



REVCOM. Revista científica de la red de carreras de
Comunicación Social
ISSN: 2451-7836
redcom.revcom@gmail.com
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

Medios de comunicación, desarrollo y neocolonialismo. En torno a los orígenes del pensamiento comunicacional latinoamericano

Sandoval, Luis Ricardo

Medios de comunicación, desarrollo y neocolonialismo. En torno a los orígenes del pensamiento comunicacional latinoamericano

REVCOM. Revista científica de la red de carreras de Comunicación Social, núm. 9, 2019

Universidad Nacional de La Plata, Argentina

DOI: <https://doi.org/10.24215/24517836e023>

Medios de comunicación, desarrollo y neocolonialismo. En torno a los orígenes del pensamiento comunicacional latinoamericano

Mídia, desenvolvimento e neocolonialismo. Em torno das origens do pensamento comunicacional latino-americano

Luis Ricardo Sandoval

Universidad Nacional de la Patagonia, Argentina

lrsandoval@unpata.edu.ar

DOI: <https://doi.org/10.24215/24517836e023>

Recepción: 29 Julio 2019

Aprobación: 23 Septiembre 2019

RESUMEN:

En este artículo se analiza el contexto de emergencia de la matriz fundacional de los estudios de comunicación en América Latina. Tal como aquí se propone, este origen debe situarse en la segunda mitad de la década de los sesenta del siglo xx y en el marco de las discusiones acerca del desarrollo de las sociedades de la región, de los supuestos conceptuales que acompañaron a las iniciativas de desarrollo en los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial y de las críticas que esos supuestos recibieron, especialmente desde la teoría de la dependencia. Estos posicionamientos críticos, a su vez, proveyeron el marco en el que se analizó el lugar de los medios de comunicación en las sociedades latinoamericanas y en las luchas por la liberación de esas sociedades.

PALABRAS CLAVE: Historia de las teorías de comunicación, Campo comunicacional latinoamericano, Desarrollo, Teoría de la dependencia.

RESUMO:

Este artigo analisa o contexto emergencial da matriz fundadora de estudos de comunicação na América Latina. Como proposto aqui, essa origem deve estar localizada na segunda metade dos anos sessenta do século XX e no marco das discussões sobre o desenvolvimento das sociedades na região, dos pressupostos conceituais que acompanharam as iniciativas de desenvolvimento nos anos após a Segunda Guerra Mundial e as críticas que estes pressupostos receberam, especialmente a partir da teoria da dependência. Essas posições críticas, por sua vez, forneceram a estrutura na qual o lugar da mídia nas sociedades latino-americanas e nas lutas pela libertação dessas sociedades foi analisado.

PALAVRAS-CHAVE: História das teorias da comunicação, Campo de comunicação latino-americano, Desenvolvimento, Teoria da Dependência.

INTRODUCCIÓN

Es característico de toda mirada histórica que la fijación de etapas (y de sus correspondientes puntos de inicio y finalización) contenga más de un aspecto de arbitrariedad, y en todo caso revele con más claridad la perspectiva y posicionamiento del analista que las condiciones inmanentes al mismo proceso analizado. Hechas estas salvedades, en la mirada retrospectiva sobre el desarrollo del campo de estudios de la comunicación en América Latina¹ es factible encontrar antecedentes de muy larga data y al mismo tiempo reconocer que el punto de arranque de la tradición actualmente vigente se encuentra en esa coyuntura histórica de especial productividad teórica, política y cultural que abarcó desde mediados de los años sesenta del siglo xx hasta mediados de la década siguiente.

Para el caso que nos ocupa aquí, ese momento constituyó el crisol fundacional de aquello que, con propiedad, José Marques de Melo (2009) llamó el pensamiento comunicacional latinoamericano. Su emergencia, por esos años, se dio en el marco de las discusiones acerca del desarrollo de las sociedades de la región, de los supuestos conceptuales que acompañaron a las iniciativas de desarrollo en los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial y de las críticas que esos supuestos recibieron, especialmente desde la teoría de la dependencia. Estos posicionamientos críticos, a su vez, proveyeron el marco en el que se analizó el lugar

de los medios de comunicación en las sociedades latinoamericanas y en las luchas por la liberación de esas sociedades.

LA COMUNICACIÓN EN LOS MODELOS LINEALES DE DESARROLLO (O EL SUPUESTO PASO DE LAS SOCIEDADES TRADICIONALES A LAS MODERNAS)

Los inicios de los estudios sobre comunicación en América Latina se remontan al período posterior a la Segunda Guerra Mundial, y deben enmarcarse en la situación geopolítica mundial de la época, caracterizada por la guerra fría entre los bloques liderados por las dos potencias hegemónicas –los Estados Unidos de América y la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas–, enfrentados militar, ideológica y económicamente.

Como parte de la estrategia global del bloque «occidental», Estados Unidos desarrolló, en los años posteriores a concluida la conflagración, el plan de reconstrucción de las economías de Europa Occidental conocido como Plan Marshall y, en mucho menor medida, desplegó una serie de iniciativas de colaboración con los países de la región latinoamericana², muchas de ellas vehiculizadas a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID, de acuerdo a su sigla en inglés).

