* published the slogan under an old engraving of a terrified sleigh driver plummeting down a snowy cliff, the broken reins dangling in his hands.

Patriotism Qualified

When bumper stickers proclaiming “Brazil — love it or leave it” appeared on cars across the country, apparently with some Government support, *O Pasquim* published in cartoon form the popular underground joke that went: “Brazil, love it or leave it—and the last one out turn off the airport lights.”

The cartoonist responsible for the two ideas, Ziraldo Alves Pinto, was one of those arrested Nov. 1, along with the writer Luis Carlos Maciel—the hippie—and Paulo Francis, an intellectual who has translated articles from the New Yorker on alleged atrocities by American troops in Vietnam.

When a reader once wrote to the paper asking Mr. Francis why he didn’t turn his dry, sometimes venomous criticism from Vietnam and the United States to Brazil, the writer replied: “Haven’t you ever heard of allegory?”

The New York Times

Copyright © The New York Times
Originally published December 28, 1970

Figura 3 – Terceiro texto do NYT

Fonte: NOVITSKI, Joseph. Brazil reprieves critical weekly: opposition tabloid restored after 2-week suspension. *The New York Times*, Nova Iorque, 28 dec. 1970.

Além disso, a polícia federal do Rio de Janeiro suspendeu algumas vezes, “sem ordem judicial”, a publicação do semanário, e grampearam o telefone da redação. Esta reportagem mostra o cerco ao jornal carioca:

Na última terça, os telefones foram consertados e o jornal foi restaurado sob condições de censura que pareciam designadas para colocar um final na história da publicação de dezoito meses da irreverente, às vezes estranha, e indireta crítica ao Governo. O mesmo general tinha aberto novamente o jornal, permitindo que fosse vendido somente após os censores da polícia tivessem visto uma cópia do semanário. Todos, com exceção de três funcionários do semanário, entretanto, ainda estavam na prisão, onde permaneciam há mais de um mês (tradução da autora).

Novitski classifica o *Pasquim* como um jornal de “oposição velada”. Relata, aos leitores, uma sátira a respeito do lema “Brasil – ame-o ou deixe-o”, que foi publicado pelo semanário brasileiro com o seguinte complemento: “e o último a sair apague as luzes do aeroporto”. O autor da frase, Ziraldo Alves Pinto, é citado no texto por ainda estar preso, juntamente com Luiz Carlos Maciel e Paulo Francis, “um “intelectual que traduziu artigos da *New Yorker*”. Este texto mostra algumas estratégias de comunicação na gruta da censura ao citar que Francis escrevia constante e criticamente sobre o Vietnã e os Estados Unidos remetendo, de forma alegórica, ao Brasil.

Conclusões

Perceber manifestações de oposição à ditadura brasileira nos meios culturais e na imprensa dos Estados Unidos é uma movimentação recente no campo da historiografia e que amplia as informações sobre a censura no Brasil e sobre nossa relação plural com o país ao norte. Documentos oficiais e reportagens publicadas fora do Brasil que revelam a certeza das ingerências dos censores e a violência física durante o regime auxiliam no questionamento sobre a visão uníssona a respeito dos articuladores estrangeiros do golpe.

Além disso, e principalmente, esta visão dos norte-americanos demonstra uma triste semelhança com grande parte da imprensa brasileira que, no início, apoiou, incentivou e fortaleceu o golpe. A percepção do agravamento da ditadura e da necessidade de oposição se deu, tanto cá quanto lá, nos arredores do decreto do AI-5 e no endurecimento dos processos repressores.

Comparemos trechos de dois editoriais publicados à época do golpe: o primeiro, do *New York Times*, 3 de abril de 1964, sexta-feira, e, o segundo, do jornal *O Globo*, de 2 de abril.

As razões para a satisfação de Washington são legítimas. O governo de Goulart era tão ruim que, sob todos os pontos de vista, haverá, no final das contas, sempre um motivo para comemorar. Entretanto, tornar pública tal alegria, ainda antes de a situação ter se esclarecido, passou para o mundo a impressão – completamente equivocada – de que os Estados Unidos tinham alguma coisa a ver com o golpe (tradução da autora).

Vive a Nação dias gloriosos. Porque souberam unir-se todos os patriotas, independentemente de vinculações políticas, simpatias ou opinião sobre problemas isolados, para salvar o que é essencial: a democracia, a lei e a ordem. Graças à decisão e ao heroísmo das Forças Armadas, que obedientes aos seus chefes demonstraram a falta de visão dos que tentavam destruir a hierarquia e disciplina, o Brasil livrou-se do Governo irresponsável, que insistia em arrastá-lo para rumos contrários à sua vocação e tradições [...].

O pós-68 é marcado pela extrema arbitrariedade. Neste período, o principal foco da cobertura do *New York Times* sobre a censura brasileira, especialmente quando o assunto era o *Pasquim*, faz referência ao cerceamento de liberdade e ao caminho que muitos conheceram: ameaça/prisão/tortura/desaparecimento dos chamados presos políticos.

Autor de três textos sobre a censura ao *Pasquim*, Joseph Novitski demonstra, nesta cobertura, ter fontes ligadas aos setores culturais no Brasil. O livro de Green (2009) relata, inclusive, que vários jornalistas censurados enviavam, para os Estados Unidos, verdadeiros dossiês para jornalistas e opositores da ditadura brasileira.

As teias que interligavam setores culturais em diferentes países no final dos anos 60 deixam claro duas certezas: uma separação entre governo e sociedade - no caso, entre atitudes governamentais de apoio internacional ao golpe no Brasil e setores da sociedade civil que foram declaradamente contra -, e a semelhança entre as atitudes da imprensa internacional e da brasileira no início do regime. Neste ambiente, movimentos internacionais pelos Direitos Humanos e pela liberdade, além do contato com os exilados, do envolvimento dos correspondentes norte-americanos com a repressão brasileira e das correspondências enviadas por jornalistas brasileiros, demonstram como a relação cultural nem sempre corresponde ao domínio hegemônico do campo jornalístico.

Bibliografia

- GREEN, John N. *Apesar de vocês: oposição à ditadura brasileira nos Estados Unidos, 1964-1985*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- MORETZSOHN, S. *Pensando contra os fatos. Jornalismo e cotidiano*. Rio de Janeiro: Revan, 2007.
- NOVITSKI, J. Brazil reprieves critical weekly: opposition tabloid restored after 2-week suspension. *The New York Times*, Nova Iorque, 28 dec. 1970.
- _____. Head of Hemisphere Press Group assails Brazilian censorship. *The New York Times*, Nova Iorque, 24 dec. 1970.
- O DIA que durou 21 anos. Direção: Camilo Tavares. Produção de Karla Ladeia. Brasil, 2012. 78 minutos.
- PASQUIM – a subversão do humor. Direção: Roberto Stefanelli. Brasil, 2004. 45 minutos.
- RIDENTI, M. S. *O Fantasma da Revolução Brasileira*. Editora UNESP, 1993.
- SATIRICAL ‘rag’ puts out issue in Rio despite arrest of staff. *The New York Times*, Nova Iorque, 20 nov. 1970.
- SOUSA, J. P. *As notícias e os seus efeitos: as “teorias” do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos*. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-pedro-jorge-noticias-efeitos.html>>. Acesso em: 16 nov. 2015. n.p.
- TALESE, G. *O Reino e o Poder: uma história do New York Times*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

Memoria de lo volátil. Comunicación y vida cotidiana en el siglo XX

Pontificia Universidad Javeriana

Gilberto Eduardo Gutiérrez
clasehistoria@gmail.com
gilberto.gutierrez@javeriana.edu.co

Resumen

Esta ponencia presenta la experiencia participativa de construcción de la memoria oral de la comunicación en Colombia a lo largo del siglo XX, desarrollada a lo largo de 10 años con los estudiantes de la clase de historia de la comunicación de masas en el departamento de Comunicación de la Universidad Javeriana. Se muestra el origen, proceso de construcción metodológica, análisis y los retos y acciones en curso para hacer pública la memoria y facilitar su apropiación de parte de los ciudadanos en general. Los resultados permiten superar la visión centrada en los medios para recuperar la manera en que los ciudadanos reconstruyen el ecosistema de comunicación desde la perspectiva de la vida cotidiana.

Palabras clave:

memoria; vida cotidiana; ecosistema de comunicación; medios de comunicación; enseñanza de la historia.

Abstract

This paper presents a participative experience of building oral memories about communication along XX century in Colombia, it tells a story of the way of working along 10 years with students of Communication History at Javeriana University. Paper presents origins, methodological development, analysis and the future and actual actions in order to make public memory and mobilize open access to the archive for citizens. Results shows how to overthrow a media centered perspective to recuperate ways how common citizens daily reconstruct communication ecosystem in a daily life perspective.

Keywords:

Memory, daily life; communication ecology; mass media; history teaching.

Ressumo

Este artigo apresenta a experiência participativa de construção da memória oral da comunicação na Colômbia durante o século XX, desenvolvido ao longo de 10 anos, com alunos da classe de história da comunicação de massa no Departamento de Comunicação Universidade Javeriana. A origem, o processo de construção metodológica, análise e desafios e ações em curso mostrados na memória do público e facilitar a sua apropriação dos cidadãos em geral. Os resultados permitem superar a visão centrada nos meios para recuperar a forma como os cidadãos reconstruir o ecossistema de comunicação a partir da perspectiva da vida cotidiana.

Palavras Chave:

memória; vida quotidiana; comunicação ecossistema; meios de comunicação; ensino de história

Introducción

El presente trabajo retoma los procesos de reconstrucción de historia de la comunicación desde la vida cotidiana desarrollada a partir de la experiencia de aula en las clases de historia de la comunicación en la Universidad Javeriana. El objetivo es mostrar tanto el desplazamiento en los modos de hacer comprender la historia de la comunicación al construirla desde la vida cotidiana como la posibilidad de investigar colaborativamente con los estudiantes. Se expone un breve estado del arte, se plantea el abordaje conceptual y metodológico del proceso y se hace una pequeña muestra de resultados para ejemplificar la potencia de lo desarrollado, al final se exponen algunos aprendizajes pistas y limitaciones del proceso que permite reafirmar la viabilidad de una historia de a comunicación desde la vida cotidiana como una historia de las prácticas y los sentidos construidos. Este trabajo reviste gran relevancia al modelar una práctica incorporable en otras aulas de formación de comunicadores e historiadores y al proponer una clave de apertura del campo de estudios en historia de la comunicación que articula historia y memoria y sale del terreno mediático hacia un concepto abierto de comunicación.

Estado del arte para preguntar por historia y memoria

La tendencia de los estudios, investigaciones y publicaciones que se ocupan de estudiar la historia de la comunicación en Colombia casi en su totalidad están dedicados a los medios de comunicación de masas y a la manera como esos fueron modelados y modelaron la sociedad del siglo XX. En trabajos como *Los Ejercicios del Ver sobre la televisión* (Martín Barbero y Rey, 1999), el espacio de la investigación histórica como los trabajos de Renan Silva sobre la Radio Nacional (2005) o los de Fabio López de la Roche y su equipo acerca de los noticieros de televisión en Colombia (López, 2006); desde la perspectiva institucional existen trabajos como el libro publicado por el MINTIC acerca de la historia de las Telecomunicaciones en Colombia (2010), los estudios sobre la historia de la Radio que se han escrito para una empresa privada como Caracol o la *Historia de una Travesía* con la que se relataron 40 años de la historia de la televisión en Colombia (1994); igualmente existen trabajos sobre publicidad y cine se centran en cada medio y ven su evolución y desarrollo.

En este panorama se ha privilegiado la lectura del medio, de su contenido, de las industrias de comunicación, las políticas y demás, y se ha tendido a pensar cada medio y no el conjunto de ellos, ni sus mutuas determinaciones y se ha dejado de lado la manera en que la comunicación ocurre entre sujetos y no solamente desde o en el medio. Se ha hecho historia de los medios mas no una historia de la comunicación. Para hacer una historia de la comunicación se hace necesario centrar la mirada en la vida cotidiana, partir desde el lugar de los sujetos, de los ciudadanos que habitan en esas dinámicas de comunicación, no solo viéndose afectados por los mensajes y los usos del medio sino también recreando y relejendo desde su propia vida lo que los medios de comunicación ponen en circulación, pero sobre todo tejiendo sus procesos de comunicación en el día a día. Esto se traduce en la necesidad de hacer otra historia: ¿Cómo construyen y apropian sentido en su rutina y en su vida cotidiana los sujetos? ¿Cuáles son las prácticas de comunicación, las formas de interacción, los significados y lenguajes que dan forma a las tramas en la que habitan los sujetos? ¿Cómo relacionan usan e incorporan lo que disponen los medios de comunicación y de qué modo entra este sentido en relación con lo que los sujetos habitan en la vida común? Este terreno amplio de preguntas exige una respuesta que en parte se podrá construir desde y con la historia oral.

De la historia inexistente a la memoria de la gente

De tal manera que la memoria de la comunicación estaba sobre todo en los recuerdos de la gente. Y allí se perfila la historia oral como el camino para pensar y traer la trama de la vida cotidiana, sus rutinas, sus prácticas, códigos y maneras de tejer sentido. Es decir, ver la manera en que los sujetos se movilizan, reconocen o intercambian, circulan, crean y apropian significados, lo que obliga a poner la mirada más cerca de las prácticas de los sujetos y con ello de la vida. Es en este lugar donde una reflexión y una posibilidad se abren para la recuperación.

Como plantea Robert Darnton: “Una de las primeras sociedades de la información. París en la segunda mitad del siglo XVIII”. Darnton aparte de hacer un balance de los medios disponibles parte de una pregunta central ¿cómo se hacía para informarse de las novedades en el París previo a la revolución Francesa? (2003). Una variación tan sencilla aproxima a una pregunta central, junto con el sistema de medios había que trabajar sobre las prácticas, los hábitos y rutinas, identificar cómo llega un rumor a convertirse en un hecho político trascendental y poder ver tras la trama diversa de los salones y los parques la emergencia de la opinión pública. No es un debate de medios sino el análisis de un sistema de interacciones y dinámicas que hacen que un sentido emerja y se posicione. Perseguir el sentido y el modo de producirlo. Sin caer en creer en efectos inmediatos que supongan que a causa de un mensaje o un medio se estaba derrocando un régimen pero si sabiendo que en esa trama se trasluce la manera en que se da el cambio cultural.

Para nuestro caso el documento que se necesitaba y con el que se podía construir la trama para ver el cambio del régimen de comunicación a lo largo de una época eran los documentos próximos a las rutinas, el registro de las prácticas y los haceres, se teje al tratar de dar y construir sentido, en esa perspectiva es un hecho social. Pensando con Paul Thompson, la historia oral en este caso se mostraba como una “interpretación de la historia, las sociedades y las culturas en proceso de cambio a través del registro y la escritura de las memorias y experiencias de sus protagonistas” (2004,15) Hacer historia oral implicaba ver en la comunicación algo distinto a la transmisión, el medio o el contenido para ver la interacción y la construcción de sentido que se da en la sociedad.

El proceso

Hace más de 10 años en el marco de la asignatura de Historia de la Comunicación de Masas en la Carrera de Comunicación en la Universidad Javeriana, surgió una tarea que no podía ser una actividad de un sujeto aislado sino de muchas personas que hicieran un trabajo de ir acumulando con paciencia la memoria. El reto consiste en encontrar personas mayores, ojala mas de 60 años y recoger de viva voz su relato y experiencia de cómo había cambiado la comunicación y con ella la trama de la vida cotidiana a lo largo de sus vidas.

Basados en un cuestionario diseñado colectivamente realiza una entrevista semiestructurada, orientada a reconstruir cómo eran las rutinas y procesos comunicativos en la vida cotidiana a lo largo del siglo XX. Responde a la cronología de la vida del entrevistado y aprovecha una preparación previa del estudiante sobre el contexto las prácticas y procesos de comunicación de la época. Se sugiere aprovechar otros registros de la memoria de los entrevistados (álbumes, colecciones, objetos, etc.)

Se han entrevistado telegrafistas, vendedores de electrodomésticos, narradores orales, locutores y locutoras, actores y actrices, fotógrafos, directores y directoras de cine, artistas plásticos, periodistas, animadores, conductores de diversos medios de transporte, cantantes etc. Igualmente, interlocutan con padres abuelos y conocidos que narra su vida poniendo acento en los modos de ser de la comunicación.

La entrevista se registra en soportes sonoros o audiovisuales y se conserva con autorización de entrevistados y entrevistadores en el banco de memoria. Se registra en una ficha el conjunto de datos base de entrevistados y a través de una tabla se organiza y clasifica temáticamente la información codificando cada uno de los segmentos de las intervenciones con claves temáticas. (Grafico 1). Basados en lo recogido los estudiantes producen un texto que cuenta el cambio en la sociedad y del régimen comunicativo desde la perspectiva de los entrevistados. Hoy existen alrededor de 500 registros.

Entrevistado: Ana Mercedes de Romero
Fecha: Noviembre 6 de 2005

Duración entrevista: 40:51 min
Entrevistador: Rebecca Romero

TIEMPO	TEMA	CÓDIGO 1	CÓDIGO 2
00:00-01:88	Barrio residencial: Palermo	Espacio físico	Arquitectura
01:88-03:00	-Seguridad en Bogotá -Actividades lúdicas	-Comparación entre la ciudad actual y la de los años 40 -Deporte -Costura	
03:00-5:88	Entorno	-Medios de transporte: Tranvía y Trolley (elegante)	-Comparación entre el tranvía y el bus
05:88-07:00	Panorama de la ciudad	-Movimiento ciudadano -Seguridad en las calles -Limpieza de la ciudad	-Menor congestión de gente en las calles -Tranquilidad -Poco afán de desplazamiento
07:00-08:00	Inmigraciones	-Inseguridad	-Congestión
08:00-08:70	Centro de la ciudad	-Plaza de Bolívar	
08:70-09:70	Relaciones sociales	-Mayor comunicación	-Invitaciones, reuniones en la casa, bailes, etc
09:70-12:14	Entretenimiento	-Cine	-Matinal, matinée, vespertina

Imagen 1. Ficha de registro.

Fuente: elaboración propia

Trama invisible de lo social. Trazos diversos de la experiencia social

A continuación, se busca mostrar fragmentos de un par de entrevistas que muestran la composición del régimen de comunicación de la época y las prácticas, rutinas y artefactos desde la mirada de dos sujetos que fueron entrevistados en el proceso.

Ana Mercedes Romero, nacida en Tunja en 1922, habla acerca de los años 40 en Bogotá, época en la que era habitante del sector de Palermo en Bogotá, vivía en la calle 47 con carrera 17: “Cuando uno llegaba a un barrio mandaba una tarjeta al vecino que estaba a la orden y los vecinos llegaban a visitarlo a uno”. Y sobre las actividades recreativas explica: “¿Divertirse? Había que ir por ejemplo a un cine, en ese tiempo estaba el Faenza o el Olympia, eso (la proyección) era sobre un muro y en blanco y negro. Acudíamos mucho, sobre todo los domingos o los lunes, en el cine había matinal que era para los niños de 11 de la mañana a 1 pm, para los mayores matiné de 3 a 5 y otra que era vespertina de 6 a 8” “En familia, nos íbamos para la finca, íbamos al río a bañarnos, otro paseo muy bonito era ir a la laguna de Guatavita a Zipaquirá. Íbamos 2, 3 o 5 familias: tranquilos y sin miedo”

Y al ocuparse de los medios de comunicación: “Para el teléfono había unas oficinas donde uno iba a llamar, pagaba una cantidad, por ejemplo había una o dos oficinas en cada

barrio, en cada oficina había un teléfono y en una salita se esperaba para tener el turno”, “El correo se utilizaba mucho y también los telegramas, era el tele printer, cada oficina tenía un cartero el telegrama se recibía y el muchacho lo llevaba a las casas y entregaba el telegrama” Las casas eran muy amplias tenían 6, 8, 10 habitaciones, 2 salas, 2 comedores”. y también luego de describir la coyuntura de pertenecer a los partidos políticos: “Tanto los hombres como uno éramos muy políticos, nos acalorábamos y hablábamos duro cuando tratábamos sobre política”.

En otra perspectiva está el contexto comunicativo de José Ignacio León, nacido en Guasca en 1933. Migrante a Bogotá a comienzos de los años 50 donde llega a habitar en el barrio San Cristóbal en el sur de la ciudad. En su infancia vivía en el campo. “Nos íbamos a bañar cerca en el río y a pescar pescaditos y hacíamos cocidos fantásticos. Los paseos en familia eran solo al final de diciembre, nos íbamos a Chiquinquirá en tren, íbamos a pasear y a rezar allá. Nos volvíamos el 3 de enero”.

Llega a Bogotá a los 22 años e ingresa a finalizar la educación secundaria llamada bachillerato en el Colegio Agustiniense “San Cristóbal era un barrio con casas sencillas. Los horarios del colegio eran de 8 am hasta las 12 del día y luego de regreso a la 1 de la tarde hasta las 5 pm. El tranvía pasaba por la 7 iba hasta el 20 de julio y por el centro iba hasta la actual calle 26. Yo iba caminando de ida y vuelta al Colegio”.

Hablando sobre la diversión y los escenarios de socialización explica: “En ese tiempo, la gente podía estar hasta las 10 u 11 de la noche en la calle, aunque casi siempre llegaba a sus casas a las 9 o 10 de la noche” y al referirse a los adultos: “en realidad, las invitaciones más que todo eran familiares, les gustaba reunirse a jugar naipes y tomar cervrecita escuchando música de la radio y hablaban de política”. “Para ese tiempo el teléfono ya estaba en la casa, pero no había como comunicarse a Guasca y había que hacerlo por carta”, “En el teléfono las conversaciones eran corticas, la gente usaba el teléfono para pasar una razón o saludar a la persona, preferían verse, más bien” y al mirar a los medios de comunicación “la radio era el medio para enterarse de la actualidad, me gustaba mucho la música mexicana y la música de los cantantes argentinos. Pero la escuchaba por distracción, la prendían a las 6 de la tarde y por ahí hasta las 8 de la noche que la gente se acostaba. En el fin de semana pasaban el fútbol y había transmisión de las corridas de toros domingos de 3 a 5 pm”

Como se puede observar es apenas la muestra de un par de fragmentos, cruzados parcialmente en el tiempo desde dos lugares diferentes de la ciudad, dos experiencias distintas que dejan ver algo de la trama comunicativa de sus épocas. Estos registros permiten tener una idea del tipo de documento con el que se cuenta, cercano a las personas, marcado por la propia experiencia y capaz de mostrar capas y niveles en los que se teje el sentido cotidianamente.

Conclusiones: Hacia dónde va la memoria.

En primera instancia hay que decir que el impacto inmediato está en el terreno pedagógico y de formación de los jóvenes comunicadores. De un lado es permanente la respuesta satisfactoria desde el lado vivencial en el que los estudiantes expresan su gusto por poder aportar a la reconstrucción de la memoria, su sorpresa con la posibilidad de ver el cambio en la comunicación a lo largo de tiempo, y sobre todo la posibilidad de ver la historia como un hecho cercano. También hace que se incorpore una visión más tolerante hacia contenidos y prácticas culturales como la cercanía a las músicas populares o el gusto por celebraciones o actividades propias de la tradición rural. Al tiempo la experiencia les permite ver en la mirada histórica una posibilidad reflexiva sobre su oficio, sus intereses o sobre las variantes del conocimiento de su campo.

Un segundo resultado clave es la recolección misma. Con el tiempo, el banco crece y va mostrando que es posible hacer ejercicios colectivos de recuperación de memoria en el

largo plazo. En esta perspectiva la tarea actual consiste en organizar y transferir a formato digital todos los registros de las entrevistas de modo que pueda ser puestos a disposición de los usuarios en internet como herramienta de investigación y para el conjunto de la sociedad como una propuesta de recuperación y persistencia de la memoria social acerca de los cambios en la sociedad y la comunicación.

Un tercer ámbito de impacto y aprendizaje lo constituye el hecho de que la historia oral que ha sido recuperada ofrece una lectura alternativa de la historia, vista más allá de los grandes hechos y relatos oficiales, centrándose en las formas en que los sujetos desde la vida cotidiana construyen la memoria, el sentido y el orden simbólico en el que habitan. Esta mirada hace exigencias en el orden conceptual y en las perspectivas de investigación porque al poner la posibilidad de hacer las preguntas y reflexiones en cercanía a la totalidad que implica la vida cotidiana invita a pensar la comunicación como una actividad humana, a reflexionar el lugar de los medios y los artefactos de mediación, a descentrarse de las miradas masivas y las lecturas macro para ir al tejido fino.

Para cerrar vale la pena dejar planteadas algunas de las limitaciones que con el tiempo necesitan ser superadas: el hecho de que este sea un proceso individual, también que las generaciones de estudiantes están en la clase durante apenas un semestre y con esto la posibilidad de consolidar un trabajo ha sido limitada.

Bibliografía

- Darnton Robert. (2003) Una de las primeras sociedades informadas: las novedades y los medios de comunicación en el París del siglo XVIII. *El coloquio de los lectores. Fondo de Cultura Económica*. México. p 371- 429.
- INRAVISION. (1994) *Historia de una travesía: cuarenta años de la televisión en Colombia*. Bogotá. INRAVISION.
- López de la Roche Fabio, (2006) “La historia de los noticieros de televisión en Colombia entre 1954 y 2004. Elementos teórico-metodológicos y razones para una investigación” *Pesar La Comunicación: Reflexiones Y Avances en la Investigación*. Sello Editorial Universidad De Medellín v.1, p.18 - 56 1 ,2006.
- Martín-Barbero Jesús y Rey Germán. (1999). *Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona. Gedisa.
- Silva Renán. (2005) *República liberal, intelectuales y cultura popular*. Medellín. La Carreta Editores.
- Thompson, Paul. (2003/2004) Historia Oral y contemporaneidad. *Historia Memoria y pasado reciente. Anuario de Historia. No 20*. Universidad de Rosario. Argentina. Homo sapiens editores.
- Vallejo Mejía, Mariluz. (2006) *A plomo herido: una crónica del periodismo en Colombia (1880-1980)*. Bogotá: Editorial Planeta.
- VV AA (2010) *Trayectoria de las Comunicaciones en Colombia*. MINTICS.
- Williams Raymond Ed. (1992) *Historia de la comunicación*. Barcelona: Bosch,

Biografía

Eduardo Gutiérrez. Profesor Asistente Departamento de Comunicación PUJ. Magister en Comunicación. Doctorando en Educación, Coordinador GT Historia de la Comunicación ALAIC. Investigador en Comunicación y Educación e Historia de la Comunicación. Gilberto.gutierrez@javeriana.edu.co; clasehistoria@gmail.com

'Imprensa Negra'. Um olhar sobre a História da resistência no jornalismo brasileiro

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

Maria Cristina Gobbi
mcgobbi@terra.com.br

Juliana Gobbi Betti

Resumen

El Homem de Côr (1833) se considera el punto de partida en la 'prensa negra' en Brasil. Este periodismo y sus diversos medios de comunicación impresos representan la lucha social, discursos y aspiraciones de la comunidad negro en un periodo de tiempo que va de la esclavitud hasta tercer milenio. En el texto, se describe parte de esta historia, proporcionando elementos de la trayectoria del periodismo brasileño.

Palabras clave:

Periodismo; Historia; Prensa Negra; Racismo; Prensa y Relaciones raciales.

Abstract

The Homem de Côr (1833) is considered the starting point of the 'black press' in Brazil. This journalism and its various print media represent the social struggle, discourses and aspirations of the black community in a period of time that range from enslavement to the third millennium. In the text, it's described part of this history, providing elements of the Brazilian Journalism trajectory.

Key words:

Journalism; History; Black Press; Racism; Press and race relations.

Resumo

O Homem de Côr (1833) é considerado o marco inicial da 'imprensa negra' no Brasil. Este jornalismo e seus diversos veículos impressos representam a luta social, os discursos e aspirações da comunidade negra num período de tempo compreendido da escravidão ao terceiro milênio. No texto, é descrita parte dessa história, aportando elementos da trajetória do Jornalismo brasileiro.

Palavras-chave:

Jornalismo; História; Imprensa Negra; Racismo; Imprensa e relações raciais.

Introdução: expressões de luta da ‘imprensa negra’

A reconstrução do passado passa pelo desafio do pacto da verdade que se estabelece com a sociedade. Assim, resgatando Chartier (1990, p. 19), considerando o espaço da História Cultural, o resgate histórico é a “análise do trabalho de representação, isto é, das classificações e das exclusões que constituem, na sua diferença radical, as configurações sociais e conceituais próprias de um tempo ou de um espaço” (1990, p. 19). Portanto, torna-se importante que o resgate aconteça a partir do que Peter Burke (2000, p. 245) chama de “nova história cultural”, onde o objetivo central é o de “(...) tornar a ‘alteridade’ do passado ao mesmo tempo visível e inteligível”.

O primeiro jornal da Imprensa Negra¹, o pasquim “O Homem de Côr”, da Tipografia Fluminense de Francisco de Paula Brito, começou a circular em 1833, na capital do Império (RJ). Com a oficialização da Libertação dos Escravos² (1888) e a entrada progressiva dos imigrantes europeus, estimulados pelo governo da época, a população negra ficou a deriva. Não tinham emprego, não podiam ocupar cargos públicos e estavam, em sua grande maioria, sem condições mínimas de subsistência. A principal reivindicação do periódico era que valesse a “milícia cidadã”. Trazia em seu cabeçalho de abertura o Parágrafo 14, do Artigo 179 da Constituição de 1824³, “Todo cidadão pode ser admitido aos cargos públicos civis, políticos e militares, sem outra diferença que não seja a de seus talentos e virtudes”, sendo essa uma de suas bandeiras de luta.

Há outras publicações igualmente importantes no período, como O Brasileiro Pardo (1833), O Cabrito (1833), O Crioulinho (1833) e O Lafuente (1833). Todos circularam na corte, no período de setembro a novembro de 1833. Eram veículos de protesto, denunciavam o “preconceito de cor” nos espaços públicos, tanto da Corte quanto em outras localidades do país.

Outro jornal importante foi o “O Homem – realidade constitucional ou dissolução social”, nascido na Província de Pernambuco, Recife, 1876. Tinha caráter de denúncia e trazia basicamente as mesmas reivindicações da publicação anterior. Em outras palavras, passados mais de 40 anos, as necessidades e a luta por justiça social continuavam as mesmas. O título do jornal já revelava o grau de frustração dos segmentos populacionais negros frente às políticas governamentais da época. Trazia em seu cabeçalho a tríade da democracia iluminista: Liberdade, Fraternidade e Igualdade.

Igualmente, outros periódicos circularam como: O Bahiano – pela constituição e pela lei (1828). Em São Paulo: A Pátria – orgam dos homens de côr (1889) e O Progresso orgam dos homens de côr (1899), que buscava ser um espaço de fortalecimento e de denúncia da discriminação racial. Em Porto Alegre (Sul do país), em 1892 – O Exemplo (circulou até 1930).

O que se destacou nos jornais da ‘imprensa negra’ foi a construção e o reforço dos laços identitários entre os pretos e pardos, principalmente aqueles que possibilitariam a mobilidade (ascensão) social, alicerçado no trabalho livre, na educação escolar e na boa conduta.

A despeito de tudo isso, a imprensa negra formulou uma fala própria, pública e um dos grandes representantes foi José do Patrocínio, considerado um dos melhores jornalistas do país, que teve parte significativa de sua vida dedicada a libertação dos escravos. Sua arma mais poderosa era seu texto divulgado através da imprensa. Escrevia na Gazeta de Notícias (1877), Gazeta da Tarde (1881), Cidade do Rio (1887), entre outros. Para ele o combate à escravidão era tarefa a ser realizada por todos os meios necessários.

Igualmente é importante assinalar o papel de outro jornalista. Luiz Gama, que uma vez livre, aos 18 anos (escravização ilegal), “(...) soube transitar com maestria no mundo branco,

1 Nota das autoras. Serão mantidas as expressões impressas nos jornais.

2 Nota das autoras. O diploma legal que extinguiu a escravidão no Brasil foi a Lei Áurea (Lei Imperial n.º 3.353), sancionada em 13 de maio de 1888.

3 Nota das autoras. Outorgada por D. Pedro I no dia 25 de março de 1824, influenciada pelas Constituições francesa de 1791 e espanhola de 1812 – amparada no liberalismo e na soberania nacional, a forma de governo era a monárquica, hereditária, constitucional e representativa, sendo o país dividido formalmente em províncias.

pouco à vontade com sua presença – uma perícia que revela a dimensão absolutamente humana dessa personalidade mitológica”. Sua atuação foi mais contundente no cenário de São Paulo, a partir da segunda metade do século XIX, com “(...) sátiras se associando ao repertório liberal, abolicionista, republicano e maçom” (PINTO, 2006, p. 33). Redigiu e dirigiu O Diabo Coxo (1864/1865), com o pseudônimo de Barrabaz. Colaborou com diversas publicações, entre as quais O Cabrião⁴ (1866/1867) e o Radical Paulista (1869). Na grande imprensa, a partir de 1870, em publicações como o Correio Paulistano, A Província de São Paulo e a Gazeta do Povo. Entre as personalidades de destaque há também Machado de Assis, que registrou os conflitos pelos quais passavam os negros em diversas publicações.



No período de 1903 a 1963, na cidade de São Paulo, havia 37 jornais e revistas que tinham como mote a ‘imprensa negra’. Em outras palavras, feita por negros e para negros. A bandeira de reivindicações continuava a mesma, ou seja, a luta contra o tratamento desigual, convocando os leitores para a superação da passividade e do conformismo. Traziam notícias gerais, mas o principal foco era a luta contra o preconceito, conscientização do negro de sua posição na sociedade brasileira e a valorização da educação. De um modo geral, essa imprensa era perene, pois com recursos escassos, poucos anunciantes, eles eram vendidos nos bailes e nas festas organizadas na e pelas próprias comunidades. De modo geral, a característica mais marcante foi a descontinuidade e a curtíssima duração.

As publicações eram simples, com poucas páginas, estruturadas em formato de seções, utilizavam fotografias, ilustrações e anúncios. O mote central era a divulgação dos acontecimentos da vida social e política da comunidade negra, tais como lazer, artes, esportes, festas, comemorações cívicas, coisas do dia-a-dia (aniversários, casamentos e mortes) e carnavais.

A seguir, alguns jornais da ‘imprensa negra’ publicados na época.

		
<p>BALUARTE (1903). Orgam Oficial do “Centro Litterario dos Homens de Côr”.</p>	<p>O Menelick (1915 – 1916). Fundado pelo poeta Deocleciano Nascimento (na época, fundidor e estudante do curso noturno de contabilidade); título em homenagem ao rei etíope Menelick II, líder no processo de independência da Etiópia.</p>	<p>A Rua (1916). Jornal que foi lançado no bairro do Brás por Domingos José Fernandes.</p>
		
<p>O Xauter (1916). Fundado por Deoclécio Mine; em suas folhas veiculavam-se notas sociais, crônicas a críticas a comportamentos, seu título significa guia dos caminhantes nos areais da Arábia deserta.</p>	<p>O Alfinete (1918 – 1921). Fundado por Augusto Euzébio de Oliveira, solicitador; publicava fofocas, mexericos e críticas aos “desvios” de comportamento.</p>	<p>A Liberdade (1919 – 1920). Fundado por Gastão R. da Silva, fiscal municipal.</p>

4 Pessoa que incomoda.

		
<p>O Kosmos (1922 – 1925). Dirigido por Frederico Batista de Souza, bedel e depois amanuense da Faculdade de Direito do Largo São Francisco, periódico de associação homônima, publicava notícias e ensaios literários de escritores negros. A partir de 21 de fevereiro de 1923, o subtítulo passou a ser Orgam Oficial do Grêmio Dramático e Recreativo Kosmos.</p>	<p>Getulino (1923). Orgam para a defesa dos interesses dos homens pretos. A partir de 13 de maio de 1926, o subtítulo passou a ser “Órgão da defesa dos homens pretos do Brasil”. (Homenagem a Luis Gama).</p>	<p>O Clarim (1924 – 1940). Fundado por Jaime de Aguiar, funcionário público estadual, e José Correia Leite, escritor autodidata, que trabalhava em “serviços de drogaria ou depósito de artigos farmacêuticos”; congregou número importante de militantes e intelectuais do meio negro. Publicação Mensal da Mocidade Negra. Orgam Literário, Científico e Político. (A partir de 13/05/1924 passou a chamar-se O Clarim D’Alvorada).</p>

Quadro 1 - Principais periódicos de 1903 a 1924

Fonte: acervo pessoal

Havia outras publicações, como demonstra o quadro 2 a seguir.

<p>“A PÁTRIA”: 1889. Fundado pelo tipógrafo abolicionista Ignácio Araújo Lima.</p>
<p>“O PROPUGNADOR”: 1907. Fundado na cidade de São Paulo.</p>
<p>“A PÉROLA”: 1911 – 1916. Fundado na cidade de São Paulo por funcionário da Cia. de Gás.</p>
<p>“BINÓCULO”: 1915. Fundado por um grupo de rapazes da Barra Funda, era chefiado por Teófilo de Camargo, alfaiate.</p>
<p>“A PRINCESA DO OESTE”: 1915. Veiculavam-se críticas à moral e comportamentos sociais da comunidade negra paulistana.</p>
<p>“O BANDEIRANTE”: 1918 – 1919. Fundado por Antônio dos Santos e Joaquim Cambará (militar do Exército), entre outros.</p>
<p>“A SENTINELA”: 1920. Dirigido por Ernesto A. Balthasar.</p>
<p>“ELITE”: 1923 – 1924. Fundado por Alfredo E. da Silva, funcionário da Recebedoria de Rendas; caracterizou-se pelo hermetismo do grupo de escritores e de seu clube recreativo, promoviam bailes, piqueniques e viagens.</p>
<p>“A PRINCESA DO NORTE”: 1924. Editado por Antônio Silva.</p>
<p>“NOSSO JORNAL”: 1924. Fundado por Teófilo Camargo e Cornélio Aires.</p>
<p>“AURIVERDE”: 1927 – 1928. Fundado na Capital por João Augusto de Campos</p>
<p>“TRIBUNA NEGRA”: 1928. Fundado na cidade de São Paulo.</p>
<p>“PROGRESSO”: 1928 – 1932. Fundado por Argentino Celso Wanderley, funcionário da Cia. Telefônica; originou-se da cooperação para comemorar o centenário de morte de Luís Gama. Wanderley atuava no Carnaval de São Paulo desde 1919 (criou o <i>Grupo Carnavalesco Campos Elyseos</i>).</p>
<p>“QUILOMBO”: 1929. Fundado por Augusto Euzébio de Oliveira</p>
<p>“CHIBATA”: 1932; Fundado por José Correia Leite para criticar Frente Negra Brasileira (FNB) criada em 1931, como resposta ao fim do Clarim da Alvorada, resultado de divergências com FNB. Tivera apenas duas edições.</p>
<p>“A VOZ DA RAÇA”: 1933 – 1937. Periódico da Frente Negra Brasileira, fundado em São Paulo, dispunha de um corpo fixo de colaboradores e aceitava a colaboração de voluntários – brancos ou negros – desde que se alinhassem à linha de atuação do periódico.</p>

Quadro 2 – Jornais da Imprensa Negra 1889 - 1933

Fonte: Paulo Motoryn. A Voz da Raça⁵, adaptado pelas autoras

⁵ Disponível em <http://vaidape.com.br/2013/12/a-voz-da-raca/>. Acesso maio de 2016.

O período de 1924 a 1937 foi o ápice da ‘imprensa negra’. Os jornais, eram editados de forma mais direta e objetiva, passaram a exigir a participação do negro na sociedade, como algo concreto e real. Revelavam um sentimento de união do grupo e ampliaram-se as temáticas para o campo profissional, político e do lazer.

