



Cuatro décadas de provocaciones en el campo de la comunicación

Simone Maria Rocha

Universidad Federal de Minas Gerais, Brasil
simonerochaufmg@gmail.com

Fue con alegría y entusiasmo que recibí de mis colegas editores de *Comunicación y Medios* la invitación a escribir este texto que representa un esfuerzo, al mismo tiempo, de reconocimiento y celebración de los 40 años de la revista, así como la presentación de posibles aportes que la publicación pueda seguir ofreciendo al campo del conocimiento en comunicación.

Entre finales de los años '60s y principios de los '70s, podemos identificar el surgimiento de un campo que efectivamente puede ser considerado latinoamericano de la comunicación, adoptando como uno de los ejes importantes de análisis las condiciones estructurales del subdesarrollo en la región. Las variables de contexto resultaron ser muy relevantes en este proceso. Si en Europa el mayo de 1968 había inaugurado un período de efervescencia social, sus consecuencias se dejaron sentir en otros movimientos revolucionarios en diferentes partes del mundo. En América Latina, este giro a la izquierda atrajo la atención primero a Cuba y luego a Chile.

En la década siguiente, de los ochenta, el campo latinoamericano de estudios en comunicación inició un importante proceso de consolidación a través del fortalecimiento de una epistemología local que abordó como objetos de investigación la mezcla de diferentes formas de producción cultural, con especial énfasis en las articulaciones entre cultura

de masas y cultura popular. Citando un fragmento de una carta personal que le envió Jesús Martín-Barbero, Sunkel lo define como “el quiebre de la oposición entre cultura popular y cultura de masas [que] exige reconocer que lo masivo constituye ‘otro modo de existencia histórica de lo popular’”. Una de las principales premisas en las que se basa esta producción local de conocimiento es que “lo masivo no puede concebirse únicamente como el lugar donde se articulan las matrices culturales, además, como un espacio de interconexión y articulación de prácticas y sistemas de representación simbólica” (Sunkel, 2016, p. 193).

Es en este contexto de emergencia de los estudios de la comunicación en una interfaz más densa y productiva con los estudios de la cultura donde, en 1981, surge *Comunicación y Medios*. Publicaciones como ésta contribuyen a la consolidación y proliferación de investigaciones realizadas, pues difunden y sistematizan la producción científica comunicacional. Actualmente, en su número 43, *Comunicación y Medios* se ha consolidado como una publicación de referencia en el campo en América Latina, impulsando vinculaciones tanto dentro de las subáreas del campo como en otras disciplinas del conocimiento.

En sus inicios, la revista se dedicó más decididamente a problemas y objetos como la comunicación en tanto ciencia, periodismo, la ética profesional y los estudios sobre la prensa. A finales de esa década, los temas de comunicación y acción política y de coyunturas políticas, aparecieron en el listado de inquietudes científicas, aunque el periodismo seguía siendo un tema clave (con enfoques como

el periodismo al servicio de la verdad, el ejercicio del periodismo en general, el estatus de la profesión, el rol del mercado, la libertad de expresión y reflexiones sobre géneros periodísticos).

A partir de la década de 2000, en su número 12, *Comunicación y Medios* comienza a adoptar un tema central de portada. Esto supuso una mejora importante para la revista pues abrió espacio para la elección de temas que dialogaban con los problemas científicos, temáticos, contextuales y prácticos del campo, destacando la vocación plural de la publicación. Así, temas como "Globalización: identidades emergentes", "periodismo y sociedad", "el estado del periodismo: desafíos en el siglo de la comunicación", "la comunicación y la política", "la cultura audiovisual", "la ética y las tecnologías de la información" (una clara preocupación por el advenimiento de nuevos espacios de interacción en la web y el fenómeno de las tecnologías de la información y la comunicación), entre otros, fueron algunos de los discutidos asuntos claves del campo publicados durante esta década. La política editorial del tema de portada se mantuvo hasta el número 34, siendo el 35 presentado como número especial. A partir del número 36, la revista adopta la política de convocatorias para monográficos, así como una preocupación más evidente por el medio televisivo.

En el número 37 tuve la oportunidad de contribuir con el artículo "Visualidad política latinoamericana en Narcos: un análisis a través del estilo televisivo" y en el número 41 actué, junto a mi colega Gabriela Borges de la UFJF, como editora invitada del número monográfico: "Ficción Televisiva Latinoamericana: Dimensiones y retos en el siglo XXI". Fue un trabajo muy importante porque me dio la oportunidad de conocer más y mejor el panorama de la investigación que se realiza en los medios televisivos, mi objeto preferido de investigación.