Estas iniciativas tenían en común que su objetivo declamado era alcanzar el desarrollo o progreso, y que conceptualizaban el mismo desde modelos lineales que establecían etapas que iban desde el subdesarrollo hasta el desarrollo. La metáfora subyacente era la de la carrera o travesía: mientras algunos países habían logrado el desarrollo (con todos los beneficios que ello suponía para sus economías y poblaciones), y por lo tanto estaban «avanzados», otros países debían su pobreza y limitaciones a su situación comparativa de «atraso». En consecuencia, los países atrasados debían acelerar el paso para recorrer las instancias que los avanzados ya habían atravesado, tratando incluso de saltar por encima de alguna de estas etapas. Un ejemplo paradigmático es el de Walt W. Rostow (1990), un economista norteamericano que había postulado, con bastante éxito, un modelo que incluía una serie de etapas: sociedad tradicional, etapa de transición, despegue económico, camino a la madurez, consumo a gran escala. En modelos como este, como se ve, se equiparaba a las economías de los países pobres con la historia anterior de las de los ricos (Garza, 2007). Así, el camino para alcanzar el ansiado desarrollo, entonces, pasaba por emular a las sociedades que ya lo habían logrado, algo que suponía una serie de aspectos materiales (como por ejemplo la construcción de infraestructura vial o ferroviaria), pero también implicaba aspectos culturales o incluso subjetivos. Fue Daniel Lerner (1968) quien aportó un modelo para este aspecto del desarrollo (en 1958), con su análisis de la transición de las sociedades tradicionales a las sociedades modernas³ y quien incluso, algunos años después, iría un poco más allá para proponer directamente una teoría de la modernización basada en la comunicación. Para decirlo simplemente: este tipo de pensamiento buscaba transformar los países pobres, y para ello erradicar todas las pautas culturales y tradiciones que se entendía que obstaculizaban la modernización, tomando como modelo a las sociedades de los países desarrollados, asumiendo que los medios de comunicación podían constituir una herramienta eficaz para el logro del objetivo propuesto:

Una de sus premisas principales es que la información y el conocimiento son en sí factores de desarrollo, y que las tradiciones y las culturas locales constituyen una barrera para que los países del Tercer Mundo alcancen niveles de desarrollo similares a aquéllos de los países industrializados [...] El desarrollo es concebido —ahora y entonces— como la necesidad de modelar las naciones pobres a imagen y semejanza de los países industrializados (Gumucio-Dagron, 2011, pp. 28-30).

Imbuidos de esta filosofía y convicciones, las agencias y fundaciones norteamericanas fueron el vehículo para la implementación de una serie de iniciativas, especialmente en el ámbito rural, y para la presencia, en calidad de profesores visitantes, de un conjunto de académicos norteamericanos de relieve. Uno de los más conocidos fue Wilbur Schramm y uno de sus textos representativos, en el registro que aquí estamos relevando, es «El desarrollo de las comunicaciones y el proceso de desarrollo» (Schramm, 1969), artículo que fue traducido y editado (no deja de ser un dato interesante) por el Instituto Interamericano de Ciencias

Agrícolas de la OEA, con sede en San José, Costa Rica. En este texto plantea un enfoque sistémico en el que interrelaciona desarrollo económico y desarrollo comunicacional: si por un lado «la estructura de las comunicaciones sociales refleja, así, la estructura y el desarrollo de la sociedad» (p.4), por el otro las comunicaciones pueden incentivar –cierto que relativamente– otros aspectos del desarrollo. Ahora bien, Schramm no es tan enfático como Lerner, porque entiende que el desarrollo es un proceso integral, algo que plantea obvios problemas ya que, por ejemplo, ¿cómo puede desarrollarse una prensa que motorice el desarrollo si no existe una audiencia suficiente, por las elevadas tasas de analfabetismo o por la pobreza que vuelve imposible destinar parte del dinero a la compra de los ejemplares? Curiosamente, Schramm parece preferir modelos fuertemente planificados (y en varias ocasiones menciona que los sistemas chino o soviético simplifican cuestiones importantes), y en donde se piense y planifique de manera conjunta la comunicación y la educación:

Mientras los problemas de la educación y la información tienden a separarse en un país adelantado, en una nación en desarrollo se hallan conectados entre sí. Los medios de masa deben llevar la carga principal de informar y enseñar al público durante largo tiempo antes que un sistema escolar adecuado pueda cumplir su parte. El planeamiento de los medios de masa, por lo tanto, encaja de todos modos en el planeamiento escolar y de instrucción técnica. En un país en evolución, el uso de los medios de masa como multiplicadores de los maestros cobra una importancia de la que carece un país adelantado (Schramm, 1969, p. 14).