A Frente Negra Brasileira, que nasceu em 1931 e durou até 1937, tinha como meta o estímulo ao estudo, ao trabalho, a casa própria, a participação da mulher negra na sociedade, e a progressão social da comunidade negra. Trazia o resgate da história, das tradições e da cultura do negro. Mantinha o Jornal A Voz da Raça como seu órgão de imprensa. Era uma publicação combativa, circulava em outros países, como Angola e Estados Unidos, aceitava colaboração do branco (desde que dentro dos ideários do grupo). Em 1936 a FNB transformase em partido político e chega participar das eleições, no entanto, de acordo com Francisco Lucrecio⁶, foi derrotada em razão do grande índice de analfabetismo (impedidos de votar) e porque o povo não estava preparado para votar em candidatos negros. AFNB foi considerada como uma das entidades de afro-descendentes, mais importantes no campo político-social. Quando Getúlio Vargas deu o golpe, criando o Estado Novo, os partidos políticos – no qual a FNB havia se transformado – foram extintos e, por consequência, seus veículos oficiais passaram a ser alvo da censura. Por isso, rapidamente, o jornal parou de circular

De modo geral, as publicações citadas anteriormente se caracterizavam pela diversidade do conteúdo, apresentando anúncios, convites, notícias corriqueiras, bem como temas políticos e religiosos e textos literários. Alguns desses conteúdos se faziam regulares, outros apareciam em colunas não permanentes. Voltada para a comunidade negra, utilizava abordagens com tons críticos à condição de miséria e de pobreza do país. Ao mesmo tempo, buscavam aliar a informação à cultura e à identidade negra.

Também se publicava textos que criticavam o analfabetismo como meio de “escravidão”, que buscavam contribuir para a auto-estima do negro e para a diminuição da violência. Igualmente buscavam a emancipação moral do negro e o seu desenvolvimento intelectual. Denunciavam as condições de vida do negro após a abolição e a luta para o seu restabelecimento na sociedade brasileira.

No período entre 1937 e 1945 a política nacional atravessou uma fase conturbada, marcada pela censura à imprensa. A partir de 1945, com a saída de Getúlio Vargas do poder a FNB tenta uma rearticulação, mas era um período de transição e de reestruturação nacional que acaba tendo reflexos diretos nos partidos políticos e nos jornais negros da época.

Outras publicações surgem ou se reestruturam, como: Alvorada (1945), Senzala (1946 - Revista); União (1948); Novo (1950); Quilombo (1950 - Revista); Redenção (1950); Negritude (1953); O Novo Horizonte (1954); Notícias do Ébano (1957); O mutirão (1958); Hífem (1960); Niger (1960 – Revista); Nosso Jornal (1961); Correio D’ébano (1963) entre outros.

Foi um momento de esforço para união. Por exemplo, a revista Senzala teve somente três edições, mas fez uma importante revisão da “Convenção Nacional do Negro (1945) e apresentou novas propostas, principalmente ao criticar a situação do negro na sociedade reivindicado sua participação” (FERRARA, 1985, p. 8). Outras publicações, como o Jornal Novo Horizonte (1946 – 1954), trazia a preocupação na necessidade de desenvolvimento de mais atividades culturais, que vem expresso em seu subtítulo “Para seres bom negro, sê culto – o futuro de nossa raça exige”. Outra publicação importante foi o Jornal O Mutirão – órgão oficial da Associação Cultural do Negro (1958), que desenvolvia uma intensa atividade cultural e artística, tendo como mote central criar uma ideologia para o negro paulista. Finalmente, Correio d’Ébano (1963) último jornal, editado na cidade de Campinas, em São Paulo “(...) um jornal a serviço da coletividade negra do Brasil”, tendo apenas um número (FERRARA, 1985,

6 Francisco Lucrecio foi secretario (1934) e um dos fundadores da FNB, contribui com seu trabalho no jornal da Senzala. “Seu marco na liderança foi a valorização dos negros brasileiros, assim resgatando a sua história, tradições e cultura. Acreditava que a participação da mulher negra era importante na sociedade na época e seria no futuro uma posição eminente no combate ao preconceito racial”. Faleceu em 1º de outubro de 2001 em São Paulo. Disponível em: http://negritudesocialista.org.br/not_det.asp?det=145. Acesso maio 2016.

p. 9). Os historiadores afirmam que após esse período a imprensa negra ressurgiu somente a partir dos anos de 1970, mas permeada por outras características.

A partir daí, estabelece-se um novo contexto tanto histórico, como social e a produção jornalística da ‘imprensa negra’ compõe outro cenário e formas e formatos. O que se observa é o abandono do discurso da inclusão por meio do trabalho, da educação e dos bons costumes, como definiu a elite da época e foi tão assinalado pelas publicações. Mais do que denunciar o preconceito de cor, o racismo velado, as publicações vêm recheadas de informações sobre cultura, história, política, valores, atividades, manifestações, afirmações afirmativas sobre a identidade negra e, principalmente, trazem proposições para uma análise mais determinada e apurada da consciência discriminatória que se vivencia no Brasil nos quatro cantos.

Tanto as publicações anteriores, como as atuais evidenciam uma diversidade e multiplicidade de estratégias. Na atualidade, os discursos remetem a um processo de (re)significação de “ser negro”, por meio da afirmação, ações propositivas e da construção coletiva. A população negra no país (escravizada, livre, liberta, excluída, esquecida etc.) quando olhada na perspectiva da história e da cultura social ganha contornos ainda mais complexos.

Considerações finais

É interessante acompanhar, estudar e analisar a ‘imprensa negra’ no Brasil. Como é possível observar na trajetória aqui descrita, os títulos das publicações e os textos traziam, por exemplo, palavras como homem de cor, mulato, moreno, pardo etc., evidenciando assim as diferentes construções de sentido, baseadas no elemento da cor da pele de “bancos” e “negros”. Estes referenciais serviram para muitos como base para justificar desmandos, exclusão, violência e as diversas formas camufladas ou evidentes de racismo, pois para a identificação das pessoas brancas não foi preciso construir uma única linha que direcionasse para o argumento cor de pele. Assim sendo, nessa história, até agora, o ‘outro’ nunca foi o branco.

O que se pode afiançar é que a ‘imprensa negra’ foi um “instrumento utilizados pelos negros brasileiros para a provocação de um debate público sobre o racismo no País, a partir do domínio da técnica jornalística pelos negros e do uso da esfera pública para a enunciação de um discurso dissonante das forças hegemônicas” (ROSA, 2016, p. 564).

A diversidade da ‘imprensa negra’ dos séculos XIX e XX serve, pelo menos, como vestígio dos possíveis desdobramentos. Inscrita no jogo político em prol do branqueamento do povo brasileiro, o discurso da mestiçagem é algo que toca diretamente a experiência das populações negras, e os dados disponibilizados essa imprensa são como *post it* do racismo nacional. A despeito de todas as promessas, a realidade nacional nos mostra que o que vem sendo entendido como social precisa ser realmente repensado.

Bibliografia

- BURKE, P. (2000). **Unidade e variedade na história cultural**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- CHARTIER, R. (1990). **A história cultural**. Entre práticas e representações. Lisboa: Difel.
- FERRARA, M. N. (1985). **Imprensa negra Paulista (1915 / 1963)**. In: Revista Brasileira de História. V. 5, nr. 10, março/agosto de 1985, PP 197-207. São Paulo. Disponível em: file:///C:/Users/HP%20Slimline/Downloads/miriamferrara.pdf. Acesso maio de 2016.
- LEITE, J. C. (1992). **E disse o velho militante José Correia Leite**: depoimentos e artigos. São Paulo: Secretaria Municipal de Cultura.
- MATTOS, F. (1998). **A comunicação social na Revolução dos Alfaiates**. 2.ed. Salvador: Assembleia Legislativa do Estado da Bahia: Academia de Letras da Bahia.
- PINTO, A. F. M. (2010). **Imprensa negra no Brasil do século XIX**. São Paulo: Selo Negro.

- ROSA, I. C. C. da. (2014). Imprensa Negra: descobertas para o Jornalismo brasileiro. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**, vol. 11, n. 1 jul/dez 2014. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2014v11n2p555/28245>. Acesso maio 2016.
- SANTOS, B. de S. (2006). As dores do pós-colonialismo. In: **Folha de S. Paulo**, publicado em 21/08. Disponível na web em <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz2108200608.htm>. Acesso maio 2016.
- SANTOS, L. J. dos. (2016). **Escritos negros**: nota sobre educação e participação política na imprensa negra de ontem e de hoje. IN: Cadernos do Campo. Disponível em: <file:///C:/Users/HP%20Slimline/Downloads/5164-12605-1-SM%20.pdf>. Acesso abr 2016.
- SODRÉ, M. (1998). Sobre a imprensa negra. In: **Lumina**. Juiz de Fora, v.1, n.1, p.23-32, jul/dez 1998. Disponível em: < <http://www.facom.ufjf.br/lumina/R1-MunizSodre-HP.pdf> >. Acesso maio 2016.

Periodismo y la Iglesia Católica en América Latina en 1964: Un estudio realizado por el diario brasileño “Diário de Notícias”

Universidade Estadual Paulista
“Júlio de Mesquita Filho”

Nayara Kobori
nayarakobori@gmail.com

Maximiliano Martin Vicente
maxvicente@faac.unesp.br

Resumen

Las relaciones entre la Iglesia católica y los medios de comunicación en América Latina son referencias importantes para entender el desarrollo del periodismo católico latinoamericano. Nos proponemos analizar como era el Diario de Noticias (DN), periódico brasileño que circuló en la ciudad de Ribeirão Preto, interior del estado de Sao Paulo y que era mantenido, durante el regimen militar, por la Iglesia Católica. De esta manera, discutiremos la ideología de la iglesia en América Latina, así como la relación de los sacerdotes con el periodismo, y qual era el posicionamiento del sector eclesiástico que escribía en el DN delante del difícil momento que pasó a vivir el Brasil con la llegada de los militares al poder. Es importante tener en cuenta que la opinión del sector eclesiástico, presente en el periódico, no representa la posición de toda la Iglesia, ya que había divisiones internas que aparecían cuando se discutían los temas del momento. Además, se consideran, también, las características de periodismo interiorano del Brasil, y la importancia de volver a resgatar lo regional, ya que es uma area rica y peculiar, que hace parte de la historia de Brasil y, en consecuentemente de América Latina. La metodología utilizada para el análisis será la Hermenéutica en profundidad de JB Thompson en conjunto con el análisis del contenido de L. Bardin.

Palabras clave:

Periodismo; Iglesia Católica; Dictadura Militar; Brasil; Historia.

Abstract

Relations between the Catholic Church and the mass media in Latin America are important references to understand the development of the Latin Catholic journalism. We intend to analyze what it was like the newspaper Diário de Notícias (DN), brazilian journal posted on the city of Ribeirão Preto, in the state of São Paulo, maintained by the Catholic Archdiocese, during the military authoritarianism period. In this way, we will discuss the church's ideology of presence in Latin America as well as the clergy's relationship with journalism, and what was the position of ecclesiastical sectors who wrote in DN before the cut troubled historical period. It is important to note that the opinion of the ecclesiastical sector that was present in the paper does not represent the position of the whole Archdiocese, as there were divisions within the Church, in the face of policies taken at the time. In addition, you must sketch the interior journalism characteristics in Brazil, and the importance of returning his gaze to the regional, since it is a rich and unique territory, which is also part of

the history of Brazil and, consequently, Latin America . The methodology used will be the Hermeneutics in Depth, by J.B. Thompson, together with L. Bardin's Content Analysis.

Keywords:

Journalism; Catholic church; Military dictatorship; Brazil; History.

Resumo

As relações entre a Igreja Católica e os meios de comunicação de massa na América Latina são importantes referenciais para compreendermos o desenvolvimento do jornalismo católico latino. Pretendemos analisar como se comportava o jornal Diário de Notícias (DN), periódico brasileiro veiculado na cidade de Ribeirão Preto, no interior do estado de São Paulo, mantido pela Arquidiocese Católica, durante o período de autoritarismo militar. Dessa maneira, iremos discutir a presença da ideologia da Igreja na América Latina, bem como a relação do clero com o jornalismo, e qual era o posicionamento dos setores eclesiais que escreviam no DN, diante do conturbado período histórico recortado. É importante destacar que a opinião do setor eclesial que se fazia presente no jornal, não representa a posição de toda a Arquidiocese, visto que havia cisões dentro da Igreja, diante das tomadas políticas da época. Além disso, será necessário esboçar as características do jornalismo do interior no Brasil, e a importância de voltar o olhar para o regional, visto que é um território rico e singular, que também faz parte da História do Brasil e, conseqüentemente, da América Latina. A metodologia utilizada será a Hermenêutica em Profundidade, de J. B. Thompson, em conjunto com a Análise de Conteúdo de L. Bardin.

Palavras-chave:

Jornalismo; Igreja Católica; Ditadura Militar; Brasil; História.

Introducción

Los estudios que abordan la cuestión de la Historia de la Prensa, juntamente con las relaciones entre mídia y religión, han ganado espacio en el medio académico brasileño, aunque sea, aún, de modo muy tímido. El reconocimiento de investigaciones sobre el tema demuestra la importancia de la comprensión del fenómeno, una vez que tanto la Comunicación, como la Religión están presentes en la formación de la complejidad social.

Los medios de comunicación de masa y la Iglesia Católica mantienen relaciones históricas antiguas, que sufrieron cambios en el transcurrir de los tiempos. Desde el surgimiento de la prensa con Gutenberg, la institución religiosa se vió obligada a tomar posición delante de las nuevas formas de divulgación de la escrita, por temer que su hegemonía fuera contestada, principalmente con las críticas de Martín Lutero.

A partir de ese momento, y dando saltos gigantescos, podemos decir que la Iglesia finalmente aceptó los medios de comunicación, incluso comenzó a utilizarlos. Destacamos, en 1963, la promulgación de la encíclica *Inter Mirifica*, el Concilio Vaticano II, y más tarde, en 1979, la Conferencia Episcopal Latinoamericana de Puebla, México, con la preparación del documento "Evangelización y los medios de comunicación América Latina". Con los ojos fijos en los países de América Latina, la Iglesia empieza a ver la comunicación como un instrumento que puede satisfacer las necesidades de las personas.

Puntel (2012) dice que fue en Puebla donde empezaron las discusiones sobre el uso de los medios de comunicación, para que se realizase una aproximación junto a los sectores más

populares. A través de los medios de comunicación sería posible conseguir los objetivos de la evangelización para la transformación social y la emancipación, presentes en la Doctrina Social Cristiana y en la teología de la liberación. Es también en este momento que la Iglesia ve la necesidad de poseer sus propios canales de difusión de la información, asegurando el diálogo con las clases más bajas difundiendo los valores cristianos.

En el Brasil, después del Concilio y de la influencia de la Conferencia de Puebla del Vaticano, la comunicación católica comenzó a destacarse en la Conferencia Nacional de Obispos de Brasil (CNBB). A través de la ala progresista y carismática de la Iglesia Católica, parte del clero utilizó los diversos medios de comunicación para divulgar los principios religiosos en las comunidades brasileñas. Irónicamente, al mismo tiempo en que crecía la participación de las instituciones religiosas en los medios de comunicación, se desencadenó el golpe civil-militar de 1964, que reprimió e hizo abandonar a los obispos, a los sacerdotes progressistas y a las congregaciones de los medios de comunicación, pues esas instituciones los usaban justamente para estimular la educación y la emancipación popular, discursos esos que mantenían una posición contraria al gobierno establecido (MELO MARQUES, 2005).

Si llevamos en consideración los elementos citados anteriormente surge la necesidad de establecer un diálogo más próximo con nuestro objeto de investigación, el periódico *Diário de Notícias* (DN) producido y publicado en el Brasil, en 1960, en la ciudad de Ribeirão Preto, interior del estado de San Paulo. El periódico pertenecía a la Curia arquidiocesana de la Iglesia Católica del municipio y era uno de los diarios de mayor circulación en la región (cf. SANT'ANNA, 2010). Nos dimos cuenta de la aproximación del periódico con los principios de la doctrina social cristiana, que anticiparon el espíritu de Puebla, a través de su director el P. Celso Ibson Sylos. Nuestro objetivo es analizar el posicionamiento tomado por el DN en el momento que se establecía la dictadura militar en 1964, tomando como referencia los editoriales publicados en la sección "Nuestra Opinión". La elección del periódico se dió por su significativa representación en la ciudad, tanto en términos de circulación como por el número de ejemplares publicados. El DN circuló hasta mediados de la década de 1980, cuando encerro su publicación por problemas financieros.

Como herramientas metodológicas usaremos la Hermenéutica de profundidad (HP), método teórico y práctico de análisis de JB Thompson (1988), junto con el análisis de contenido de Laurence Bardin (1977). Con esos dois métodos pretendemos entender el contexto socio-histórico de la producción periodística, la comprensión del fenómeno en sus dimensiones sociales y temporales y por medio de ellas valorar el posicionamiento ideológico del objeto de estudio (DN). Es importante destacar que la investigación periodística y la histórica del análisis textual de los mensajes, son vistos como (re)produtores de significados e ideologías. Pontuaremos el diálogo regional del periódico con las teorías latinoamericanas de Boaventura de Sousa Santos (2011), lo que nos permitirá identificar mejor la ideología manifestada por el periódico, así como pretendemos identificar qual era el público que deseaba alcanzar con sus mensajes.

El "periódico de los sacerdotes"

La ciudad de Ribeirão Preto se encuentra en la parte noreste del estado de San Paulo, Brasil, a 315 kilómetros de la capital. Se la conoce como la "capital de la agroindustria", siendo una referencia para América Latina en la economía agro-exportadora. Desde su creación, la ciudad se desarrolló a través de la agricultura, principalmente con su mayor fuente de exportación, el café. Entre los siglos XIX y XX, la economía del café fue responsable por la modernización y el crecimiento urbano, lo que se reflejó en la política: los coroneles y señores del café dominaron la política municipal. Tal dominación era tan intensa que para ellos no había distinción entre lo público y lo privado (cf. MATTIOLI, 2011).

El control de los medios de comunicación se dió, por lo tanto, a través de las alianzas y las discusiones políticas de los grandes produtores de café de Ribeirão Preto – los periódicos

se tornaron portavoces de las cuestiones políticas e intereses de esos productores rurales. Destacamos el nacimiento del periódico *A Cidade*, en 1905, fundado por Orestes Lopes de Camargo; El *Diário da Manhã*, en 1898, elaborado por Juvenal SA; y el *Diario de Notícias*, de la familia Silva Lisboa. De los tres diarios citados, solamente *A Cidade* sobrevive hasta los días actuales, siendo líder de circulación en la región y es mantenido por “As Emissoras Pioneiras de Televisão (EPTV)”, una afiliada de la Red Globo en la ciudad.

De acuerdo con Sant’ Ana (2010), el *Diario de Notícias* publicaba cerca de 8.500 ejemplares, uno de los tres principales vehículos de la región. En 1956, el DN siguió la línea de la Acción Católica, por orientación dada por el obispo D. Luís Amaral Mousinho¹ (CARNEIRO JUNIOR, 2002). En la década de 1960, el periódico defendió el nacionalismo y apoyó la administración de Janio Quadros y João Goulart y, aunque hubo la participación de los sectores de la Iglesia Católica en la toma del poder por los militares, el periódico no se identificó con los apoyadores católicos al golpe de 1964. El posicionamiento político seguía las orientaciones de su director, el Padre Celso Ibson de Sylos, que coordinaba el periódico desde 1957, junto con el P. Angélico Sandalo Bernardino. Además de director, el P. Celso fue el líder del “Frente Agrario” de Ribeirão Preto, una entidad creada en 1962 con el objetivo principal de reunir a los trabajadores rurales en sindicatos, en nombre de la lucha por las reformas de base y la tierra, y también promovió la educación en el campo a través del método de Paulo Freire. Mucho más que una periódico religioso, el vehículo defendía un compromiso político y social crítico, la organización de los trabajadores para que luchasen por sus derechos (1998 MARINO Y OLIVEIRA, 2005).

El *Diario de Notícias* publicaba noticias que desmoralizaban y denunciaban las acciones de la burguesía local, lo que comenzó a disgustar a la élite de la ciudad de Ribeirão Preto. Este compromiso del P. Celso con los sectores rurales y explorados por el capitalismo moderno, combinado con la conciencia social y política que quería promover el DN, lo aproximaban de la doctrina social cristiana y de los principios de la teología de la liberación. Había una clara identificación del periódico y de su director con las clases más bajas y desposeídas del capitalismo, posicionamiento que lo aproxima del enfoque seguido por los Estudios Latinoamericanos de Sousa Santos (2011). De acuerdo con él las Epistemologías del Sur, imponen a la investigación el estudio de nuevas formas de enfrentar la realidad ejercidas por “prácticas de clase y grupos sociales que han sufrido la destrucción sistemática, la opresión y la discriminación causada por el capitalismo, el colonialismo y las naturalizaciones de todas formas de desigualdades” (Santos, 2011, p. 16).

El 31 de agosto de 1962, el DN publica el editorial “Posición de los cristianos”, que denunciaba las injusticias políticas enfrentadas por la mayoría de la población y advogaba por la manutención de los principios democráticos.

Aquellos que quieran seguir la bandera del cristianismo tendrán que enfrentarse decididamente a todos los grupos y las personas responsables por las grandes injusticias de hoy en día. Y más que esto, tendrán que luchar con todas sus fuerzas para que podamos conseguir implementar dentro de los principios democráticos, un nuevo régimen que cumpla los deseos reales de las personas².

El periódico también apoyó las Reformas de Base de Goulart alegando que esas medidas representaban el inicio de la emancipación de las clases populares. El DN también mostró compromiso con la CNBB y la Doctrina Social Cristiana.

¹ D. Luiz do Amaral Mousinho fue arzobispo de la Arquidiócesis de Ribeirão Preto, em el período de 1952 a 1958.

² SIM AUTOR. (1962). Posición de dos Cristianos. *Diário de Notícias*. Coluna Nosso Comentário. 31 de ago. de 1962. p.2.

Lógicamente, los cristianos católicos que se colocan al lado de la reacción sistemática CONTRA las reformas de base, se alejan en términos de seguir fielmente la enseñanza del magisterio de la Iglesia en Brasil. No queremos juzgarlos por querer seguir su intención y querer acertar. Pero podemos, por la fuerza de la lógica, con la responsabilidad de los hermanos en la fe, en un clima de corrección fraterna, advertirlos sobre el GRAN ERROR que están incurriendo cuando nos califican de comunistas, cripto-comunistas, o de manipulados por los comunistas, nosotros, cristianos y católicos, no defendiendo, en general, cualquier interés individualista, decidimos militar en la línea de la Doctrina Social Cristiana y en las Directrices de la Pastoral Social tal como propuestas por la conferencia Nacional de los Obispos del Brasil³.

A pesar de no haber escrito un editorial enfático en el día del golpe, el periódico alerta para el inicio de un régimen autoritario de derecha, si no se implementasen las Reformas de Base.

El Brasil ya amadureció demasiado esperar más por el proceso de inauguración de las Reformas de Base. Cualquier retraso será fatal en términos de política socioeconómica, con consecuencias peligrosas para mantener el orden social en el campo. Si la fruta madura cae puede ser un señal de que está podrida. En términos claros, esta parábola quiere decir que la realidad nacional podría culminar en una tragedia de delante de la nueva orden totalitaria implantada⁴.

Con el inicio del golpe, el DN deja de circular para dos meses. En su última edición, antes de la interrupción de sus actividades, el periódico dijo que las fuerzas del orden denuncian que había un régimen “indisciplinado” encuan to gritaban en el nombre de la “disciplina”. Aunque no cita nombres, se ve claramente el alejamiento del periódico con el régimen autoritario implementado por los militares así como muestra su repulsa por la nueva forma de gobierno establecida.

La Historia da conturbada Patria ya empezó ayer con el registro entristecedor de violencia contra los derechos más básicos de la libertad y el orden. Se confirma la predicción del presidente Joao Goulart, se estableció un sistema de indisciplina y desorden en el país, en el nombre de “disciplina” y “orden”. (...) Parece que en los territorios ya delimitados por los triunfadores del golpe sufrirán las consecuencias de la falta de libertad, la prensa se verá limitada en su libertad; los líderes reformistas serán confiscados; los Centros Universitarios coaccionados al silencio; el Pueblo mantenido en “orden y la paz”, sin poder manifestarse como lo haría en un clima democrático⁵.

El director del periódico, Padre. Celso Ibson Sylos fue perseguido después que el DN paró de circular y fue acusado de “agitador cripto-comunista”. Así, en junio de 1964, el vehículo pasa a ser publicado bajo la dirección de Fr. Angélico Sandalo Bernardino y sus editoriales son claramente menos enfáticos contra los militares. En cierto modo, esta estrategia garantiza la continuidad y permanencia del periódico hasta el final del régimen militar. El DN permaneció con la Iglesia hasta 1978, cuando fue vendido a la Universidad de Ribeirão Preto (UNAERP). A partir de ahí, los registros del periódico no son constantes y así permanecieron hasta que fue encerrada su publicación a mediados de 1980, según algunos por falta de dinero.

3 SIM AUTOR. (1964). El panorama político brasileño y el Manifiesto de la Acción Católica. *Diário de Notícias*. Coluna Nosso Comentário. 26 de março de 1964. p.4.

4 SIM AUTOR. (1964). Deber de cada uno. *Diário de Notícias*. Coluna Nosso Comentário. 31 de março de 1964. p.2.

5 SIM AUTOR. (1964). Lucha por la Paz. *Diário de Notícias*. Coluna Nosso Comentário. 01 de abril de 1964. p.2.

Consideraciones finales

El recorte que presentamos en nuestra investigación abre posibilidades para futuras investigaciones y reinterpretaciones que se preocupen en vincular Historia, Periodismo, Sociedad y Religión en América Latina. El estudio del periódico *Diario de Noticias* colabora para escribir una página a más en la historia regional, que forma parte de la lógica de la Historia la Prensa. Por lo tanto, podemos ver la influencia de la prensa en los sectores sociales y cómo se daba este proceso en dimensiones sociales y de comunicación. Además, traemos a reflexión la relación entre la comunicación y la religión, ya que más que identificar la línea editorial del vehículo, también nos propusimos a entender el comportamiento de la institución religiosa que en él se manifestaba.

Vimos que el DN está situado dentro del contexto de América Latina, a través de su enfoque de la Doctrina Social Cristiana y de la Teología de la Liberación, su preocupación por las clases más bajas e incluso por su geografía. Por lo tanto, el periódico y su director, el P. Celso, postulando principios de la religión se volvieron hacia nuestro contexto latino-americano marcado por las desigualdades y por los problemas sociales, reflejo de nuestra construcción histórica.

Bibliografía

- Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Portugal.
- Boff, L. y Boff, C. (1985). *Como fazer Teologia da Libertação*. Petrópolis: Vozes.
- Carneiro Júnior, M. (2002). *Sociedade e política em Ribeirão Preto: estratégias de dominação (1960-1964)*. Dissertação (Mestrado em História). UNESP, Franca: Faculdade de História, Direito e Serviço Social de Franca.
- DECOS-CELAM. (1984). *Para uma Teologia da Comunicação na América Latina*. Petrópolis: Vozes.
- Melo, J. M. (2005). *Comunicação eclesial: Utopia e Realidade*. São Paulo: Paulinas.
- _____. Igreja e Comunicação. (1985). En Soares, I. O. y Puntel, J. T. *Comunicação, igreja e Estado na América Latina*. São Paulo: Paulinas.
- Marino, D. (1998). *Orquídeas para Lincoln Gordon: depoimentos sobre o golpe de 64*. Ribeirão Preto: Legis Summa.
- Sant'ana, A. M. (2010). *Imprensa, Educação e Sociedade no interior paulista: Ribeirão Preto (1948-1959)*. Dissertação (Mestrado em Educação Escolar) UNESP: Araraquara.
- Santos, B. S. (2011). Introducción: las epistemologías Del Sur. En: CIBOD (org). *Formas-Otras*. Saber, nombrar, narrar, hacer. Barcelona: CIDOB Ediciones.
- Silva, F. G. V. (2010). *A Igreja Católica e a Comunicação na Sociedade Midiatizada: Formação e Competência*. Dissertação (Mestrado em Comunicação)- Programa de Pós- Graduação em Comunicação, Faculdade Cásper Líbero: São Paulo.
- Puntel, J. T. (2012). *Inter Mirífica*. São Paulo, Paulinas.
- Santos, C. C. (2013). *Os meios de comunicação na Igreja Católica: um olhar sobre a pastoral da comunicação na paróquia Nossa Senhora das Candeias*. (Monografía). Universidade Federal da Bahia: Salvador.
- Soares, I. O. (1988). *Do Santo Ofício à Libertação: o discurso e a prática do Vaticano e da Igreja Católica no Brasil sobre a comunicação social*. São Paulo: Paulinas.
- Thompson, J. B. (1998). *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes.

Produção e difusão: a incidência do pensamento comunicacional latino-americano em referenciais teóricos

Universidade Federal do Amapá
UNIFAP

Paulo Vítor Giraldi Pires
pvgiraldi@hotmail.com

Resumen

En este estudio exploratorio identifica y evalúa las contribuciones de los grupos temáticos (GTs) la American Asociación de Investigadores de la Comunicación América (ALAIC) la consolidación y difusión de estudios científicos de Ciencias de la Comunicación. El objetivo es también de comprobar cuáles son los principales autores que están siendo los más mencionados en el marco teórico de la investigación en curso. El estudio se justifica ya que permite una evaluación de las referencias bibliográficas utilizadas en la investigación sobre la comunicación presentada en el GT ALAIC, considerada una de las asociaciones más importantes de los estudios de comunicación de difusión en América Latina. El corpus de análisis constituye los datos recogidos, basándose en las listas de referencias de artículos aceptados en grupos temáticos (GTs) y grupos de interés (SGS) y publicados en las Actas del Congreso ALAIC 2012. La investigación es apoyada por dos procedimientos teóricos -metodológicos: a) análisis documental b) el análisis cuantitativo.

Palabras clave:

La investigación en comunicación. América Latina. Grupos temáticos. ALAIC. pensamiento comunicacional.

Abstract

This exploratory study identifies and evaluates the contributions of the Thematic Groups (GTs) the Latin American Communication Researchers Association (ALAIC) the consolidation and dissemination of scientific studies of Communication Sciences. The aim is to also check what the main authors who are being most mentioned in theoretical framework of ongoing research. The study is justified as it allows an assessment of the bibliographic references used in research on communication presented in the GTs ALAIC, considered one of the most important associations of broadcast communication studies in Latin America. The analysis corpus constitutes the data collected, based on the reference lists of articles accepted in thematic groups (GTs) and Interest Groups (SGs) and published in the Proceedings of the Congress ALAIC 2012. The research is supported by two theoretical procedures -metodológicos: a) documentary analysis b) quantitative analysis.

Keywords:

Research in communication. Latin America. Thematic Groups. ALAIC. communicational thought.

Resumo

A presente pesquisa exploratória identifica e avalia as contribuições dos Grupos Temáticos (GTs) da Associação Latino Americana de Investigadores da Comunicação (ALAIC) na consolidação e difusão dos estudos científicos das Ciências da Comunicação. Busca-se, também, verificar quais os principais autores que estão sendo mais citados nos referenciais teóricos das pesquisas em andamento. O estudo se justifica por possibilitar uma avaliação do referencial bibliográfico utilizado nas pesquisas em comunicação apresentadas nos GTs da ALAIC, considerada uma das mais importantes associações difusoras dos estudos comunicacionais na América Latina. O *corpus* de análise constitui-se dos dados coletados, com base nas referências bibliográficas dos artigos aceitos nos Grupos temáticos (GTs) e Grupos de Interesse (GIs) e publicados nos Anais do Congresso da ALAIC 2012. A investigação é amparada em dois procedimentos teórico-metodológicos: a) análise documental e b) análise quantitativa.

Palavras-chave:

Pesquisa em comunicação. América Latina. Grupos Temáticos. ALAIC. Pensamento comunicacional.

Introdução

A Associação Latino Americana de Investigadores da Comunicação (ALAIC) completa 38 anos de criação em 2016. Ao longo de sua trajetória, vem fomentando a difusão e consolidação do pensamento latino-americano em comunicação. A presente investigação avalia as contribuições de autores latinos e de seus estudos na formulação dos referenciais teóricos dos estudos apresentados nos Grupos Temáticos (GTs) e Grupos de Interesse (GIs) do Congresso da ALAIC de 2012. A escolha desta edição para análise justifica-se por se tratar do Congresso que recebeu o maior número de trabalhos científicos, em comparação com os eventos anteriores e, também, com a edição 2014.

Desta forma, este trabalho descreve e analisa a influência de teóricos latino-americanos na construção do referencial teórico-bibliográfico de artigos apresentados nos congressos bianuais da ALAIC. No caso deste estudo, trata-se dos artigos aceitos e publicados nos Anais do Congresso da ALAIC de 2012. Por outro lado, considera uma oportunidade para verificar como tem ocorrido a difusão e consolidação do pensamento comunicacional latino-americano nos cursos de Pós-Graduação, como aportes teórico-metodológicos nos estudos desenvolvidos por mestrandos e doutorandos.

Sobre o pensamento comunicacional latino-americano, temos como fundamentação teórica os estudos desenvolvidos por autores como Marques de Melo (2000), Motta (2002), Kunsch (2009), Gobbi (2008, 2010), Hohlfeldt (2010), Cabalero (2013), Sodré (2013), que buscam compreender o cenário latino da pesquisa em comunicação e resgatar as contribuições dos cientistas paradigmáticos, representantes de quatro gerações: precursores, pioneiros, inovadores e renovadores, conforme classificação referenciada nos estudos de Gobbi (2010).

O *corpus* da pesquisa é constituído a partir dos Anais da ALAIC de 2012. O estudo desenvolvido é amparado em dois procedimentos metodológicos, sendo a análise documental e quantitativo-qualitativa. A primeira etapa da análise procede com o tabelamento das referências utilizadas pelos pesquisadores em seus artigos aceitos nos Grupos Temáticos (GTs) ou Grupos de Interesse (GIs) da ALAIC. Posteriormente, os autores citados nos artigos foram classificados com base no método quantitativo, respectivamente por tema de estudo dos GTs.

Esta pesquisa está organizada em três partes. Inicialmente, apresentamos uma breve trajetória dos Congressos da ALAIC e síntese das temáticas debatidas pelos pesquisadores.

Produzimos fichamento das informações coletadas nos Anais do Congresso da ALAIC de 2012, tabelamento das referências e análise de dados e, por fim, mapeamos os principais teóricos com maior incidência nos estudos dos GTs.

A análise procede com a coleta de dados, com base nas referências bibliográficas dos artigos aceitos nos Grupos de Trabalho. Desta forma, evidenciamos os principais autores latino-americanos citados nos estudos, a partir da observação do referencial teórico. A análise busca amparo em dois procedimentos metodológicos, sendo a análise documental (FOX, 2004; CHAUMIER, 1982), a partir das informações oriundas do fichamento dos artigos publicados nos Anais da ALAIC de 2012 nos GTs e GIs, sendo 19 Grupos de Trabalhos, com uma média de 700 textos publicados, sem considerar os casos de duplicidades ou artigos que não possuem referencial bibliográfico.

A partir dos dados coletados, procedemos com a análise quantitativa (FLICK, 2004), considerando, com base nos números, também, a relevância qualitativa, ou seja, o efeito/incidência das contribuições desses teóricos na difusão do pensamento comunicacional latino-americano.

Os autores identificados nas referências bibliográficas dos artigos foram classificados nos GTs e, posteriormente, com base na concatenação dos dados, foi possível mapear os dez principais autores de maior influência nos estudos de comunicação apresentados nos GTs da ALAIC.

Acreditamos que esse levantamento, ainda que quantitativo, oferece uma visão dos autores que estão norteando as pesquisas em comunicação na América Latina, a partir da formação de um importante instrumento de pesquisa bibliográfica e identificação dos autores latinos mais citados nas fundamentações teóricas das pesquisas em andamento. Por outro lado, inicia um debate oportuno acerca de uma possível escassez, repetições de teorias ou a falta delas e direcionamento do referencial teórico na América Latina no que tange aos estudos comunicacionais. É meta deste estudo, identificar, também, as contribuições da ALAIC na consolidação do campo da comunicação e na formação acadêmica dos novos pesquisadores.

Como conclusões iniciais do estudo, apresentamos panorama dos principais teóricos latino-americanos que estão referenciando os estudos de comunicação dos Grupos de Trabalho (GTs) da ALAIC e, ao mesmo tempo, contribuindo para a difusão e consolidação do pensamento comunicacional latino-americano. Contudo, busca-se oferecer indicativos e informações que, futuramente contribuirão para possível construção de um mapeamento dos diferentes aportes teórico-metodológicos que estão caracterizando a identidade dos estudos em comunicação na América Latina.

Breve trajetória da ALAIC

A ALAIC tem se estruturado como uma importante Associação de Comunicação Latino-americana. Com mais de três décadas de existência, sua concepção teve influência de muitos pesquisadores brasileiros. As primeiras reuniões da Associação foram realizadas no ano de 1978, em Caracas, na Venezuela. Contou com a atuação de dezenas de pesquisadores que foram peças importantes para a estruturação da ALAIC, como o brasileiro Luiz Gonzaga Figueiredo Motta e o boliviano Luís Ramiro Beltrán. Os primeiros anos de atuação da entidade foram marcados por momentos difíceis e de crise, influenciada por um cenário político e social conturbado na América Latina (AL).

Gobbi (2008, p.64), ao analisar os 30 anos da ALAIC, descreve a entidade como detentora de um potencial “capaz de congregar pesquisadores; permitir uma comunicação plural e representatividade na América Latina; apoiar, incrementar, promover melhorias e difundir as pesquisas na área da comunicação na região”.

As características descritas pela autora vêm confirmar a trajetória científica de mais de três décadas percorridas pela ALAIC. Os Congressos da ALAIC também são bianuais. A primeira edição do evento foi realizada em 1992, no Brasil, em Embu-Guaçu (SP), com participação de cerca de 100 pesquisadores. Outros países latinos receberam o Congresso como o México (1994 e 2008), Venezuela (1996), Brasil (1998 e 2006), Chile (2000), Bolívia (2002), Argentina (2004), Colômbia (2010), Uruguai (2012) e Peru (2014).

Desta forma, os eventos científicos organizados pela ALAIC, assim como o próprio Congresso Mundial, têm representado um papel importante na produção e difusão do pensamento comunicacional latino-americano. E, como observa Motta (2011), a ALAIC está no caminho certo, mas precisa avançar para ser uma entidade internacional. Para o autor, a Associação deve se “institucionalizar ainda mais com uma presença maior pelo menos nas grandes unidades de ensino da comunicação na América Latina”. (MOTA, 2011, p. 113).

Congresso de 2012

O 11º Congresso da ALAIC ocorreu de 09 a 11 de maio de 2012, na Universidade Católica do Uruguai, em Montevideu. As conferências, atividades, mesas, GTs e Workshops foram motivados a partir da reflexão do tema principal “A pesquisa em comunicação na América Latina: interdisciplinaridade, o pensamento crítico e o compromisso social”. O evento foi considerado um dos maiores entre as edições já realizadas e contou com a presença de muitos estudantes, teóricos e pesquisadores estrangeiros da comunicação, entre eles, Jesús Martín-Barbero (Colômbia), Juan Diaz Bordenave (Paraguai), Rossana Reguillo (México), José Marques de Melo (Brasil), Valério Brittos (Brasil), Aníbal Quijano (Peru), Divina Frau Meigs (França) e Francisco Sierra (Espanha).