En un primer momento, la revista se consolidó como "un espacio de difusión para la reflexión y el estudio crítico de la comunicación por parte de un creciente número de profesores y estudiantes [y] también [como] un espejo de las crisis y evoluciones propias del proceso de consolidación de este campo y sus saberes al interior de la Universidad de Chile" (Stange, 2008, p.11). En el escenario actual, la apertura y sensibilidad de *Comunicación y Medios* a los nuevos desafíos y problemáticas de

la comunicación la han proyectado al ámbito académico internacional, abriendo más oportunidades para las inquietudes políticas, culturales, históricas, económicas del espacio regional y sus relaciones con el campo científico de la comunicación, en un contexto de globalización avanzada.

En este sentido, hay algunos apuntes que me parecen relevantes en este balance de los 40 años de *Comunicación y Medios*:

La revista asume una postura epistemológica pluralista y tanto los aspectos científicos como los relacionados con las prácticas y el desempeño de los profesionales de la comunicación se han mantenido durante estos 40 años. En el campo de la comunicación, contribuyó a profundizar las reflexiones, la maduración de una epistemología local (que establece vinculaciones entre la producción de conocimiento y las variables históricas y culturales de dicha producción), con énfasis en las reflexiones que comprenden el objeto de la comunicación desde la perspectiva de la interacción, el diálogo entre actores sociales y los participantes en un proceso comunicativo.

La magnitud de este aporte la ilustra un fragmento de una entrevista concedida por Martín-Barbero (2009, p.153) para resaltar este giro epistemológico y la importancia de:

reconocer que la comunicación estaba mediando todos los lados y formas de vida cultural y social de los pueblos (...). Entonces, la noción de comunicación sale del paradigma de la ingeniería y se vincula con "interfaces", con "nodos" de interacciones, con comunicación-interacción, con comunicación intermediada. El lenguaje es cada vez más intermedial y, por tanto, el estudio tiene que ser claramente interdisciplinario. Es decir, estamos ante una epistemología que pone en crisis el objeto de estudio. Porque creíamos que había una identidad de comunicación, que pasaba en los medios y, hoy, no pasa en los medios. Entonces, ¿dónde tiene lugar? En la interacción que posibilita la interfaz de todos los sentidos, por tanto, se trata de una "intermedialidad", un concepto para pensar en la hibridación de lenguajes y medios.

Si, por un lado, "la sociedad está formada por intercambios" y "las categorías que hoy deberían



utilizarse para pensar en comunicación son 'intercambio' e 'interacción'" (Martín-Barbero, 2009, p.153), por otro, como bien sabemos, estas interacciones ocurren de manera preponderante y generosa en el entorno de los medios de comunicación. *Comunicación y Medios* se ha alineado con tales propósitos, lo que se refleja en los monográficos que produce, al afrontar el reto de pensar el proceso comunicativo en los medios digitales, en la producción audiovisual, en el rol de la prensa, por ejemplo, en un ambiente de hibridación o "intermedialidad", como dice el maestro.

El segundo apunte implica una sugerencia de agenda de nuevos temas y problemáticas en el área, en línea con la propia vocación de *Comunicación y Medios*, dados sus alcances e inquietudes, expresada, por ejemplo, en una creciente atención a los medios audiovisuales.

En mi área de *expertise*, centrada en los estudios televisivos, los desafíos de la nueva televisión emergen como un asunto clave para reflexionar. Son numerosos los estudios y publicaciones realizados por investigadores, redes y grupos de estudios que han orientado su preocupación hacia el panorama actual de la producción en el ámbito de la ficción de series de televisión, con gran foco en asuntos de distribución, circulación y consumo. De hecho, las cuestiones que involucran estos aspectos son muchas y diversas y los nuevos modelos de negocio subvierten prácticas consolidadas desde hace tiempo, dando paso a nuevas prácticas de distribución y consumo.