A partir de premisas como las recién consignadas, en América Latina se realizó un conjunto importante de investigaciones, concentradas en el desarrollo rural. En 1976 Luis Ramiro Beltrán (1985) registró 490 estudios de comunicación para el desarrollo rural en la región, aunque dos tercios de ese total se habían concentrado en sólo tres países: Colombia, Brasil y México. Muchas de estas investigaciones eran deudoras de la propuesta del modelo de difusión de innovaciones de Everett Rogers (2003), con sus etapas de adopción por parte de innovadores, adoptantes tempranos, mayorías iniciales y tardías y rezagados, un modelo que ha tenido una aplicación más general⁴ pero que en ese momento se utilizaba especialmente para el estudio de las innovaciones que hacían específicamente a nuevas herramientas y técnicas agrícolas, ya que, como decía el mismo Rogers: «la meta eventual de este tipo de investigación es acortar el tiempo requerido para que la tecnología agrícola alcance un uso amplio entre las familias campesinas de las naciones tradicionales» (cit. en Fuentes Navarro, 2005, p. 108).

LA TEORÍA DE LA DEPENDENCIA Y LA CRÍTICA A LOS MODELOS DESARROLLISTAS

La concepción lineal del desarrollo recibió una fuerte crítica y desautorización, originada precisamente en América Latina, crítica que inicialmente se concentró en los aspectos específicamente económicos y cuya avanzada residió en la «teoría cepalina»⁵. Las economías de América Latina se habían especializado, desde el siglo XIX, en la provisión de materias primas para los mercados internacionales, siguiendo las tesis ricardianas de la división internacional del trabajo (cada país debe especializarse en producir aquello que logra con menor costo). Pero la crisis de la década del treinta primero, y la guerra después, cambiaron el panorama, porque limitaron la compra de materias primas e impidieron el ingreso de manufacturas. En este contexto, se fue dando un incipiente proceso de industrialización, especialmente en los países más poblados, y por lo tanto con mercados internos más grandes (México, Brasil, Argentina). Sin embargo, al recuperarse cierta normalidad con el fin de la guerra, se «estimulaba la restauración de la ideología liberal dominante hasta los años treinta, fundamentada, desde el punto de vista académico, en la teoría de la división internacional del trabajo basada en las ventajas comparativas ricardianas o en las ventajas emanadas de la dotación relativa de factores» (Bielschowsky, 1998, pp. 17-18).

La CEPAL se embanderó en la defensa de la industrialización, para lo cual proveyó un marco teórico y analítico. El primer, y fundamental, aporte consistió en el texto de Raúl Prebisch (1998), «El desarrollo

económico de América Latina y algunos de sus principales problemas», donde ya se planteaba la diferencia entre economías centrales y periféricas, un primer golpe a la «metáfora de la carrera»: los países no se desarrollan de manera independiente, sino que existe un sistema económico mundial en el que ocupan diferentes lugares. Inmovilizar a los países en esos lugares supone condenar a las economías periféricas al subdesarrollo, debido a la tendencia decreciente en el precio de las materias primas. La propuesta de Prebisch es impulsar la industrialización como sustitución de importaciones, a partir de una política estatal intervencionista. Más técnicamente, Prebisch

contemplaba la tendencia «potencial» al deterioro debida al exceso de mano de obra en la agricultura subdesarrollada de la periferia –no transferible a los países céntricos cerrados a la inmigración– cuyo empleo eventual en actividades exportadoras llevaría a la expansión de la oferta que deprimiría los precios internacionales, resultando en un valor menor a pesar del mayor volumen producido. Con ese argumento defendía la «economicidad» de la industria y justificaba el recurso al proteccionismo: aunque la eficiencia de la producción industrial fuera menor en la periferia, era superior a la eficiencia de aplicar los recursos producidos en la agricultura (pp. 21-22).

En la década de los sesenta, un contexto político diferente (básicamente por el impacto de la Revolución cubana y el desarrollo de movimientos por la liberación en muchos países de la región) supuso un giro en estos planteos, proponiéndose la que se denominó teoría de la dependencia. En uno de los textos más representativos de la corriente, Fernando H. Cardoso y Enzo Faletto (1981) criticaron la linealidad de los modelos de desarrollo que distinguen sociedades tradicionales y modernas (como el de Lerner), entre otros aspectos porque

puede darse el caso de que la sociedad se modernice en sus pautas de consumo, educación, etc., sin que en forma correlativa se logre un desarrollo efectivo, si por ello se entiende una menor dependencia y un desplazamiento del sistema económico de la periferia al centro (Cardoso & Faletto, 1998, p. 479).

Vale la pena que nos detengamos en este punto, porque aquí anclará una perspectiva acerca del rol de los medios de comunicación en las sociedades neocoloniales. Cardoso y Faletto indican que, como ya se explicó, el presupuesto metodológico de las teorías de la modernización es que el presente de las sociedades centrales «anticipa el futuro de las sociedades subdesarrolladas» (Cardoso & Faletto, 1998, p. 480), por lo que el desarrollo consistiría en recorrer las mismas etapas que recorrieron los países europeos o Estados Unidos. Como es obvio que las trayectorias de unos y otros no son idénticas, se dice que lo característico de las economías subdesarrolladas es estar atrasadas en algunos aspectos, y no en otros. Así, por ejemplo, en América Latina la urbanización precede a la industrialización, o la sindicalización se da en etapas comparativamente tempranas del desarrollo económico. La causa de estas «anticipaciones» se adjudica a la «copia» de lo que sucede en los países avanzados, lo que se llama «efecto de demostración», tendencia que puede tener consecuencias negativas. Dado que la modernización de la economía, en una sociedad dependiente, se efectúa a través del consumo, esto puede provocar una desviación respecto a las etapas modélicas para la industrialización: ya que las inversiones necesarias dependen en gran medida del ahorro interno,

la misma presión modernizadora del consumo puede constituir un freno al desarrollo, en cuanto favorece las importaciones de bienes de consumo, así como las de bienes de capital relacionadas con la producción de aquéllos, e induce a invertir en sectores que no son básicos para la economía (p. 481).