Três eixos nortearam o debate científico neste Congresso, foram eles: 1) Pesquisa em comunicação na América Latina: diálogos e compromissos com a sociedade, 2) A construção do campo da comunicação: ciências sociais, tecnologias e diálogos transdisciplinares e 3) Comunicação e o pensamento crítico latino-americano e descolonialidade intercultural.

De acordo com informações no site¹ do evento, eram esperados, aproximadamente, 500 participantes, dentre alunos de mestrado, doutorado e docentes dos cursos de pós-graduação. Porém, a organização divulgou que o número de pesquisadores chegou a 1200, vindos de diversos países latinos, como o México, Paraguai, Argentina e Brasil, como também estudantes do próprio Uruguai. O Brasil representou um total de 367 dos trabalhos inscritos no Congresso, seguido da Argentina com 142, e o México com 58.

Panorama das publicações nos GTs

Fazendo comparativo entre as duas últimas edições do Congresso da ALAIC, constatamos que houve crescimento significativo no número de participantes e trabalhos (artigos científicos) enviados. Em 2010, foram 371 trabalhos aceitos nos GTs, de pesquisadores oriundos de 11 países: Equador, Venezuela, México, Brasil, Colômbia, Peru, Chile, Espanha, Argentina, Uruguai e Cuba. Dois anos depois, o Congresso realizado em Montevideu recebeu um total de mais de 700 trabalhos. Ou seja, os números de trabalhos aceitos foram quase o dobro da edição anterior, tendo em vista que, até a realização do presente estudo, o Congresso de 2014, não havia sido realizado. Isso mostra a ascensão da própria ALAIC, que vem se consolidando como uma importante Associação de fomento e difusão da pesquisa em comunicação na América Latina.

Em 2010, havia 22 GTs com diferentes temáticas. Já em 2012, esse número foi reduzido para 19, tendo início três novos Grupos de Interesse (GIs), que são grupos em fase de avaliação pela ALAIC, com possibilidade de se tornarem um Grupo Temático. Nesta penúltima edição de 2012, participaram pesquisadores de 18 países.

Os trabalhos inscritos no Congresso tiveram aceite² em um dos GTs, de acordo com a opção do pesquisador no momento do envio. Esses grupos são organizados por temas gerais da pesquisa em comunicação como, por exemplo, “Jornalismo”, “Políticas de Comunicação”, “Co-

1 <http://www.ALAIC2012.comunicacion.edu.uy/>

2 Termo utilizado nos eventos científicos que expressa “aprovação” do artigo enviado pelo autor da pesquisa ao Grupo Temático escolhido para apresentar o trabalho.

municaco Organizacional”, “Mídias e Tecnologias”, entre outros, que esto diretamente ligados com linhas de pesquisa/áreas de estudo dos Programas de Pós-Graduao em Comunicao de Mestrado e Doutorado. A seguir, os atuais GTs da ALAIC, organizados por ordem numérica.

Na primeira etapa desta pesquisa, baixamos os artigos (*download*) disponíveis online nos GTs e GIs, sendo total de 736. Posteriormente, contabilizamos os trabalhos nos respectivos grupos em que foram aceitos. Os números no quadro representam os artigos publicados nos Anais no formato PDF e que foram apresentados pelos pesquisadores nos GTs, no dia definido pela coordenao dos Grupos de Trabalho.

	<i>Grupos Temáticos</i>	<i>1º dia</i>	<i>2º dia</i>	<i>3º dia</i>
GT 1	Comunicación Intercultural y Folkcomunicación	14	14	14
GT 2	Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas	8	8	8
GT 3	Comunicación Política y Medios	15	18	0
GT 4	Comunicación y Educación	9	9	7
GT 5	Comunicación y Salud	19	17	9
GT 6	Economía Política de las Comunicaciones	12	9	7
GT 7	Estudios de Recepción	17	16	17
GT 8	Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía	10	9	10
GT 9	Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación	5	16	15
GT 10	Comunicación, Tecnología y Desarrollo	5	15	17
GT 11	Comunicación y Estudios Socioculturales	23	19	19
GT 12	Comunicación y Cambio Social	13	11	10
GT 13	Comunicación Publicitaria	9	9	8
GT 14	Discurso y Comunicación	17	18	16
GT 15	Comunicación y Ciudad	11	10	9
GT 16	Estudios sobre Periodismo	21	18	15
GI 1	Comunicación Digital, Redes y Procesos	17	18	17
GI 2	Historia de la Comunicación	24	10	17
GI 3	Ética, Libertad de Expresión y Derecho a la Comunicación	10	9	9
	Total	259	253	224

Quadro 1. Trabalhos apresentados nos GTs – Diviso por dia
Fonte: ALAIC 2012, dados adaptados pelo autor.

Os dados do quadro no apenas indicam a quantidade de trabalhos apresentados nos GTs do Congresso da ALAIC, como também, representam a diversidade de estudos em comunicao que vêm sendo produzidos na América Latina (AL). Seria oportuno descrever os temas abordados nos estudos e a profundidade dos assuntos investigados pelos pesquisadores. Porém, essa abordagem renderia outro estudo de mapeamento dos temas e objetos de comunicao que esto sendo estudados na AL.

Cerca de 245 trabalhos foram apresentados durante os três dias dedicados aos GTs e GIs. Esses grupos so coordenados por docentes pesquisadores de diferentes universidades. So eles que recebem os artigos para avaliao e, depois da deciso dos avaliadores, comunicam aos pesquisadores do “aceite” ou “no aceite” do trabalho para apresentao no Congresso.

Para os estudantes, pesquisadores da área e docentes, a participao nos seminários, congressos e encontros científicos so oportunidades para intercmbio de suas pesquisas, aquisio de novos conhecimentos e contato com outros pesquisadores. Também, o aceite do artigo e posterior insero nos Anais do evento, pontua como publicao no Currículo Lattes, uma exigncia para quem trilha a carreira acadêmica.

No próximo quadro, apresentamos o total de artigos em cada GT e GI, publicados nos Anais³ do ALAIC de 2012. Classificamos os números por ordem decrescente para identificar quais GTs receberam a maior quantidade de trabalhos. Lembrando, a escolha de qual GT submeter o artigo é feita pelo próprio pesquisador. Ele envia seu trabalho para avaliação em um dos grupos disponíveis no evento no momento da inscrição, tendo em vista a linha de pesquisa em que atua e a proximidade de seu objeto de estudo com a ementa do Grupo Temático.

	<i>Grupos Temáticos</i>	
GT 11	Comunicación y Estudios Socioculturales	61
GT 16	Estudios sobre Periodismo	54
GI 1	Comunicación Digital, Redes y Procesos	52
GT 14	Discurso y Comunicación	51
GI 2	Historia de la Comunicación	51
GT 7	Estudios de Recepción	50
GT 5	Comunicación y Salud	45
GT 1	Comunicación Intercultural y Folkcomunicación	42
GT 10	Comunicación, Tecnología y Desarrollo	37
GT 9	Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación	36
GT 12	Comunicación y Cambio Social	34
GT 3	Comunicación Política y Medios	33
GT 15	Comunicación y Ciudad	30
GT 8	Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía	29
GT 6	Economía Política de las Comunicaciones	28
GI 3	Ética, Libertad de Expresión y Derecho a la Comunicación	28
GT 13	Comunicación Publicitaria	26
GT 4	Comunicación y Educación	25
GT 2	Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas	24
	Total	736

Quadro 2. Total de artigos aceitos nos GTs – Publicados nos Anais
Fonte: ALAIC 2012, dados adaptados pelo autor.

Após a quantificação, verificamos que o GT 11 - *Comunicación y Estudios Socioculturales* recebeu o maior número de inscritos, com 61 trabalhos. Na sequência, está o GT 16 - *Estudios sobre Periodismo* com 54 trabalhos e, o GI 3 - *Comunicación Digital, Redes y Procesos*, com total de 52. Esses são os três GTs com participação mais expressiva, com média de 50 trabalhos.

Marco Teórico Latino-americano

Após verificação da dinâmica dos Grupos de Trabalhos da ALAIC, com base na participação dos pesquisadores e aceites de artigos nos GTs, também identificamos quais os autores mais citados nos referenciais bibliográficos dos artigos publicados nos Anais do Congresso de 2012. Desta forma, essa observação, ainda que quantitativa, torna possível uma compreensão inicial do caminho teórico-metodológico e do marco teórico que as pesquisas em comunicação na América Latina vêm assumindo.

Segundo Bolaño (2009), trata-se de um momento crucial no qual a ALAIC tem buscado como outras instituições estar presente no debate acadêmico em nível global, na tentativa de mostrar o potencial dos estudos latinos de comunicação e, também, dialogar com o mundo científico a partir de suas próprias teorias.

³ Disponível em <http://ALAIC2012.comunicacion.edu.uy/ponencias>, Acesso em 20 de junho de 2014.

Construir nossa unidade na diversidade é o que espera do pensamento social latino-americano, e em particular do pensamento comunicacional. Assim poderemos enfrentar a verdadeira batalha epistemológica. Isso passa por produzir conhecimento em língua espanhola e portuguesa e em traduzir estrategicamente o que nos interessa para enfrentar o debate internacional em língua inglesa (BOLANÑO, 2009, p. 130)

O professor Bolaño tem razão sobre a diversidade de estudos de comunicação produzidos na América Latina e da necessidade de teorias próprias que constituam um novo marco teórico que norteie as pesquisas, a partir da consolidação estratégica do pensamento comunicacional latino-americano.

Porém, o que se percebe, é a pouca oferta de teorias latinas para os estudos de comunicação, ou talvez, a ambição de reconhecer aos mesmos autores como fundamentais, sem considerar outros protagonistas que estão ocultos, podendo oferecer contribuições igualmente importantes e relevantes para o pensamento comunicacional.

Tanto é verdade, que os próprios Programas de Pós Graduação de Comunicação acabam por utilizar quase as mesmas referências nos processos seletivos como no direcionamento das pesquisas dos mestrados e doutorandos. Na compreensão de Bolaño (2009), trata-se de motivar e fomentar uma nova atitude da pesquisa em comunicação na América Latina, “buscando dar nossa quota de contribuição na reconstrução do pensamento crítico latino-americano”. (BOLANÑO, 2009, p. 130).

Com base no tabelamento de mais de 11.400 referências (bibliográficas, revistas científicas, textos online, arquivos digitais) utilizadas pelos autores para produção dos artigos apresentados nos GTs da ALAIC em 2012, produzimos comparativo e concatenação dos dados em planilhas do Excel, para identificar os autores mais citados nos trabalhos, organizados inicialmente por GT.

	<i>Autores</i>	<i>País/Origem</i>
GT 1	José Marques de Melo e Luiz Beltrão	Brasil
GT 2	Edgar Morin	França
GT 3	Manuel Castells	Espanha
GT 4	Jesús Martín-Barbero	Espanha
GT 5	Michel Foucault	França
GT 6	Martin Becerra	Argentina
GT 7	Jesús Martín-Barbero	Espanha
GT 8	Jesús Martín-Barbero	Espanha
GT 9	Pierre Bourdieu	França
GT 10	Jesús Martín-Barbero	Espanha
GT 11 **	Zygmunt Bauman (e outros)	Polônia
GT 12	Alfonso Gumucio-Dragon	Bolívia
GT 13	não houve autor mais citado	*
GT 14	Jesús Martín-Barbero	Espanha
GT 15	Alejandra Vargas Garcia	México
GT 16	Eliseo Verón e José Marques de Melo	Argentina / Brasil
GI 1	Manuel Castells	Espanha
GI 2	Marialva Barbosa e Orlando Betancor	Brasil / Espanha
GI 3	Venício A. de Lima	Brasil

Quadro 3. Autores mais citados nas Referências Bibliográficas nos GTs

Fonte: ALAIC 2012, adaptado pelo autor.

Para identificar os autores mais citados no referencial teórico dos artigos, utilizamos o valor mínimo de seis citações e máximo de 26, com base na contabilização, em planilha, das referências coletadas. Primeiramente, identificamos os três autores com maior incidência nas pesquisas. Posteriormente, selecionamos um autor que foi citado o maior número de vezes, para uma classificação dos teóricos mais referenciados nos GTs, que será apresentada a seguir.

No quadro acima, levamos em consideração o país de origem do autor e não propriamente o local onde atua/atuou como pesquisador. Sendo assim, a Espanha e o Brasil são os países, em destaque, na representação de autores/teóricos da comunicação. Entre os pesquisadores, estão as contribuições dos cientistas paradigmáticos como **Luiz Beltrão** (precursores), **José Marques de Melo**, **Jesús Martín-Barbero** e **Eliseo Verón** (inovadores) e **Venício A. de Lima**, **Marialva Barbosa**, **Orlando Betancor** (renovadores). Para essa organização das gerações de pesquisadores, utilizamos a classificação de Gobbi (2010) sobre os autores que representam o pensamento comunicacional latino-americano.

É oportuno dizer da diversidade de teóricos utilizados nos trabalhos do **GT 11 - *Comunicación y Estudios Socioculturale*, sendo mínima a diferença entre a média de autores. Constatamos que o grupo vem balizando seus estudos a partir das reflexões de autores como **Jean Baudrillard** (França), **Zygmunt Bauman** (Polônia), **Pierre Bourdieu** (França), **Stuart Hall** (Reino Unido), **Néstor García Canclini** (Argentina), **Manuel Castells** (Espanha), **Jesús Martín-Barbero** (Espanha) e **James Curran** (Austrália). Sendo assim, não foi possível apontar apenas um teórico de destaque, como nos demais GTs.

Gerações de Pesquisadores – Os “produtores”

Como define Gobbi (2010), são quatro as gerações de autores do pensamento comunicacional latino-americano. Aqui, ousamos dizer que esses pesquisadores são, também, uma geração de “produtores”, a partir do compromisso em produzir e expandir conhecimento comunicacional de reconhecimento nacional e/ou internacional, além da seriedade e produtividade dos trabalhos desenvolvidos.

Com base na classificação abaixo, apresentamos os cientistas da comunicação mais citados nos artigos dos Anais da ALAIC de 2012. Em primeira etapa da análise, selecionamos 116 nomes que aparecem no mínimo duas vezes e no máximo 76. Para obtermos um dado mais preciso, optamos pela métrica de valoração acima de nove citações do mesmo autor. Então, constatamos 26 nomes, organizados por ordem alfabética, que representam o grupo de autores mais citados nos trabalhos apresentados no ALAIC em 2012.

Autores	
1.	Affonso Dragon-Gumucio
2.	Alejandra Vargas Garcia
3.	Denise Cogo
4.	Edgar Morin
5.	Efendy Maldonado
6.	Eliseo Verón
7.	Henry Jenkins
8.	Inesita Soares de Araújo
9.	Jean Baudrillard
10.	José Marques de Melo
11.	Jürgen Habermas
12.	Luiz Beltrão

13. Manuel Castells
14. Martín-Barbero
15. Michel Foucault
16. Natália Ramos
17. Néstor Garcia Canclini
18. Patrick Charaudeau
19. Paul Ricoeur
20. Paulo Freire
21. Pierre Bourdieu
22. Raúl Fuentes Navarro
23. Stuart Hall
24. Venício Lima
25. Vicent Mosco
26. Zigmunt Bauman

Quadro 4. Autores mais citados nas Referências Bibliográficas da ALAIC
Fonte: ALAIC 2012, adaptado pelo autor.

Nesta primeira classificação, constam autores de diferentes nacionalidades, incluindo os pensadores latino-americanos. Verificamos que autores como o americano **Henry Jenkins** e os europeus, **Jürgen Habermas**, **Jean Baudrillard**, **Michel Foucault**, **Stuart Hall**, **Zigmunt Bauman**, **Pierre Bourdieu**, continuam prevalecendo em grande parte dos estudos analisados. Suas teorias e reflexões são citadas com frequência nas pesquisas.

Por um lado, esse fato pode representar a convergência e tendência dos atuais estudos em comunicação. Por outro, expressa também a escassez de novas teorias para o campo comunicacional. Não tiramos o mérito desses ícones das Ciências da Comunicação, contudo, se faz necessário o despertar de cientistas da comunicação, que tragam novos olhares para as investigações e demandas da pesquisa. A seguir, os dez autores mais citados nos estudos:

1. Martín-Barbero	Espanha
2. Manuel Castells	Espanha
3. José Marques de Melo	Brasil
4. Luiz Beltrão	Brasil
5. Eliseo Verón	Argentina
6. Inesita Soares de Araújo	Brasil
7. Néstor Garcia Canclini	Argentina
8. Alejandra Vargas Garcia	México
9. Affonso Dragon-Gumucio	Bolívia
10. Efendy Maldonado	Equador

Quadro 5. Os dez autores mais referenciados no ALAIC 2012
Fonte: ALAIC 2012, adaptado pelo autor.

Essa mudança tão esperada no cenário da pesquisa em comunicação na América Latina, com novos aportes teórico-metodológicos, conta com o empreendedorismo e ousadia de pesquisadores, cujos nomes apresentamos acima. Eles fazem parte das gerações de pioneiros, inovadores e renovadores do pensamento comunicacional latino-americano. Não são os dez autores mais citados, apenas nos artigos dos Congressos da ALAIC, mas nos principais eventos científicos de comunicação da América Latina. Teóricos, pensadores e estudiosos

que deveriam, também, ser referenciados em pesquisas de outros continentes, mas que, infelizmente, o domínio e exclusividade científica, prevalecem. Que a nova geração, que poderíamos chamá-la de “produtores”, ou seja, aqueles que irão produzir novas teorias para a comunicação, assim como as gerações anteriores, possa desbravar novos caminhos para as Ciências da Comunicação, com a proposta de levar ao mundo o potencial de pesquisa, a criatividade e diversidade, e muitas possibilidades que possui a América Latina.

Considerações finais

Esse estudo, em sua fase inicial, poderia render outras discussões em torno da produção e difusão do pensamento comunicacional na América Latina. Contudo, essas reflexões serão apresentadas em novas oportunidades. Nesta análise exploratória, buscamos evidenciar o panorama teórico-metodológico atual dos estudos em desenvolvimento nos GTs e GIs da ALAIC de 2012.

Nesta primeira observação, percebe-se a diversidade de participantes de diferentes idiomas, de temas e objetos de estudos, além do intercâmbio cultural e de conhecimento possibilitados pelos Congressos bianuais da ALAIC. Isso vem reforçar a missão da Associação em fomentar, difundir e consolidar a pesquisa em comunicação pelo mundo, abrindo novos aportes teóricos para o campo comunicacional e rompendo com barreiras ideológicas que minimizavam o potencial da América Latina no cenário científico. O crescimento do número de artigos enviados aos Congressos da ALAIC no período estudado revela a ampliação e a consolidação da entidade, que vem conquistando a confiança dos pesquisadores e assumindo grau de credibilidade, resultado de 38 anos de história.

Mesmo que, ainda, haja a prevalência de autores europeus e dos EUA nos referenciais teóricos das pesquisas, também constatamos um fato de grande importância, que se trata da ascensão e inserção do pensamento comunicacional latino-americano nos estudos apresentados nos Grupos de Trabalhos da ALAIC.

Os resultados parciais apontam para a necessidade de uma maior difusão das teorias latinas de comunicação nos Programas de Pós-Graduação responsáveis pela formação desta geração de pesquisadores (produtores) que, ainda, desconhece esse potencial teórico tão familiar. O intercâmbio das pesquisas produzidas na América Latina pode contribuir para que haja maior valorização das produções regionais e institucionalização da ALAIC nas unidades de ensino da comunicação.

Que esse estudo possa contribuir para que a comunidade acadêmica reconheça os autores latino-americanos que estão referenciando as pesquisas em comunicação na América Latina. Desejamos que seja o início de um debate necessário e urgente acerca do marco teórico e metodológico, no que tange a consolidação e especificidade da produção e difusão da pesquisa latino-americana em comunicação, não só entre os países latinos como também em todos os países do mundo.

Referências

- Anais do XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación.**(2012). Montevideo: ALAIC. Disponível em: <http://ALAIC2012.comunicacion.edu.uy/ponencias>
Acesso em: 16 de maio de 2014.
- BOLAÑO, César. R. S. Pensamento crítico em comunicação na América Latina e o papel da ALAIC em nível mundial. Revista ALAIC. Disponível em: <www.ALAIC.net/portal/revista/r8-9/art_05.pdf> Acesso em: 12 de junho de 2014.
- CABALLERO, Francisco Sierra. (2013). **Ciudadanía, tecnología y cultura**. Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital. 1ª Ed. Barcelona: Gedisa.
- FLICK, Uwe. (2004). **Uma introdução à pesquisa quantitativa**. Porto Alegre: Bookman.

- GOBBI, Maria, C. (2008). **A batalha pela hegemonia comunicacional na América Latina: 30 anos da ALAIC**. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco/Metodista.
- GOBBI, Maria, C. (2010). **Teoria da Comunicação: Antologia de Pensadores Brasileiros**. São Paulo: Intercom.
- HOHLFELDT, A., MARTINO, L.C., FRANÇA, Vera. (2010). **Teorias da Comunicação – Conceitos, Escolas e Tendências**. São Paulo, Vozes.
- MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina (Orgs.). (2000). **Gênese do pensamento comunicacional latino-americano: o protagonismo das instituições pioneiras – Ciespal, Icinform, Ininco**. São Bernardo do Campo: Umesp.
- MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina (Orgs.). (2004). **Pensamento Comunicacional latino-americano: da pesquisa – denúncia ao pragmatismo utópico**. São Bernardo do Campo: UESP: Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional.
- MATTELART, Armand. e M. (2002). **Histórias das Teorias da Comunicação**. 5. ed. São Paulo: Ed. Loyola.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. (1987). Brasil: alternativa popular, comunicação e movimentos sociais. *In: GRIMBERG, Máximo Simpson (org.) Comunicação alternativa na América Latina*. Petrópolis, Vozes.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. (2011). **Uma trajetória no campo da comunicação latino-americana e suas instituições**. *In: Revista ALAIC*. (págs. 103 a 113). Entrevista concedida a Fernando de Oliveira Paulino. São Paulo. Disponível em: <http://www.ALAIC.net/revistaALAIC/index.php/ALAIC/article/viewFile/103/101>

Biografia

Prof^o. Esp. Me. Paulo Vitor Giraldi Pires é Jornalista e docente permanente da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP) - colegiado de Jornalismo. Mestre [2013] em Comunicação Midiática - Universidade Estadual Paulista - UNESP, bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Especialista [2012] em Linguística e Educação - Universidade Cidade de São Paulo - UNICID, com habilitação em Magistério [2005]. Graduação: Bacharel em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo - Universidade do Sagrado Coração [2010] (Bauru - São Paulo). Doutorando em Comunicação na UnB/PPGCOM (Universidade de Brasília) [início 2013]. Na UNIFAP coordena os Projetos de Extensão “Repórter Universitário” e “Rádio Escola”. Atuou como professor na Universidade Estácio de Sá - Brasília - Departamento de Comunicação: Graduação em Jornalismo, Publicidade, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Marketing e Mídias Digitais [2014-2016]. Professor-orientador de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), membro do Núcleo Docente Estruturante [2015]. Assessor de Imprensa da Comissão Nacional da Pastoral Familiar (CNPf) e jornalista da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) - [2013-2016]. Área de atuação: Jornalismo e Mercado, Trabalho do Jornalista, Telejornalismo, Radiojornalismo, Editoração Eletrônica, Teorias da Comunicação, Mídia e Religiões, Comunicação Midiática e Processos Culturais. Integra os Grupos de Pesquisa sobre o Pensamento Comunicacional Latino-Americano e Comunicação Digital, Interfaces Culturais na América Latina (CNPq) e o Grupo Eclesiocom de Estudos em Comunicação e Religião (Cátedra UNESCO). Contato: paulogiraldi2@gmail.com

A crise de 1954 nas fotografias de *Última Hora*

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Silvana Louzada
silvanalouzada@gmail.com

Resumen

El artículo trata de innovaciones en el uso de la fotografía en el diario *Ultima Hora*, primer en Brasil a publicar fotos coloridas y mencionar la autoría de las fotos. Fue un diario popular donde deportes, crímenes y tragedias sensacionales y política garantizaban su éxito. Inicialmente, no hacía uso innovador de la fotografía en noticias acerca de la política. Desde la crisis de 1954, que llevó al presidente Getúlio Vargas al suicidio, empezó a dar más dinamismo a las noticias de Política.

Palabras clave:

Fotoperiodismo; fotografía; presidente Getúlio Vargas; crisis política brasileña de 1954

Abstract

The paper deals with innovations in the use of photography at *Última Hora* newspaper, Brazil's first dairy to publish colour photos and to mention the author of the pictures. It was a popular newspaper, where sports, crime and sensational tragedies and politics formed the tripod that ensured its success. Initially innovative use of photography did not occurred Politics news. From the 1954 crisis, which led President Getúlio Vargas to suicide, *Última Hora* started added dynamism Political news.

Keywords:

Photojournalism; photography; Brazil's president Getúlio Vargas; Brazil's political crises in 1954

Resumo

O artigo trata das inovações no uso da fotografia no jornal *Última Hora*, o primeiro jornal diário brasileiro a publicar fotos coloridas e dar crédito para o fotógrafo. Foi um jornal popular de qualidade, onde esportes, crimes e tragédias sensacionais e política formavam o tripé que garantiam seu sucesso. Inicialmente a utilização inovadora da fotografia ocorria apenas nas duas primeiras editorias, enquanto em Política era publicada da forma tradicional, geralmente apenas retratos. A partir da crise de 1954, que levou o presidente trabalhista Getúlio Vargas ao suicídio, *Última Hora* passou a dar mais dinamismo à Editoria de Política.

Palavras-chave:

Última Hora, fotojornalismo, fotografia, suicídio de Getúlio Vargas.

Introdução

Última Hora surgiu em 1951 com intuito de apoiar o recém eleito presidente Getúlio Vargas que, em seu segundo governo, contava com grande apoio popular¹ e forte oposição das elites, representadas pela imprensa tradicional que buscava minar o governo através de um cerco de silêncio. Para furar esse bloqueio Vargas incumbiu o já famoso jornalista Samuel Wainer de criar um periódico.

Era um jornal político que usaria de estratégias diversas para conquistar o público, como uma diagramação diferenciada, a exploração da charge e do folhetim, estratégias empresariais inovadoras e uma utilização inédita da fotografia, especialmente nos esportes e crimes e tragédias sensacionais. A fotografia foi, desde o início, um dos carros-chefes do projeto do jornal e um dos principais ingredientes de seu sucesso. A Editoria de Esportes e a de Cidade, além de terem grande parte de suas matérias fartamente apoiadas na fotografia, contavam com uma edição semanal exclusiva, a Última Hora *Esportivo Policial*, onde o volume de fotografias era muito superior ao de texto. No início, entretanto, da mesma forma que nos demais jornais, a fotografia não tinha um papel relevante na Editoria de Política.

As convenções que regem o retrato como gênero pictórico mudam muito lentamente. Ao colocar-se em pose, o sujeito se prepara para assumir uma máscara social que obedece a códigos de composição determinados aos quais se agregam a vestimenta e a ornamentação. Tais códigos variam de acordo com o pertencimento do retratado e convenções estéticas. No limiar da década de 1950, os retratos de políticos publicados nos jornais seguiam os códigos da fotografia de documentação, evitando a ornamentação e informações excessivas. Seguiam uma estética fotográfica tradicional de representação da figura, deslocando o foco do tema do evento político para a pessoa do político, corroborando uma cultura política que se apoiava no culto da personalidade e na separação entre a esfera política e a dinâmica social.

Entretanto, na crise política de agosto de 1954, a experiência com a linguagem fotojornalística que o jornal acumulara em outros assuntos seria utilizada e amplamente explorada também em Política.

Descrição

Na madrugada de 5 de agosto de 1954, a dois meses das eleições legislativas federais e estaduais, o jornalista Carlos Lacerda, dono do jornal Tribuna da Imprensa e feroz opositor de Vargas, sofreu um atentado e seu segurança, o major Rubens Vaz, morreu baleado. O “Crime da Rua Tonelero”, como ficou conhecido, detonou uma crise sem precedentes na República, cujo palco preferencial foram os jornais.

Lacerda potencializou o acontecimento. No próprio dia 5 a Tribuna da Imprensa afirmava em letras garrafais que “A Nação exige os nomes dos assassinos” e, logo abaixo falava em “Elementos da guarda pessoal de Vargas”, informação obtida a partir de um telefonema anônimo dado para a redação do jornal.

¹ Vargas teve 48,7% contra 29,7% do segundo colocado Eduardo Gomes.



Tribuna da Imprensa 5/8/1954

A Tribuna da Imprensa foi seguida pela maioria da imprensa. O Jornal do Brasil noticiou o crime em 6 de agosto, dia do enterro do Major Vaz, qualificando de “Inominável atentado contra o jornalista Carlos Lacerda”. No mesmo dia o Diário Carioca, jornal eminentemente político, dedicou toda a primeira página ao crime e anunciava que “Chorou a cidade; indignados os militares” e “Povo chora, ajoelha e grita na rua”, além de classificar “Lacerda como herói”. O conservador Correio da Manhã, na capa da edição de 10 de agosto trazia o retrato do acusado pelo crime, com a legenda: “O CRIMINOSO. Climério Eurides de Almeida, guarda pessoal do presidente da República” e a manchete principal: “Sugerida na Câmara a renúncia do presidente da República”.

Última Hora

Última Hora não entrou no clima de caça às bruxas, mas também não assumiu uma postura omissa, publicando na primeira página da edição de 7 de agosto, uma fotografia de Lacerda prestando depoimento à polícia. A foto de Lacerda em seu sofá se somava às imagens que vinham sendo publicadas pela imprensa, sempre com destaque para o pé baleado engessado, a bengala e o sofá.

Wainer (1984) afirma que mesmo tendo plena ciência dos componentes políticos do atentado, procurou dar um enfoque policial à cobertura. No dia seguinte, o jornal destacou uma equipe para o sítio onde Climério teria ficado escondido em Belford Roxo, na Baixada Fluminense.

A narrativa do atentado político ia se desenrolando como um crime comum, o foco desviado do Palácio do Catete para a distante Baixada Fluminense. O sítio onde Climério teria dormido aparecia como se fosse a própria cena do crime, que na verdade ocorrera bem longe dali. Para reforçar a narrativa policialesca, ao lado de imagens do sítio estava o retrato de Climério. A publicação reiterada dessa foto também servia para fixar na mente do leitor um rosto que se distanciava dos personagens palacianos e do turbilhão político que o país atravessava.



Última Hora, 7/8/1954 e 10/8/ 1954 – primeiras páginas

A edição de 11 de agosto noticiava a missa de sétimo dia do major, que acontecera pela manhã. São apenas três fotos, de militares, dos parentes e da multidão. A pequena chamada no topo da página informa que “O comércio cerrou as portas à hora da missa” e anuncia o “povo, governo e forças armadas orando pela alma do Major Rubens Vaz”. A manchete principal é relacionada ao aumento dos servidores.

Separada da cobertura da missa, a perseguição folhetinesca ao assassino e seu cúmplice continuava com foto da mãe do “perigoso facínora”, além de uma foto do suposto cúmplice. Os retratos tirados dos álbuns de família, comuns nas matérias de crimes sensacionais desde o início do século, são mais um artifício que o jornal utiliza para não tratar o crime como político, mostrando ao leitor aspectos que apontam para outro pertencimento do criminoso, desviado das intrigas palacianas e conduzido para o seio da família.

Por ser um jornal vespertino, essa edição não retratou o que aconteceu naquela tarde. A edição que noticiaria os acontecimentos relacionados com a missa de sétimo dia do militar saiu no dia 12 de agosto e mostrava virulentas manifestações nas ruas do Rio de Janeiro.

O jornal publicou cinco fotos dos tumultos ladeados por cinco retratos de militares, ministros e altas patentes, apontados como os “fiadores da ordem e da constituição”, que anunciam a “Reação contra a ditadura da desordem”.

Última Hora, embora favorável ao governo, não se furtava a fazer denúncias e a se colocar ao lado da população menos favorecida. Matérias sobre a falta de água em Niterói (28/9/1953) ou sobre as condições de moradia e o alto preço da energia elétrica nas favelas (4/1/1954) faziam jus ao lema que estampava, desde o primeiro número, ao lado do logotipo: “Um jornal vibrante. Uma arma do povo”. Mas dessa vez o jornal não assumiu a defesa dos populares, pelo contrário, procurou identificá-los como um “grupo de agitadores” que causou “estarcimento” no povo carioca ao provocar “arruaças”. Para o jornal, esses manifestantes eram criminosos, e as fotos tratavam de identificar seus rostos enquanto queimavam objetos na rua e eram contidos pela polícia.



Última Hora, 11 e 12 1954 – primeiras páginas

Na primeira página da edição de 12 de agosto, *Última Hora* numerou as “fotos que mostram as agitações em frente ao Teatro Municipal (nºs 1 e 3), elementos da Polícia Militar em ação (nº 2) e, finalmente, o automóvel que levava os provocadores a serviço do M.N.P. (nºs 4 e 5)”. Estas duas últimas ganharam status de prova e destacavam um táxi com auto-falante, “carregando dísticos de um organismo semi-clandestino”, que haveria incitado a desordem e um panfleto assinado por esta organização.

No dia 14, no centro da primeira página, o jornal estampava uma foto de alguns homens cercando Vargas. Um deles foi identificado por jornais de oposição como Climério e a fotografia foi usada por como prova da relação do presidente com o acusado. Uma prova **débil, uma vez que o presidente** era uma figura pública mas, com o recrudescimento da crise qualquer prova, por menos contundente que fosse, era ser aproveitada.

Mas *Última Hora* identifica o homem da foto e, de prova contra o presidente, a imagem passa a testemunhar a falta de isenção dos periódicos que a publicaram. Diz a legenda:

Pois bem. **A verdade é simplesmente a seguinte:** o homem do medalhão não é o policial acusado como um dos responsáveis pelo crime da rua Toneleros, mas o deputado Rodrigo Magalhães dos Santos, do PTB gaúcho, numa das suas visitas há alguns anos [...] No seu afã de acusar, cegos pelo ódio, os “agentes da mentira” apontaram o Sr. Rodrigo Magalhães dos Santos como sendo o investigador Climério. **Aqui está a prova de mais essa leviandade criminosa** (*Última Hora*, Primeira Página, 14/8/1954 – grifos nossos).

A fotografia, que havia sido usada como prova do envolvimento do Presidente da República no episódio, serve agora para desmascarar seus inimigos.



Última Hora, 14 de agosto de 1954 e edição matutina de 23 de agosto de 1954 – primeiras páginas

No dia 17, Gregório Fortunato, chefe da Guarda Pessoal do presidente, foi acusado de ser o mandante do crime e levado para a Base Aérea do Galeão. *Última Hora* publicou quatro grandes fotos e dois retratos na primeira página com a manchete: “Climério rendeu-se: seria metralhado se resistisse ao cerco”. No mesmo dia, Gustavo Capanema, deputado federal pelo PSD e líder da maioria parlamentar do governo, discursou na Câmara dos Deputados em defesa de Vargas. Mais duas edições extras acompanharam o emocionante dia.

A edição matutina das segundas-feiras era dedicada às reportagens esportivas e policiais, mas na primeira edição da segunda-feira, 23 de agosto, não havia esportes, nenhuma sequência do gol e nenhum crime, mas uma grande foto de Getúlio e a manchete: “Só morto sairei do Catete!”. Era a resposta à proposta de renúncia encaminhada pelo Brigadeiro Eduardo Gomes, cuja foto aparecia abaixo da de Getúlio. Em frente, a fotografia do Ministro da Guerra, Zenóbio da Costa que, segundo o jornal, estaria mobilizado na defesa do governo.

Essa edição foi, segundo Wainer (op. cit.), uma encomenda de Getúlio, que enviou seu filho, Maneco Vargas, com o pedido que publicasse a declaração bombástica de que não renunciaria e que só sairia do Palácio do Catete morto. O jornalista narra a sequência dos acontecimentos: “Fui para o jornal, mandei buscar no arquivo uma velha foto de Getúlio com as mãos sujas de petróleo – uma foto célebre – e redigi a manchete que explodiria nas bancas no dia seguinte: Getúlio ao povo: só morto sairei do Catete”.

Mais que uma fotografia célebre, é uma imagem memorável. E numa fotografia, como em qualquer ato narrativo, existem várias vozes memoráveis. A que se buscava nessa primeira página era a das campanhas nacionalistas, da criação da Petrobrás, do homem que defende os interesses do povo e do país acima de qualquer coisa. A frase de efeito, combinada com a foto memorável, gerava o caldo que o governo desejava, incitando a “massa popular” ao confronto. Segundo Wainer: “A edição esgotou-se em poucos minutos. Rodamos outra, que também não demorou a esgotar-se, rodamos mais uma, e assim seria ao longo de todo aquele dramático 23 de agosto” (op. cit.).

Nos primeiros minutos da madrugada da terça-feira, 24 de agosto, os militares exigiram a renúncia de Vargas, que convocou uma reunião do ministério. Faltando 15 minutos para as cinco da manhã, foi expedido um comunicado anunciando que o presidente se licenciaria. Nas primeiras horas do dia, Vargas recebeu o ultimato dos militares, com apoio de seu ministro da Guerra, para que renunciasse e, às oito e meia da manhã, suicidou-se com um tiro no coração. Estava morto o “Pai dos Pobres”.

Os acontecimentos seguiram em ritmo desvairado, retratados em nove edições extras de Última Hora, que se esgotavam imediatamente.

A capa do primeiro Extra repetia a do dia anterior, sem as fotografias dos militares. No topo da página o texto lembrava: “‘Última Hora’ havia adiantado, ontem, o trágico propósito” e em letras grandes “Matou-se Vargas”.



Última Hora, 24/8/1954 – Edição Extra, primeira página

As sucessivas edições de Última Hora se esgotavam antes mesmo de chegar às bancas, enquanto os outros jornais eram atacados pela turbamulta. A *Tribuna da Imprensa*, o jornal *O Globo* e a *Rádio Globo* foram depredados e dois caminhões de entrega de *O Globo* foram incendiados.

A edição de 25 de agosto de 1954 saiu repleta de fotografias, expressando sentimentos que as palavras não davam conta. O jornal trazia uma, no máximo duas fotos grandes na primeira página, buscando no tamanho das imagens enfatizar os sentimentos. O corpo de Vargas foi exposto em caixão aberto no “Último encontro do povo com o grande presidente morto”. O tom de toda a edição era de comoção, todas as páginas com muitas fotografias, uma média de seis por página, e manchetes contundentes. Na página 12 há uma única fotografia de página inteira do velório. No mesmo dia, uma nova edição extra trazia duas fotos ocupando toda a página mostrando a multidão e o avião que levaria o corpo de Vargas para ser enterrado em São Borja.

A primeira página da edição que noticiava o enterro, no dia 27, trazia apenas duas fotografias com o caixão em primeiro plano, pranteado pelas pessoas mais próximas do presidente e, através das fotografias, pelo público que não pôde estar em São Borja.

O ponto de vista do fotógrafo, de frente para o caixão colocava o leitor à beira do corpo, próximo, presente. Vargas ainda estava lá, seu corpo no caixão fechado continuava a ser o centro da notícia. Getúlio ainda não baixara ao chão e o leitor tinha as últimas visões de seu ataúde, participava das exéquias, acompanhava o percurso do féretro, do Rio de Janeiro a São Borja, pelas páginas de Última Hora.