Pero, también, hay un aspecto que carece de un espacio de reflexión y problematización más agudo y amplio en el contexto de esta nueva televisión, como es el que concierne a los procesos creativos y de autoría en la composición dramática de estos materiales, tanto en sus variables "poéticas" en la creación de estos formatos como en correlación con la dinámica social de creación, circulación y consumo de productos seriados. Esta ha sido una faceta particularmente desafiante dados los cam-

bios radicales que han afectado los procesos creativos de la ficción televisiva serializada. El llamado

Parece oportuno abrir espacios para promover reflexiones sobre las expansiones en el modelo narrativo y argumental clásico, sobre las nuevas estrategias para conquistar la atención del espectador y sobre el desarrollo temático de las producciones; sobre la relación entre el estilo y el arte del guion sobre las cuestiones de método implicadas en el uso de nociones de estilo, proyectos creativos y autoría aplicadas al análisis de la dramaturgia de productos de ficción televisiva serializados.

"giro hacia la complejidad narrativa" (Mittell, 2006) implicó avances importantes en la forma de hacer televisión. Este hecho ha provocado nuevas dimensiones estéticas y estilísticas, lo que ha motivado a los investigadores a pensar la cuestión del estilo fuera de la escisión puesta en escena/dramaturgia, como aparece en el programa poético de algunos autores (Bordwell, 1985; Butler, 2010).

Así, parece oportuno que *Comunicación y Medios* abra espacios para promover reflexiones sobre las expansiones en el modelo narrativo y argumental clásico, sobre las nuevas estrategias para conquistar la atención del espectador y sobre el

desarrollo temático de las producciones; sobre la relación entre el estilo y el arte del guion; sobre las cuestiones de método implicadas en el uso de nociones de estilo, proyectos creativos y autoría aplicadas al análisis de la dramaturgia de productos de ficción televisiva serializados. Además de éstos, hay otros aspectos también relevantes y que se centran en el desarrollo del proyecto propio de la serie (Silva y Oliveira, 2021), de escritura creativa colaborativa, como aquellos instalados en la dinámica de las "salas de guionistas" (Pessoto y Carva, 2021) y todos los desarrollos en materia de economía creativa y su relación con las industrias (Alves y Souza), entre otros.

Un estudio que problematice este nuevo escenario de la industria televisiva en varios países —no solo latinoamericanos—, contribuirían a mejorar y ampliar la comprensión de estos aspectos, cómo y qué variables históricas y contextuales juegan un papel en esto y cómo cada realidad específica ha buscado estrategias y caminos para mantener su producción de ficción televisiva poderosa y competitiva. Dada la escasa referencia bibliográfica sobre estos temas, muchas veces restringida a guiones y manuales de producción, advierto, una vez más, que la revista se alineará con su vocación editorial, además de ofrecer insumos valiosos para esta reflexión necesaria en el campo de la comunicación. ■

Sobre la autora:

Simone Maria Rocha Profesora titular del Departamento y Programa de Posgrado en Comunicación Social de la Universidad Federal de Minas Gerais; Líder del Grupo de Investigación en Comunicación y Cultura en Televisualidades/COMCULT e investigadora del Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico/CNPq.

Referencias

- Alvez, G. & Souza, M. C. J. de. (2021). A construção do lugar autoral da roteirista Shonda Rhimes no mercado da ficção seriada televisiva. *Contemporânea - comunicação e cultura*, 19 (1), 42-63.
- Bordwell, D. (1985). *Narration in the Fiction Film*. Madison, Wis: University of Wisconsin Press.
- Butler, J. (2010). *Television Style*. New York: Routledge.
- Stange, H. (2008). Editorial. *Comunicación y Medios*, (18).
- Martín-Barbero, J. (2009). Uma aventura epistemológica. Entrevista por Maria Immacolata Vassallo de Lopes. *MATRIZES*, São Paulo, 2 (2).
- Mittel, J. (2012). Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. *MATRIZES*, 5 (2). <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p29-52>
- Pessotto, A. H. & Carva, J. M. (2021). Potencial criativo da sala de roteiristas e o papel do showrunner. *GEMInIS*, 12 (1), 25-41. <http://dx.doi.org/10.53450/2179-1465.RG.2021v12i1p25-41>
- Silva, M. V. B. & Oliveira, L. N. L. de. (2021). No princípio, era o verbo: as bíblias de séries no contexto da produção televisiva contemporânea. *Contemporânea - comunicação e cultura*, 19 (1).
- Sunkel, G. (2016). *Razón y Pasión en la Prensa Popular*. Santiago de Chile: Ediciones El Desconcierto.



UNIVERSIDAD DE CHILE
Instituto de la
Comunicación e Imagen
ICEI



www.comunicacionymedios.uchile.cl