Ahora bien, para Cardoso y Faletto esta desviación no debe entenderse como una anomalía, sino como el lugar asignado a las economías dependientes en un sistema capitalista mundial unificado, situación (la dependencia externa) que se articula con las relaciones internas de cada país, y es funcional a éstas.

Para permitir el paso del análisis económico o del análisis sociológico usuales a una interpretación global del desarrollo es necesario estudiar desde el inicio las conexiones entre el sistema económico y la organización social y política de las sociedades subdesarrolladas, no sólo en ellas y entre ellas, sino también en relación con los países desarrollados, pues la especificidad histórica de la situación de subdesarrollo nace precisamente de la relación entre sociedades «periféricas» y «centrales» (p. 486).

En consecuencia, la virtud de este planteo consistió en colocar en el lugar central las luchas nacionales por la liberación, por la reforma de las estructuras sociales y de relación entre clases y grupos, ya que «el problema de la dependencia no deseaba verse como un fenómeno que se imponía a nuestros países de afuera hacia adentro, sino como una relación, en tanto sus condiciones se posibilitaban bajo diferentes formas en la estructura social interna» (Beigel, 2006, p. 297).

EL LUGAR DE LA CULTURA MASIVA EN LA LUCHA CONTRA LA DEPENDENCIA

La teoría de la dependencia proveyó el marco en el que se analizó el lugar de los medios de comunicación en las sociedades latinoamericanas y en las luchas por la liberación de esas sociedades, a fines de los años sesenta y en la década siguiente, produciéndose un conjunto de intervenciones y análisis de los cuales es posible afirmar que constituyen la matriz fundacional del campo de estudios de la comunicación en la región. Es en la profunda crítica a las investigaciones de matriz desarrollista-difusionista, a sus premisas, sus objetos y sus métodos, al decir de Beltrán (1985), donde se establecieron las premisas y los criterios fundamentales del campo, los que a posteriori fueron reproducidos, criticados, discutidos o recuperados.

Esta crítica se desplegó en cuanto a la relación específica que podía establecerse entre comunicación y desarrollo, para luego avanzar hacia planteos de un tipo más general. La influencia de la teoría de la dependencia es muy clara en un autor como Juan Díaz Bordenave ⁶, que realiza una seria crítica de la noción de «comunidad» tal como era utilizada por la extensión rural, es decir como el objeto de la comunicación rural. Para este autor, la categoría de comunidad al uso «puede dar una falsa idea de homogeneidad y felicidad, escondiendo, entre tanto, una situación de explotación y de dominación de unas clases sociales por otras» (s. f., p. 14), con lo cual las iniciativas de desarrollo comunal muchas veces terminan fortaleciendo esas situaciones de explotación y dominación, ya que benefician a los poderosos de la comunidad, en detrimento de los débiles, diferencias y conflictos que no son exclusivamente locales, sino que se articulan en la escala general (tanto a nivel de las naciones como incluso del sistema internacional).

No hay adelanto o desarrollo de una comunidad, ya que el subdesarrollo y la pobreza están profundamente enraizados en el propio sistema socio-económico global. El desarrollo requiere cambios estructurales y de mentalidad a nivel de comunidad, de región, de nación, e, inclusive, del mundo en su conjunto (Díaz Bordenave, s.f., p. 17).

Es similar la posición de Beltrán, en un texto ya aludido ⁷, donde critica la influencia de los modelos norteamericanos en la investigación latinoamericana de comunicación, y especialmente los modelos de efectos mediáticos y de difusión de innovaciones. Del primero critica su linealidad, del segundo

el supuesto de que la comunicación juega un papel independiente en lo que se refiere a influir en los cambios sociales y en el comportamiento sin haber verificado adecuadamente tal supuesto en los países en desarrollo o, para el caso, en cualquier otro (Beltrán, 1985, p. 76).

Los supuestos del modelo de difusión de innovaciones impiden fijar la mirada en las cuestiones estructurales, por lo que cuestionar el modelo supone justamente realizar este cambio de perspectiva y asumir que «el cambio general de la estructura social constituye el prerrequisito básico para lograr un desarrollo auténticamente humano y democrático» (Beltrán, 1985, p. 79). Los adelantos tecnológicos por sí mismos no necesariamente conducen al desarrollo (ya que pueden terminar fortaleciendo el dominio de las élites) y lo mismo pasa con la comunicación en sí, que no sólo puede ser incapaz de generar desarrollo sino que incluso puede actuar en contra de ese desarrollo. Para Beltrán, que aquí es representativo del conjunto de la corriente latinoamericana de este momento, la comunicación no puede considerarse una variable independiente, sino que depende de la situación estructural de la sociedad.