Última Hora, 27 de agosto de 1954 e 18 de novembro 1955 – primeiras páginas

Conclusões

Paul Ricoeur (2011) afirma que as emoções trágicas brotam no espectador, já que “o prazer próprio da tragédia é o prazer que o terror e a piedade engendram”. Terror e piedade são inscritos nos fatos pela composição, na medida em que ela passa pelo crivo da atividade representativa e a ação é apenas o início da história, provocando nessa uma mudança de destino, uma “peripécia” surpreendente, uma sucessão de incidentes aterradores. O final e o sentido da história só acontecem quando o curso da ação é concluído e o sentido é dado, produzindo no leitor a *kátharsis*². Era através das imagens de Última Hora que a *kátharsis* coletiva fechava aqueles vinte e um dias insanos, que começaram em perseguição folhetinesca e terminaram em tragédia, e agora tinha seu epílogo.

Após o suicídio de Vargas a Editoria de Política aos poucos vai abandonando o formato de álbum de retratos e assumindo a fotografia como elemento noticioso.

A campanha para a presidência da República de 1955 foi marcada pelos trágicos eventos do ano anterior. O intrincado jogo político, onde a conspiração deu a tônica, foi disputado também nas páginas dos jornais. Após uma frustrada tentativa de golpe aliado aos militares e à ala mais conservadora da UDN, que buscara impedir a posse do presidente eleito Juscelino Kubitschek, Carlos Lacerda se exilou em Cuba.

Foi a oportunidade para Última Hora utilizar todos os recursos fotográficos para humilhar o opositor.

Na edição de 18 de novembro de 1955 o jornal publicou três fotos do embarque do jornalista com a chamada: “estes são os flagrantes da fuga”. A legenda de uma das fotos ridiculariza o jornalista: “Ao aproximar-se do aparelho tentou uma carreira para alcançar rápido o seu interior; contido pelo Embaixador de Cuba e pela PE para não perder o resto de compostura e sair às carreiras”.

Já no avião, Lacerda a única pessoa que aparece em uma das três janelas, e o texto, aplicado sobre a fotografia o apresenta como “um homem só e acovardado”.

A linguagem começa a mudar com enquadramentos mais elaborados e abordagens mais

² O termo grego *kátharsis* significa purificação. Para Aristóteles, de quem Ricoeur tomou o termo, representa uma depuração das emoções do espectador através da narrativa que possibilita a transformação do sofrimento narrado em prazer.

subjetivas, como na fotografia do Palácio do Catete cercado por tropas do Exército, após a destituição de Carlos Luz da Presidência da República, em 11 de novembro, alguns dias antes.

Na fotografia publicada há um soldado em primeiro plano, caminhões do Exército em segundo plano e o Palácio ao fundo, encoberto pelas árvores. O chão molhado dá um brilho especial à fotografia e reflete os elementos da composição. Na foto há uma sutileza que não seria possível anteriormente, uma preocupação estética que se sobrepõe à didática.

Os códigos de entendimento da leitura da imagem mudaram. Amadureceram o leitor, o jornal e o fotógrafo. Foi um longo caminho, das sequências, passando pelo instantâneo, até uma fotografia cuja mensagem pode ser mais subjetiva.



Última Hora, primeiras páginas. 18 de novembro de 1955 e 11 de novembro de 1955

Bibliografia

- ABREU, Alzira Alves e LATTMAN-WELTMAN, Fernando. Fechando o cerco: a imprensa e a crise de agosto de 1954. In: GOMES, Angela (org). Vargas e a crise dos anos 50. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2011.
- BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. In: Obras Escolhidas. Vol. I. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1996.
- LOUZADA, Silvana. Prata da Casa: fotógrafos e fotografia no Rio de Janeiro. 1950 – 1960. Niterói: Editora da UFF, 2013.
- RICOEUR, Paul. Tempo e Narrativa – volume I – a intriga e a narrativa histórica. São Paulo: WMF - Martins Fonte, 2011.
- WAINER, Samuel. *Minha Razão de Viver*. Rio de Janeiro: Record, 1988.

A política brasileira através das lentes da *Paris Match* (1949-2010)

Escola Superior
de Propaganda e Marketing

Eliza Bachega Casadei
elizacasadei@yahoo.com.br

Resumen

La fotografía, como una práctica de representación vinculada a las políticas de visibilidad, participa de la semantización de las identidades de una manera fundamental. Además, también representa uno dispositivo disciplinaria para establecer reglas precisas para la representación de los individuos a través de la incorporación de iconografías que delimitan reglas y normas de comportamiento considerados como deseables y útiles. A partir de estas premisas, el objetivo de este trabajo es el estudio de las representaciones de la política brasileña en las fotografías publicadas por la revista francesa Paris Match en el período entre 1949 y 2010. Para eso, vamos a hacer un mapeo de las *técnicas de composición utilizadas* en estas imágenes, con el fin de comprender los efectos de sentido articulado en ellas, y el cambio que han sufrido a lo largo del tiempo. Vamos a mostrar los temas representados en el período y las opciones estéticas deseadas para las fotografías publicadas para mostrar las recurrencias discursivas de las lentes de esta revista francesa sobre el Brasil.

Palabras clave:

Paris Match; fotografía; política; composición; historia.

Abstract

Photograph, as a representational practice linked to the visibility policies, participates in the identities semantization processes in a fundamental way. In addition, it is also a disciplinary device that establishes precise rules for the representation of individuals from the incorporation of iconography that establishes standards and norms of behavior that are consider desirable and useful. From these assumptions, the aim of this paper is to study the representations of Brazilian politics in photographs published by the French magazine Paris Match in the period between 1949 and 2010. For this, we will do a mapping of compositional techniques used in these images, in order to understand the effects of meaning articulated in them, and the change they have undergone over time. We will show the subjects covered in this period and the preferred aesthetic choices of the published photographs to show the discursive recurrences in the frames that this French magazine draw over Brazil.

Keywords:

Paris Match; photography; policy; composition; history.

Resumo

A fotografia, como prática representacional ligada às políticas da

visibilidade, participa da semantização das identidades de maneira fundamental. Além disso, ela também se constitui como dispositivo disciplinar ao estabelecer normas precisas para a representação dos indivíduos e a partir da incorporação de iconografias que delimitam padrões e normas de comportamento tidas como desejáveis e úteis. A partir desses pressupostos, o objetivo do presente trabalho é estudar as representações da política brasileira nas fotografias publicadas pela revista francesa Paris Match no período entre 1949 e 2010. Para isso, faremos um mapeamento das técnicas de composição utilizadas nessas imagens, com o objetivo de entender os efeitos de sentido articulados nelas, bem como a mudança que eles sofreram ao longo do tempo. Iremos mostrar os temas retratados no período e as escolhas estéticas preferenciais das fotografias publicadas para mostrarmos as recorrências discursivas do olhar francês da revista sobre o Brasil.

Palavras-chave:

Paris Match; fotografia; política; composição; história.

Introdução

O presente artigo apresenta parte dos resultados de uma pesquisa mais ampla feita no Arquivo Nacional Francês e financiada pelo Edital 01/2014-PROPE (Primeiros Projetos) - número processo FUNDUNESP: 0270/001/14. O objetivo do projeto é estudar a forma como a revista *Paris Match* retratou o Brasil em suas pautas, no período entre 1949 e 2010, a partir do estudo da narrativa articulada entre texto e imagem, com ênfase na produção fotográfica. Nesse artigo, mostraremos a forma como a publicação retratou a política brasileira, a partir de um estudo das temáticas e das técnicas de composição imagéticas mais comumente utilizadas. Com isso, pretendemos entender a forma como as técnicas de composição mediavam imaginários sobre o país e quais são as recorrências discursivas sobre a identidade brasileira vista a partir de um olhar francês – bem como as mudanças que tais expedientes sofreram ao longo do tempo.

A fotografia, como prática representacional ligada às políticas da visibilidade, participa da semantização das identidades de maneira fundamental. Além disso, ela também se constitui como dispositivo disciplinar ao estabelecer normas precisas para a representação dos indivíduos e a partir da incorporação de iconografias que delimitam padrões e normas de comportamento tidas como desejáveis e úteis. A partir desse conjunto de pressupostos, nós pretendemos estudar, justamente, a representação da política brasileira na *Paris Match*, como forma de avaliar de maneira mais profícua a relação entre os regimes identitários e os regimes estéticos através da fotografia.

Posicionamento editorial-político em *Paris Match*

Ainda hoje, na França, *Paris Match* é a revista semanal de interesse geral de maior circulação, perdendo apenas para as revistas especializadas. De 1949 a 2010, o Brasil figurou em reportagens da *Paris Match* em 92 edições. Dessas, 16,3% versavam sobre assuntos políticos. Antes de falarmos sobre a forma como o Brasil foi retratado, podemos fazer algumas considerações de ordem geral sobre o posicionamento editorial-político mais amplo da publicação.

No campo da cobertura política, eram raros os momentos em que *Paris Match* tomava posição aberta sobre os assuntos – embora, muitas vezes, ela tendesse a abordagens conservadoras. Mais comumente, a revista procurava apaziguar posicionamentos políticos em conflito e, como comenta Frére (1961, p. 198), ela colocava lado a lado situações antagônicas,

mostrando simultaneamente “que ‘K está descontente’ e ‘K está passeando’”. Em casos de maior polêmica, a revista reservava, ainda, um silêncio notório, evitando pronunciar-se sobre a questão.

Mesmo quando a revista tratava de casos políticos, contudo, sua abordagem era privada e pitoresca. “A eleição de John Kennedy à presidência dos Estados Unidos, que consagrou a vitória dos Democratas sobre os republicanos”, na revista, “se resumiu à instalação na Casa Branca de uma jovem mulher de trinta e um anos, mãe de uma brincalhona Caroline cujo pai (o chefe do Ocidente, como lhe designou a própria *Paris Match* em suas páginas internas) faz todos os seus caprichos” (FRÈRE, 1961, p. 196). Assim, a *Paris Match* sempre tentava dar aos temas políticos um enquadramento mais humanizado, engraçado ou anedótico, de forma que poucas de suas páginas continham um tratamento mais sério da política – no ano de 1960, apenas 3% de suas capas optaram por tratar a política de forma circunspecta (FRÈRE, 1961, p. 196).

Isso posto, podemos analisar de forma mais pormenorizada a forma como o Brasil era retratado.

A política brasileira na *Paris Match*

A cobertura da política brasileira na *Paris Match* de 1949 a 2010 esteve restrita a alguns temas bastante específicos. Para além da visita de alguns políticos franceses ao Brasil, os fatos políticos brasileiros que mereceram uma cobertura mais extensa foram o suicídio de Getúlio Vargas, o golpe de 1964 e os remanescentes da família real brasileira. Nessas coberturas, fica explícita a mistura de estereótipos, imaginários e projeções sobre o Brasil na imagem fotográfica e no texto jornalístico.

O suicídio de Getúlio Vargas foi um dos fatos que obteve maior cobertura por parte de *Paris Match*. A primeira reportagem sobre o assunto é publicada na edição de 28/08/1954 – apenas quatro dias após a morte do presidente. Pelo pouco tempo de apuração, a revista publica uma reportagem de cinco páginas repletas de fotografias (do presidente em vida) e poucos parágrafos de texto, apenas relatando o incidente. Reportagens mais extensas são publicadas na edição seguinte. A narrativa imagética articulada, contudo, é bastante simpática a Vargas e apresenta uma estruturação de enredo que traz consequências na produção de sentido que não estão no texto.



A dupla de páginas que abre a reportagem traz, na página par, a imagem dos dois pivôs da crise política: Carlos Lacerda e Rubens Vaz. Traz ainda a imagem do carro incendiado na

rua Toneleros. Na página ímpar, há uma grande fotografia de Vargas, em contraplongée, com olhar circunspecto, ocupando uma página inteira.

Há nessa página, portanto, uma articulação narrativa feita apenas pelas imagens, que apresentam os personagens da história e as causas do desenvolvimento da ação narrada. Pelo arranjo das imagens constrói-se uma sequência que sugere que Vargas estaria observando, calmamente, os acontecimentos que se desenrolam na página ao lado. O ângulo em contraplongée na fotografia de Vargas reforça esse efeito de sentido, valorizando o personagem e criando uma imagem de onipotência em relação aos fatos.

Na dupla de páginas seguinte, há uma sequência de fotografias que apresentam os principais personagens do ocorrido. *É possível perceber, contudo, uma estratégia narrativa curiosa nessa sequência de imagens. Ao passo que as fotografias escolhidas de Vargas retratam-no sorridente, cercado de netos, familiares e amigos, as imagens de seus opositores são postas de forma muito menos lisonjeiras, em posições tensas e aflitas. A reportagem se encerra com retratos de pessoas tristes e enlutadas. Dessa forma, embora o texto faça um relato objetivo sobre o ocorrido, as fotografias instauram uma narrativa paralela, francamente favorável a Vargas.*



Um relato um pouco mais apaixonado, acompanhado por uma sequência de fotografias bastante fortes, é feito por Jean Manzon e publicado em 01/09/1954 com o título “Adeus a Vargas com sangue e flores”. No texto, é possível ler que “no momento em que o novo chefe do governo brasileiro, João Café Filho se senta na cadeira de Vargas no Palácio do Catete, uma multidão no Rio espalha flores no caminho do comboio fúnebre do presidente Vargas”. A narrativa se completa e *é dramatizada* pelas imagens que compõe a matéria: logo na primeira dupla, o sentido é dado pela fotografia de Café Filho tomando um chimarrão (grande símbolo do Rio Grande do Sul associado à figura da terra natal de Vargas) ao lado das imagens de uma multidão em fúria. Aqui, constrói-se a ideia de que o novo presidente estaria assistindo pouco interessado com a situação e coloca-o no papel de usurpador. As imagens do luto, na página seguinte, reforçam a dramaticidade.

Por debaixo de tal simpatia com Vargas, contudo, escondem-se também as intrusões dos estereótipos. Nas reportagens, o brasileiro é retratado como um povo altamente passional e facilmente inflamável (em uma ideia reforçada pelo material imagético). A pobreza também aparece como uma nota de fundo que molda o entendimento sobre a situação do país para *Paris Match*.

A principal reportagem publicada sobre o Golpe de 1964 também foi escrita e fotografada por Manzon, com o título “Disparos nas ruas do Carnaval”, na edição de 11/04/1964. *Lê-se que* “essas pessoas que correm nas ruas do Rio são as mesmas que, há apenas dois meses, dançavam o samba do Carnaval. Mas, desta vez, os capacetes não são fantasias e as explosões não são de fogos de artifício. Os soldados atiram. É a revolução. O exército que acusou o presidente Goulart de apoiar os comunistas se insurgiu. Uma a uma, as províncias entram em dissidência”.

A narrativa imagética urdida a partir das fotografias que acompanham o texto cumpre duas funções: de um lado, fornece o tom emocional ao relato; de outro, apresenta os personagens da história. Sobre esse segundo aspecto, é possível dizer que Carlos Lacerda é o herói da história contada. Embora, no texto, seu destaque seja limitado, ele é o ator que mais aparece nas imagens. Das onze imagens que compõem a reportagem, Lacerda aparece em seis delas (54%).

Sobre o tom emocional, é possível observar que as fotografias cumprem uma função pathética de reorganização das emoções. Das dez fotografias publicadas, sete delas traz elementos que conotam caos social (multidões, correria, tanques).

Não apenas os elementos simbólicos, mas as características composicionais das fotografias também reforçam o sentimento de caos institucional. Se isolarmos os tipos preferenciais de enquadramentos, ângulos de câmeras e tipos de equilíbrio utilizados nas imagens, é possível perceber um número expressivo do enquadramento em plano geral (72,72%). Apenas três fotografias estão em plano médio (27,27%), todas elas retratando Lacerda. Tal estratégia carrega uma mensagem: para além do jornalista, o outro personagem central da história é o contexto. E esse contexto é o caos. Há também uma predominância dos ângulos retos (63,63%), o que confere uma composição compacta. Além disso, os contreplongées (36,36% delas) reforçam a multidão nas ruas, fazendo com que elas pareçam vastas e concentradas. O predomínio do equilíbrio dinâmico (em todas as fotos) reforça a ideia de caos.

A capa dessa mesma edição é ilustrada por uma fotografia da recém-ex-primeira-dama Maria Goulart, com a chamada “Brasil: Sra. Goulart, a bela exilada”. Nas páginas internas, o título era “Brasil: a bela presidente perseguida pela revolta”. Os atributos físicos são mesmo a principal característica que é enfatizada durante toda a reportagem, que segue contando a história de amor entre ela e o ex-presidente, bem como sua vida familiar. É apenas na sequência desta reportagem que *Paris Match* coloca o relato do golpe. A ênfase na beleza de Maria Goulart é reflexo de uma política editorial de *Paris Match* que dava mais ênfase à vida familiar e amorosa das mulheres ligadas à política (em comparação com o tratamento dado em relação aos homens). O uso do enquadramento geral nas fotografias reforça o ambiente familiar ligado a Thereza, colocando-o não apenas como cenário da ação, mas sim, como um dos personagens da narrativa.

É curioso notar que as fotografias instauram uma narrativa paralela em relação ao que está posto no texto, se levarmos em consideração a relação estabelecida entre as duas reportagens escritas nessa edição de Paris Match sobre o golpe. Embora a parte escrita não tome nenhum partido, há um contraste marcante entre a calma e a tranquilidade presente nas fotos que ambientam a reportagem sobre Goulart e a violência e hostilidade postas nas fotografias da matéria sobre o golpe, que é diagramada na sequência. A discordância de tom entre os dois conjuntos de fotografia engendram uma narrativa paralela ao texto, que dispara certos circuitos discursivos que estabelecem sentidos outros para o evento narrado.

Curiosamente, os outros atos que a ditadura militar brasileira tomou ao longo do tempo não interessam à revista e nenhum outro fato político mereceu uma cobertura tão extensa. Durante todo o período, a ditadura foi citada de maneira pontual e, muitas vezes, desvinculada da esfera política. Uma das pontuais menções está em 13/07/1974, por exemplo, em uma reportagem de capa sobre a moda mundial dos biquínis e maiôs estilo fio-dental. Segundo a reportagem, “foi uma moda nascida nas praias do Rio de Janeiro. O regime militar puritano do Brasil perseguiu os primeiros *topless* que apareceram na praia de Ipanema, um posto ele-

gante do Rio”. O regime militar, embora entendido por *Paris Match* como conservador, não era o elemento central das reportagens. A beleza feminina da brasileira se solidifica como um dos grandes estereótipos evocados, sempre acompanhado por fotos que certificavam a narrativa.

A política no Brasil, aliás, só interessava à revista de maneira bastante pontual e, principalmente, quando algum líder francês visitava o país. A viagem de Georges Bidault ao país, em 1967, por exemplo, recebeu ampla cobertura, embora as descrições sobre o Brasil não excedessem o seu aspecto turístico. Em 1978, é a vez do então presidente francês Valéry Giscard d’Estaing. As fotografias retratam o presidente francês em meio à natureza, caçando jacarés junto à primeira dama.

Toda a narrativa imagética é estruturada a partir da pose e das expressões faciais do político francês. Em todas elas, ele exibe uma pose ativa e dominante, com o braço em riste apontando possíveis soluções para os problemas que encontra no caminho. Além disso, todas as fotos utilizam a angulação da câmera em contreplongée, que tem o efeito de engrandecimento do personagem. O posicionamento de liderança do presidente francês reforça a narrativa de que a sua visita ao país não é importante apenas para a França, mas também para o Brasil, que precisa de intervenções estrangeiras no plano econômico e político. A inabilidade de autogoverno do país é um estereótipo que será reiterado inúmeras vezes por *Paris Match*, mesmo em reportagens não-políticas.

Em 13/06/1996, a revista publica uma breve reportagem sobre a visita de Fernando Henrique Cardoso à França. Nessa ocasião, o presidente brasileiro é entrevistado sobre a situação política e econômica do país e a fotografia que a acompanha mostra o presidente com seus netos. A imagem em um ambiente familiar reforça um sentimento de simpatia, exercendo função pathética no relato.

O interesse que *Paris Match* tinha pelas famílias reais mundiais também esteve presente no caso do Brasil. Na edição de 27/07/1989, ela publica uma reportagem sobre os herdeiros remanescentes da família real portuguesa no Brasil, contando suas origens e seu legado histórico. A reportagem também antecipa o plebiscito que ocorreria, dali a quatro anos, para o país decidir entre presidencialismo, parlamentarismo ou a volta da monarquia. Esse tema é recorrentemente tratado pela revista desde então. Curiosamente, essa é uma das maiores temáticas sobre a política brasileira publicada na *Paris Match* no período pós-redemocratização.

Considerações finais

A partir do estudo da cobertura sobre a política brasileira feita pela revista *Paris Match* é possível mapear algumas recorrências discursivas postas nas técnicas de composição preferencialmente utilizadas que revelam uma união de estratégias entre os modos de comando e os modos de representação ou, em outros termos, entre os modos de poder e os modos de ver o outro a partir da máquina fotográfica. De uma maneira geral, é possível notar que, em todas as reportagens do período, havia a representação do povo brasileiro como uma nação extremamente emocional, muitas vezes beirando a histeria e a irracionalidade. Outro campo discursivo comum era o retrato dos políticos e lideranças brasileiros como incompetentes, inábeis e tão passionais como o próprio povo que representavam, o que frequentemente redundava na afirmação da necessidade de uma intervenção estrangeira (especialmente francesa) no país. A exuberância natural, a pobreza e o fanatismo serviam como óculos culturais que emolduravam os fatos ocorridos no país para a publicação francesa.

Bibliografia

CHENU, A. (2010). "From Paths of Glory to Celebrity Boulevards: sociology of *Paris Match* Covers, 1949-2005". *Revue Française de Sociologie*, n. 51, v. 5, p. 69-116.

FRÈRE, C. (1961). «Les couverts de *Paris Match* ». *Communications*, v. 1, n. 1, p. 194-201.

Agradecimentos

Agradeço à FUNDUNESP pelo financiamento recebido através do edital 01/2014-PROPE.

Biografia

Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), Professor associado do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (PPGCOM-ESPM). Professor colaborador do Programa de pós-graduação em Comunicação Midiática da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (FAAC-UNESP).

O papel fiscalizador do jornalismo após o processo de abertura política no Brasil: uma análise das reportagens vencedoras do Prêmio Esso (1979-2014)

Universidade Federal Fluminense

Marcio de Souza Castilho
castilho.uff@gmail.com

Resumen

El artículo se propone analizar el Premio Esso de Periodismo, considerando el programa más tradicional de reconocimiento de trabajo a los profesionales de prensa en Brasil, que completó 60 (sesenta) años en 2015. El concurso ofrece un campo de exploración amplio para verificar las relaciones entre la prensa y el poder político. Verificamos los temas ganadores en la categoría principal - el Premio Esso de Periodismo - desde el proceso de descompresión política, en 1979, con la retirada de la censura de los periódicos y la extinción del Acto Institucional N°5, hasta la edición del concurso en 2014. Se concluye que el momento histórico acentuó el papel del periodismo, como instancia fiscalizadora de actuación del Estado Brasileiro. En tiempos de fuerte polarización política e ideológica en Brasil, con denuncias que envuelven empresarios y políticos, nos proponemos contribuir para el debate ético-profesional en cuanto al papel del periodismo.

Palabras clave:

Identidad; Prensa; Poder; Política; Democracia

Abstract

The paper aims in analyzing Prêmio Esso de Jornalismo (Esso Awards of Journalism), considered the most traditional award in terms of acknowledging press professionals in Brazil, being the 60th edition in 2015. The award offers a vast field of exploration in order to verify the relations between press and political powers. The paper will also verify winning stories at the main category – Prêmio Esso de Jornalismo – since the process of political decompression, in 1979, with the removal of censorship from the newspapers and the extinction of Institutional Act 5, up to the edition of the award, in 2014. It follows that the historical moment emphasized the role of journalism in supervising the Government.

Keywords:

Identity; Press; Power; Policy; Democracy.

Resumo

O artigo se propõe a analisar o Prêmio Esso de Jornalismo, considerado o mais tradicional programa de reconhecimento do trabalho dos profissionais de imprensa no Brasil, que completou 60 anos em 2015. O concurso oferece um campo de exploração amplo para

verificar as relações entre a imprensa e o poder político. Verificamos as matérias vencedoras na categoria principal – o Prêmio Esso de Jornalismo – desde o processo de descompressão política, em 1979, com a retirada da censura nos jornais e a extinção do Ato Institucional nº 5, até a edição do concurso em 2014. Conclui-se que o momento histórico acentuou o papel do jornalismo como instância fiscalizadora da atuação do Estado brasileiro. Em tempos de forte polarização política e ideológica no Brasil, com denúncias envolvendo empresários e políticos, propomos contribuir para o debate ético-profissional quanto ao papel do jornalismo.

Palavras chave:

Identidade; Imprensa; Poder; Política; Democracia

Introdução

O Prêmio Esso de Jornalismo, considerado o mais tradicional programa de reconhecimento do trabalho dos profissionais de imprensa no Brasil, completou 60 anos de existência em 2015. A empresa ExxonMobil, que vem retirando gradativamente a marca Esso do mercado nos últimos cinco anos, decidiu a partir da 60ª edição mudar a nomenclatura do concurso para Prêmio ExxonMobil de Jornalismo, refletindo a estrutura atual de negócios da corporação. A empresa estima que, em 59 anos do programa, mais de 32 mil trabalhos foram submetidos à avaliação de comissões julgadoras.

O concurso foi criado como uma das estratégias de aproximação da empresa Esso com a imprensa brasileira diante de um contexto político adverso para a sua atuação. Nos anos 1950, durante o processo de criação da Petrobras, a multinacional foi acusada de protagonizar o movimento contrário ao monopólio estatal em plena campanha do “Petróleo é nosso”. O grupo também era alvo de denúncias por tentar controlar o noticiário através do forte investimento publicitário em jornais (PEREIRA, 1974). Diante deste cenário, a empresa, líder do mercado e foco mais visível da presença do capital estrangeiro no país, buscou alternativas para se aproximar dos formadores de opinião. O objetivo era não restringir suas ações de marketing aos departamentos comerciais dos grupos de comunicação.

Daí surge a ideia da criação em 1955 de um prêmio voltado para o reconhecimento do trabalho dos profissionais das redações. Uma das preocupações era tentar se aproximar daqueles que estavam na ponta da produção do conteúdo noticioso, os repórteres, complementando a política de relacionamento com os donos de jornais. A estratégia de relações públicas logo se transformaria no mais importante programa institucional da companhia.

Ao longo dos anos, o programa consolidou-se como detentor de um poder de consagração profissional que o diferencia dos demais prêmios. Além da categoria principal – o Esso de Jornalismo – o regulamento incorporou várias mudanças: categorias regionais, prêmios de Reportagem e Fotojornalismo, destaques especiais, votos de louvor, menções honrosas e reconhecimento para diferentes editoriais (jornalismo esportivo, econômico, científico, etc). Na edição de 2014, foram distribuídos prêmios em 13 categorias fixas, incluindo Criação Gráfica, Primeira Página e Educação, sendo mobilizados 85 jurados para avaliação de 1.047 trabalhos (BELOCH e FAGUNDES, 2006).

Do vasto repertório de questões, propomos verificar, neste artigo, o período que vai do processo de liberalização política no Brasil, em 1979, com a retirada da censura nos jornais e a extinção do Ato Institucional nº 5 pela ditadura, passando pelo período da redemocratização, com a Constituição de 1988, até a última edição do concurso, em 2014. Em razão da abrangência das premiações e do grande número de categorias criadas na história do programa patrocinado pela multinacional do petróleo, foi feita a análise apenas das maté-

rias vencedoras na categoria principal – o Prêmio Esso de Jornalismo. A seleção do corpus priorizou, portanto, 36 reportagens entre 1979 e 2014. Após um período de esvaziamento do debate político no noticiário no contexto de maior repressão aos conteúdos informativos durante a ditadura, examinaremos em que medida, a partir da análise das matérias premiadas, o período pós-1979 acentuou o papel do jornalismo como instância fiscalizadora da atuação do Estado brasileiro.

A abertura política

O ano de 1979 começa sem a maior parte dos aparatos da estrutura autoritária que mantinham os grupos de oposição sob estreita vigilância do Estado. Antes de deixar o comando, Geisel (1974-1979) começa a desmontar alguns instrumentos da estrutura autoritária que lhe permitiram manter o controle da liberalização política. Em outubro de 1978, envia proposta de emenda constitucional ao Congresso, prevendo, dentre as mudanças mais importantes, a revogação do AI-5. Considerado um instrumento que legitimou o arbítrio, provocando o fechamento do regime militar em 1968, o ato institucional nº 5 vigorou durante dez anos. Foi extinto em 31/12/1978 e com ele uma série de medidas que restringiam liberdades e mantinham o Legislativo e o Judiciário sob controle do Planalto. Sem o AI-5, era restabelecido o direito ao *habeas corpus* e também estavam revogadas as pernas de morte e banimento.

No campo jornalístico, a Associação Interamericana de Imprensa aprova um relatório em que define a situação como de “liberdade consentida”. Atos e decretos dispendo sobre a prática de censura continuavam em vigor. O governo retira a censura prévia, em 8 de junho de 1978, nos três últimos órgãos de divulgação (*Tribuna da Imprensa*, *Movimento* e *O São Paulo*) sobre os quais os censores ainda atuavam. O mesmo ocorre no rádio e na televisão (AQUINO, 1999). Contudo, a Lei de Segurança Nacional permaneceu em vigor, tipificando crimes de imprensa e atribuindo ao Ministério da Justiça, como observa Abreu (2002), “competência para apreender e suspender impressos, caso estes implicassem crimes contra a segurança nacional” (idem, p. 27). A interferência da Lei de Segurança Nacional sobre a imprensa só terminaria com a aprovação da Lei nº 7.170 durante o governo Figueiredo (1979-1985).

A flexibilização de leis autoritárias e a continuidade do projeto de abertura propiciaram um ambiente político favorável ao surgimento de novas vozes na sociedade civil. A voz ativa da Igreja nos movimentos pelo restabelecimento da democracia decorreu de duas novas orientações que atingiram tanto a base como a cúpula da instituição (SKIDMORE, 1988, p. 360): na base, o rápido crescimento das Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), que valorizavam a visão de uma igreja mais “popular” e voltada para os interesses sociais e direitos humanos; na cúpula, e emergência da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) como porta-voz institucional da Igreja, tendo como figura mais proeminente nesse contexto o arcebispo de São Paulo, Dom Paulo Evaristo Arns.

À mobilização da CNBB, uniram-se também a Associação Brasileira de Imprensa (ABI) e a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), além de estudantes, trabalhadores e empresários. Os estudantes voltam a se organizar por meio dos diretórios centrais, exigindo gestões democráticas nas universidades. O sindicalismo brasileiro também passa por uma renovação e surgem novas lideranças – dentre elas o presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo, Luiz Inácio Lula da Silva. Os sindicatos criticam a política salarial do governo e reivindicam a reposição das perdas salariais decorrentes da inflação. O cenário era de retomada do processo inflacionário, agravamento das desigualdades regionais, concentração de renda e aumento da dívida externa.

A luta pela anistia foi um dos fatos mais marcantes no primeiro ano do governo Figueiredo, em 1979, com a reintegração de exilados políticos – muitos vivendo no exterior desde 1964 – à sociedade e à política nacional. A lei de anistia, sancionada em 28/08/1979, complementava outras medidas de liberalização adotadas no fim do governo do presidente Ernesto Geisel.

O resultado das eleições diretas em 1982 para o Congresso e para os governos estaduais renovou o clima de abertura política. Novos partidos entraram em cena com o fim do bipartidarismo. A Arena cedeu lugar ao Partido Democrático Social (PDS), enquanto a oposição se reuniu em outras siglas, como o Partido dos Trabalhadores (PT), o Partido Democrático Trabalhista (PDT) e o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB). O antigo MDB passa a se denominar Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB). Os eleitores consagram nas urnas políticos de oposição, como Leonel Brizola (PDT), no Rio de Janeiro, e Franco Montoro (PMDB), em São Paulo.

Com apoio popular, iniciou-se em 1983 a campanha pelas “Diretas Já”. A defesa em torno da emenda constitucional apresentada pelo deputado peemedebista Dante de Oliveira, propondo eleições diretas para a Presidência, transformou-se gradativamente num movimento nacional que recebeu a adesão de artistas, segmentos da sociedade civil e importantes figuras da oposição, dentre as quais Luiz Inácio Lula da Silva, Tancredo Neves, Ulisses Guimarães e Teotônio Vilela.

A emenda constitucional, cuja aprovação dependia de dois terços dos votos dos parlamentares, não passou pelo Congresso, em 25 de abril de 1984, por uma diferença de 22 votos. Apesar do resultado, o tema da redemocratização permaneceu no debate político. A resposta da oposição veio nas eleições indiretas de 1985 para sucessão de Figueiredo. Embora o PDS de Paulo Maluf tivesse maioria no colégio eleitoral, o que representava a manutenção do projeto político dos militares, Tancredo Neves (PMDB), tendo como vice o ex-udenista José Sarney, foi eleito novo presidente do país em 15 de janeiro de 1985. Era o primeiro presidente civil desde 1964. Às vésperas da sua posse, marcada para 15 de março, Tancredo sucumbiu a uma grave doença intestinal e precisou ser internado no Hospital de Base, em Brasília. Em seu lugar, assumiu temporariamente o vice José Sarney, como previa a Constituição. O governo provisório de Sarney acabou se tornando definitivo, quando, em 21 de abril de 1985, depois de sete operações e 38 dias no hospital, o secretário de Imprensa da Presidência, Antônio Brito, confirmou a morte de Tancredo.

Jornalismo como instância fiscalizadora da atuação do Estado

É neste cenário que a cobertura de assuntos com desdobramentos políticos se torna mais presente na rotina da cobertura dos principais jornais. O Prêmio Esso de Jornalismo também começa a privilegiar temáticas que costumavam ser vigiadas pelos órgãos de repressão.

A tabela 1 apresenta os trabalhos jornalísticos consagrados a partir do movimento de descompressão política do regime, com a consolidação do processo de anistia, passando pelo período da redemocratização, até o último ano da premiação ainda com a nomenclatura Prêmio Esso de Jornalismo, em 2014.

<i>Unidade temática</i>	<i>Número de matérias</i>	<i>%</i>
Política nacional	23	63,88
Questões sociais	9	25
Política internacional	2	5,55
Economia	2	5,55
Total	36	100

Tabela 1. Unidades temáticas (1979-2014)

Fonte: CASTILHO, Marcio (2016)/ elaboração própria a partir de dados do Prêmio Esso (1979-2014)

As reportagens vencedoras do Prêmio Esso de Jornalismo no recorte definido para a pesquisa foram divididas em quatro unidades temáticas. Todos os trabalhos jornalísticos se enquadram nessa distribuição mais ampla que adotamos como critério metodológico. As

unidades temáticas englobam: questões sociais, política nacional, política internacional e economia.

A maioria (63,88%) das reportagens apresenta contornos mais claramente políticos. Apenas 25% de matérias com temáticas sociais foram premiadas a partir de 1979. Assuntos econômicos e de política internacional também foram contemplados no período, num quantitativo pouco expressivo em relação ao total.

Dividimos a seguir as unidades em subtemas para atingir um nível de detalhamento maior. A classificação dos trabalhos jornalísticos em subtemas específicos permite ao pesquisador identificar como o prêmio “lia” o Brasil e as relações entre o campo jornalístico e o Estado brasileiro. Quais os temas que, neste momento de redemocratização, foram privilegiados em detrimento de outros?

Política nacional

<i>Subtemas</i>	<i>Número de matérias</i>	<i>%</i>
Corrupção	11	47,82
Repressão política	8	34,78
Eleições	2	8,69
Críticas ao Judiciário	2	8,69
Total	23	100

Tabela 2. Subtemas (1979-2014)

Fonte: CASTILHO, Marcio (2016)/ elaboração própria a partir de dados do Prêmio Esso (1979-2014)

A maior parte das 23 matérias políticas no período refere-se à corrupção nas três esferas do Poder, sobretudo no Executivo e Legislativo, acentuando o papel da imprensa como instância fiscalizadora da atuação do Estado. Conforme demonstra o quadro, são 11 trabalhos jornalísticos com este enfoque, correspondendo a 47,82% do total: “A lista da fisiologia”, da *Folha de S. Paulo* (Prêmio Esso em 1988); “Cobertura do caso PC – Collor”, *Veja* (1992); “Nilo ajudou Betinho a receber doação de bicheiro”, *O Globo* (1994); “Caso PC: uma investigação sobre as mortes de Paulo César Farias e Suzana Marcolino”, *Folha de S. Paulo* (1999); “Caso Luiz Estevão”, *Correio Braziliense* (2000); “Senadores envolvidos na fraude do painel”, *Isto é* (2001); “Os homens de bens da Alerj”, *O Globo* (2004); “Denúncia do mensalão”, *Folha de S. Paulo* (2005); “Diários secretos”, *Gazeta do Povo* (2010); “O patrimônio e as consultorias que derrubaram Palocci”, *Folha de S. Paulo* (2011) e “O jogo suspeito e a queda de Ricardo Teixeira”, *Folha de S. Paulo* (2012).

O subtema “repressão política” aparece em seguida com oito reportagens premiadas ou 34,78% do total de matérias com cunho político: “O sequestro dos uruguaios”, da revista *Veja* (Prêmio Esso em 1979); “Dossiê nuclear”, *Jornal de Brasília* (1980); “Bombas no Riocentro”, *Jornal do Brasil* (1981); “O caso Baumgarten”, *Veja* (1983); “Cabo Anselmo conta tudo”, *Isto é* (1984); “Guerrilha no Araguaia”, *O Globo* (1996); “Os arquivos secretos do coronel do DOI-CODI”, *Zero Hora* (2013) e “Sangue político”, *O Estado de S. Paulo* (2014). Esta última não se refere a crimes cometidos durante a ditadura; denuncia as conexões entre lideranças políticas e grupos de extermínio, que confirmam as permanências da política do “coronelismo” em tempos de regime democrático no Brasil. Cinco das oito matérias sobre repressão política foram publicadas e premiadas ainda no período militar, no final da década de 70 e início dos anos 80.

Ainda na unidade temática “Questões políticas”, duas reportagens vencedoras do Prêmio Esso de Jornalismo no período 1979-2014 apresentavam como enfoque o processo eleitoral: “Candidatura de Silvio Santos”, do *Jornal do Brasil*, que conquistou o prêmio em 1990, e “Mercado do voto”, da *Folha de S. Paulo*, ganhadora em 1997.

O concurso também reconheceu outros dois trabalhos jornalísticos na área política em que sobressaem críticas ao judiciário. São elas: “Sentenças suspeitas”, em 2002, e “Voto combinado na corte suprema”, em 2007, ambos publicados pelo jornal *O Globo*.

Questões sociais

<i>Subtemas</i>	<i>Número de matérias</i>	<i>%</i>
Grupos diferenciados	3	33,3
Segurança pública	2	22,2
Questão da terra	2	22,2
Saúde	1	11,1
Religião	1	11,1
Total	9	100

Tabela 3. Subtemas (1979-2014)

Fonte: CASTILHO, Marcio (2016)/ elaboração própria a partir de dados do Prêmio Esso (1979-2014)

A análise do resultado mostra que as matérias vencedoras no período apresentaram pautas sobre os mais variados assuntos na unidade temática “Questões sociais”: desde a abordagem sobre os grupos diferenciados, ou seja, trabalhos reportando o processo de exclusão de determinados grupos na sociedade, até a situação da segurança pública e a questão da terra. Reportagens sobre saúde e religião também receberam reconhecimento do campo jornalístico, através do Prêmio Esso.