Se imponía, por lo tanto, ampliar la perspectiva hacia las relaciones sociales, económicas y políticas en el marco de las cuales se desplegaban los procesos de comunicación, necesidad que volvió a la reflexión sobre

los medios de masas especialmente receptiva a distintas formas de pensamiento crítico⁸. Desde el punto de vista de sus objetos empíricos, la crítica «dependentista» siguió dos carriles entrelazados: el estudio de las estructuras de propiedad de las industrias culturales de la región y el análisis crítico de los contenidos de esas industrias. La premisa orientadora fue entender a los medios de comunicación, antes que como vectores de desarrollo y cambio social (al uso difusionista), como estructuras estratégicas para el mantenimiento del status quo dependiente o, como afirman los autores de orientación althusseriana, aparatos ideológicos (Althusser, 1984). La propiedad de los medios por parte de multinacionales extranjeras (mayormente norteamericanas) o por los sectores de las burguesías locales asociadas a ellas, mostraría su lugar en la configuración de las relaciones internas de las sociedades de la región que resultan favorables al reforzamiento de la dependencia. En tanto, los valores y significados vehiculizados por los contenidos de esos mismos medios demostrarían su aporte al establecimiento de dos importantes tipos de cambios culturales: los que se dan en la producción y en la demanda de los mercados locales que resultan funcionales a los intereses metropolitanos y no a las necesidades del desarrollo nacional (el «efecto de demostración») y los más específicamente ideológicos, es decir aquellos que crean un ambiente simbólico favorable al mantenimiento de las relaciones de dependencia. Resumamos muy brevemente las aspectos salientes de estas líneas de reflexión.

El estudio de las estructuras de propiedad de las industrias mediáticas supuso el análisis de las inversiones extranjeras –y específicamente norteamericanas–, inversiones que resultaban particularmente evidentes en sectores como la televisión abierta y la publicidad. Por caso, según registra Armand Mattelart (1972), hacia 1969 la American Broadcasting Company (ABC) era propietaria de 17 canales de televisión en 13 países de América Central y del Sur, estrategia que resultaba más notoria aún en cuanto a los porcentajes de programación de origen norteamericano que esas señales emitían. Como indica Heriberto Muraro, «el tipo de control empresario ejercido por las transnacionales de la TV fue mucho más evidente y rígido que el impuesto por los intereses monopólicos de los países centrales a cualquier otro medio masivo» (1987, p. 20). Pero esta injerencia también resultaba evidente en otras áreas, tal como sucedía con la difusión e impacto de medios de comunicación directamente impulsados por el gobierno de ese país, especialmente a partir de las acciones de la Agencia de Información de Estados Unidos (USIA) (Fresenius & Vergara, 1974). Las relaciones de las empresas mediáticas con otras empresas y conglomerados y los mecanismos de difusión de las informaciones internacionales (Díaz Rangel, 1976; A. Mattelart, 1973, 1974, 1976b; Muraro, 1974, 2008) también fueron parte de los objetos analizados. En una sistematización de un amplio conjunto de investigaciones de este tipo llevadas adelante en la región, Beltrán y Elizabeth Fox de Cardona concluyeron⁹ que «definidamente, Estados Unidos ejerce una dominación cultural sobre América Latina» (1980, p. 44).

Respecto al análisis crítico de los contenidos de las industrias culturales, como se indicó, algunas investigaciones se centraron en el «efecto de demostración», asumiendo que una forma de funcionamiento de la penetración cultural consiste en introducir una distorsión en la economía de los países subdesarrollados, típicamente representada por la sobrevaloración de la producción y el consumo de bienes suntuarios en detrimento de la realización de inversiones que se ligan de modo más directo al desarrollo nacional. Para lograr esta orientación consumista resultaría imprescindible la utilización masiva de la publicidad.

En un país pobre en el que la inmensa mayoría padece bajísimos niveles de vida, en un país de carencias elementales, la propaganda comercial impone pautas de consumo irracionales, obliga a comprar productos superfluos e inútiles, canaliza una parte del reducido presupuesto doméstico hacia gastos totalmente vanos, crea fechas simbólicas en las que se vuelve necesario comprar (algo, cualquier cosa) y todo eso sólo para incrementar el ritmo de ventas de empresas cuyas ganancias se fugan hacia el extranjero (Bonfil Batalla, 1981, p. 182).

Pero algunos de los aportes más perdurables del campo se focalizaron en otro aspecto de los contenidos de las industrias culturales, y que adelantamos que pueden considerarse ideológicos en una manera más apropiada, ya que analizaron cómo estos mismos mensajes difundían el *american way of life* (el individualismo y el éxito asociado a la riqueza personal, el valor de la fuerza física en la resolución de los problemas, la naturalización del orden social capitalista, etc.) y de esta manera creaban un ambiente simbólico propicio para

el reforzamiento de la dependencia. Más allá de las diferencias de enfoque que luego quedarán evidenciadas en la polémica en torno a la publicación de *Para leer el Pato Donald* (Schmucler, 1997; Verón, 1974; Wajzman, 1974)¹⁰ los trabajos que asumieron esta tarea tuvieron en común la recuperación de las metodologías desarrolladas por la semiología y la semántica estructural francesas de los años sesenta, ya que se entendía que estas herramientas posibilitan llevar el análisis desde el nivel de lo manifiesto hacia el de lo latente, paso imprescindible cuando el objetivo del análisis no es la reafirmación del estado de cosas existente (o la búsqueda «terapéutica» de asimilación de lo diferente a lo existente), sino la puesta en cuestión de ese estado y la búsqueda de su transformación radical (A. Mattelart, 1976a). Así, las historietas (Dorfman, 2016; Dorfman & Jofré, 1974; Dorfman & Mattelart, 1972; Masotta, 1971), las revistas juveniles y románticas (M. Mattelart, 1976; Piccini, 1976) y los medios informativos (A. Mattelart, 1976c; Verón, 1971) fueron algunos de los objetos preferentes de estos análisis. Tomemos al respecto un sólo ejemplo de este tipo de acercamiento, el análisis que realiza Ariel Dorfman de los relatos infantiles del elefantito Babar¹¹. En la lectura detenida de estos cuentos ilustrados, Dorfman muestra cómo el sustrato ideológico de los mismos justifica y legitima los valores eurocéntricos y el neocolonialismo, proponiendo una naturalización de un cierto y específico sistema de valores, el que se encuentra asociado a la burguesía capitalista. La función ideológica de este tipo de relatos resulta evidente:

El primer contacto del niño con la historia se verificará a través de libros como estos de Babar que [...] anticipan, a otro nivel, con diferentes medios, exactamente la misma política que se le propondrá cuando sea más grande (2016, pp. 21-22).

Las conclusiones de este conjunto de trabajos abonaron la tesis de la penetración cultural, o la invasión cultural, tal como se había enunciado en *Pedagogía del oprimido*, el muy influyente libro de Paulo Freire, en donde se afirmaba que ésta reside en «la penetración que hacen los invasores en el contexto cultural de los invadidos, imponiendo a éstos su visión del mundo, en la medida misma en que frenan su creatividad, inhibiendo su expansión» (Freire, 1970, p. 195). La invasión cultural, seguía diciendo Freire, es una manifestación de la conquista, y conduce a la inautenticidad de los invadidos, la que se manifiesta en que éstos «vean su realidad con la óptica de los invasores y no con la suya propia» (p. 196).

Una evaluación de conjunto de estas investigaciones muestra que constituyen aportes que no pueden dejarse de lado, especialmente porque «la tesis fundamental –que los medios monopolizados contribuyen a la conservación del statu quo internacional en lugar de promover un desarrollo económico más equilibrado– no puede ser minimizada» (Muraro, 1987, p. 90). Sin embargo, especialmente en las últimas dos décadas del siglo xx, las críticas al sistema mediático centradas en los efectos ideológicos de los medios y en la relación de éstos con la dependencia y el atraso económicos de los países latinoamericanos fueron a su vez criticadas en sus limitaciones por parte de autores como Jesús Martín-Barbero (Martín-Barbero, 1987, 1989) o Néstor García Canclini (García Canclini, 1986, 1990), quienes –liderando una tendencia en verdad muy general– propusieron como ejes alternativos la focalización en el carácter complejo de los fenómenos culturales y en las hibridaciones y mestizajes entre unos elementos originados en tradiciones culturales populares y otros provenientes de contextos muy diversos, mayormente provistos por las industrias mediáticas. Desde un punto de vista metodológico, el programa propuesto, especialmente en un autor como Martín-Barbero, se centró en el lugar de la recepción y los usos, en la lectura de «lo que pone el pueblo» en los consumos de las industrias culturales.

Desde una perspectiva más estrictamente económica, Muraro también realizó en los años ochenta una crítica de las posiciones dependentistas, señalando una cuestión que entiendo mantiene su vigencia: la limitación de la mayor parte de los estudios encarados acerca de la relación entre comunicación y dependencia a análisis de tipo estático, es decir limitados a las relaciones de propiedad de los medios y, eventualmente, los flujos de mensajes. Más allá de estos aspectos, y sin negar por supuesto su obvia importancia, Muraro reclamaba el abordaje de los aspectos dinámicos de esta relación, vale decir «los fenómenos estrictamente económicos tales como la determinación de las tarifas publicitarias, la incidencia de los costos relativos de

equipamiento y programación» (Muraro, 1987, p. 91), que no habían sido abordados de manera central. La consecuencia de esta ausencia resultaba, a su juicio, de significativa importancia, porque imposibilitaba el desarrollo de una teoría apropiada sobre la economía de la comunicación, al mismo tiempo que dificultaba la elaboración de propuestas políticas adecuadas.