Das nove matérias premiadas na categoria principal, três (ou 33,3% do total) estão classificadas no subtema grupos diferenciados. Em 1982, o concurso premiou “A geração abandonada”, de *O Estado de S. Paulo*, que aborda a rotina de jovens marginalizados nas periferias das grandes cidades. O jornal também ganhou o prêmio em 1995 pela reportagem “Viver nas ruas de São Paulo” sobre a realidade dos moradores de rua de São Paulo. Já o trabalho “Amores possíveis”, do *Correio Braziliense*, vencedor na edição de 2006, apresenta dez histórias de amor envolvendo pessoas com algum tipo de deficiência, como cegos, surdos, mudos e pacientes de clínicas psiquiátricas, além de prisioneiros e mendigos.

O novo contexto surgido nos anos 1980 pode ajudar a explicar a ênfase no subtema “Grupos diferenciados”. A década marca a emergência no cenário político brasileiro de diferentes movimentos sociais organizados, muitos ligados às chamadas minorias (negros, mulheres, homossexuais etc). Essa diversidade de grupos reivindicatórios não anula as lutas históricas de sindicatos, estudantes e de movimentos voltados, por exemplo, para a questão da terra. Assim, vários setores da sociedade se organizam para contestar a ditadura, resistir politicamente, mas também para defender seus direitos específicos. A multiplicação dos espaços de contra-hegemonia se acentua com a redemocratização do país.

Na área de segurança pública, foram contemplados na categoria principal os trabalhos “O Esquadrão da Morte em Brasília e o assassinato do jornalista Mario Eugênio”, do *Correio Braziliense*, em 1985, e “Traficantes nos quartéis”, publicado por *O Globo* e ganhador do prêmio em 2003.

Também abordando a questão da violência, podemos destacar a matéria “As pistas perdidas no Acre de Chico Mendes”, uma investigação do *Jornal do Brasil* que deu à equipe coordenada pelo jornalista Zuenir Ventura o Prêmio Esso de Jornalismo de 1989. Embora haja uma identificação com a temática da violência, entendemos que o significado da pauta acerca do assassinato do líder seringueiro tinha como reflexão mais ampla tratar da questão da terra no Brasil. Outro trabalho classificado na unidade temática “Questão da terra”, a série do *Jornal do Commercio* “Os Sertões”, vencedora em 2009, procurou mostrar, 100 anos após

a morte de Euclides da Cunha, a realidade de moradores de povoados e distritos, do interior da Bahia ao Ceará.

Saúde e religião também entraram na lista de reportagens consagradas pelo concurso. Em 1998, *O Globo* recebeu o reconhecimento pela matéria “Teste do guaraná”. A ideia do jornal foi apresentar frascos utilizados em exames de urina com uma mistura de água e guaraná para testar a qualidade de 14 laboratórios no Rio de Janeiro. Desse total, 12 apresentaram falhas nos laudos do exame. Em 2008, a jornalista Elvira Lobato, da *Folha de S. Paulo*, ganhou o Prêmio Esso pela matéria “Universal chega aos 30 anos com império empresarial”.

Política internacional

<i>Subtemas</i>	<i>Número de matérias</i>	%
Oriente Médio	1	50
Reconstituições históricas	1	50
Total	2	100

Tabela 4. Subtemas (1979-2014)

Fonte: CASTILHO, Marcio (2016)/ elaboração própria a partir de dados do Prêmio Esso (1979-2014)

As duas matérias premiadas nesta unidade foram produzidas pelo jornalista William Waack para o *Estado de S. Paulo* no início dos anos 1990, porém apresentam realidades distintas no espaço e no tempo. A reportagem “Cobertura da Guerra do Golfo” (1991), feita por Waack e Hélio Campos, tratava da conjuntura política que, naquele momento, envolvia a relação do Ocidente com os países do Oriente Médio. Em “Os arquivos secretos de Moscou” (1993), o jornalista produz uma reconstituição histórica revelando a influência do comunismo internacional no movimento conhecido como Intentona Comunista, liderado em 1935 por Luis Carlos Prestes contra o governo de Getúlio Vargas.

Economia

<i>Subtemas</i>	<i>Número de matérias</i>	%
Plano econômico	1	50
Fraude em concorrência	1	50
Total	2	100

Tabela 5. Subtemas (1979-2014)

Fonte: CASTILHO, Marcio (2016)/ elaboração própria a partir de dados do Prêmio Esso (1979-2014)

Por fim, a tabela 5 apresenta os dois únicos trabalhos econômicos vencedoras na categoria principal em 60 anos de história do concurso: “O Plano Cruzado” e “Concorrência da Ferrovia Norte-Sul foi uma farsa”, premiados, respectivamente, em 1986 e 1987. Ambos foram publicados na *Folha de S. Paulo*.

Vimos que os trabalhos jornalísticos premiados a partir dos anos 1980 são, em sua maioria, construídos com base em denúncias contra o poder público. O fim da ditadura militar favorecia a abertura do debate político na imprensa e a explicitação de práticas desonestas que afetavam o interesse público. Com efeito, nota-se uma progressiva concentração das temáticas nos chamados centros do poder. O foco principal passou a ser a capital do país com enquadramento mais crítico das ações do governo.

Conclusões

A análise das matérias vencedoras do Prêmio Esso de Jornalismo a partir de 1979 demonstra como o momento histórico iniciado com o processo de abertura política do país, incluindo a extinção do Ato Institucional nº 5 e a retirada da censura nos jornais, contribuiu para o retorno do debate político na imprensa brasileira. Reportagens com viés mais fiscalizador dos centros do poder passaram a receber o reconhecimento das comissões julgadoras do concurso, considerado o mais tradicional da imprensa brasileira.

Nesse período, reforçou-se a atuação dos jornalistas como investigadores da atuação do Estado, cabendo aos repórteres revelar crimes políticos cometidos durante a fase de maior repressão do regime militar e práticas de corrupção já no contexto de redemocratização do país. Dos 36 trabalhos jornalísticos contemplados com o prêmio na categoria principal, 23 (ou 63,88% do total) apresentavam enquadramento mais crítico das ações do Executivo, mas com espaço também para questionamento da atuação dos poderes Legislativo e Judiciário. Conseqüentemente, a capital federal torna-se gradualmente espaço privilegiado nas rotinas de produção jornalística.

Em tempos de forte polarização política e ideológica no Brasil, com críticas à atuação da imprensa na Operação Lava-Jato, que investiga denúncias de corrupção na Petrobras, envolvendo empresários, políticos e diretores da estatal, o debate ético-profissional quanto ao papel do jornalismo fica ainda mais evidente. Reportagens políticas abandonam, muitas vezes, uma apuração criteriosa dos fatos e longe de esclarecer e informar com responsabilidade se reduzem a um denunciismo a serviço de outros interesses, como observa Christofolletti (2015). “(...) Muito distante da preocupação de fiscalizar os poderes, de monitorar seus atos e de denunciar abusos. Sim, o jornalismo não deve transigir nesta atividade, mas vigiar é uma coisa, atacar ostensivamente é outra bem diferente”.

Importa destacar que não há uma representação sobre o jornalismo que possa vir a formar uma identidade única, como a ideia de um jornalismo político investigativo se sobrepondo a outros papéis exercidos pelos profissionais de imprensa. Concordamos com a ideia de múltiplas identidades. Na análise das matérias, vimos a ênfase também na abordagem sobre os grupos diferenciados, que ganham espaço na sociedade especialmente a partir do processo de redemocratização que reconfigura as lutas populares. Aos movimentos de contestação e resgate da memória sobre o passado recente de arbítrio da ditadura civil-militar, misturam-se movimentos sociais organizados em defesa de direitos de pessoas com deficiência, crianças em situação de vulnerabilidade social, negros etc. O resultado do Prêmio Esso reflete também a emergência desse cenário na Nova República.

Bibliografia

- ABREU, Alzira Alves de. *A modernização da imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002, 66 p.
- AQUINO, Maria Aparecida de. *Censura, Imprensa, Estado Autoritário (1968-1978): o exercício cotidiano da dominação e da resistência O Estado de São Paulo e Movimento*. Bauru: Edusc, 1999.
- BELOCH, Israel e FAGUNDES, Laura Reis (org.). *Uma história escrita por vencedores: 50 anos do Prêmio Esso de Jornalismo*. Rio de Janeiro: Memória Brasil, 2006
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. “Um jornalismo sem vergonha”. <https://objethos.wordpress.com/2015/08/24/comentario-da-semana-um-jornalismo-sem-vergonha/>. Observatório da Ética Jornalística (Objethos), Universidade Federal de Santa Catarina, 2015.
- KUCINSKI, Bernardo. *O que são multinacionais?* São Paulo: Brasiliense, 1985.
- KUSHNIR, Beatriz. *Cães de guarda – Jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.

- LUZ, Olavo e BORGES, Manoel (org.). *25 anos de imprensa no Brasil – Prêmio Esso de Jornalismo*. 1980.
- MAGNO, Ana Beatriz. *A Agonia da reportagem - das grandes aventuras da imprensa brasileira à crise do mais fascinante dos gêneros jornalísticos: uma análise das matérias vencedoras do Prêmio Esso de Jornalismo*. Brasília, dissertação de mestrado, UnB, 2006.
- PEREIRA, Osny Duarte. *Multinacionais no Brasil: aspectos sociais e políticos*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1974.
- SKIDMORE, Thomas E. *Brasil: de Castelo a Tancredo, 1964-1985*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

Biografia

Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e mestre em Comunicação, Imagem e Informação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Atualmente é professor adjunto do curso de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense. Em 2015, teve projeto aprovado no edital de Auxílio à Editoração (APQ 3) da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (Faperj) para publicação da obra “Do golpe à extinção do AI-5: o Prêmio Esso e as relações entre jornalismo e o Estado autoritário”. Desenvolve pesquisas que tratam da relação entre jornalismo e Estado autoritário brasileiro. Tem como área de interesse também a discussão sobre mídia, violência, espaço público e produção discursiva contra-hegemônica. Email: castilho.uff@gmail.com.

La sátira política en los inicios de la prensa gráfica periódica del Rosario (1863-1865)

Universidad Nacional de Rosario,
Argentina / Universidad ORT, Uruguay

Lautaro Cossia
lcossia@yahoo.com.ar

Resumen

Teniendo en cuenta que el surgimiento de la prensa gráfica periódica, en tanto fenómeno mediático del siglo XIX, se caracterizó por su estrecho vínculo con los agrupamientos políticos de la época y que los medios gráficos puestos al servicio de las facciones o clubes electorales expresan una forma de “hacer política” ligadas a aquellas tensiones finiseculares, nos proponemos analizar el papel de las representaciones satíricas en un instante fundacional del proceso de mediatización de la ciudad de Rosario (1863-1865).

Palabras claves:

prensa gráfica periódica; representaciones satíricas; mediatización; fenómeno mediático; lucha simbólica

Abstract

The emergence of the periodical graphic press, as a phenomenon of the mediatization processes of the XIX century, was characterized by the relation with the political groups of that time and the graphic media that they used for their purposes. This thesis analyse the role of the satirical representations published at the beginning of the process of mediatization of Rosario (1863 and 1865).

Keywords:

periodical graphic press; satirical representations; mediatization; media phenomenon; symbolic conflict

Introducción

El *humor* llega a los medios. Una imagen panorámica

Es casi de sentido común afirmar que todas las eras han sido “eras de la comunicación”. Desde los inicios mismos de la hominización pueden reconocerse artefactos culturales de distinto tipo y alcance que sirvieron al establecimiento de los lazos sociales más elaborados. Los rústicos útiles de piedra o, como plantea Verón (2013), los guijarros de la *pebble culture* son las primeras materializaciones de un proceso de mediatización que llega hasta nuestros días y se amplía, se renueva y se complejiza permanentemente como resultado de la emergencia de los fenómenos mediáticos contemporáneos (prensa gráfica, cine, radio, televisión) o de las llamadas nuevas tecnologías de la información y la comunicación. En ese largo derrotero histórico podemos ubicar el pasaje de la oralidad y el rollo (de papiro o piel animal) al códice, y del códice a las hojas sueltas de papel que impregnaron la cultura panfletaria posterior al surgimiento de la imprenta en Occidente: este hecho, el surgimiento de la imprenta

a mediados del siglo XV, constituyó un avance decisivo en el desarrollo de los dispositivos de reproducción mecánica de textos, lo cual permitió expandir la circulación de los relatos bíblicos, la filosofía renacentista o la literatura profana y potenció el uso de los libelos difamatorios, impresos anónimos y papeles de noticias que, junto con el grabado de imágenes caricaturescas, auspiciaron la propagación de la sátira moderna como un elemento más de la lucha simbólica.

La utilización de la sátira fue un rasgo característico de las guerras de religión que se sucedieron a lo largo de la Edad Moderna y adquirió particular relevancia en el proceso de secularización que desembocó en la Revolución Francesa de 1789, un instante decisivo desde el punto de vista político, social y económico y un parteaguas en materia comunicacional, si se nos permite jugar con esta arbitrariedad histórica, dado que las ínfulas democráticas que trajo aparejada la idea de soberanía popular condicionaron los orígenes, el desarrollo y la paulatina estabilización de la prensa gráfica periódica en el siglo XIX. Sería precisamente este principio de soberanía popular, dicho en términos muy generales, el que marcaría el pulso de lo acontecido en la *vieja* Europa y, también, en América Latina, una región signada desde entonces por las luchas independentistas, las tensiones desatadas en torno del papel de las mayorías en el sistema político, la incorporación periférica al capitalismo mundial y la traumática conformación de los estados nacionales, algo que en el caso argentino recién terminó de delinearse hacia 1880. En el transcurso de ese largo periodo de luchas intestinas y reacomodamientos planetarios, la prensa gráfica periódica asumió un rol protagónico, convirtiéndose poco a poco, desde la aparición misma de “La Gazetta de Buenos Aires”, el 7 de Junio de 1810, en un fenómeno mediático que amplió los escalas de circulación y contacto respecto de las formas de comunicación política oral y manuscrita pre-revolucionaria y permitió redefinir el papel de las imágenes y discursos impresos como una forma más de *hacer política*, al igual que las contiendas electorales, las revueltas armadas, el meeting social o los banquetes y otros mecanismos de escenificación pública de conflictos e identidades que ayudaron a configurar el drama político decimonónico.

Estas líneas introductoras, breves y esquemáticas, tienen la única pretensión de enmarcar los alcances de esta ponencia, centrada en los inicios de la prensa gráfica periódica de la ciudad de Rosario durante la segunda mitad del XIX y, de modo más específico, en los primeros usos de las representaciones satíricas que formaron parte de ese instante decisivo de la mediatización de la vida política local¹. La aparición del primer periódico rosarino, “La Confederación”², en 1854, la prensa gráfica comenzó un proceso de ampliación creciente que estuvo acompañado por el desarrollo de diferentes dispositivos técnicos de reproducción mecánica de textos e imágenes (de las primeras composiciones tipográficas y la técnica litografía al fotograbado, la linotipia y, posteriormente, las primeras máquinas de impresión rotativas) y marcó el pulso de la mediatización en ciernes: el rol militante asumido por los periódicos que respondían a las distintas facciones partidarias, el propósito de algunos medios de incidir en la construcción de ciudadanía con una retórica liberal alejada de la lucha política franca y el progresivo afianzamiento de proto-empresas editoriales, como en el caso del diario “La Capital”, fundado en 1867, y “El Municipio” (1887-1911)³, pusieron de manifiesto los vínculos

¹ Cabe mencionar que dichos propósitos se derivan de un estudio de alcance mayor dedicado a reconstruir la emergencia de los fenómenos mediáticos decimonónicos y analizar los vínculos que se tejieron entre los agrupamientos políticos y los medios gráficos puestos, muchas veces, al servicio de las facciones o clubes electorales de la época. Dicha investigación interdisciplinaria condensó aportes de la historiografía, la sociología de la cultura, la semiótica y la comunicación (Cossia, 2014).

² “La Confederación” fue fruto de la política comunicacional que el gobierno confederal del general Urquiza, con sede en Paraná, desplegó en la provincia de Santa Fe y permitió la instalación de una imprenta en suelo rosarino, iniciativa del periodista Federico de la Barra. Urquiza emergió como figura central de la política nacional luego de comandar a las fuerzas correntinas, entrerrianas, uruguayas y brasileñas que pusieron fin en 1852 a la gobernación de Rosas en la provincia Buenos Aires.

³ “La Capital” y “El Municipio” también surgieron al amparo de intereses políticos concretos y su línea editorial reconoce las fluctuaciones propias de los periódicos de la época. Lo distintivo de estas experiencias gráficas remite

complejos entre los diferentes grupos de poder y aceleraron el proceso de articulación entre las prácticas políticas, el funcionamiento de las instituciones y los medios de comunicación existentes en el periodo⁴.

De forma parcial o completa, en los pliegues de la prensa gráfica periódica se encuentran tematizadas las luchas políticas, las expresiones ideológicas de la época, las formas de gestión y administración del poder público y los rasgos característicos de los procesos electorales llevados a cabo. Siendo, además, un punto de inflexión respecto de los mecanismos utilizados para publicitar los actos de gobierno, dado que hasta entonces “los decretos, leyes, documentos de carácter público se hacían conocer por el primitivo medio de carteles manuscritos fijados en la puerta de la Iglesia y Policía o se publicaban a voz de pregonero como en los tiempos de la Edad Media” (Primer Censo General de la Provincia de Santa Fe, 1888: 122).

En este sentido, pensar a los medios como una puerta de entrada para analizar la renovación de las prácticas culturales y políticas en un momento preciso del proceso de mediatización supone, desde el punto de vista metodológico, entender que los archivos recuperados no son mirillas transparentes del pasado sino que conservan y ofrecen testimonios históricos fragmentados que exigen fijar criterios claros de intervención analítica. Según nuestra perspectiva, la prensa gráfica periódica y, en particular, el humor satírico, en cualquiera de sus formas o lenguajes expresivos (caricatura, chistes gráficos, ironía, parodia, metáfora, juegos de palabras, hipérbole, entre otros), constituyen un modo de *mostrar* y un modo de *ver* que nos llegan como reminiscencias cargadas de huellas políticas, muchas veces inasibles, que deben ser escudriñadas de acuerdo a la especificidad del género estudiado (por caso, la sátira política) y cruzadas con otras fuentes documentales si queremos comprender los rasgos de una cesura histórica que marca sus condiciones de aparición y el funcionamiento siempre situado de las representaciones escritas y figurativas circulantes. No existe ningún enunciado, ninguna imagen, que no se relacione con otros discursos, y eso es esencial para la interpretación de aquellos imaginarios o sensibilidades políticas que entran en disputa, ya que las representaciones analizadas no pueden pensarse como simples reacciones ante los hechos de la historia. Decir, por lo tanto, y tal como lo hemos dicho, que el periodismo decimonónico expresó una de las formas de *hacer política* no define únicamente la mediatización de las adversidades partidarias, sino que también expone la ontología conflictual o agonística de lo político (Mouffe, 2014), algo que en el periodo estudiado estaba lejos de poder encausarse “por las vías democráticas” y derivó muchas veces en antagonismos violentos, enfrentamientos armados y prácticas fraudulentas o excluyentes desde el punto de vista electoral. Fue en ese contexto que las diferentes apuestas mediáticas ayudaron a esparcir categorías de percepción, censurar las conductas públicas y privadas y configurar los escenarios del debate político de la época.

Mezclados entre los órganos de prensa partidarios, publicaciones creadas por colectivos de inmigrantes o trabajadores y un insipiente diarismo finisecular interesado en modelizar la construcción de un espacio de opinión ciudadana o, cuanto menos, un espacio de interpelección de los habitantes-vecinos de la ciudad, circularon los primeros semanarios satíricos de Rosario: “La Tijera” (1869), “La Cabrionera” (1871-1875 / 1875-1877 / 1887-1890), “El Diablo Cojuelo” (1976), “La Linterna” (1876), “El Tábano” (1880), “El látigo” (1884), “Martín Fierro” (1885), “El Campeón” (1885-1888) y “Caramelo” (1889-1890), aunque debe aclararse que el listado responde a una reconstrucción provisoria que se nutre de los archivos públicos dis-

fundamentalmente a una posición enunciativa que muestra rasgos diferenciales respecto de los periódicos estrictamente facciosos.

4 Esta idea de mediatización se deriva de un trabajo de Verón (2001), aunque a diferencia de lo planteado en ese libro no restringimos su uso y alcance a las “sociedades mediatizadas”, es decir, a sociedades que a partir de la aparición de la televisión y el marketing político alcanzaron una más decisiva articulación entre medios y sociedad. No obstante, para nosotros la mediatización supone un proceso de largo aliento que se manifiesta, en distintos momentos históricos, como condición productiva de fenómenos mediáticos específicos, siendo la prensa gráfica periódica uno de ellos.

ponibles, el acceso a diversas colecciones privadas y el entrecruzamiento de los datos catalogados en anuarios decimonónicos que ofrecen referencias de publicaciones que no han sido conservadas.

En el marco de esta panorámica histórica sobre la *llegada* del humor a los medios gráficos rosarinos, quisiéramos ahora detenernos en una coyuntura particular y explicitar el uso estratégico de recursos y procedimientos satíricos en tanto armas del combate político. Hacemos referencia a las querellas suscitadas entre “El Rosario” (1864-1865) y “El Trueno” (1864-1865), dos expresiones de la prensa facciosa que exponen propósitos básicamente electoralistas en medio de los reacomodamientos políticos generados luego de la culminación de la llamada Etapa de Secesión (1852-1861) entre el Estado de Buenos Aires, celoso de sus privilegios en el manejo de la aduana porteña, y la Confederación Argentina que ungió a Urquiza como presidente confederal entre 1854 y 1860, y las tensiones despertadas por la soberanía de intereses entre la elite santafesina y las demandas de autonomía municipal. Ambas publicaciones seleccionadas “informan”, opaca y fragmentariamente, la realidad social del momento y juegan el papel de actores en el escenario comunicacional y político en el que tuvo lugar aquella confrontación simbólica y eleccionaria. Son retazos del pasado o, como sugiere Sazbón (2009), los “esbozos expresivos de una experiencia” que hacen del análisis de los discursos o la semántica histórica “un ojo de joyero” capaz de describir a nivel microscópico el proceso de cambios más generales. De allí la operatividad analítica de un objeto-fuente (las representaciones satíricas) propias de un pasado que ayudan a configurar.

Armas de combate

La derrota del gobernador bonaerense Rosas en 1852 coincide con la expansión cuantitativa de la prensa gráfica periódica. Asimismo ganaron visibilidad las paradojas que acompañaron la irrupción y el desenvolvimiento de los medios durante todo siglo XIX: 1- la opinión pública, de acuerdo al credo liberal clásico, debía ser una instancia de legitimación del poder, pero al mismo tiempo existía la necesidad de crear esa opinión que se suponía debía ser preexistente; 2- se tenía la convicción de que la prensa era la expresión misma del orden republicano y de una sociedad civilizada, pero también la certeza paradójica de que el accionar de la prensa podía socavar al poder establecido (Wasserman, 2009). En tal sentido, la Carta Magna de 1853 estableció expresamente el derecho a la *libre publicación de ideas sin censura previa*, lo cual fue refrendado por la Constitución Provincial de Santa Fe de 1856, aunque su cumplimiento quedó muchas veces atado al pragmatismo de las prácticas políticas o a la regulación que en materia de leyes de imprenta impulsaron las distintas jurisdicciones provinciales. Si en la pléyade liberal se postulaba que los medios debían ser un puente cristalino capaz de garantizar la construcción de ciudadanía -exhibiendo en sus pliegues pretendidas ideas de imparcialidad, desinterés e ilustración-, la *realpolitik* impulsó mucho antes el desarrollo de artefactos periodísticos tramados por compromisos, pasiones e ideologías, muy alejados del *dictum* que convertía a la opinión pública en el criterio racional con el que la sociedad aprecia sus propios intereses.

Una carta de Nicasio Oroño, por entonces aspirante a la gobernación de Santa Fe y referente del “Club Libertad”⁵, al presidente Bartolomé Mitre fechada el 4 de enero de 1863 ejemplifica la creciente presencia de los medios gráficos en la esfera pública:

No cesa la agitación de la prensa, porque ésta nace de la oposición que sistemáticamente hace *El Diario* al gobierno de la provincia a cargo de Patricio Cullen (...)

5 El “Club Libertad” estaba integrado por liberales y mitristas, siendo Nicasio Oroño una de sus principales figuras: fue jefe político de Rosario durante la gobernación de José María Cullen (1854-1856), diputado nacional y entre 1865 y 1868 ocupó la gobernación de Santa Fe. Su contracara fue el “Club del Pueblo” (ex Club de Mayo), agrupamiento político que emergió a mediados de la década del ‘60.

Si en Buenos Aires no se hiciera caso de esa propaganda tan perjudicial a los verdaderos intereses del país, si aquella prensa no prohirara y acogiera con tan marcada parcialidad hasta las absurdidades que la de aquí inventa en aquel sentido (Archivo del General Mitre, 1913: 44).

Dicha escalada de la mediatización, reducible en un principio al diálogo polémico mantenido entre diversos sectores de la elite provincial, tuvo un *round* paradigmático en el cruce que por aquellos años sostuvieron “El Rosario” y “El Trueno”. El primero de ellos, “El Rosario”, promocionado como un “órgano de la opinión pública”, apareció el 13 de Agosto de 1864 -a dos días de las elecciones de diputados provinciales- en respaldo de la candidatura de Mariano Amigo, integrante del “Club del Pueblo” y dueño de la imprenta en la que el periódico trisemanal era impreso. Desde entonces, primero con la redacción del presbítero Eduardo Ugarte y luego con la *pluma* de Juan Lavaysse, expuso un claro programa anti-oficialista, plagado de denuncias contra Oroño y Marcelino Freyre, Jefe Político del departamento Rosario, a quien acusaban de ser el responsable de los hechos de violencia y las muertes que rodearon aquel proceso eleccionario.

Por entonces “El Trueno” no había aparecido y la contraparte mediática de “El Rosario” era el periódico “El Ferrocarril” (1863-1868)⁶, periódico que expuso otra visión de los hechos:

La lucha electoral si bien acompañada de algunos incidentes desagradables producidos por el espíritu de revuelta a que apelan siempre las facciones en medio de su despecho cuando se ven reducidas a la impotencia, ha dejado salvado el principio de la libre emisión del sufragio.

Esos desagradables incidentes y en primera línea entre ellos, la pérdida de la vida de un ciudadano, pesan sobre esa oposición en minoría llamada *Club del Pueblo* (...) hombres sin creencias políticas (...) que hicieron de los tumultos a mano armada, los desórdenes a las mesas a favor del revólver y del puñal⁷.

Las mutuas acusaciones de sabotaje siguieron por largas semanas con la exhibición de un conteo parcializado de muertos o heridos, prolongando un *diálogo cerrado* entre las partes en el que la palabra del Otro es retomada, en cada publicación, a partir de presupuestos esquemáticos: poder opresor versus pueblo oprimido, en la mirada de “El Rosario”; autoridad versus vandalismo, en la prosapia oficial. Otras veces, la antinomia discursiva adquiere las formas de una suerte de inconsciente político racista que hace de la territorialidad, la extranjería o el tributo económico un argumento faccioso descalificador.

Lo sistemático de la campaña de “El Rosario” para “salvar a esta provincia del dominio tradicional, cuanto aborrecido de la familia Cullen, simbolizada en su cuñado Oroño”⁸, motivó la aparición de “El Trueno”, una publicación de explícita cercanía con el “Club Libertad” y un lenguaje agresivo que dio lugar, en algunas de sus secciones, a la sátira política. Este *Periódico Popular* bisemanal expuso desde el comienzo, fechado el 27 de Noviembre de 1864, una política discursiva militante, ejercida en la modalidad reactiva de quien se erige en protector de una causa, *la causa* Oroño gobernador, y hace de la intimidad y las biografías apócrifas sus armas de combates.

La primera víctima fue Lavaysse. El redactor de “El Rosario” fue “desnudado” en un suelto sin firma que exhibe su presunta condición de “condenado a muerte en la provincia de

6 “El Ferrocarril” se dio a conocer el 22 de febrero de 1963, constaba de cuatro páginas diseñadas a seis columnas, su responsable editorial era Fernando Quijano. “El Ferrocarril” es la continuación de “La Patria”: la visita del presidente Mitre con motivo de la colocación de la *pedra fundamental* de las obras del ferrocarril Rosario-Córdoba hizo que se cambiara el nombre.

7 *Las elecciones de ayer*, en: “El Ferrocarril”, N° 419, 15, 16 y 17 de Agosto de 1864; subrayado nuestro

8 *La provincia*, en: “El Rosario”, N° 72, 4 y 5 de Diciembre de 1864; subrayado nuestro

Buenos Aires por los Tribunales Ordinarios”⁹, aunque no se aclaran allí las razones que motivaron la condena. La respuesta en contra de Oroño recorre el mismo camino de amenazas: un día después público Lavaysse un suelto acusatorio que, tal como veremos más adelante, promovió un litigio judicial que originaría su condena:

El soplo del facineroso y ladrón público Nicasio Oroño ha resucitado a un viejo pasquín de Buenos Aires llamado El telón corrido, fundado en 1857 por Octavio Gondra, hoy disfrazado bajo el seudónimo de *El Trueno*¹⁰.

A ese duelo de descalificaciones y extorsiones chismosas le siguió un eslabonado juego de insultos que buscó matizarse con la promesa de respetar la vida privada del enemigo y “el santuario del hogar doméstico”¹¹, condensando en esa separación de lo público y lo privado el sueño de un ciudadano racional que interpela y es interpelado a través de canales de intermediación didácticos, transparentes e ilustrados capaces de neutralizar los vicios de la *prensa maldita*. Además se acordó interrumpir la circulación de ambas publicaciones, aunque la brevedad de la tregua pactada revela la endeblez de los acuerdos: “El Trueno” dejó de publicarse entre el 11 y el 22 de Diciembre, mientras que la pausa de “El Rosario” se extendió entre el 12 y 17 de ese mismo mes.

Así, la puesta en escena de “El Trueno”, cuya funcionalidad estuvo siempre circunscripta a ser un arma de barricada en la coyuntura electoral de 1865, siguió exponiendo una interacción dialógica homogénea respecto del propósito político perseguido. Para cubrir ese objetivo recurrió a recursos y procedimientos variados, incluyendo el uso de representaciones satíricas que son un antecedente ineludible de semanarios como “La Cabrionera” y, en aquel contexto, formaron parte de las técnicas de refutación y ataque llevadas adelante en la polémica con “El Rosario”. Si la composición y el sentido de todo enunciado se determinan por las referencias temáticas y por la actitud expresiva o valorativa hacia dichas referencias, está claro que “El Trueno” ofreció un modelo perfecto del periodismo “escandaloso”, y para nada ilustrado, al que hizo referencia Carrasco en 1878¹². O un modelo de “prensa brava”, tal la definición acuñada por Álvarez en su clásica “Historia de Rosario” (-1943- 1998), connotando en esa adjetivación el sesgo *anticultural*¹³ que supo otorgarle a las diferentes expresiones del periodismo faccioso, cuando no pendenciero, que circuló en los inicios de la prensa gráfica periódica rosarina.

El eco dialógico, inmediatista y coyuntural de la disputa entre “El Rosario” y “El Trueno” muestra más bien los movimientos de las representaciones escritas que salen a escena y se exhiben como actores del espectáculo político que culminó con la elección de Oroño como gobernador de Santa Fe, proclamado en ese cargo por la Junta Electoral en Febrero de 1865. Durante los dos meses que ambos periódicos compartieron la esfera pública rosarina, incluido el impasse antes comentado, la lucha mediática estuvo signada por sentencias urgentes y binarias, repleta de juicios moralizantes y expresiones con una fuerte carga afectiva sostenidas en metáforas bélicas recurrentes: (grito de) *guerra*, (armas de) *combate*, (escuadra) *enemiga*, (violación del) *armisticio*, (proyectiles de) *muerte*. Una vehemencia enunciativa que

9 *Permanentes*, en: “El Trueno”, N° 1, 27 de Noviembre de 1864

10 *El Telón corrido. Segunda Época*, en: “El Rosario”, N° 66, 27 y 28 de Noviembre de 1864; subrayado nuestro

11 *Amenazas*, en: “El Trueno”, N° 2, 1 de Diciembre de 1864

12 Citado en un documento manuscrito en el que Gabriel Carrasco (1878) reseña la vida de “El Trueno”, al que define como un periódico “político La misma está fechado el 23 de Octubre de 1878 y tiene la importancia de estar escrito por un *contemporáneo* y protagonista de aquella etapa de la prensa gráfica periódica. Puede consultarse en: <http://www.rosariocultura.gob.ar/galerias/archivos/digitalizacion-de-prensa-rosarina/el-trueno/ano-1878/mes-de-octubre/el-trueno-1878-10-23.pdf> -última consulta: Junio de 2014-).

13 Álvarez, atento a la ideología del *progreso*, entendía que “el principal elemento de cultura ha de buscarse en la prensa” (1998: 263)

“El Trueno” hace coincidir con la inminente contienda electoral:

Nuestra aparición no ha tenido más objeto que el de contener los avances que diariamente hacia a nuestros amigos la prensa contraria: era preciso volverle ojo por ojo, diente por diente, a ver si ante ese camino retrocedían y entraban en la senda de la discusión razonada¹⁴.

De allí su funcionalidad: *la prensa no tiene más correctivo que la prensa misma*. “El Trueno” construye una imagen de sí mismo que lo muestra resuelto a cumplir una misión y le permite legitimar su intervención en el campo periodístico a partir de su pertenencia política. Introduce la palabra del “enemigo” para negarlo, por *infame*, y hace un uso estratégico del miedo y la esperanza, dos pasiones fundamentales del discurso político que son proyectadas a través de amenazas, el despliegue de un archivo de memorias personales (cartas, notas periodísticas) y la promesa de ganar la partida eleccionaria. Propósito que también encontró en los recursos y procedimientos satíricos una forma de denostar a sus detractores: se publican letrillas burlonas, odas convertidas en armas del ridículo, diálogos con paso de comedia y sueltos anónimos acompañadas de pequeñas imágenes complementarias que operan en clave chismosa sobre la vida pública y, algunas veces, privada de los enemigos. Es como busca transparentar el mensaje y anclar su sentido dentro de las coordenadas históricas de aquel momento pre-eleccionario, aún sin las sofisticaciones discursivas y materiales que incorporarán los semanarios íntegramente humorísticos y la publicación de imágenes caricaturescas.

Por su parte, y a diferencia de “El Trueno”, la militancia llevada adelante por “El Rosario” no incluyó el uso de representaciones visuales ni de recursos satíricos, sino que mantuvo un discurso político tramado sobre la base de esa antinomia facciosa y periodística que enfrentaba al “Club del Pueblo” con el “Club Libertad”. Una disputa que fue llevada hasta sus últimas consecuencias y derivó finalmente en reyertas callejeras y acusaciones mediáticas que terminaron en litigios judiciales: la publicación del suelto titulado “El Telón corrido. Segunda Época” firmado por Lavaysse, motivó que Oroño le iniciara un juicio que acompañó el último tramo de la electoral de 1865 e intensificó el cruce de *opiniones publicadas*, de uno y otro lado, a través de los órganos de prensa.

Confirmado el triunfo del “Club Libertad”, Lavaysse abandonó la ciudad. Varios meses después una solicitada publicada en “El Cosmopolita” informa la sentencia del “prófugo” a raíz de lo expresado sobre el entonces diputado nacional y *ahora* flamante gobernador de Santa Fe, Nicasio Oroño. En los considerandos de la sentencia se menciona que Lavaysse no debía “espresarse de la manera que lo ha hecho sin hacerse reo de graves injurias, y merecedor en consecuencia de las penas que las leyes tiene sancionadas contra los que a otros difamasen por impresos” -sic-¹⁵. Dando lugar a un fallo que declara al libelo “vil, injurioso y calumnioso” y a su autor a pagar una multa de 600 pesos o “a sufrir seis meses de prisión en la cárcel pública de la ciudad”¹⁶.

A modo de conclusión

En este vertiginoso *racconto* de cruces intertextuales aparece expresada la pretendida instrumentalización de la prensa gráfica periódica y su creciente incidencia como elemento de acción política. Es cierto que el discurso ampuloso con el que modelan el campo de intervención y los efectos producidos, traducen una mirada desmedida acerca de los alcances

14 *El Trueno*, en: “El Trueno”, N° 3, 4 de Diciembre de 1864

15 *Solicitada*, en: “El Cosmopolita”, N° 134, 10 de Mayo de 1865. El fallo tiene fecha del 8 de Mayo de ese año.

16 *Ibidem*.

reales de la prensa: la circulación y lectura de aquellos periódicos muchas veces no llegaban ni era leídos de forma masiva por el *pueblo*.

Sin embargo, la invocación simple del *pueblo*, o incluso interpelaciones o interpelaciones directas como las de Lavaysse y Oroño, ponen de relieve otras funcionalidades retóricas y prácticas de los periódicos de la época: regar de rumores la esfera pública; incomodar al enemigo e imponer una imagen negativa del sujeto político contrario; reforzar identidades e imaginarios; negociar un espacio de visibilidad política; construir una tradición de cada facción en pugna; alentar denuncias de fraude o violencia explícita, lo cual constituían formas habituales de la práctica política.

El uso que hizo “El Trueno” del género satírico, el talante agresivo, la mezcla de excentricidad y calculo de muchos de sus sueltos y la decisión de no publicar el apellido de sus realizadores, expone esos propósitos y convalida, en cierto modo, la idea que por entonces anclaba lo “popular” en el terreno de los géneros *malditos*: la propia elección de la sátira formó parte de una estrategia comunicativa tendiente a debilitar e incomodar al enemigo y desplegar un programa alejado de petición de principios que exigía el canon periodístico liberal, aunque haya sido en general una pose o una norma ética incumplida por aquellos mismos lo reclamaban.

Los años venideros seguirán atravesados por esa cultura agonística decimonónica en la que el naciente campo periodístico se cruza con el campo político, las transformaciones sociales y profesionales y adelantos en materia tecnológica. Esta complejidad incluirá nuevas regulaciones en materia de prensa y como dato relevante en el campo de los semanarios satírico-políticos rosarinos, la utilización de la caricatura como recurso con funciones correctiva, moralizante, ilustrativa o simplemente referencial. Exceso. Incomodidad. Chismografía. Quedando claro que el demerito que se le solía adjudicar al género no nos ha imposibilitado pensar los modos en que los escritos e imágenes humorísticas participaron del proceso de mediatización: la manera en la que defendieron una trinchera política, llevaron a cabo la crítica social o procuraron discutir temas de la agenda de aquel tiempo, pudiendo hacer de las distintas formas del humor la condición de *una* verdad.

Bibliografía citada

- Archivo del general Mitre (1913). *Pacificación y Reorganización Nacional. Después de Pavón*. Buenos Aires: Biblioteca de La Nación.
- Bonaudo, M. (dir.) (2009). *Imaginarios y prácticas de un orden burgués. Rosario (1850-1930)*. Rosario, Prohistoria
- Cossia, L. (2014). *La sátira política en los inicios de la prensa gráfica periódica. El rol estratégico de las representaciones escrito-figurativas durante el proceso de mediatización de la política del Rosario (1871-1890)*. Doctorado en Comunicación Social, Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario (UNR). Argentina.
- Mouffe, C. (2014). *Agonística. Pensar el mundo políticamente*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica
- Primer Censo General de la Provincia de Santa Fe (1988). Buenos Aires: Peuser (Censo levantado los días 6, 7 y 8 de Junio de 1887).
- Sazbón, J. (2009). Historia y experiencia, en: *Nietzsche en Francia y otros estudios de historia intelectual*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma
- Verón, E. (2013). *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.
- Wasserman, F. (2009). “La libertad de imprenta y sus límites: prensa y poder político en el Estado de Buenos Aires durante la década de 1850”, en *Almanack Braziliense*, Sao Paulo, N° 10. pp. 130-146.