CONCLUSIONES

La emergencia del pensamiento comunicacional latinoamericano, esa matriz teórica y analítica particular que, de maneras heterogéneas y complejas, sigue haciendo notar su influencia predominante en los actuales estudios de comunicación en la región, tuvo lugar –a partir de mediados de los años sesenta del siglo xx– en el marco de las discusiones acerca del desarrollo de las sociedades de la región, de los supuestos conceptuales que acompañaron a las iniciativas de desarrollo en los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial y de las críticas que esos supuestos recibieron, especialmente desde la teoría de la dependencia.

Los modelos que conceptualizaban el desarrollo –especialmente en las propuestas emanadas de las agencias de ayuda y la academia norteamericanas– proponían enfoques lineales que establecían etapas que iban desde el subdesarrollo hasta el desarrollo y que equiparaban a las economías de los países pobres con la historia anterior de las de los ricos. En este contexto, las pautas culturales y tradiciones locales sólo podían entenderse como obstáculos a la modernización, con lo que adquiría nitidez el rol esperado por parte de los medios de comunicación: ser eficaces factores de desarrollo, favoreciendo la sustitución de esas pautas culturales tradicionales por los modelos existentes en las sociedades de los países desarrollados.

Estos enfoques lineales recibieron la fuerte crítica de la teoría de la dependencia, que enfatizó las relaciones sistémicas que vinculaban a los países ricos y pobres o, mejor, centrales y periféricos. Al abordar los procesos desde una mirada integral, las cuestiones comunicacionales adquirirían una luz diferente, y menos optimista. En principio, las consecuencias negativas del efecto de demostración suponían el desvío de los recursos, en las sociedades subdesarrolladas, desde las necesidades del desarrollo autónomo a la adquisición de bienes de consumo. Por otra parte, la dependencia no se consideraba una variable externa sino que se proponía analizarla desde la configuración de las relaciones de clase al interior de cada sociedad.

Estos posicionamientos críticos proveyeron el marco en el que se analizó el lugar de los medios de comunicación en las sociedades latinoamericanas y en las luchas por la liberación de esas sociedades, análisis que se enfocó especialmente en el estudio de las estructuras de propiedad de las industrias culturales de la región y en la lectura crítica de los contenidos de esas industrias. Los medios de comunicación ya no se entendieron en estas investigaciones como vectores de desarrollo y cambio social sino, antes bien, como estructuras estratégicas para el mantenimiento del status quo dependiente, abonando la tesis de la penetración o invasión cultural.

Si bien a partir de los años ochenta del siglo pasado estas intervenciones sufrieron a su vez importantes críticas, sus aportes e influencia resultan indudables y merecen el acercamiento que en las ciencias sociales se brinda a los clásicos. Como dijera Jeffrey Alexander al respecto, puede que nuestro conocimiento actual de los fenómenos implicados haya superado en algunos aspectos aquellas intervenciones teóricas e indagaciones empíricas, pero, al considerarlos clásicos, reconocemos que «en ciertos aspectos decisivos, no lo ha conseguido» (1990, p. 46).

REFERENCIAS

- Alexander, J. C. (1990). La centralidad de los clásicos. En A. Giddens & J. Turner (Eds.), *La teoría social hoy*. Madrid: Alianza.
- Althusser, L. (1984). *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Baran, P. A. & Warman, N. (1959). *La economía política del crecimiento*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Beigel, F. (2006). Vida, muerte y resurrección de las “teorías de la dependencia”. En VV.AA., *Crítica y teoría en el pensamiento social latinoamericano*. Buenos Aires: CLACSO
- Beltrán, L. R. (1985). Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina. En M. de Moragas Spà (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas. Escuelas y autores* (Vol. 1). Barcelona: Gustavo Gili.
- Beltrán, L. R., & Fox de Cardona, E. (1980). *Comunicación dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina*. México D.F.: Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales; Nueva Imagen.
- Berone, L. R. (2007, noviembre 7). La semiótica en cuestión, o sobre cómo leer al Pato Donald. Presentado en VII Congreso Nacional y II Congreso Internacional de la Asociación Argentina de Semiótica, Rosario. Recuperado de <https://historietasargentinas.files.wordpress.com/2008/09/lasemiotaencuestion-comoleeralpatodonald.pdf>
- Bielschowsky, R. (1998). Cincuenta años del pensamiento de la CEPAL: una reseña. En Comisión Económica para América Latina, *Cincuenta años de pensamiento en la CEPAL: textos seleccionados. Volumen I*. Santiago: FCE; Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Bonfil Batalla, G. (1981). Comunicación y penetración cultural. *Aportes de Comunicación Social*, (2). Recuperado de <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=browse&id=499>
- Cardoso, F. H., & Faletto, E. (1981). *Dependencia y desarrollo en América Latina* (17 #ed.). México: Siglo Veintiuno.
- Cardoso, F. H., & Faletto, E. (1998). Dependencia y desarrollo en América Latina. En Comisión Económica para América Latina, *Cincuenta años de pensamiento en la CEPAL: textos seleccionados. Volumen II*. Santiago: FCE; Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Díaz Bordenave, J. (1976). *La comunicación social como instrumento de desarrollo de comunidades rurales y urbanas*.
- Díaz Rangel, E. (1976). *Pueblos sub-informados*. Caracas: Monte Avila.
- Dorfman, A. (2016). *Ensayos quemados en Chile: Inocencia y neocolonialismo*. Buenos Aires: Godot.
- Dorfman, A., & Jofré, M. (1974). *Superman y sus amigos del alma*. Buenos Aires: Galerna.
- Dorfman, A., & Mattelart, A. (1972). *Para leer al pato Donald*. México D.F.: Siglo veintiuno Argentina.
- Entel, A., Lenarduzzi, V., & Gerzovich, D. (1999). *Escuela de Frankfurt: Razón, arte y libertad*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Fogelgren-Pedersen, A., Viborg Andersen, K., & Jelbo, C. (2003). The Paradox of the Mobile Internet: Acceptance of Gadgets and Rejection of Innovations. *BLED 2003 Proceedings*, (56).
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. México: Siglo XXI.
- Fresenius, G., & Vergara, J. (1974). La Agencia Informativa Norteamericana (USIS) y sus boinas verdes de papel. *Comunicación y Cultura*, (3), 11-82.
- Fuentes Navarro, R. (2005). Everett M. Rogers (1931-2004) y la investigación Latinoamericana de la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, (4), 93-125.
- García Canclini, N. (1986). *Las culturas populares en el capitalismo* (3a ed.). México D.F.: Nueva Imagen.
- García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México D.F.: Grijalbo; Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Garza, E. G. (2007). De las teorías del desarrollo al desarrollo sustentable. Historia de la construcción de un enfoque multidisciplinario. *Trayectorias*, IX(25), 45-60.
- Gumucio-Dagron, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, XXX(58), 26-39.
- Harnecker, M. (1968). *Los conceptos elementales del materialismo histórico*. México: Siglo XXI Editores.
- Lerner, D. (1968). *The passing of traditional society: Modernizing the Middle East*. New York: Free Press
- Marcuse, H. (1984). *El hombre unidimensional: Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Barcelona: Orbis.