Biografía

Lautaro Cossia es Doctor en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Es profesor universitario, miembro del Centro de Investigaciones en Mediaticiones (CIM) de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario (UNR) y coordinador de desarrollo académico de la Facultad de Comunicación y Diseño Gráfico de la Universidad ORT de Uruguay. Cursó la Maestría en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural en el Instituto de Altos Estudios Sociales (IDAES)-Universidad Nacional de General San Martín (UNSAM) e integró distintos equipos de investigación, entre ellos: de 2011 a 2014 fue miembro del proyecto “Ideas y debates en una década conflictiva. Los sesenta en Rosario”, Secretaria de Ciencia y Tecnología Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, UNR; entre 2008 y 2011 integró el proyecto “Arte, tecnología, sociedad y política. La imagen impresa en la construcción de una cultura visual en la Argentina”, Secretaria de Ciencia y Técnica, Universidad de Buenos Aires (UBA). Además participó en diferentes actividades de extensión universitaria y publicó artículos en libros y revistas especializadas en temas relacionados a la Historia de Medios y problemáticas del área de la comunicación y la cultura, teniendo a la prensa gráfica periódica como objeto privilegiado de estudio.

The geopolitics of radio: the rise and fall of the Pan-American networks (1940-48)

Universidad Nacional de Colombia,
Sede Bogotá

Gisela Cramer
gcramer@unal.edu.co

Resumen

A comienzos de la Segunda Guerra Mundial y con el respaldo del gobierno federal, CBS, NBC y otras radiodifusoras estadounidenses empezaron con la construcción de redes panamericanas de transmisión. En muy poco tiempo, lograron afiliarse a una tercera parte de las estaciones latinoamericanas. Por medio de las nuevas cadenas panamericanas, se buscaba establecer un mecanismo para la retransmisión de un volumen creciente de programas de información y de entretenimiento producidos en Estados Unidos, es decir, se buscaba una suerte de integración radiofónica a nivel continental que complementara las políticas gubernamentales enfocadas en reforzar la hegemonía estadounidense en América Latina. Esta ponencia muestra por qué, y a pesar de unos logros iniciales impresionantes, las cadenas panamericanas fracasaron como empresas comerciales y como instrumentos auxiliares de la política exterior estadounidense, dando paso a estrategias alternativas para moldear los entornos radiofónicos latinoamericanos durante la Segunda Guerra Mundial.

Palabras clave:

Historia de la radio; relaciones interamericanas; Segunda Guerra Mundial; cadenas panamericanas; retransmisiones transcontinentales

Abstract

Towards World War II and with support from the federal government, CBS, NBC, and other US broadcasting companies began establishing Pan-American networks. Within a very short while, they managed to affiliate one third of Latin America's radio stations. The new Pan-American networks were set up to establish a mechanism for the retransmission of an increasing volume of information and entertainment programs produced in the United States, that is to say, they aimed at an integration of broadcasting systems at the continental level that would assist government policies seeking to bolster US hegemony in the Latin America. This paper shows why, despite initially impressive results, the Pan-American networks failed as commercial undertakings as well as auxiliary instruments of US foreign policy, giving way to alternative strategies to shape Latin America's broadcasting environments during World War II.

Keywords:

Radio history; inter-American relations; World War II; Pan-American networks; transcontinental retransmissions.

Introduction

In the early 1940s and with support by the US government, CBS, NBC, and other broadcasting companies from the United States expanded network operations into Latin America. Within a few months, they affiliated more than two hundred stations south of the Rio Grande. The new Pan-American networks were set up as an institutional mechanism for the regular retransmission of programs produced in the United States. They promised to provide a typically “American” way to respond to geopolitical anxieties brought about by World War II: led by private business interests, the new Pan-American networks were expected to follow the model of a market-based expansion that would attract mass audiences into the cultural and political orbit of the United States and thereby bolster US preeminence in the hemisphere.

Yet, the Pan-American networks never quite fulfilled the expectations invested in them. This paper explores the conditions that initially favored but ultimately stifled network operations in Latin America. It surveys the driving forces behind network expansion, that is, an increasingly uneasy alliance of commercial interests and geopolitical imperatives, and their interactions on the ground as they grappled with often unforeseen difficulties. The Pan-American networks, this paper argues, faced formidable hurdles rooted in the technology of broadcasting and in the politics, political economy, and culture of Latin America’s rather diverse broadcasting environments. In the end, the Pan-American networks turned out to be a burden, rather than a handmaiden, in the quest to dominate the airwaves over Latin America and therefore soon gave way to alternative, that is, state-driven but at the same time decentralized strategies to secure the allegiance of Latin American broadcasters and their listeners during World War II.

The historical backdrop

Among the main forces pushing for an expansion of US networks during World War II, the US government is probably the easiest one to grasp. Toward the late 1930s, the federal government started pressuring US broadcasters into expanding their shortwave services to Latin America in an effort to counter powerful European (and most notably Nazi German) state broadcasters who were at the time blanketing the airwaves over a region that was widely viewed as the United States’ natural sphere of influence: Latin America. If initially the main objective was outdoing Nazi German shortwave stations, however, policymakers soon aspired for more. International shortwave, after all, was reaching rather limited audiences. Systematic surveys conducted during the war suggested that shortwave listeners in Latin America, as well as elsewhere, belonged to the better educated, the more prosperous, and thus to the arguably more influential strata of society. Yet the US government was eager to embrace larger sections of society. It therefore encouraged US broadcasters to seek stable retransmission arrangements with Latin American stations that would expose mass audiences to programs produced in the United States and it helped finance the production and placement of desirable content with Latin American stations.

The agency in charge of supporting US networks in their effort to expand the broadcasting frontier south of the Rio Grande was Nelson A. Rockefeller’s Office of Inter-American Affairs (OIAA). The OIAA’s experts had surveyed Latin American soundscapes and found radio there to be technologically very inferior to the United States. They therefore assumed that US-produced programs would easily find their way into Latin American broadcasting schedules and, by doing so, would induce a thorough transformation of regional broadcasting cultures along US-standards. By supporting network expansion, an internal memorandum in October 1941 advised Rockefeller, “... we will find ourselves at the cost of a million dollars or so, revolutionizing the radio picture in Latin America, bringing to those countries the same benefits that accrued to our nation from the development of chain radio.” Such

an expansion of US networks and broadcasting culture, the memorandum argued, would deepen US influence in the region: “We will make radio not only more desirable from the quality of offerings, but more exiting, more varied, more colorful, and hence increase its efficiency in the sale of more sets, the greater use of sets, and as our audience builds, we will have the means of educating, influencing, and informing the peoples of the other [American] republics.”¹ With other words, if at the national level network broadcasting had been an important force in the formation of what Benedict Anderson (2003) would later call an “imagined community,” network expansion into Latin America promised to serve as an integrative force for a Pan-American culture centered on the United States.

By contrast, the broadcasting industry’s interest in network expansion was less clear-cut. US broadcasters had been slow to invest in international (shortwave) programming. As is well known, shortwave attracted few commercial sponsors and was therefore an unprofitable undertaking. However, if US broadcasters were to be successful in their quest to find stable retransmission arrangements with powerful stations and networks in Latin America for their Spanish and Portuguese language programs, they stood a chance to attract mass audiences and thereby, in the long run, to also attract large corporate sponsors such as *Standard Oil*, *Coca Cola*, or *Colgate Palmolive* with a marked interest in Latin America. This, at least, seems to have been the hope of CBS, which led the drive toward network expansion when it started to establish its *Cadena de las Américas* in 1940.

If the commercial underpinnings for its *Cadena de las Américas* were thus rather shaky, CBS had other and more immediate reasons to enter into close cooperation with the US government and to greatly publicize its role in assisting in the quest to secure US hegemony in Latin America: CBS (together with NBC) found itself under investigation by the US Department of Justice for monopolistic practices in the domestic market. Hence, fearing state intervention in the profitable domestic market, CBS signaled willingness to invest in an (at least for the moment) unprofitable international venture.

This was a rationale that at first was not shared by CBS’s largest rival, NBC, which took a dim view as to the commercial and political viability of the Pan-American networks. Still, once CBS in late 1940 started to bind Latin American broadcasters with exclusive retransmission contracts, NBC and other broadcasters followed suit. NBC was unwilling to be overshadowed by CBS and therefore established what came to be the largest of the Pan-American networks: the *Cadena Panamericana*.

The Pan-American Networks

According to communications scholar Fred Fejes (1986, 129) roughly one-third of Latin America’s stations had become affiliated with US networks by late 1941. Indeed, over the next few years (1941-48), the number of affiliates continued to increase. What is more, most of Latin America’s important broadcasters flocked to become members, including Mexico’s Emilio Azcárraga and Argentina’s Jaime Yankelevich and Benjamin Gache, all of whom owned nationwide chains. And in Cuba, both of the leading networks RHC and CMQ joined CBS and NBC, respectively. Elsewhere, a plethora of smaller independent outlets rushed to partake.

The affiliated networks and stations were to retransmit programs produced by US broadcasters, mainly CBS and NBC. Since commercial sponsors were slow to come on board, both CBS and NBC relied heavily on the backing of the OIAA for the production and placement (i.e., payment for station time) of these programs. Not surprisingly given the nature of the OIAA, much of the content was of a blatantly propagandistic nature. Political commentary programs discussing the war and the US war effort figured prominently among the content placed with Latin American stations, as did music programs such as the *Hit Parade*,

¹ Communications Division to Nelson A. Rockefeller, Oct. 4, 1941, p. 5, National Archives II, College Park, MD (hereafter NARA II), RG 229, Entry 1, Box 241, File: Procedure (misc).

often interlaced with uplifting messages on the unfailing morale of US citizens in times of hardship and war. Dramatic productions, too, figured prominently. After all, the OIAA's effort was not just to inform and entertain but also to emotionally engage listeners, and which genre was more apt than radio drama to capture audiences? However, this was also a program genre that was most difficult to produce, not least because it required actors with native-speaker capabilities and accents coherent with the respective storylines—and these were hard to come by in New York, where most of the programs were produced.

In technological terms, moreover, expanding the broadcasting frontier into Latin America entailed more than a simple extension of a successful business model. Whereas networks in the United States relied on tens of thousands of miles of land wires for their daily business, the new Pan American networks relied on shortwave as a means of transmission. And this turned out to be a major stumbling block.

The politics and political economy of network broadcasting down under

Broadcasters in Latin America had strong incentives to sign up with US networks, but at the same time many of them had good reasons to reduce the volume of programs they were asked to take on board. Signing up as the exclusive partner station of CBS or NBC seems to have added glamour to their enterprises. More importantly, it also helped to gain privileged access to scarce goods. In order to keep their transmitters on the air, broadcasters depended on a regular supply of radio tubes and other replacement parts that, by and large and for the duration of the war, could only be imported from the United States. Like any other enterprise requesting scarce materials, they had to apply for US export permits but affiliated stations could rally their partner network in the United States and the OIAA to cut through the layers of red tape in the process.

If there were hence compelling reasons to join the Pan-American networks, at the same time there were powerful reasons militating against program imports, most visibly among larger broadcasters such as Yankelevich in Argentina and Azcárraga in Mexico, who had a close eye on their audience ratings and found much of the content on offer to be wanting. They were concerned about the sonic quality of the products they were asked to rebroadcast. Due to atmospheric interferences, shortwave remained a suboptimal vehicle for the transmission of programs and the broadcasting schedules of their US providers did not necessarily coincide with their established timetables. Hence they insisted on having the content delivered by electrical transcriptions, i.e., recordings, to be plugged into their busy schedules at their convenience. Thus, by early 1943 about half of all regular rebroadcasts in Spanish America were based on transcriptions, a shift that further weakened the Pan-American network' already shaky commercial prospects by increasing operational as well as (what neo-institutionalist economists call) transaction costs. Moreover, not all types of programs were apt to be delivered by transcriptions. News and commentary programs relied on a timely delivery, hence much of the latter types of content had to be piped point-to-point by commercial radiotelephone carriers—a very expensive method of delivery.

Concerns about the sonic quality of the content on offer were also related to the timbre of the voices employed and to the soundscape in general. Dramatic productions, in particular, came in for critique. Thus, Cuba's CMQ threatened to terminate its contract with NBC, because "... the programs presented were so unsuitable that [CMQ] feels it is being harmed by broadcasting these series."² CMQ found the tonal quality of the dramatic productions on offer too "bassy," the dramatic plots to be so "cold or weak" and the pace and tempo so "slow" that the programs in question "drag and become boresome [sic]."³

2 Edward H. Robbins to Don Francisco and Paul Kruming, Jan. 16, 1943, NARA II, RG 229, Entry 1, Box 330, File: Broadcasting Stations (Misc).

3 R. L. Heydon to Don Francisco, Feb. 6, 1943, NARA II, RG 229, Entry 1, Box 331, File: Reports.

In many parts, moreover, the accents of the speakers and radio actors contracted by CBS and NBC sparked discontent: since many of the speakers employed in the rush had a Mexican or Caribbean background, it is not surprising that the more forceful complaints tended to come from southern South America. Few contemporary critics went as far as a Brazilian observer who sneered at the networks for employing too many “synthetic Latin Americans from Puerto Rico who were busily engaged [...] in taking out every vertebra of the Spanish language and transforming it into a slimy amoeba” (Tavares de Sá 1947, 229-230). Others were more polite. For Argentine audiences, Radio Splendid’s Benjamin Gache explained his refusal to rebroadcast a given program to NBC, “the expression and even the language of people residing in Central America, or the Mexicans, that you use in your Spanish transmissions” were rather “exotic.”⁴

By early 1943, it became increasingly clear that the Pan-American networks were failing, and the OIAA now hoped that they would die “would die of their own accord.”⁵ Latin America’s radio entrepreneurs had shown much less enthusiasm than initially hoped for. To be sure, many of the smaller stations strapped for cash and content were more than willing to rebroadcast US-produced ware, but this was hardly the clientele CBS and NBC as well as the OIAA were looking for. What is more, the OIAA came to be increasingly concerned about possible negative repercussions among trade unions and professional associations representing radio speakers, actors, and musicians, most notably in Argentina and Mexico. After all, importing large volumes of programs from the United States implied taking away job opportunities in Latin America. More importantly still, by early 1943 several of the region’s governments had started to take steps in order to curb network operations. In Argentina, state censors soon prohibited most of the US-produced programs, and in Brazil, the government of Getulio Vargas, who otherwise cooperated closely with the United States, unilaterally suspended the contracts that CBS and NBC had signed with Brazilian stations, insisting that all content delivered for rebroadcast was to be produced under the supervision of Brazilian censorship officials embedded with the OIAA.

En lieu of conclusions: an epilogue

If Latin American (to use a currently fashionable term) *agency* effectively curbed and ultimately undermined the Pan-American networks, at the same time it opened up new venues for the OIAA. The latter adjusted to a broadcasting environment that militated against program imports by increasingly resorting to an alternative strategy to influence Latin America’s broadcasting environments: it turned to produce *locally* the programs it wished to be aired. By and large, Latin American broadcasters cooperated readily when approached to produce and air programs on behalf of the OIAA, and although not all of these products turned out to be stunning successes, the available evidence suggests that their audience ratings proved to be superior to comparable content hitherto imported from the United States. Some of these locally produced programs were simple adaptations from US-produced scripts or franchises. Thus, during the war *Ripley’s Believe It Or Not*, apart from providing comic relief, impressed Latin American audiences with the greatness of the United States and the US war effort, before converting into a longstanding fixture in the region’s soundscapes. Other programs were original productions employing outstanding writers and novelists such as Cuba’s Alejo Carpentier. In many parts well-known diplomats and journalists such as Mexico’s Félix F. Palavicini or Colombia’s Enrique Santos took to interpreting world affairs and the need for close cooperation with the United States, on the payroll of the OIAA. By working closely with US corporate sponsors, moreover, the OIAA managed to introduce news programs with a

⁴ Benjamin Gache to John F. Royal, May 12, 1942, p. 2, NARA II, RG 229, Entry 1, Box 257, File: Reactions unsolicited.

⁵ Minutes of Conference held in Washington to Review the Operations of the Radio Division of CIAA, Jan 1943, pp. 7-8, NARA II, RG 229, Entry 1, Box 258, File: Programs-Rebroadcasts CBS & NBC.



longstanding success such as the *Esso Reporter* that tied the production of radio (and later television) news content to US news agencies (UP and AP).

By *going local*, however, the OIAA contributed to the demise of the Pan-American networks in that it reinforced the flow of US advertisement and program expenditures, both public and private, that went directly to producers stationed in Latin America, thereby bypassing the network arrangements built by CBS and NBC.

NBC's *Cadena Panamericana* fell into oblivion before the war came to its end, while CBS's *Cadena de las Américas* lingered on, before being officially declared defunct in 1948. Few if any tears were shed over the demise of the Pan-American networks as the broadcasting industry in the United States now looked toward exploring a new and exciting business frontier opened up by a more recent generation of technology: television. On this realm, US broadcasters would prove to be much more successful. But this is a different story to be told elsewhere.

Bibliography

- Anderson, B. (2003). *Imagined Communities*. London: Verso (13th reimpression).
- Fejes, F. (1986). *Imperialism, Media, and the Good Neighbor: New Deal Foreign Policy and United States Short Wave Broadcasting to Latin America*. Norwood, NJ: Ablex.
- Tavares de Sá, H. (1947). *The Brazilians. People of Tomorrow*. New York: John Day.

El papel jugado por la insurrección de Adolfo de la Huerta (1923-1924) en la conformación del sistema de radiodifusión de México

Universidad Panamericana

José Luis Ortiz Garza
jlortizg@up.edu.mx

Arkansas State University

J. Justin Castro
jcastro@astate.edu

Resumen

El objetivo del presente trabajo es examinar el papel que las sublevaciones militares de los tempranos años veinte jugaron en la conformación del sistema de radiodifusión en México. Nuestro análisis es de tipo documental y se centra en la rebelión de Adolfo de la Huerta (1923-1924) para sostener que estableció los cimientos de las políticas autoritarias aplicadas a la radiodifusión nacional, y que se mantendrían por décadas. Nuestra conclusión es que el temor a las rebeliones, a los adversarios políticos y a la formación de climas de opinión adversos, constituyeron importantes factores en la forma en que los políticos percibieron la radio, lo que derivó en legislaciones autoritarias y colusiones con los intereses privados. La radio serviría como cauce de control y propaganda para diseminar el ideal revolucionario con el que los políticos populistas justificarían la legitimidad del partido de Estado que gobernó México hasta el año 2000.

Palabras clave:

Historia de la Radio; Revolución Mexicana; Rebeliones Militares; Regulación de la Radio; Censura.

Abstract

The aim of this essay is to examine the role that insurrections in the early 1920s played in state building and in shaping Mexico's radio broadcasting system. We focus our documentary research on the De la Huerta Rebellion (1923-1924) to argue that this uprising established the foundation of authoritarian radio broadcasting policies that existed thereafter for decades. We conclude that fear of military rebellions, political challengers, and a climate of adverse public opinion, remained strong influences on how government leaders perceived radio, resulting in authoritarian regulations and collusions with specific private interests. Radio became crucial to funneling revolutionary energy and controlling public opinion, both essential components in the expansion of populist propaganda politics and the single-party state that ruled Mexico from 1928 to 2000.

Keywords:

Radio Broadcasting History; Mexican Revolution; Military Rebellions; Radio Broadcasting Regulation; Censorship.

Resumo

O objetivo deste trabalho é examinar o papel de levantes militares tempranos trinta anos desempenhou na formação do sistema

de radiodifusão no México. Focamos nossa análise sobre a rebelião de Adolfo de la Huerta (1923-1924) para argumentar que esta insurreição lançou as bases de políticas autoritárias aplicadas às empresas de radiodifusão nacionais e, desde então, seriam mantidas por décadas. Nossa conclusão é que o medo de rebeliões, adversários políticos e para a formação do clima de opinião adversa, foram fatores importantes na forma como os políticos perceberam o rádio, o que levou a leis e conluio autoritários com interesses particulares. Ele serve como controle de rádio de canais e propaganda para difundir o ideal revolucionário que políticos populistas justificam a legitimidade do Estado partido que governou o México até 2000.

Palavras-chave:

História do rádio; Revolução Mexicana; Rebeliões militares; Regulamento das Radiocomunicações; Censura.

Introducción: información, guerra, tecnología y propaganda

Por su capacidad de anticipar ataques, de engañar al enemigo, de coordinar operaciones y de movilizar tropas, y de controlar la moral de los combatientes y de los ciudadanos, la información ha jugado un papel fundamental en las guerras. Su eficacia ha estado estrechamente unida a la capacidad tecnológica en las comunicaciones y a la habilidad para espiar al enemigo (Headrick, 1991). El telégrafo revolucionó la capacidad y velocidad de las informaciones de inteligencia militar y noticiosas. De la mano de las agencias de prensa, las noticias sobre la guerra sirvieron también para influir en los sentimientos y conductas de los ciudadanos generando climas de opinión pública planificados (Czitrom, 1990). A esta selección y manipulación de las informaciones se le denominó “propaganda”, cambiando el sentido que la Iglesia católica le había conferido a mediados del siglo XVII (Taylor, 1990, pp. 1-2).

Con el arranque del siglo XX, la radiotelegrafía potenció las capacidades militares, económicas, educativas y sociales de las naciones. También se incrementaron las dificultades para controlarla. La tecnología inalámbrica se manifestó tanto en grandes estaciones de transmisión como en aparatos portátiles que a lomo de mula, vagones de tren, cubiertas de botes o plataformas de camiones, podía establecerse desde lugares recónditos o insospechados. A compañías mineras, pesqueras y agrícolas estos pequeños emisores les permitieron optimizar sus procesos de producción, distribución y venta. Pero donde probarían su brutal utilidad sería en los campos de batalla. Allí la metralla informativa operaría con táctica de guerrilla. Tremendamente eficaz, esta radio de campaña articulaba los ataques al enemigo y a través de agentes decodificadores esparcía en la opinión pública rumores, noticias falsas y propaganda.

Más pronto y con más intensidad que en otros países, México participó en las guerras de información. Tuchman lo narra magistralmente en la invasión a Veracruz y en la temeraria propuesta Zimmerman (Tuchman). Katz (1982, pp. 107-14) demuestran las intensas actividades de los agentes del Káiser con aparatos Telefunken operando desde Chapultepec, Iztapalapa o en madrigueras de Sonora. Castro (2013, p. 350) explica su uso durante la expedición punitiva de Pershing.

En los años 1920s, la radiotelegrafía y la radiodifusión fueron utilizadas por las fuerzas opositoras al régimen; una de éstas fue la rebelión de Adolfo de la Huerta (1923-1924). Este artículo analiza el papel jugado por estos medios en dicha sublevación y el impacto de éste en el régimen jurídico de las telecomunicaciones. Sostiene que las revueltas alteraron las condiciones de operación de las empresas americanas de radiotelegrafía e influyeron en el

contenido de la Ley de Comunicaciones Eléctricas promulgada en 1926. Los marcos regulatorios buscaron dotar al Gobierno federal de mayor control sobre las comunicaciones en el espacio público.

La radio sirvió a los sublevados para difundir su propaganda, incitar a la desobediencia civil y comunicarse con sus allegados, y por ello, el Gobierno de Obregón la consideró una amenaza a la estabilidad del país, incluso como su principal “enemigo”. El temor a que el nuevo medio pudiera ser empleado para desestabilizar al régimen hizo que éste endureciera su marco de regulación para tener una mayor control sobre el mismo.

La radiotelegrafía en la Revolución Mexicana

La radiotelegrafía jugó un papel importante en las distintas fases de la Revolución Mexicana y en las sublevaciones surgidas entre 1920 y 1930. Fue utilizada para difundir los mensajes propagandísticos tanto de los rebeldes como de las fuerzas oficiales. Convencer a la opinión pública nacional y extranjera de la legitimidad de la sublevación o del régimen en funciones fue el gran telón sobre el que actuaron las armas, el espionaje, la diplomacia y los medios de comunicación. El caso del inalámbrico fue particularmente complejo pues cabalgaba a horcajadas entre la radiotelegrafía y la radiodifusión. Ambos sistemas fueron importantes porque a través de señales morse se enviaban boletines noticiosos como parte de la propaganda y de las estrategias de opinión pública.

La radiotelegrafía en las sublevaciones de los años 1920s

Prominentes expertos alemanes llegados con motivo de la Primera Guerra Mundial capacitaron a militares mexicanos para desarrollar tecnología de punta en la comunicación inalámbrica, quienes después instalarían las primeras emisoras de radiodifusión y apoyarían al Gobierno de Álvaro Obregón en el combate contra las fuerzas rebeldes (Castro, 2016). Los primeros experimentos de radiodifusión se realizaron en 1921, los cuales, dos años después, se coronaron con las primeras estaciones comerciales y públicas oficialmente autorizadas; entre éstas la *CYL*, del periódico *El Universal* y la del diario *El Mundo*, así como la *JH*, de las Secretarías de Guerra y Marina y la *CZE*, de la Secretaría de Educación Pública (Velázquez, 1980).

La radio se convirtió en el fenómeno social del momento y su vertiginoso crecimiento anticipó el arribo de un nuevo tipo de periodismo y de movilización política (Miquel, 2005, pp. 158-195). El *New York Times* (“Mexican Leaders”, 1923) destacaba la capacidad que tenía para hacer campañas electorales rápidas y económicas y de despertar interés en los lugares donde los candidatos eran poco conocidos. Uno de los primeros actores políticos que quiso aprovechar el potencial del nuevo medio fue el Partido Laborista Mexicano, de Luis Napoleón Morones, líder también de la Confederación Regional Obrera Mexicana (CROM), quien erigió una radio para apoyar a Plutarco Elías Calles, quien sería el candidato Obregón, y para frenar la posible candidatura de Adolfo de la Huerta. La emisora alternó propaganda política con conciertos musicales y se encargó de distribuir aparatos de radio y magnavoces en ciudades como Pachuca, en el estado de Hidalgo, y Jerez, en el estado de Zacatecas. Sin embargo, la emisora desapareció sin dejar vestigios una vez que se logró la entronización de Calles (Velázquez, 1980, pp. 156-157).

La radio en la sublevación de Adolfo de la Huerta

En abril de 1923, el Partido Nacional Cooperatista proclamó la candidatura del General Plutarco Elías Calles para Presidente de la República. El entonces Ministro de Gobernación

agradeció la distinción, pero condicionó su respuesta al sentir de la opinión pública del país. Sabía bien que aunque el Ministro de Hacienda, Adolfo de la Huerta, había aplaudido la decisión, anhelaba también ocupar la silla presidencial. Sin embargo, De la Huerta estaba en desventaja ya que Obregón había modificado la Constitución para poder reelegirse en 1928 y depositaba en Calles su vuelta al poder.

El consentimiento inicial de De la Huerta de la candidatura de Calles hizo pensar que las elecciones eran mero formalismo para colocar a éste último en Palacio Nacional. Pero, primero como rumores, luego con hechos, fueron apareciendo barricadas al proyecto imposicionista; la postulación de Calles era una urticaria que causaba gran picor entre algunos generales que preferían a De la Huerta en Palacio Nacional. Era verano de 1923 y el descontento hacia Obregón por la imposición de su candidato provocó fisuras en el tablado político.

En ese contexto surgió el diario *El Mundo*, de Martín Luis Guzmán, opositor del reeleccionismo y simpatizante de De la Huerta. Rápidamente se posicionó como uno de los mejores rotativos de la capital y al poco tiempo lanzó su propia radiodifusora. Debido al apoyo del medio hacia De la Huerta, la estación y el diario desaparecieron, y su propietario huyó a los Estados Unidos. Iniciaba así la larga etapa de exclusión de los medios de las estaciones de radio opositoras o no alineadas al Presidente en turno y poco después a un sistema de colusión con el sistema del partido de Estado. (Mejía, 1989, pp. 40-41).

El 1 de septiembre de 1923, se encendieron las alarmas del país. Durante el Informe de Gobierno de Obregón, Jorge Prieto Laurens, presidente del Congreso y líder del Partido, le contestó bruscamente, lo que anticipó los problemas a los planes de imponer a Calles. Estos se desencadenaron cuando el Partido Cooperatista Nacional nominó a De la Huerta a la candidatura de la Presidencia, quien la aceptó a finales de noviembre, dos meses después de haber dejado su cargo como Ministro de Hacienda. De la Huerta se dirigió a Veracruz furtivamente, donde el General Guadalupe Sánchez ya estaba en franca rebelión. (De la Huerta, 1957, pp. 243-245). Ante ello, el Gobierno de Obregón reaccionó publicando el 27 de noviembre en el Diario Oficial de la Federación (DOF) un aviso sobre las regulaciones para operar la radio pues temía que De la Huerta la utilizara para sus propios fines. Firmado por el Secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, Amado Aguirre, recordaba la vigencia del decreto sobre radiotelegrafía del 19 de octubre de 1916, el cual exigía aprobación expresa del Gobierno federal para establecer y operar estaciones en la República Mexicana. También establecía el requisito de hacer una solicitud de un permiso a quienes poseían aparatos receptores y querían utilizarlos antes del 21 de diciembre de ese año (DOF, 1923).

El 6 de diciembre, en el puerto de Veracruz, Adolfo de la Huerta denunció las intenciones imposicionistas y reeleccionistas de Obregón y lanzó su plan revolucionario que secundaron prominentes líderes militares. En tanto, Obregón pidió poderes extraordinarios al Congreso para participar en las batallas encabezando al Ejército federal (Castro, P. 2009). Debido a que las autoridades federales temían que los rebeldes pudieran aprovechar la radiodifusión, al día siguiente, la Secretaría de Guerra y Marina requisó todas las estaciones de radio y las puso bajo las órdenes del General José Fernando Ramírez. La medida se mantuvo hasta marzo de 1924, lo que afectó el desarrollo de la incipiente radio comercial pues el gobierno incautó cerca de cinco mil radiorreceptores (Espinoza, 1980, p. 28).

Además, la Secretaría de Comunicaciones informó a la *Mexican Telegraph Company* que censuraría todos sus mensajes en la Ciudad de México, Veracruz y Puerto México, mientras que Obregón ordenó suspender las comunicaciones originadas en Veracruz permitiendo sólo las realizadas desde la Ciudad de México, Galveston o Nueva Orleans. También se decretó que los mensajes dirigidos a Estados Unidos, Europa, Asia y Venezuela sólo podrían hacerse desde instalaciones de la frontera norte; los dirigidos a Centro y Sudamérica, vía Salina Cruz (ANW, GR59: 812.721/56, Cummings, Dic 21, 1923). Las órdenes fueron acatada de inmediato, pero Ernest F. Cummings, director de *Mexican Telegraph Company*, así como la Embajada de Estados Unidos, pidieron opciones al Secretario de Relaciones Exteriores. (ibid).

Los sublevados se atrincheraron en Veracruz, desde donde operaron la Oficina radiotelegráfica del puerto. Esta emisora jugó un papel determinante para las operaciones del Ejército

federal y para la orquestación de una extraordinaria campaña de comunicación pública del Gobierno. A través de esa Oficina la Secretaría de Guerra y la del Departamento de Información y Acción Social de la Suprema Jefatura de la Revolución difundieron información oficial, mucha de ésta propagandística. Donde más eco tuvieron sus informaciones fue en las plazas ocupadas por otros generales rebeldes, como Guadalajara. En esta ciudad el 18 de diciembre, *El Informador*, publicó en primera plana una noticia con el titular “Tácitamente los Estados Unidos reconocen la beligerancia de la Revolución Mexicana”, la cual llevaba como sumario: “Declara la Casa Blanca que cualquiera que sea el vencedor, si respeta los tratados con los EE.UU., se llevará a cabo la completa reanudación de relaciones diplomáticas con nuestro país” (“Tácitamente”, 1923). Se trataba de una reproducción de un radiograma originado en Veracruz que señalaba que Washington concedía “absoluta libertad para que crucen su territorio las noticias relacionadas con la revolución que ha estallado en toda la República Mexicana”. También decía que el Departamento de Justicia de Estados Unidos no consideraba violatorio de las leyes de neutralidad del país “si las informaciones acerca de la revolución en México son verídicas” (“Tácitamente”, 1923). Esas declaraciones resultaban un chantaje. Washington sí había demostrado su apoyo armado y diplomático a éste. Además, en esos días Obregón negociaba los términos de la nueva Constitución en materia petrolera y de tierras, y los pagos a las empresas y particulares afectados durante la Revolución. El entonces Presidente cobraría carísimo estas informaciones, pues clausuró el periódico en cuanto retomó la plaza (“Al reanudar”, 1924). Los diarios regionales daban versiones contrarias. Así mientras la nota de ocho columnas de *El Siglo de Torreón* del 3 de enero de 1924 se titulaba: “Declaraciones de Hughes sobre la decidida ayuda de Estados Unidos al Gob. Mexicano” (“Declaraciones de Hughes”, 1924), la primera plana de ese mismo día en *El Informador* señalaba: “El Gobierno Americano no Venderá al Gral. Obregón una Sola Arma” (“El Gobierno”, 1924).

El Gobierno legítimo continuó reaccionando con fiera determinación. El 12 de enero de 1924 el General de Brigada Arnulfo Gómez, Jefe de la Guarnición Militar en el Valle de México, reveló que los sublevados enviaban mensajes por radio a diputados delahuertistas en la capital. La radio, concluyó el General, era “el principal enemigo del gobierno” (“La radio es”, 1924). Tres días después, el 15 de enero, emitió una orden confiscatoria de todas las estaciones del país. Las radios dedicadas a asuntos comerciales o culturales podían mantenerse operando siempre y cuando sus propietarios se presentaran ante la Jefatura y se identificaran como “adictas al Gobierno”. Cualquier infractor se consideraría “cómplice del enemigo” y recibiría la pena correspondiente a ese delito. En el caso de las estaciones autorizadas para seguir operando, lo harían mediante un censor designado por la Jefatura “quedando incluidos los aparatos establecidos en los periódicos de la capital.” (“La orden”, 1924). Se prohibió la venta de receptores y a los que ya los poseían se pidió registrarlos en las oficinas de telégrafos mediante la forma R-8. Se advirtió que habría cateos y que aquellos que carecieran de esta constancia de registro serían considerados espías al servicio de los rebeldes y se les decomisarían sus equipos. Las 45 transmisoras de radiotelegrafía del país también debían rellenar un formato oficial para reanudar sus actividades. El miércoles 16, la CYL, propiedad de Raúl Azcárraga, cesó sus transmisiones. La empresa lo notificó en una nota de prensa. Esa misma tarde, Modesto Rolland, representante de la Liga Mexicana de la Radio, se entrevistó con el general Gómez y le solicitó que la orden fuera “menos estricta, pues funcionando algunas de las estaciones transmisoras, aún con censura, si se clausuran las receptoras resultará que no habrá radio en México que escuchen los conciertos que se transmitan, no se enteren del boletín que transmite diariamente por radio la Secretaría de Guerra” (“Formal batida”, 1924).

Salvo en los primeros días de la rebelión, la *Associated Press* y numerosos diarios dependieron enteramente de las noticias de las estaciones gubernamentales. Al inicio de la rebelión, la información oficial la proporcionaba la Secretaría de Guerra mediante la emisora XDA en Chapultepec y muy poco después a través de la CYG, que la Secretaría de Guerra y Marina instaló y operó desde Palacio Nacional. Desde finales de diciembre de 1923 y los primeros meses de 1924, la CYG de 2 kW de potencia emitía a las 10:30 de la noche un boletín

de prensa que retransmitían las estaciones texanas WFAA (Dallas) y WBAP (Fort Worth). La emisora sirvió para comunicarse con los cuarteles militares del país y con algunas estaciones en América Central (“Radio in Mexico”, 1925).

Erigido en vocero de la industria de la radio y pionero en la defensa de las audiencias, Rolland consiguió suavizar las medidas establecidas por el General Gómez. Con autorización de éste declaró que los comerciantes de aparatos de radiotelefonía ya podían seguir vendiéndolos aunque permanecía la obligación de notificar su posesión ante la Secretaría de Comunicaciones. Además, “que como medida rudimentaria de protección en este caso de guerra, el Gobierno clausurará las estaciones transmisoras, con excepción, naturalmente, de aquellas en las que intervenga directamente para usarlas por conducto de la Secretaría de Guerra como está previsto en el Reglamento que han aceptado las Estaciones difusoras” (“Se modifican las órdenes”, 1924). Aquellas disposiciones fueron un brutal golpe a la radio que, como sostenemos en este artículo, servirían como precedente de las políticas de control y censura que implementarían en este medio. Gómez justificó el apagón sonoro porque “en caso de guerra, lo primero que hace el Gobierno es controlar absolutamente todas las comunicaciones, y aquí, por lo que antes he dicho, se hace necesario controlar el radio” (“La orden”, 1924). El Gobierno implementó las restricciones sin considerar el impacto que éstas tendrían en la sociedad. La radio, de acuerdo con un artículo publicado en *El Universal Gráfico*, ya había “adquirido una importancia difícil de imaginar” entre los mexicanos (idem y Ornelas, R. 2006).

El Gobierno de Obregón también utilizó la radio para fines propagandísticos. Proveyó de aparatos receptores a grupos laboristas y agrarios que lo apoyaban. Bajo la dirección de Luis N. Morones (quien había encabezado el sindicato de telégrafos y telefonistas más grande del país), la Confederación Regional Obrera Mexicana (CROM), instaló un transmisor en su oficina central así como aparatos receptores en fábricas en la Ciudad de México, Pachuca, Hidalgo; Puebla, Puebla; Orizaba, Veracruz; Torreón, Chihuahua; Jerez, Zacatecas; y otros lugares de la República (“Propaganda Obrera”, 1923). Políticos, secretarios y miembros de gremios recibieron clases y conciertos vía la *1-R*, una estación de radio experimental bajo la dirección de la Fábrica de Ropa y Equipamiento de Morones. Además, la *CYL* y las estaciones militares transmitieron boletines de apoyo al Gobierno.

Aunque la rebelión de De la Huerta significó una seria amenaza a la administración de Obregón y al ascenso de Calles, los soldados y grupos de campesinos y trabajadores dejaron las armas en cuestión de meses. Después de varias derrotas en Puebla, Guadalajara, Veracruz, y Tampico, De la Huerta huyó al exilio el 11 de marzo de 1924. En tanto, Calles reanudó su campaña presidencial en periódicos, pero también en la radio. Se convirtió en el primer candidato presidencial en realizar una campaña política por este medio. Aquello marcó el inicio de una nueva etapa de las contiendas presidenciales del país que se caracterizó por un uso más preponderante de la radio.

Cambios en la legislación producidos por la sublevación Delahuertista

Tras las rebeliones de Adolfo de la Huerta, siguieron otras más como la Yaqui (1926 – 1927) y la Cristera (1926 – 1929). Todas éstas propiciaron que el Gobierno ejerciera un control más directo sobre la radio. Aunque las estaciones comerciales promovían un nacionalismo que lo favorecía, los políticos temían que éstas, en manos de rebeldes, amenzaran su poder. Específicamente después de la sublevación de De la Huerta, Plutarco Elías Calles modificó los contratos con las compañías estadounidenses de radiotelegrafía e impuso restricciones a la libertad de expresión en la Ley de Comunicaciones Eléctricas (LCE) de 1926.

Cambios producidos en las compañías extranjeras de telecumunicaciones

Las implicaciones de la sublevación delahuertista en el campo de la radiotelegrafía se manifestaron en un nuevo convenio con las empresas americanas que se firmó el 9 de marzo

de 1926, y apareció en el Diario Oficial de la Federación (DOF) a finales de abril de ese año. Decía que “de acuerdo a las circunstancias actuales” quedaban cancelados los términos de los contratos firmados en 1897 y 1897. También establecía que en caso de conflictos internacionales “y en el de graves perturbaciones internas de la paz pública”, el Gobierno podía suspender todos o cualquiera de los servicios convenidos, y en su caso, sellar y clausurar los cables sin asumir ninguna responsabilidad ante los proveedores. Se reservaba también, previo aviso, “el derecho de ejercer censura sobre los mensajes que se depositen o reciban en el servicio motivo de este convenio, si lo creyera necesario para la protección de los intereses de la República” (DOF, 1926, abril 28).

Cambios en la radiodifusión establecidos en la Ley de Comunicaciones Eléctricas

En lo que se refiere a la radiodifusión, las implicaciones de la sublevación delahuertista se manifestaron en la Ley de Comunicaciones Eléctricas que se firmó el 24 de abril de 1926. En el artículo 10 señaló que “En caso de guerra internacional o de alteración del orden público, o cuando se prevea algún peligro inminente para la paz interior del país, el Ejecutivo de la Unión podrá ordenar que se suspenda el servicio en todas o determinadas instalaciones de comunicaciones eléctricas, así como tomar posesión de las instalaciones particulares que necesite utilizar, u ordenar la clausura de las estaciones u oficinas y el retiro de los aparatos esenciales de emisión y recepción de aquellas instalaciones de que no se hubiere posesionado. Podrá, igualmente, prohibir la importación, fabricación y venta de aparatos e implementos para tales instalaciones. En compensación al tiempo que dichas instalaciones duraren fuera de servicio o en posesión del Gobierno, se prorrogarán los plazos de las concesiones o permisos por el mismo término que dure la suspensión o incautación”.

En tanto, el artículo 12 prohibió “transmitir noticias o mensajes cuyo texto fueran contrarios a la seguridad del Estado, a la concordia, a la paz o al orden público, a las buenas costumbres, a las leyes del país y a la decencia del lenguaje, que causaran escándalo o atacaran en cualquier forma al Gobierno constituido o a la vida privada, honra o intereses de las personas, o que tuvieran por objeto, manifiestamente, la comisión de algún delito o que obstruyeran la acción de la justicia”. (LCE, 1926, abril 23. Tomada de ANW, GR 59, 812.741/5, D. Murrow, noviembre 29, 1929).

Los cambios en el marco regulatorio de la radiotelegrafía así como los lineamientos que estableció la Ley de Comunicaciones Eléctricas fueron resultado del interés del Gobierno por controlar los actores y los procesos de comunicación que pudieran cuestionar o restringir el poder del gobierno federal. En 1929, la sublevación de Gonzalo Escobar derivaría en la prohibición de emitir de manera velada o franca asuntos políticos y religiosos, normativa presente en el artículo 78 de Reglamento del Capítulo VI del Libro V de la Ley de Vías Generales de Comunicación, publicado en el Diario Oficial el 10 de julio de 1933 (DOF, 1933, julio 10). Esta disposición se mantendría formalmente hasta la nueva legislación de 1960, pero se mantuvo en la práctica hasta finales del siglo XX.

Conclusiones

Durante las rebeliones encabezadas por Adolfo de la Huerta, la radio fue utilizada por los sublevados como herramienta para difundir su propaganda, incitar a la desobediencia civil y comunicarse con sus allegados en el país, por lo que el Gobierno encabezado por Álvaro Obregón llegó a considerar a la radio como una amenaza a la estabilidad del país, incluso como un su principal “enemigo”. Esta experiencia provocó que se endurecieran las reglas de operación tanto de la radiotelegrafía como de la radiodifusión para que el Gobierno ejerciera un mayor control sobre estos medios. Los lineamientos que dotaron de un mayor poder del

Estado sobre las comunicaciones serían la base que constituyeron el sistema de radiodifusión en México que perduró hasta el año 2000.

Bibliografía

- ANW, GR 59 (1923, diciembre 10 y 21), Cummings. 812.721/56, 57 y 58.
- APEC-FAPECFT Azamar M. 1924, abril 12) Exp. 215. Inv. 456. Leg. 1.
- Cárdenas, E. (1987). *Historia de las Comunicaciones y los Transportes en México. El Telégrafo*. México, SCT.
- Castro, J. (2013). "Radiotelegraphy to Broadcasting: Wireless Communications in Porfirian and Revolutionary Mexico, 1899-1924." *Mexican Studies/Estudios Mexicanos*. Vol. 29. Issue 2, pp. 335-365.
- Castro, J. (2016). *Radio and Revolution: Wireless Technology and State Power in Mexico, 1897-1938*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Castro, P. (2009). Álvaro Obregón. Fuego y cenizas de la Revolución Mexicana. Mexico: Ed. Era.
- Czitrom, D. (1985). *De Morse a McLuhan. Los medios de comunicación*. México: Publigráficos.
- De la Huerta, A. (1957). *Memorias de don Adolfo de la Huerta según su propio dictado*. Transcripción y comentarios de Roberto Guzmán Esparza. México: Ediciones Guzmán.
- Diario Oficial de la Federación [DOF]. (1923, noviembre 27). "Aviso poniendo en conocimiento del público que está vigente el Decreto sobre estaciones radiotelegráficas, expedido el 19 de octubre de 1916".
- Diario Oficial de la Federación [DOF]. (1926, abril 28). "Contrato celebrado con la Mexican Telegraph Co., All American Cables Inc., Postal Telegraph Cable Co. y la Western Union Telegraph Co., para el establecimiento de un servicio telegráfico internacional."
- Diario Oficial de la Federación [DOF]. (1933, julio 10). "Reglamento del Capítulo VI del Libro Quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación."
- Durán E. (1985). *Guerra y Revolución. Las grandes potencias y México*. México: El Colegio de México.
- Espinoza, F. (1980) "Cinco Gigantes en la Vida de Transmisiones", México: Secretaría de la Defensa Nacional.
- Headrick, D. (1991). *The Invisible Weapon: Telecommunications and International Politics, 1851-1945*. London: Oxford University Press.
- Katz, F. (1982). *La Guerra Secreta en México. La revolución mexicana y la tormenta de la segunda guerra mundial*. México: Ediciones Era.
- Ley de Comunicaciones Eléctricas (1926, Abril 24) [LCE]
- Medina, V. y G. Vargas (2011). *Nuestra es la voz, de todos la palabra. Historia de la Radiodifusión Mexicana 1921-2010* México, UNAM. FES Acatlán.
- Mejía, F. (1989). *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*. México: Fundación Manuel Buendía.
- Mejía, J. (1972). *Historia de la Radio y la Televisión en México*. Octavio Colmenares: México
- Merchán, C. (1988). *Telecomunicaciones. Historia de las Comunicaciones y los Transportes en México*. México: Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
- Miquel, Á. (2005). *Disolvencias. Literatura, cine y radio en México*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Ornelas, R. (1998). "La radiodifusión mexicana a principios del siglo XX (Las comunicaciones inalámbricas en México 1900-1924)". (Tesis de Licenciatura. México, UNAM. 1998.
- Ornelas, R. (2006). "Radio y cotidianidad en México (1900-1930)". En Aurelio de los Reyes (Coordinador). *Historia de la vida cotidiana en México*. Tomo V. Volumen 1: Siglo XX. Campo y ciudad. México: El Colegio de México - Fondo de Cultura Económica. pp. 127-169.

- Schwoch, J. (1990). *The American Radio Industry and its Latin American Activities, 1900-1939*. Urbana: University of Illinois Press.
- Taylor, P. M. (2003). *Munitions of the Mind: A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era*. Manchester & New York: Manchester University Press.
- Tuchman B. W. (1986). *The Zimmermann Telegram*. Nueva York: Ballantine Books.
- Velázquez, R. (1980). "La Radiodifusión Mexicana durante los Gobiernos de Álvaro Obregón y Plutarco Elías Calles". (Tesis de Licenciatura, UNAM, 1980).

Fuentes de archivo

- APEC-FAPECFT. Archivo Plutarco Elías Calles. Fideicomiso Archivos Plutarco Elías Calles y Fernando Torreblanca.
- ANW, RG59. Grupo de Registro 59: Departamento de Estado en los Archivos Nacionales de Washington de College Park, Maryland. En el texto se identifican las referencias con las siglas ANW, GR59 y luego: fecha, autor y número decimal.

Fuentes hemerográficas

- Al reanudar nuestras labores. (1924, abril 6). *El Informador*, p. 1.
- Formal batida contra los aparatos radiotelefónicos. (1924, enero 16). *El Universal Gráfico*, p. 2.
- Declaraciones de Hughes sobre la decidida ayuda de Edos. Unidos al Gob. Mexicano. (1924, enero3) *El Siglo de Torreón*, p. 1.
- El Gobierno Americano no Venderá al del Gral. Obregón una Sola Arma, un Solo Cartucho ni Barcos de Guerra. (1924, enero 3). *El Informador*, p.1.
- El papel de la provincia. (1941, julio 12) *Hoy*. pp. 12-14.
- La orden de clausura de las estaciones inalámbricas (1924, enero 16). *El Universal*, 2ª. Secc. p. 1.
- La radio es nuestro mayor enemigo. (1924, enero 16). *El Universal Gráfico*, p. 1.
- Mexican Leaders to Use the Radio. (1923, agosto 18). *New York Times*, p. 11.
- Mexico Now Fond of Radio. (1923, agosto 21). *Los Angeles Times*, p. 4.
- Propaganda obrera por medio de estaciones radiofónicas. (1923, noviembre 16). *El Universal*, p. 1.
- Radio in Mexico. (1925, April 25). *Mexican American*, p. 19.
- Se modifican las órdenes sobre aparatos de radiofonía. (1924, enero 17). *El Universal*, p. 1.
- Tácitamente los Estados Unidos reconocen la beligerancia de la Revolución Mexicana. (1923, diciembre 18). *El Informador*, p. 1.

Biografías

José Luis Ortiz Garza es Doctor en Comunicación Pública por la Universidad de Navarra (1995). Es Director de la Escuela de Comunicación de la Universidad Panamericana en la ciudad de México, donde ha colaborado como profesor investigador desde 1985. Autor de *México en guerra: La historia secreta de los negocios entre empresarios mexicanos de la comunicación, los nazis y E.U.A.* (México: Planeta, 1989), *La guerra de las ondas* (México: Planeta, 1992), *Una radio entre dos reinos* (México: Ediciones Ruz, 2010, 1997), *Ideas en tormenta. La opinión pública en México en la Segunda Guerra Mundial* (México: Ruz, 2007). Ha publicado numerosos capítulos de libros y artículos sobre historia de la radio, propaganda en México en la Segunda Guerra Mundial, investigación de la comunicación en México y América Latina. Ha participado Ortiz Garza en cuatro documentales como *La Red Nazi en México* (Discovery Channel, 2010) y actualmente colabora en otros dos (*The Outlaw X*, Austin, Texas) y *Our Neighborhood: Washington's TV Cold War in Latin America across the 1960s*, Harvard Universi-



ty). Es miembro, entre otras asociaciones, del *Radio Preservation Task Force*, de la Biblioteca del Congreso en Estados Unidos, del *Border Radio Research Institute* (Austin, Texas), y de la Academia Mexicana de la Comunicación (Ciudad de México). Email: jlortizg@up.edu.mx. Phone (52 55) 54821633

Justin J. Castro es doctor en Historia por la Universidad de Oklahoma (2013). Trabaja como profesor investigador en el Departamento de Historia de Arkansas State University desde 2013. Ha publicado artículos académicos y reseñas de libros en revistas como *Latin American Research Review*, *Mexican Studies/Estudios Mexicanos*, *The Latin Americanist*, and the *Chronicles of Oklahoma*. Su libro *Radio and Revolution: Wireless Technology and State Power in Mexico, 1897-1938*, acaba de ser publicado por *The University of Nebraska Press* en 2016. Email: jcastro@astate.edu. Teléfono: 870-351-6545

Guerra informativa. La prensa costarricense en la Segunda Guerra Mundial

Universidad de Costa Rica

Patricia Vega Jiménez
patricia.vega@ucr.ac.cr

Resumen

La Segunda Guerra Mundial privilegió, como en ningún conflicto anterior, el papel de la información y de la persuasión. Uno fue el conflicto real, con la destrucción y muertes correspondientes, y otro el que se publicó y se construyó para los periódicos y por tanto, para sus lectores.

Las agencias internacionales de noticias, al servicio de los gobiernos sede, se convirtieron en voceros de los grupos en conflicto procurando obtener el favor de la audiencia en defensa de sus tesis y posiciones.

Los periódicos costarricenses no fueron la excepción. En sus páginas se publicó la guerra que construyeron las agencias informativas. El propósito de este texto es demostrar la magnitud de la tergiversación y determinar como esto afectó la forma de hacer periodismo en Costa Rica hasta entonces. Para alcanzar el objetivo, se compara lo publicado por los dos diarios costarricenses de mayor tiraje en ese momento, durante el primer mes del conflicto, con los estudios históricos académicos de reconocido prestigio que se han publicado. De esta manera se contrasta lo que dicen los medios con lo que históricamente se comprobó que ocurrió.

Efectivamente, se demuestra con claridad que se construyó una guerra con las palabras distinta a la que se gestaba en el campo de batalla, y en definitiva, la forma de hacer periodismo en Costa Rica cambió no solo en formato sino también en la redacción del contenido de las informaciones.

Palabras clave:

Prensa; historia; segunda guerra mundial; manipulación; tergiversación

Abstract

The second world war favored, as in any previous conflict, the role of information and persuasion. One was the real conflict, with corresponding deaths and destruction, and another that was published and was built for newspapers and hence for its readers. International news agencies, at the service of Governments headquarters, became spokesmen for the groups in conflict attempting to obtain the favour of the audience to defend their theses and positions. Costa Rican newspapers were not the exception. The war that was built by the news agencies was published in its pages. The purpose of this text is to demonstrate the magnitude of the distortion and determine how this affected the way of doing journalism in Costa Rica until then. To achieve the goal, compares published by two newspapers Costa Rica's largest circulation at that time, during the first

month of the conflict, with academic historical studies of recognition, that you have been published. In this way contrasts what they say the media with what historically found that it occurred. Indeed, shows clearly that built a war with words other than that brewing is in the field of battle, and ultimately, how to do journalism in Costa Rica changed not only in form but also in the preparation of the content of the information.

Keywords:

Newspapers; history; second world war; manipulation; misrepresentation

Resumo

A segunda guerra mundial privilegiou, como em nenhum conflito precedente, o papel da informação e o persuasion. Um era o conflito real, com a destruição e as mortes correspondentes, e outro essa que foi publicada e construída para jornais e conseqüentemente, para seus leitores. As agências internacionais da notícia, ao serviço do anfitrião dos governos, assentaram bem em spokesmen dos grupos no conflito que tenta satisfazer obtêm o hearing na defesa de seus theses e posições. Os jornais de Rican da costela não eram a exceção. Em suas páginas a guerra foi publicada que construiu as agências informative. A intenção deste texto é demonstrar o valor da distorção e determinar como este afetou o formulário para fazer o journalism em Costa-Rica até então. A fim alcançar o objetivo, a coisa publicada pela costela diária Ricans de um tiraje mais grande é ambos comparados então, durante o primeiro mês do conflito, com os estudos históricos acadêmicos do prestige reconhecido que foram publicados. Esta maneira é resistido o que os meios dizem com qual foi verificado historicamente mação e o persuasion. Um era o conflito real, com a destruição e as mortes correspondentes, e outro essa que foi publicada e construída para jornais e conseqüentemente, para seus leitores. As agências internacionais da notícia, ao serviço do anfitrião dos governos, assentaram bem em spokesmen dos grupos no conflito que tenta satisfazer obtêm o hearing na defesa de seus theses e posições. Os jornais de Rican da costela não eram a exceção. Em suas páginas a guerra foi publicada que construiu as agências informative. A intenção deste texto é demonstrar o valor da distorção e determinar como este afetou o formulário para fazer o journalism em Costa-Rica até então. A fim alcançar o objetivo, a coisa publicada pela costela diária Ricans de um tiraje mais grande é ambos comparados então, durante o primeiro mês do conflito, com os estudos históricos acadêmicos do prestige reconhecido que foram publicados. Esta maneira é resistido o que os meios dizem com qual foi verificado historicamente journalism em Costa-Rica mudada também não somente no formato mas na escrita do índice da informação.

Palavras chaves:

Imprensa; história; Segunda guerra mundial; manipulação; distorção

Introducción

La Segunda Guerra Mundial inició formalmente el 1 de setiembre de 1939 con el bombardeo del ejército alemán sobre Danzing, territorio polaco desde 1918.

En realidad el conflicto, que mantuvo al mundo en vilo por los siguientes 6 años, se gestó desde 1918 cuando se firmaron los tratados de paz en Versalles tras la derrota alemana en la llamada Primera Guerra Mundial. Por razones políticas, económicas, sociales e incluso culturales, era un contienda inevitable.

Una de las principales características de esta conflagración, fue el lugar de primer orden que se le asignó a la comunicación a través de una diversidad de medios. De hecho, tras la ofensiva a Danzing, la principal preocupación de los atacantes era mostrarse ante la opinión pública como justicieros pues la imagen que construyeron era que ellos, los alemanes, recuperaban lo que por derecho les correspondía y además, divulgaban la idea de que contribuían con el pueblo polaco para librarlo de un gobierno que era cruel e implacable con sus coterráneos. Para ello idearon una estrategia que consistía en dar como excusa a Francia y al Reino Unido que Polonia atacaba la estación de radio en la ciudad de Gleiwitz. Para ello el plan consistía en vestir a una docena de alemanes convictos con uniformes del ejército polaco, a quienes asesinarían y los colocarían en la estación de radio. La finalidad era proporcionar a la prensa internacional una prueba de las agresiones del gobierno de Varsovia. El proyecto no fue exitoso: solo lograron conseguir un reo. La estrategia cambió. Los nazis enviaron un mensaje por la radio afirmando que la estación fue atacada y ocupada por un grupo de insurrectos polacos a quienes la policía fronteriza alemana logró rechazar y fue herido mortalmente solo uno de ellos, el único reo que fue entregado para cumplir con el plan (Canales y Del Rey, 2014: 23-25).

Los alemanes encontraron una férrea resistencia de parte de los polacos que ocultaron a la opinión pública a través de la tergiversación informativa. Llevaron al lugar de la batalla a corresponsales italianos a quienes les hicieron creer, y es el relato que prevaleció, que los polacos (ulanos) se enfrentaron a las auto ametralladoras con sables y a lomo de caballo. La realidad fue otra: los ulanos hicieron retroceder a los alemanes hasta la llegada de las ametralladoras a las que no se enfrentaron y que los diezmó irremediablemente.

En el bando aliado hubo también montajes propagandísticos de igual dimensión. Fue evidente y obvio el interés de ambos grupos encontrados, por darle a la comunicación un lugar primordial durante el conflicto. Ya la Gran Guerra había demostrado la importancia de mantener el favor de la opinión pública para tener éxito en sus planes bélicos y esa "arma" no podía escatimarse en 1939. De ella dependía mantener en alto la moral de los soldados y obtener el apoyo de la población, fundamental para el éxito de los procedimientos guerreros.

En Costa Rica la Segunda Guerra Mundial supuso un despliegue periodístico similar al que se efectuó en 1914 cuando la Gran Guerra se inició. No obstante, en dos décadas, las tecnologías que facilitaron la comunicación social evolucionaron, lo que afectó a su vez la forma y el fondo de la información periodística. El objetivo de este ensayo es conocer como y que divulga la prensa costarricense sobre la Segunda Guerra, como se manipula la información y como esto repercute en la forma de hacer periodismo en Costa Rica.

Se tomaron como objetos de estudio dos periódicos que circulaban en el país el año en que comenzó formalmente la contienda, los principales por el número de ejemplares que editaban diariamente: *La Tribuna* y *Diario de Costa Rica*. Se extrajeron todas las noticias referentes al conflicto bélico que se publicaron en ambos impresos del 1 de setiembre al 1 de octubre de 1939. Se analizaron una a una las informaciones y se contrastaron con los investigaciones históricas referentes a la Guerra de reconocido prestigio académico. Se extrajeron de esos estudios, los hechos ocurridos día a día y se compararon con lo publicado en los dos diarios elegidos. De esta manera es posible determinar el manejo de la información y el nivel de tergiversación que hacen los diarios.

La tergiversación

El día 7 de setiembre sucedió lo irremediable en el frente polaco: se rindieron tras ser duramente castigados por la artillería y la aviación alemana. No obstante el periódico *Diario de Costa Rica*, el principal impreso costarricense con 14000 ejemplares diarios para una población de 640931 habitantes (Pérez, 2010: 128) reproduce los cables de la Prensa Asociada aseverando que “las fuerzas polacas mantienen a raya a los alemanes al norte de Varsovia y han rechazado continuos ataques” (*Diario de Costa Rica*, 8-9-1939, p. 1).

Al siguiente día, empezó la verdadera lucha por la ocupación de Polonia quienes, aunque rendidos, resistieron en pequeños grupos hasta acabar con sus fuerzas, lo que provocó la ira de Hitler. El Führer respondió exigiendo que Varsovia fuera reducida a cenizas. El 30 de setiembre la ocupación había acabado con el éxito rotundo del bando alemán. El *Diario de Costa Rica*, a diferencia de lo ocurrido, aseveraba que el día 8 entraron las columnas motorizadas alemanas a Varsovia a las 17:15 horas, “pero posteriormente Berlín declaró que la capital no había sido ocupada”. Más aún, le atribuyen a la estación de radio oficial de Varsovia, la divulgación de una orden del comando polaco que anunciaba que la ciudad sería defendida y que el ejército polaco había tomado posiciones “de las cuales no retrocederá un paso” (Ibid). Lo ocurrido fue que desde el 8 de setiembre los alemanes llegaron a los suburbios de la capital polaca lo que provocó el inmediato retiro del gobierno polaco y el Alto Mando Militar quien se refugió en Rumanía. Polonia estaba en manos de los alemanes.

La finalidad de la información divulgada en el periódico *Diario de Costa Rica*, era hacer creer a la opinión pública que los alemanes no lograban avanzar en sus propósitos de tomar Polonia pues los polacos contaban con la ayuda decidida de Gran Bretaña y Francia. En realidad, ninguna de las dos potencias cumplió las promesas hechas a los polacos de realizar una gran ofensiva en el frente occidental. Mientras los franceses solo se adentraban en territorio alemán sin disparar un arma, el ejército expedicionario británico se desplegó por la región francesa de Lille y se dedicó principalmente a trabajos de fortificación. “Esa era toda la ayuda que podía esperar Polonia. Era evidente que sus aliados no pensaban morir por ella” (Canales y Del Rey, 2014: 34).

Efectivamente, el 7 de setiembre, Francia inició su ofensiva en el frente occidental –operación Sarre-. Los franceses se internaron 8 kilómetros en territorio alemán. “Avanzaron sin entrar en acción por aldeas abandonadas sin ningún valor estratégico y se detuvieron hasta el día 21. Luego regresaron a sus líneas de salida tras dejar pequeñas guarniciones en los pueblos ocupados” (Canales y Del Rey, 2014: 33).

De hecho, el 22 de setiembre, se anuló el ataque que tenía que lanzar el III ejército francés hacia Sarrelouis a causa de las malas noticias recibidas de Polonia. Nuevamente el avance francés se detuvo (Michael, 1990: 37).

Dos días después del inicio de estas acciones francesas, el 9 de setiembre, El *Diario de Costa Rica* titula su principal noticia de la siguiente manera: “ANTE AVANCE FRANCÉS EN EL FRENTE OCCIDENTAL SE RETIRARON LOS ALEMANES. EL COMUNICADO QUE PUBLICÓ ANOCHE EL ALTO COMANDO FRANCÉS REITERA EL PROGRESO DE LA OFENSIVA HACIA LA ZONA MINERA DEL SARRE Y DICE QUE LOS ALEMANES EN LA RETIRADA ESTÁN DESTRUYENDO PUENTES, VÍAS FERROVIARIAS Y TÚNELES.” El subtítulo es más explícito “Los tanques entraron ayer por primera vez en acción apoyando a la infantería en el extremo norte del frente obligando a los alemanes a replegarse hacia los macizos principales de la línea Siegfried” (*Diario de Costa Rica*, 9-9-1939, p.1).

Si el *Diario de Costa Rica* reproducía la invención de las agencias de noticias de un triunfo francés que nunca existió, *La Tribuna* divulgó la reconstrucción de la supuesta batalla de Sarre que recibió de la United Press (UP) de la siguiente manera:

PARIS, 8 UP (Por Ralph Heinzen)... Infantería francesa y alemana, ambas fuerzas apoyadas por centenares de tanque de todos los tamaños, se lanzaron una contra la otra en el frente del Sarre en la primera batalla en gran escala que se está librando en territorio alemán. Los intensos combates fueron precedidos por una serie de operaciones de reconocimiento de carácter local. En este momento llegaron los refuerzos alemanes al frente del Sarre para enfrentarse a la presión francesa, y entonces el sector fue puesto bajo el fuego protector de la artillería pesada de la Línea Maginot. El comunicado número 10 del alto mando francés fue publicado a las nueve y 45 minutos de la noche e informó que el avance francés continúa y que el enemigo en algunas partes voló los puentes y sembró minas de tierra. “En estas partes continuaron las acciones locales en los avances... (*La Tribuna*, 9-9-1939, p.1).

Se fabricó una contienda que surge de algunos elementos reales que sucedían en el campo de batalla. Esas minas resultaron ser una sorpresa cruel para los franceses: “los caminos saltan bajo los vehículos, las tropas que avanzan por los campos se meten en cercos de muerte, los hombres que abren la puerta de una granja o recogen un objeto tirado quedan pulverizados” (Cartier, 1968: 26). A pesar del impacto, esta trampa mató a miles de soldados franceses, hecho del cual los periódicos no informaron.

Este es un claro ejemplo de tergiversación noticiosa. Los periódicos costarricenses que se nutrían de las informaciones que les compran a las agencias internacionales de noticias, divulgaban lo que recibían pues carecían de fuentes adicionales para corroborar las noticias provenientes del frente de batalla. Es evidente que los comunicados de prensa respondían al binomio información-propaganda repitiéndose lo que durante la Primera Guerra fue común: las campañas de atrocidades, mentiras y difusión de rumores interesados, envueltos en el ropaje de la objetividad. Los objetivos eran los mismos: quebrar la moral del enemigo, dividir y enfrentar a las fuerzas adversarias y lograr la colaboración de los aliados (Bordería, Laguna y Martínez, 1998: 369).

Los países en disputa, pero sobre todo los occidentales, se aprestaron antes de estallar la guerra, a reconstruir centralizados servicios de propaganda, que siguieron la estrategia de no repetir los errores que se cometieron durante el primer conflicto: esforzarse por cuidar la buena imagen y la credibilidad de la información ofrecida por los medios oficiales y privados. Este tipo de “propaganda blanca” procuraba que las noticias sobre la guerra aludieran a la realidad y evitaran la mentira sistemática, para ensalzar al propio bando y dominar al enemigo.

Uso de la mentira

Un ejemplo de la alusión a la realidad pero claramente matizada es la forma como el *Diario de Costa Rica* informó sobre la rendición de Varsovia el 27 de setiembre, tras cuatro días de intenso bombardeo. En primera plana, como títulos secundarios y en recuadro, expone dos textos, uno al lado del otro con informaciones distintas. El uno dice “El alto comando alemán anunció anoche que Varsovia había capitulado incondicionalmente y que la entrega de la ciudad se hará mañana”. Inmediatamente al lado indica: “Pocas horas antes de emitirse ese comunicado la estación de Varsovia había declarado que la defensa continuaba a pesar de la destrucción” (*Diario de Costa Rica*, 28-9-1939, p.1). De esta manera siembra la duda al lector, de manera sutil, que los alemanes dicen haber tomado la ciudad, pero los “buenos” dicen que siguen luchando.

Uno de los primeros y claros ejemplos del uso de las mentiras al inicio de la II Guerra Mundial, fue el ataque perpetrado por el comandante alemán Fritz Julius Lemp al *Athenia*, un vapor de la línea estadounidense de pasajeros Cunard. Este vapor había sido alquilado por la británica Anchor Donaldson para trasladar 1103 pasajeros, entre ellos 300 estadounidenses. Lemp, desde su submarino, disparó cuatro torpedos al barco de los cuáles tres fallaron.

Con esta acción desobedecía las órdenes del Führer que prohibía atacar barcos de pasajeros o ayudar a las víctimas.

Gran Bretaña no tardó en culpar a Alemania “de un ataque fuera de la legalidad vigente y Alemania mediante su ministro de propaganda, Joseph Goebbels, acusó a Gran Bretaña de colocar las minas que habían hundido al Athenia para forzar, como con el Lusitania durante la Gran Guerra, el apoyo de los Estados Unidos” (Canales y Del Rey, 2014: 50).

El día 5 de setiembre, *La Tribuna* reprodujo un cable de la UP procedente de Washington donde transcribe declaraciones de funcionarios de la embajada alemana en la que Berlín niega oficialmente la responsabilidad por el hundimiento del trasatlántico “Athenia”. “Después los funcionarios ... declararon a la prensa que no tenía Alemania unidades navales operando en las aguas cercanas a la costa de Escocia donde se hundió el barco aludido...” (*La Tribuna*, 5-9-1939, p.2).

Entre tanto en Londres, Churchill dice que ese barco, que llevaba a bordo 1400 pasajeros, fue torpedeado sin advertencia previa. La explosión mató a varios tripulantes y pasajeros y los demás se salvaron usando los botes salvavidas.

El *Diario de Costa Rica*, refiere en los subtítulos de primera plana el tema del hundimiento del Athenia: “Alemania se empeña en eludir la responsabilidad del hundimiento del “Athenia” y sugiere que chocó contra una mina inglesa”. En respuesta el almirantazgo Británico “contesta que no hay minas en el Atlántico y que el “Athenia” fue bombardeado sin previo aviso” (*Diario de Costa Rica*, 5-9-1939, p.1).

Este juego de ataques mutuo, una especie de guerra de las palabras, y de exponer con exageración los hechos, es también evidente durante la invasión del ejército ruso a Polonia el 17 de setiembre. Ese día, a las 4 de la mañana, 12 media noche hora de Costa Rica, los rusos iniciaron la ocupación, razón por la cual ese mismo día se divulgó la noticia recibida vía los cables informativos, en los periódicos costarricenses.

Los rusos y alemanes habían firmado el 23 de agosto de 1939, un pacto de no agresión (Metra y Bedín, 1992: 119) pero la invasión, según la interpretación de Stalin, no violaba ese pacto, pues Polonia había dejado de existir como Estado. Justificó su acción aduciendo que se sentía personalmente obligado a proteger a los rusos blancos y ucranianos que vivían en lo que fue territorio polaco. Lo cierto es que “el avance del Ejército Rojo, que no encontró más que algunas fuerzas en controles fronterizos y unidades de caballería que se estaban reagrupando, fue un paseo” (Canales y Del Rey, 2014: 37), y debilitó las relaciones entre Rusia y Alemania irremediablemente.

Conclusiones

Es evidente que las agencias de prensa que proporcionaban las noticias de la guerra a los periódicos costarricenses, inventaban una guerra que estaba iniciando. Basándose sobre algunos hechos reales, exponían una serie de fantasías que hacía parecer como verídicos, sucesos que estaban lejos de ser ciertos.

Un hecho indiscutible fue la inacción francesa e inglesa en el ataque alemán a Polonia. Sin bien habían prometido actuar en caso de que ocurriese la invasión, nunca cumplieron su promesa. Solo realizaron algunos movimientos que no los comprometían y que no los afectaban.

Los periódicos hicieron creer a la población todo lo contrario. Según se indica una y otra vez, Francia y Gran Bretaña derrotaban a los alemanes sin dificultad. Su avance era evidente. No obstante Alemania empezó a ganar la guerra desde el inicio. Eso nunca fue notorio en las noticias divulgadas por los principales periódicos costarricenses: el *Diario de Costa Rica* y *La Tribuna*.

Se trata de dos diarios que mantienen líneas políticas encontradas. Están comprometidos con la política electoral interna del país y eso provoca que se acusen mutuamente de informar de manera incierta sobre los acontecimientos. Por una parte, *La Tribuna* no asume el inicio de la contienda hasta que Francia e Inglaterra declaran la guerra a Alemania, mien-

tras el *Diario de Costa Rica* se le adelanta en el anuncio del conflicto y esto le proporcionó una ventaja evidente frente a sus competidores.

Lo que resulta evidente es que los periódicos tomaron partido a favor de los aliados desde el inicio. No hay duda de que se esforzaban por demonizar a los alemanes y ensalzar a los países que se le oponían, y eso lo hacían en una “aureola” de independencia informativa.

El llamado de atención de *La Tribuna* sobre la necesidad de escuchar y apelar a otras fuentes, fue condenado enérgicamente por su homólogo acusándolo de “pro nazi”, un título que en ese momento significaba la postura contraria a lo correcto, a la democracia, a la libertad.

En Costa Rica como en otras partes del mundo, la radio empieza a jugar un papel fundamental en el conflicto, no solo como medio complementario a la prensa sino también como espacio de transmisión de información, como fuente capaz de alcanzar a la masa iletrada y de informar con una inmediatez a la que nunca alcanzaría el periódico.

La segunda guerra mundial para la prensa en Costa Rica, significó la urgencia de comunicar lo que sucedía diariamente a un público sediento de información, que seguían la trayectoria de los hechos como lo hizo durante la Gran Guerra. Estaban frente al segundo acontecimiento mediático del siglo XX con una tecnología superior que les permitía seguir los acontecimientos no solo inmediatos sino también ser testigos de lo acontecido a través de las fotografías y de las imágenes que resultaron un elemento fundamental y complementario en el desarrollo del periodismo costarricense.

El cuidado de la edición, el juego de los espacios, los blancos, la distribución de las noticias, los títulos llamativos, los subtítulos resumen, los seguimientos, el uso de mayúsculas combinado con distintas letras, en negrita, son solo algunos de los cambios radicales que se produjo en el periodismo nacional y que se profundizarían en el futuro inmediato.

Bibliografía

- Bordería, E., Laguna, A., y Martínez, F. (1998). *Historia de la comunicación social. Voces, registros y conciencias*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Cartier, R. (1968). *La Segunda Guerra Mundial*, Tomo I. París: Larouse.
- Cuarterolo, A. (2015). El ojo de la historia. Segunda entrega. Un siglo y medio de fotografía periodística argentina. <http://blog.paxmagazine.com/historia-de-la-fotografia-2da-entrega/>
- Mettra, C. y Bedin, V. (1992). *Historia Universal. La huella del hombre 3*. Colombia: Educar Cultural Recreativa S.A.
- Michel, H. *La Segunda Guerra Mundial I* (1990). France: Presses Universitaires de France. https://books.google.co.cr/books?id=extZ8rmG8lEC&printsec=frontcover&dq=Segunda+Guerra+Mundial&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Polonia&f=false
- Newcourt-Nowodorski, S. (2006). *La propaganda negra en la Segunda Guerra Mundial*. Madrid: Algaba ediciones S. A. <https://books.google.co.cr/books?id=VjRFMWxSnhsC&pg=PA25&dq=la+propaganda+durante+la+Segunda+Guerra+Mundial&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj6i6O9xnbLahXC9h4KHZ-hBqIQ6AEIGjAA#v=onepage&q=propaganda%20blanca&f=false>
- Paz Rebollo, M. (1999). Las agencias de noticias y la comunicación de masas. En Gómez, J. y Marín, E. (Coords.) *Historia del periodismo universal* (pp. 101-136). España: Editorial Síntesis.
- Rueda, C., Galán, E. y Rubio, A. (2014). *Historia de los medios de comunicación*. Madrid: Alianza Editorial, S.A.
- Schulze, Ingrid (2004). La prensa escrita en los principales países occidentales. Carlos B. (Coord.) *Historia del periodismo universal*. (pp. 169-228). Barcelona: Ariel.
- Vega, P. (2007). “Primicias de la Primera Guerra Mundial en la prensa costarricense (1914)”. En: Revista Inter.c.a.mbio. No. 4-5, (2007). San José, Costa Rica, pp. 271-308.
- Vega, P. (2015). *Leyes y comunicación en Costa Rica 1931-1970*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.

Deus e o Diabo nas terras do Sul

Universidade Federal Fluminense

João Batista de Abreu
joabajr@uol.com.br

Resumo

Reflexão crítica sobre as estratégias de linguagem utilizadas pelos jesuítas no trabalho de catequese dos povos indígenas na América, a partir do século XVI, e os processos de comunicação empregados pelos Estados Unidos e suas agências para buscar aproximação cultural com as populações sul-americanas durante a Segunda Guerra Mundial e a Guerra Fria. O papel de Anchieta e Antônio Vieira no pensamento e nas práticas jesuíticas no Brasil.

Palavras-chave:

Linguagem; comunicação; rádio; jesuítas; catequese.

Quem tem por ofício a pregação e a conversão dos gentios há de ter livro em uma mão e a espada na outra: o livro pra os doutrinar, a espada para os defender.¹
Antônio Vieira

Aprendi a gostar de rock em Campina Grande, nos idos dos anos 50. Rádio ligado o dia todo, evoluí escutando rock e cantador de viola, jazz e forró. Tudo junto, tudo ao mesmo tempo, tudo ligado.
Clotilde Tavares²

No conturbado mundo ocidental do século XVI, em que a milenar religião católica sofria ameaças de todas as partes – internas, por parte dos dissidentes protestantes, e externas, por parte de muçulmanos e judeus – surge uma congregação inspirada em modelos hierárquicos militares, com o objetivo de expandir a doutrina cristã para novas fronteiras. Os jesuítas logo percebem que, para alcançar tal objetivo, seria preciso conhecer e compreender as estruturas e relações sociais, os mitos e costumes das comunidades a serem evangelizadas. Tempo de desafios e das grandes descobertas. Assim foi sacramentada a missão de evangelizar os gentios da América. Era necessário adotar uma estratégia de assimilação de valores culturais que tornasse eficaz o trabalho de catequese.

Quatro séculos depois, num Ocidente não menos conturbado, repleto de ameaças expressas pelo nazi-fascismo e pelo socialismo soviético e o expansionismo japonês – o governo norte-americano conclui que, para neutralizar esta expansão, também era preciso realizar um trabalho de catequese política. Para isso, recorre à indústria cultural e a modernas técnicas de comunicação, a fim de traçar uma estratégia de formação de mentalidades no mundo ocidental.

¹ Antônio Vieira, Sermão da Primeira Domingo da Quaresma, 1653, São Luiz do Maranhão, apud Luiz Felipe Baeta Neves, Vieira e a imaginação social jesuítica – Maranhão e Grão-Pará no século XVII, Rio de Janeiro, Topbooks, 1997, p. 197 (id 359).

² Professora da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, extraído da Tribuna do Norte, de Natal (RN), através do zine *BALAIÓ*, março de 2004.

Aquele pedaço de terra selvagem ao sul da linha do Equador que, desde a Doutrina Monroe (“a América para os americanos”), era visto como um espaço de domínio dos Estados Unidos, estava sofrendo investidas da ideologia nazi-fascista, que poderiam ameaçar os interesses ingleses e estadunidenses. Os rebeldes, os gentios de então, precisavam ser atraídos por uma política de boa vizinhança, que valorizasse os costumes e símbolos culturais.

Este artigo pretende mostrar alguns paralelos entre a catequese jesuítica, que incorporava valores indígenas para divulgar a doutrina da fé, e a estratégia estadunidense de exploração da indústria cultural (cinema, desenho animado, *cartoon*, rádio), para aproximar-se das populações sul-americanas. O recorte escolhido expressa dois momentos (a Segunda Guerra Mundial e Guerra Fria) e um lugar (América do Sul).

Um primeiro ponto em comum parece evidente: a questão da oralidade, presente no relato das lendas e mitos indígenas, e na transmissão de conceitos e sonhos de consumo do rádio comercial brasileiro. O púlpito, as interpretações teatrais de Anchieta e o rádio compõem o mesmo universo pedagógico, o da palavra falada.

A outra semelhança consiste na busca da hegemonia política e econômica. No caso dos jesuítas, podemos entender como hegemonia econômica a garantia de conquistar novos fiéis para a Igreja católica e, num segundo momento, a intenção de cobrar o dízimo dos indígenas catequizados e reuni-los em missões voltadas para a produção, um modelo que mais tarde acabará incomodando a Coroa e as cortes espanhola e portuguesa.

Ambos também utilizam os conceitos de modernidade, cada um à sua época e modo, como representantes do “novo” e interessados em romper as estruturas carcomidas da sociedade dominante. No caso dos jesuítas, consideraram necessário tirar os índios da barbárie e do isolamento em relação a Deus, dentro dos princípios da Nova Igreja, que renasce na Idade Moderna como reação ao crescimento da reforma protestante. Sem Deus não haveria salvação e, portanto, vida eterna. No caso dos Estados Unidos, sem a indústria cultural e o capital, as populações não ingressariam no sedutor mercado de consumo, que oferecia produtos que facilitavam a vida do homem e da mulher, reservando mais espaço para o lazer, justamente onde a indústria cultural sempre investiu.

Os jesuítas

A Companhia de Jesus foi criada em 1540 por Inácio de Loyola e referendada pela bula papal *Regimini militantis ecclesiae*, de Paulo III (Alessandro Farnesi, 1534-1549), como linha de frente da contra-reforma ou reforma católica, como preferem alguns estudiosos. O objetivo era expandir a doutrina da Igreja para se sobrepor ao crescimento do protestantismo. A estrutura da ordem religiosa observava preceitos militares, com sólida hierarquia e um elevado grau de sacrifício de seus membros. Entre 1528 e 1536, inspirados por Inácio de Loyola, nove companheiros perceberam a coincidência de idéias e decidiram associar-se em Paris, naquilo que se tornaria mais tarde a Companhia de Jesus.³

Iñigo Lopez de Oñaz y Loyola nasceu em 1491 – um ano antes da descoberta da América por Cristóvão Colombo – no povoado basco de Azpeitia, a 30 quilômetros de Donostia (San Sebastian em castelhano), na província de Guipúzcoa. Seu nome basco é Eneko, trocado mais tarde para Inácio de Loyola.

Mais novo de uma prole de 13 filhos, Iñigo era um soldado que se converteu ao catolicismo aos 30 anos, depois de se ferir em combate. Estudou com Martinho Lutero, mas os estudiosos jesuítas fazem questão de negar a influência protestante sobre o fundador da Companhia de Jesus. Aos 43 anos, recebe em Paris o diploma de bacharel em Artes. Morre em Roma, em 1556.

³ Os 10 fundadores são Inácio de Loyola, Francisco Xavier, Diego Laínez, Pedro Favre, Alfonso Salmerón, Simão Rodriguez, Nicolau Bobadilla, Cláudio Jay, Padchase Broët e João Codure.

Em 25 anos, os jesuítas se espalharam pela Península Ibérica, Itália, França, Alemanha, Índias, Japão e pelo novo continente, com a missão peregrina de ampliar os horizontes do catolicismo para recuperar as perdas decorrentes da cisão protestante. Incluíam em suas pregações prostitutas e prisioneiros, lecionaram em universidades, fundaram colégios, escreveram peças teatrais, apoiaram inquisições e envolveram-se em polêmicas com protestantes e correntes católicas que não aprovavam este espírito empreendedor e os acusavam de demônios, impostores e mentirosos (O'MALLEY, 1993, p.18).

Com o apoio do papa, conquistaram poder na hierarquia da Igreja e angariaram antipatias. Tornaram-se a primeira ordem religiosa católica a se dedicar ao ensino formal. A primeira experiência foi em 1543 num seminário em Goa, colônia portuguesa encravada na Índia, quando um pequeno grupo de jesuítas ensinava português e catecismo para jovens entre 10 anos e 20 anos. Com o passar do tempo, chegaram a administrar 800 seminários, universidades e colégios, muitos deles nascidos em pequenas vilas, como a de São Paulo, fundada em 1554. Dedicaram-se à pesquisa científica, mantendo observatórios astronômicos.

A maioria dos primeiros jesuítas provinha de segmentos abastados da sociedade europeia, o que lhes garantia prestígio e respeito, uma vez que a preocupação com o outro, sobretudo com o outro diferente social e culturalmente, recuperava os princípios pregados por Jesus de Nazaré. A origem social de Inácio de Loyola e Francisco Xavier – dois jesuítas canonizados da primeira geração – e o desapego pelos bens materiais inspiravam certa admiração por parte dos reis católicos e aglutinavam novos adeptos entre nobreza. “A elite predominante defendia a ordem e a estabilidade, e os jesuítas vinham de origens sociais que tornavam fácil a identificação com esses valores. Ademais, as Constituições ensinavam que o maior bem era alcançado ao influenciar aqueles em posição de exercer influência sobre outros” (O'MALLEY, 1993, p. 116).

A origem social dos primeiros jesuítas, o despojamento pelos bens materiais, o perfil empreendedor e a bênção do papa compunham o quadro ideal para cativar os jovens da nobreza que combinavam vocação sacerdotal e espírito aventureiro. Outro elemento motivador era o fato de os jesuítas se haverem transformado em grandes proprietários, apesar do voto de pobreza. Os imensos terrenos, ocupados por colégios, residências, igrejas, teatros e observatórios astronômicos, davam solidez ao empreendimento religioso.

Dois séculos depois, em 1759, o Marquês de Pombal – responsável por modernizar e laicizar a Coroa portuguesa – determina a expulsão dos jesuítas e o confisco das propriedades em Portugal e nas colônias, sob o pretexto de envolvimento de padres na tentativa frustrada de assassinato do rei D. José. Em consequência, mais de 300 religiosos são banidos do Brasil no ano seguinte. O objetivo é anular a influência política da congregação e impor a educação laica na metrópole. Em 21 de julho de 1773, por pressão dos reis absolutistas católicos, a Companhia de Jesus é desativada pelo papa Clemente XIV (Giovanni Vincenzo Ganganelli), por meio do breve *Dominus Ac Redemptor*, mas sua pedagogia já se havia espalhado pelo Ocidente.

Em sua estratégia para conquistar os indígenas, os jesuítas utilizam técnicas pedagógicas revolucionárias para a época, respeitando alguns valores indígenas. Para isso, tiveram que estudar estas comunidades, suas crenças e mitos. Edgard Leite cita os cinco eixos nos quais os jesuítas apoiavam a comparação entre os conceitos da religião cristã e das religiões das comunidades indígenas que habitavam o litoral da América portuguesa.

Primeiro o tema da existência e ação de entidades superiores aos homens e o papel do ser diante delas. Segundo, o tema da ação e dinâmica dos atos e movimentos transformadores e criadores no mundo natural; incluindo aqui o tema das origens e do tempo. Terceiro, o tema da natureza e estrutura do ser. Quarto, o tema da morte, ou, do ponto de vista religioso, da continuidade da vida, e o das concepções sobre a estrutura do Além e do universo. Por fim, em quinto lugar, o tema da dinâmica da inserção das concepções religiosas na organização das estruturas sociais. (LEITE, 1997, p. 27)

O quinto tema, o das estruturas sociais, apoia-se em representações, o que pressupõe o uso de linguagens. Daí o esforço dos jesuítas para compreender as línguas indígenas e buscar formas de comunicação e expressão que viabilizassem a catequese. A tentativa de estabelecer uma gramática tupi-guarani faz parte deste contexto. No entanto, conceitos judaico-cristãos que não faziam parte do universo indígena, como o pecado, foram incorporados ao idioma, sem qualquer cerimônia. “Anchieta introduziu a palavra pecado no meio de um discurso em tupi, sem se preocupar em traduzi-la, como em Ojepé tiruã pecado ndaromanõ!, isto é, “nem mesmo com um só pecado eu morri”.

Os guardiões da fé necessitam conhecer outros idiomas para efetuar a pregação e assim livrar-se da confusão da Torre de Babel. Nesse sentido, era indispensável dominar as línguas indígenas em sua pluralidade linguística, com troncos que iam do jê ao tupi-guarani. Também era essencial compreender a estrutura lógica das nomações. Muitas vezes os indígenas qualificavam tribos adversárias pelo nome genérico que indicava ‘inimigo’. Assim, muitas tribos poderiam ter o mesmo nome aos olhos de uma comunidade indígena que lhes era hostil. Os jesuítas demoraram a entender esta lógica linguística.

Se saltarmos três séculos e pararmos nos anos 50, perceberemos que as emissoras católicas envolvidas em projetos de educação básica na América Latina também adotam a postura de mesclar ensino e catequese, mantendo assim os verbos ensinar e converter no mesmo campo semântico. Associam acúmulo de conhecimento prático – o saber fazer – à melhoria das condições de vida e conquista de cidadania – o saber viver. Em vez de índios, camponeses. No lugar do livro sagrado, cartilhas. Mas permanecem a aparência de oralidade, personificada nos cantadores de cordel, e o espírito da conversão, antes que os comunistas ocupem as mentes puras do homem do campo.^{4 4}

Entre a virtude e o pecado

O relacionamento entre jesuítas e índios na América portuguesa exigiu um esforço mútuo de compreensão, embora por vezes estes esforços descambassem para interpretações duvidosas. As narrativas sobre as qualidades do homem branco visavam angariar mais respeito e admiração do que propriamente estabelecer vínculos fraternos. Algo que a Sociologia talvez chamasse hoje de manipulação social. Edgard Leite observa que, sabedores de que os índios entendiam como atributo maior de um líder a imortalidade, os jesuítas chegaram a passar a ideia de que os reis de Portugal eram seres gigantes e dotados de poderes transformadores. Diversos cronistas dão conta de que os índios acreditavam na imortalidade do chefe branco, o que ajudava a exaltar a figura máxima da realeza.

Em *História Geral das Índias*, Gomara narra uma passagem segundo a qual, em San Juan, na Ilha Boriquem, no Caribe, os nativos chegaram a supor inicialmente que os espanhóis fossem imortais. Descartaram a hipótese depois que, pragmaticamente, decidiram afogar um europeu para testar seus pseudodotes. O mito afundou-se. Episódios como este ajudaram a disseminar o medo entre o homem branco recém-chegado ao continente. Um dos temores era ser devorado pelos gentios. Em carta a companheiros da congregação Irmãos de Coimbra, em Portugal, em 1553, o padre Azpilcueta Navarro prometia: “Para o ano, se não nos comerem os negros (os índios), vos escreverei mais largamente de tudo, se Deus for servido.” (MELLO E SOUZA, 1986, p. 60)

Também o conceito burguês de preguiça impregna a visão que o homem europeu faz do nativo. “A mais preguiçosa gente que se pode achar, porque desde pela manhã até a noite, e

4 Há diferença entre a oralidade da catequese jesuíta e a aparente oralidade do rádio educativo., Enquanto no primeiro caso a matriz consiste na narrativa oral, transmitida por gerações, o rádio constrói uma nova oralidade a partir da escrita, expressa na cartilha e nos scripts dos programas. Trata-se portanto de uma oralidade construída com base num enunciado produzido anteriormente, que obedece as regras da gramática.. Mesmo a conversa do radialista com o ouvinte, no formato conhecido como charla, segue técnicas de comunicação calcadas no discurso audiovisual. Neste caso, haveria um simulacro de oralidade.

toda a vida, não tem ocupação alguma: tudo é buscar de comer, estarem deitados nas redes... (gente) afeminada, fora de todo o gênero de trabalho... gente indolente, que não se importa com nada, deitando o dia todo, preguiçosamente, nas suas moradias, e nunca saindo para outras regiões, exceto para procurar viveres”.⁵

Estas impressões ocorrem em pleno apogeu da nobreza, no século XVI, quando o trabalho é considerado tarefa reservada aos baixos escalões da sociedade. O princípio de inferioridade atribuído aos indígenas se manifesta na ideia de que eles sequer se prestam ao trabalho, logo são seres desprezíveis, logo não merecem tornar-se cristãos.

A dicotomia entre o bem e o mal aparece na reificação do conceito de demônio. Havia que demonizar o indígena, classificá-lo como um ser longe de Deus, para mostrar que o homem europeu católico, este sim, estava mais perto da salvação e da vida eterna, e também para justificar a tentativa de submeter os gentios da América. O demônio prestará assim um grande serviço aos colonizadores. Quatro séculos mais tarde, estigma semelhante recairá sobre os adeptos da doutrina socialista, apresentados muitas vezes pelos meios de comunicação dos países hegemônicos como mensageiros do demônio por assumirem abertamente a negação da fé cristã e de qualquer fé.

A historiadora Laura Mello e Souza lembra que a existência do demônio, em oposição a Deus, floresce na Baixa Idade Média, ganha força com as lutas religiosas e atinge o auge justamente no século XVI. Os sermões tornam-se repletos de menções à figura do Diabo, às vezes mais até do que as referências a Deus. Instaura-se o medo para afirmar a fé. Estão postas as pré-condições para a volta dos tribunais do Santo Ofício. A professora da USP conta que o temor ao Diabo encontrou em Pindorama as condições ideais de proliferação, uma vez que os índios já manifestavam medo de espíritos em suas religiões.

Os índios apavoravam-se tanto com a idéia do Diabo que chegavam a morrer de puro medo do inferno. Ou então, como os índios de que fala a carta dos meninos do Colégio da Bahia, em 1552, ficavam cheios de medo e de espanto ante a possibilidade de morrerem os maus e irem ‘para o inferno a arder com os diabos’ (in Serafim Leite). Temerosos dos maus espíritos, eles os inseriam entretanto num corpo de crenças em que tinham sentido específico, sendo possível contornar suas virtualidades negativas e conviver com elas. Os jesuítas e sua concepção européia altamente demonizada fizeram com que a idéia do mal se tornasse insuportável. Para eles, a alteridade da cultura indígena era demoníaca (...) sendo a colônia a terra em que evoluíam as hostes dos servidores de Satanás. Em consequência, sempre consideraram as religiões de indígenas e africanos como ‘aberrações satânicas. (MELLO E SOUZA, 1986, p. 140)

No México, a falta de parâmetros entre as culturas indígenas e europeia também provoca estranhamento. Um bom exemplo é a forma como a figura do demônio é assimilada. Os índios identificam os religiosos como os “tztzimime”, criaturas que prenunciavam o apocalipse. Os evangelizadores veem nos deuses adorados pelos indígenas a personificação do Diabo. Para a Igreja, os costumes indígenas que não tivessem analogia com o mundo cristão eram vistos como desvios de conduta, ameaça ou manifestações do demônio. (GRUZINSKI, 2003, p. 273)⁶

Era preciso fazer com que os índios conhecessem os conceitos e critérios que organizavam a realidade definida pela Igreja. O catecismo e a pregação foram os principais canais do apostolado dos missionários, que continuamente se chocavam com os

5 Jerônimo Rodrigues e Knivet, apud Laura Mello e Souza. O diabo e a terra de Santa Cruz.

6 O livro de Serge Gruzinski trata da atuação das diversas ordens religiosas católicas no México, e não especificamente dos jesuítas.

limites da palavra. Como fazer entender e ver seres, figuras divinas e planos do além sem nenhum equivalente nas línguas indígenas ou nas representações locais, senão por aproximações que deturpavam seu sentido e sua forma? (GRUZINSKI, 2003).

Na Guatemala, a religião politeísta dos maias cultuava a serpente, como forma de reconhecer o valor sagrado da terra, de onde eles retiravam o alimento. O céu não possuía o poder divino que os cristãos lhe emprestavam. Apesar dos esforços dos evangelizadores, discrepâncias como esta mostram o grau de dificuldade enfrentado para buscar adaptações eficazes, que conseguissem simultaneamente respeitar valores indígenas e introduzir conceitos da doutrina católica.

Um comportamento que dificultava sobremaneira a assimilação da mensagem cristã era a dissimulação dos indígenas. Certa vez, José de Anchieta desabafou: “O mal destes índios é que eles se convertem rápido demais”, revelando desconfiança quanto às manifestações de fé dos nativos.

Em Cuzco, no altiplano peruano, o Museu de Santa Catalina, abriga o acervo de uma importante escola de pintura característica dos séculos XVII e XVIII, que revela a resistência cultural pacífica dos povos indígenas. Nos quadros do Barroco cusquenho, a figura de Jesus aparece de dorso largo e pernas curtas, semelhante ao inca. Os escravos são representados amarrados pelo pescoço, como faziam os colonizadores espanhóis.

A escravização, primeiro dos indígenas e depois dos negros, poderia gerar contradição para o cristianismo pela violência contra o semelhante, numa época em que a filosofia humanista começava a ganhar força. Existiria, portanto, uma aparente contradição entre o humanismo pregado pelo Renascimento e o processo de acumulação primitiva de capital, no qual as colônias americanas desempenharam papel fundamental. Para acomodar os interesses do Estado burguês empreendedor e o espírito cristão, a Igreja irá formular a justificativa teológica para o Sistema Colonial.

O jesuíta (Vieira) comparava a África ao inferno, onde o negro era escravo de corpo e de alma, o Brasil ao purgatório, onde o negro era liberto na alma pelo batismo, e a morte à entrada no céu. O Brasil seria uma espécie de transição entre a terra da escravidão e do pecado (a África) e o céu, lugar da libertação definitiva: para o escravo, a saída para o céu era a solução, a escravidão sendo interpretada por Vieira como pedagogia.⁷

Vieira elabora uma explicação “natural” para justificar o predomínio do homem branco sobre o negro (BAETA NEVES). De acordo com o raciocínio do jesuíta, os brancos representariam o dia e os negros, a noite.

Apesar de dias e noites serem iguais – os primeiros brancos, as segundas, pretas – em duração temporal, o espaço de vinte e quatro horas foi, desde Deus, chamado de ‘dia’. Daí a meticulosa (...) lógica de Vieira o leva à comprovação de uma igualdade menor, dos pretos, pares da noite. Os pardos (mulatos) são, portanto, ‘expulsos’ da fraternidade humana por Vieira em nome de uma fraternidade de brancos e pretos. No sermão, a autoria da expulsão se altera e se lança mão do sentido duplo da palavra irmandade (de todos os homens, do Rosário): “Excluídos assim, porque se quiseram excluir, os pardos, ficam só os brancos e pretos, cujas cores, ainda que extremas, se poderão muito bem unir na mesma irmandade. (BAETA NEVES, 1997, p. 236)

Ao excluir os pardos, Antônio Vieira está na verdade negando a hipótese de miscigenação, de mescla racial, que caracteriza justamente o processo de colonização do continente.

⁷ Eduardo Hoornaert, apud Laura Mello e Souza, p. 79.

De acordo com a visão do jesuíta, o mulato americano nasceria impuro, com uma espécie de pecado original suplementar; um ser que não pertence nem à noite, nem ao dia. Mas com o tempo a tolerância com a vida mundana fará dos mulatos serem invejados pelo moralismo clerical.

Laura Mello e Souza cita a explicação do jesuíta Antonil, no século XVIII, para este quadro de evidente desigualdade cristã. “O Brasil é o inferno dos negros, purgatório dos brancos e paraíso dos mulatos e das mulatas”. A imagem do purgatório como lugar da expiação e do sacrifício se enquadra na visão jesuítica dos obstáculos e riscos que a catequese impunha.

Ritos e oralidade

A reação do indígena à crença transmitida pelos europeus estabelece o patamar das relações entre os dois grupos. O branco é visto ora como herói e detentor de uma nova civilização, ora como mensageiro de espíritos, ora como transmissor de doenças. No entanto, o que parecia inevitável era a exposição ao contato com os Caráibas e assim à pregação cristã.

Tudo aquilo que os cristãos diziam e faziam certamente merecia e exigia alguma consideração e resposta em suas especulações religiosas. Buscar compartilhar das fontes do poder cristão, isto é, controlá-las, passava certamente pelo ato de conviver com os europeus e apreender exatamente quais as forças que estes punham em movimento e como eventualmente manipulá-las em benefício próprio (LEITE, 1997).

Dentro da melhor tradição antropofágica, o índio aproveitava os ensinamentos europeus para adaptá-los a sua realidade. O batismo tornou-se um dos primeiros rituais católicos a serem incorporados, não se sabe se por conversão ou mera imitação, embora algumas nações indígenas recusassem este sacramento sob o argumento de que imergir a cabeça na água retiraria a força do indivíduo e o deixaria em desvantagem diante do inimigo.

Um dos maiores obstáculos à catequese consistia na multiplicidade de idiomas falados entre as centenas de comunidades indígenas na América do Sul. Era difícil encontrar um elo de comunicação entre nativo e europeu, sobretudo porque a conversão pressupunha o domínio de um simbolismo que, muitas vezes, a língua indígena não comportava. O tupi-guarani soava tão estranho que o jesuíta Manuel de Nóbrega chegou certa vez a comparar o som dos vocábulos ao basco e concluir que esta seria a razão do êxito do padre basco Azpilcueta Navarro no contato com os índios.

No Brasil, o idioma tupi-guarani, falado no litoral, pautou os missionários. Em terras andinas, desde o norte da Argentina ao Equador, predominava o *quéchua*. Esta constatação levou grupos de missionários a propor a adoção dos dois idiomas (guarani e *quéchua*) como os eleitos para as pregações, pela abrangência territorial dos falantes e pela riqueza de sistematização.

Simulacro de oralidade

A proposta de cristianização das línguas indígenas pressupõe um mergulho no sistema de valores e crenças das comunidades. Nesse sentido, Vieira exalta a atuação de José de Anchieta na tentativa de sistematizar uma gramática do tupi. Mais do que a escrita, a gramática tupi-guarani pavimenta o caminho da aparente oralidade da catequese, expressa nas representações teatrais de Anchieta. O teatro visa a costurar um vínculo entre ator e público, assim como o ritual da missa, que simboliza uma montagem teatral com textos decorados, cenografia (a cruz é o maior símbolo cenográfico) e vestuário (as vestes do celebrante), além de algum espaço para improvisado, nos sermões. A pregação prova sua eficácia na capacidade de mirar no olho do espectador e fazê-lo compreender a mensagem.

Uma espécie de catarse discursiva, que está presente na religião, nas artes ou na política. Mais recentemente, o meio radiofônico tem-se prestado a pregações religiosas, no entanto as marcas desta natureza de discurso possuem características que aqui não são analisadas, tais como a necessidade de um discurso religioso que prometa a “salvação” ainda na vida terrena, e não após a morte. Paul Zumthor atribui o poder de envolver a plateia à performance dos trovadores medievais.

Quando um poeta ou seu intérprete canta ou recita (seja o texto improvisado, seja memorizado) sua voz, por si só, lhe confere autoridade. O prestígio da tradição, certamente, contribui para valorizá-lo; mas o que o integra nessa tradição é a ação da voz. Se o poeta ou intérprete, ao contrário, lê num livro o que os ouvintes escutam, a autoridade provém do livro como tal, objeto visualmente percebido no centro do espetáculo performático: a escritura, com os valores que ela significa e mantém, pertence explicitamente à performance. (ZUMTHOR, 1987, p. 19)

A observação a respeito dos trovadores medievais pode ser transplantada para o rádio. O texto lido pelo locutor noticiário tem características diferentes da fala do repórter, mesmo que nos dois casos o objetivo seja o mesmo: transmitir informação. A autoridade vem do intérprete que memoriza ou improvisa sua fala. Há uma identidade entre quem ouve e quem fala. Os dois sintonizam o mesmo registro. No segundo caso, quando o intérprete lê um texto, a leitura funciona como elemento de intermediação entre quem fala e quem ouve. Denuncia-se a aparente ideia de informalidade do veículo rádio. O ouvinte percebe que as condições de produção do discurso (ou talvez do enunciado) remetem a estruturas diferentes da fala. Em suma, a oralidade (ou a simulação desta oralidade) aproxima emissor e receptor, líder e liderado, pregador e fiel.

Zumthor distingue três tipos de oralidade: a primária, própria das sociedades que não têm contato com símbolos gráficos; a oralidade mista, que sofre influência apenas parcial da escrita; e a oralidade segunda, que se caracteriza pelo uso da voz com base num imaginário marcado pela escrita. Entre os séculos VI e XVI predominaram na Europa as oralidades de tipo mista ou segunda, conforme o período, a região e a classe social. Com base nas distinções apontadas pelo autor suíço, poderíamos afirmar que na América pré-colombiana a oralidade entre as comunidades indígenas seria do tipo primário. A chegada dos colonizadores europeus permitiu a introdução dos outros dois níveis de oralidade, com os jesuítas desempenhando importante papel neste aspecto.

Este mergulho na estrutura religiosa das comunidades indígenas, mesmo esbarrando em preconceitos e adaptações sem escopo na realidade cultural estudada, revela um despojamento dos jesuítas para com a figura do outro, um princípio longe de ser respeitado pelos intelectuais europeus que pretenderam analisar, 200 anos depois, a realidade política e social na África negra. Amadou Mahtar M’Bow, diretor-geral da Unesco entre 1974 e 1987, lembra que o homem branco ignorou a tradição oral dos povos africanos.

Embora a *Ilíada* e a *Odisseia* tenham sido consideradas, com razão, fontes essenciais da história da Grécia Antiga, negava-se valor à tradição oral africana, memória dos povos que fornece a trama de tantos acontecimentos que marcaram suas vidas. Para escrever a história de grande parte da África, recorria-se somente a fontes exteriores ao continente, e o resultado era uma visão não do que poderia ter sido o percurso dos povos africanos, mas do que se pensava que ele deveria ter sido. Sendo a Idade Média europeia frequentemente tomada como ponto de referência, os modos de produção, as relações sociais e as instituições políticas eram analisados somente em relação ao passado europeu. (M’BOW, 1985, p. 13)

M’Bow cita como estigmas, de inspiração determinista, a negação do continente africano como entidade histórica, por parte do europeu, e a visão do deserto do Saara como

obstáculo intransponível ao intercâmbio comercial e cultural e para a miscigenação entre os grupos étnicos. Estuda-se a África a partir do tráfico negreiro e sua herança colonial, mas paradoxalmente nega-se a influência dos povos africanos na América. No prefácio de *História Geral da África – a África sob dominação colonial*, M’Bow critica a postura intelectual dos não- africanos.

Durante muito tempo, as manifestações de criatividade dos descendentes de africanos nas Américas foram isoladas por certos historiadores num agregado heteróclito de africanismos. Desnecessário dizer que tal não é a atitude dos autores desta obra. Aqui a resistência dos escravos deportados para a América, a ‘clandestinidade’ política e cultural, a participação constante e maciça dos descendentes de africanos nas primeiras lutas pela independência das Américas, assim como nos movimentos de libertação nacional, são entendidas em sua real significação: foram vigorosas afirmações de identidade que contribuíram, para forjar o conceito universal de Humanidade. (M’BOW, 1985, p. 17)

Apesar dos esforços de alguns historiadores, os “bárbaros” da África ainda sofrem com o distanciamento cultural do homem ocidental. E os meios de comunicação dos países hegemônicos têm responsabilidade neste olhar exótico sobre a África, seja pela omissão de fatos e processos históricos, seja pela visão etnocêntrica que está subjacente à narrativa jornalística na maioria das matérias das agências internacionais de notícias.

Quatro séculos depois do surgimento da Companhia de Jesus e da incorporação de suas estratégias de assimilação cultural às modernas técnicas de formação de mentalidades, algumas questões permanecem sem resposta. Por que os jesuítas no Brasil, após o esfacelamento das missões no sul do País, no século XVIII, optaram por se dedicar ao ensino formal, criando colégios e universidades católicas? Teriam mudado seu público-alvo ao voltar-se para a formação intelectual de integrantes das camadas médias ou teriam mantido a missão original de evangelização? E, por último, por que, especificamente no Brasil, os sucessores de Anchieta, ao contrário de outras congregações obedientes ao Vaticano, exploraram pouco a radiodifusão para divulgar a doutrina da fé?

American Way ou American why?

O processo de neocolonização da América encontra momento marcante durante a Segunda Guerra Mundial e na Guerra Fria. Trata-se de um movimento dialético, que encontra duas forças exponenciais digladiando-se nos campos político, econômico e cultural. De um lado o governo estadunidense defendendo os interesses do capital e buscando perpetuar o território sul-americano como fornecedores de matéria-prima. Do outro, a União Soviética, que a pretexto de universalizar a doutrina comunista, desejava expandir seu raio de ação. Após a vitória na Segunda Guerra, ambas potências – cada qual a seu modo – buscaram conquistar corações e mentes. Algo parecido a que os jesuítas se propuseram no tempo das descobertas.

Os programas musicais integravam a estratégia de conquista de Washington. Em documento de julho de 1944, o Escritório de Coordenação de Negócios Inter-americanos (OCIA), do Departamento de Estado, explica o objetivo do projeto Music in American Life, em cooperação com a Divisão de Relações Culturais do Departamento de Estado. A série, de 52 horas, dividia-se em sete categorias: música popular, regional, concerto, ópera, marcha militar, música de teatro e de atividades especiais. Os textos eram traduzidos do espanhol para o português.

O documento do OCIAA recomenda aos narradores que associem os arranjos de cada tema musical apresentado a características comuns às duas culturas, a do Brasil e a dos Estados Unidos. E prossegue: “os programas musicais são reconhecidos como um dos grandes

fatores de influência das massas populares, o que faz prever que a série será eficaz tanto no Brasil como em outras repúblicas americanas. O propósito do projeto é inteirar o povo do Brasil com nossa cultura e tradições, através de nossa música, e oferecer uma variedade de programas musicais que tenham apelo para o 'grande público'.

Para a classe média emergente, ser jovem e moderno era substituir os hábitos franceses do início do século pelos padrões de consumo norte-americanos, que esbanjavam praticidade. A França representava o velho e, com a ocupação nazista, passara a depender da eficiência militar e logística dos EUA. A mulher era um alvo perfeito desta supercampanha de *marketing* comportamental. Eletrodomésticos, como a máquina de lavar roupa, a batedeira e o liquidificador, reservavam mais tempo para o lazer (mais tempo para ouvir rádio) e para ingressar no mercado de trabalho, seja para substituir os homens que lutavam na Itália, seja para a retomada do crescimento econômico após a guerra.

Fica ainda mais fácil entender este momento de transição da influência cultural francesa para a norte-americana entre os membros das camadas médias urbanas quando se tem acesso à lista das empresas que mais investiam em propaganda no pós-guerra. Excluindo Nestlé (Suíça), Shell (Bélgica) e Souza Cruz (Reino Unido), a maioria tem a matriz nos Estados Unidos. A exceção é justamente a cervejaria que encabeça a lista.

Em 1947, as agências de publicidade destinaram 750 milhões de cruzeiros aos meios de comunicação. Cinco anos depois, em 1952, as cifras alcançaram 3,5 bilhões de cruzeiros, ou seja, um aumento de 360%.⁸ Desse montante, quase 25% atendiam as emissoras de rádio.⁹

<i>Empresa</i>	<i>Ramo</i>	<i>Quantia</i>
Cia Antártica Paulista	cervejas e refrigerantes	70 milhões
Esso Standard do Brasil	gasolina e lubrificantes	28 milhões
Cia Industrial Gessy	higiene pessoal	27 milhões
Sidney Ross	fármacos e perfumes	20 milhões
Shell-Brazil Limited	gasolina e lubrificantes	18 milhões
Coca-cola Export	Refrigerantes	14 milhões
Johnson & Johnson	Fármacos	13,5 milhões
Atlantic Refining Company	gasolina e lubrificantes	13 milhões
Gillette Safety Razor	higiene pessoal	12,5 milhões
Colgate-Palmolive	higiene pessoal	12 milhões
Eno Scott Bowne	Fármacos	12 milhões
Cia Cigarros Souza Cruz	Cigarros	12 milhões
Nestlé	leite em pó/chocolate	10 milhões

O estudo *O negócio da publicidade no Brasil* demonstra a influência das agências de publicidade estrangeiras nos meios de comunicação. Controlando as contas das grandes companhias, as agências canalizavam para jornais, revistas, emissoras de rádio e de televisão enormes quantias, que praticamente financiavam jornais, revistas, emissoras de rádio e de televisão.

⁸ *O negócio da publicidade no Brasil*, de Melo Lima, publicado na revista O Observador Econômico e Financeiro, Rio, nº 221, julho de 1954, in *História da Imprensa no Brasil*, Nelson Werneck Sodré, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1966, 1ª edição (págs 465-466).

⁹ Nos últimos anos, a fatia ocupada pelo rádio no bolo publicitário tem ficado em 4,5%.

As empresas industriais e comerciais que despendiam a quase totalidade da importância de 3,5 bilhões de cruzeiros, e as empresas de publicidade que serviam de intermediárias, eram, na quase totalidade, estrangeiras; finalmente, as empresas que assim manipulavam, e continuam a manipular, a opinião, jornais, revistas, emissoras de rádio e de televisão, acabavam por ser financiadas, mantidas, sustentadas, orientadas por aquelas, e por refletir e defender os seus interesses, que não eram, e não são, os nacionais. A inocuidade do dispositivo constitucional que reservava a brasileiros a exploração da imprensa fica comprovada. (WERNECK SODRÉ, 1966, p. 466)

O jornalista e pesquisador peruano Juan Gargurevich observa que a propaganda estadunidense durante a Guerra Fria lançava mão dos mais variados organismos, oficiais e privados, como as agências internacionais de notícias, agências de publicidade, institutos internacionais de opinião pública e mercado, corporações comerciais transnacionais, exportadores de equipamentos de tecnologia de comunicação, companhias internacionais de telecomunicação e produtores de programas sonoros e audiovisuais. Gargurevich cita a Sociedade Interamericana de Imprensa (SIP), que congrega os proprietários de jornais, como aliada importante dos interesses dos EUA. Outra aliada foram as redes de emissoras de rádio. A RCA (Radio Corporation of América) nasceu em 1919, fruto de uma associação entre três grandes corporações norte-americanas: American Telephone & Telegraph, a General Electric e a Westinghouse.

As três adquiriram as patentes de Marconi para a fabricação de equipamentos de rádio. A RCA pôs-se a operar as estações, enquanto a GE construía os equipamentos. Começaram, igualmente, a fabricar fonógrafos, receptores de rádio e tubos. Cerca de 2.000 patentes foram adquiridas. Em 1923, a RCA adquiriu o controle da emissora WJZ, de Newark, depois da WJZ, de Nova Iorque, e da WRC, de Washington. Em 1926, a AT&T desligar-se-ia para concentrar-se nos serviços de telefonia. Em setembro de 1926, a RCA, finalmente, consolidaria a National Broadcasting Company, a NBC, sua rede de emissoras que no Brasil teria a réplica com a rede Ipiranga de Chateau. Em 1927 já possuía três redes com 58 emissoras que uniam o país de costa a costa. Em 1932, a Westinghouse deixaria o conglomerado, entregando a NBC nas mãos da RCA. A partir de 1931, começariam as experiências com televisão. No ano seguinte, a RCA transformaria um estúdio de rádio para acomodar a primeira estação experimental, a 2xBS, enquanto expandia sua rede de emissoras de rádio, que em 1933 chegara a 88 estações. Em 1934, tinham 127 afiliadas. Em 1935, a RCA anuncia um programa milionário para o desenvolvimento da televisão. Em 1938, faria a primeira transmissão externa ao vivo cobrindo um incêndio. A nova mídia seria exposta, em 1939, na Feira Internacional de Nova Iorque. (WAINBERG, 2003, p. 137)

As inovações tecnológicas impulsionaram as indústrias eletrônica e eletrodoméstica no continente, ampliando o mercado consumidor e, conseqüentemente os lucros. Mais do que isso, estabeleceram um novo padrão de consumo, que contagiaria as camadas médias urbanas. No interior, a expansão seria mais demorada porque dependia da ampliação da rede elétrica, o que só se daria a partir dos anos 60.

O desembarque de tropas em Natal, no Rio Grande do Norte, em 1943, intensificou esta assimilação de costumes no Nordeste. A base de Parnamirim, nos arredores da cidade, tornou-se ponto de atração para as moças locais. Na bagagem daqueles soldados altos, de olhos claros, que quando não vestiam uniforme andavam de camisa de mangas curtas, vieram o *jeans*, o isqueiro, o chicletes, a Coca-Cola. Não que os brasileiros desconhecêssem estas maravilhas do consumo, mas o convívio com aqueles jovens que estavam ali para “lutar pela paz mundial” e evitar que mais navios mercantes fossem afundados nas costas brasileiras,

estimulou novos padrões de conduta. Antes um gesto obscuro, o sinal de OK feito com o polegar e o dedo indicador substituiu o ato singelo de tocar a ponta da orelha, para indicar sem palavras que estava tudo certo.

O limiar do século XXI assiste à consagração do cardeal argentino Jorge Bergoglio como primeiro papa nascido na América e primeiro jesuíta a comandar o Vaticano. Quase 500 anos depois, um membro da Companhia de Jesus alcança o posto mais alto da Igreja católica. Não um europeu e sim um homem nascido nas terras alvo da colonização. Francisco representa simultaneamente o colonizador e o colonizado. Seu discurso alterna mensagens de pregação conservadora e tolerância religiosa, de crítica ao consumo no melhor estilo franciscano e de abertura aos “infiéis”. A postura de Francisco como alguém simpático a mudanças surpreende, num momento em que o papa torna-se cada vez mais uma figura midiática, plena de simbolismos, maiores do que Inácio de Loyola, José de Anchieta e Antônio Vieira poderiam imaginar.

Referências bibliográficas

- FERRARI, Alceu. Igreja e desenvolvimento – o Movimento de Natal, Natal, Fundação José Augusto, 1968.
- GARGUREVICH, Juan. A golpe de titular – CIA y periodismo en América Latina, Praga, Videopress, 1981, 109 p.
- GRUZINSKI, Serge. A colonização do imaginário, São Paulo – Sociedades indígenas e ocidentalização no México espanhol (séculos XVI-XVIII), Companhia das Letras, 2004, 461 p.
- KAPLUN, Mario. Producción de programas de rádio – el guión, la realización, Quito, Ciespal, 1978, 460 p.
- LACOUTURE, Jean. Os jesuítas – os conquistadores. Porto Alegre, L&PM, 1994, 531 p. LEITE, Edgard, Homens vindos do Céu – contatos religiosos no litoral da América portuguesa, séculos XVI e XVII, Rio de Janeiro, Papéis e Cópias, 1997.
- M’BOW, Amadou Mahtar, prefácio de HISTÓRIA GERAL DA ÁFRICA, Volume VII, A África sob dominação colonial (1880-1935).
- NEVES, Luiz Felipe Baeta. O combate dos soldados de Cristo na Terra dos Papagaios – colonialismo e repressão cultural, Rio, Forense, 1978.
- _____. Vieira e a Imaginação Social Jesuítica – Maranhão e Grão-Pará no século XVII, Rio de Janeiro, Topbooks, 1997.
- O’MALLEY, John W. Os primeiros jesuítas, São Leopoldo, Editora Unisinos, Bauru, EDUSC, 2004, 582 p.
- SODRÉ, Nelson Werneck. A História da Imprensa no Brasil, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1966, 583 p.
- TOTA, Antônio Pedro. O imperialismo sedutor – a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra, São Paulo, Companhia das Letras, 2000.
- SOUZA, Laura Mello. O diabo e a Terra de Santa Cruz – feitiçaria e religiosidade popular no Brasil colonial, São Paulo, Companhia das Letras, 1986.
- WAINBERG, Jacques. Império de palavras, Porto Alegre, EdiPUCRS, 2003, 2ª edição.
- ZUMTHOR, Paul. A letra e a voz – a “literatura” medieval, São Paulo, Companhia das Letras, 1993