- Marques de Melo, J. (2009). *Pensamiento comunicacional latinoamericano: entre el saber y el poder*. Salamanca: Comunicación Social.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Gustavo Gili
- Martín-Barbero, J. (1989). *Procesos de comunicación y matrices de cultura: itinerario para salir de la razón dualista*. México: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.
- Masotta, O. (1971). Reflexiones presemiológicas sobre la historieta: el esquematismo. En VV.AA., *Lenguaje y comunicación social*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Mattelart, A. (1972). *Agresión desde el espacio: cultura y napalm en la era de los satélites*. Argentina: Siglo Veintiuno Editores.
- Mattelart, A. (1973). El imperialismo en busca de la contrarrevolución cultural. *Comunicación y Cultura*, (1), 146-223.
- Mattelart, A. (1974). *La cultura como empresa multinacional*. Buenos Aires: Galerna.
- Mattelart, A. (1976a). El marco del análisis ideológico. En A. Mattelart, M. Piccini, & M. Mattelart, *Los medios de comunicación de masas: la ideología de la prensa liberal en Chile*. Buenos Aires: El Cid Editor.
- Mattelart, A. (1976b). Estructura del poder informativo y dependencia. En A. Mattelart, M. Piccini, & M. Mattelart, *Los medios de comunicación de masas: la ideología de la prensa liberal en Chile*. Buenos Aires: El Cid Editor.
- Mattelart, A. (1976c). La mitología de la juventud en un diario liberal. En A. Mattelart, M. Piccini, & M. Mattelart, *Los medios de comunicación de masas: la ideología de la prensa liberal en Chile*. Buenos Aires: El Cid Editor.
- Mattelart, M. (1976d). El nivel mítico de la prensa pseudo-amorosa. En A. Mattelart, M. Piccini, & M. Mattelart, *Los medios de comunicación de masas: la ideología de la prensa liberal en Chile*. Buenos Aires: El Cid Editor.
- Moragas Spà, M. de (Ed.). (1985). *Sociología de la comunicación de masas. Escuelas y autores (Vol. 1)*. Gustavo Gili.
- Muraro, H. (1974). *Neocapitalismo y comunicación de masa*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Muraro, H. (1987). *Invasión cultural economía y comunicación*. Buenos Aires: Legasa.
- Muraro, H. (2008). La manija / quiénes son los dueños de los medios de comunicación en América Latina. En M. Sonderéguer (Ed.), *Revista Crisis (1973-1976). Antología: del intelectual comprometido al intelectual revolucionario*. Bernal: Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes.
- Pasquali, A. (1976). *Comunicación y cultura de masas* (3. ed.). Caracas: Monte Avila Editores.
- Piccini, M. (1976). El cerco de las revistas de ídolos. En A. Mattelart, M. Piccini, & M. Mattelart, *Los medios de comunicación de masas: la ideología de la prensa liberal en Chile*. Buenos Aires: El Cid Editor.
- Prebisch, R. (1998). El desarrollo económico de América Latina y algunos de sus principales problemas. En Comisión Económica para América Latina, *Cincuenta años de pensamiento en la CEPAL: textos seleccionados. Volumen I*. Santiago: FCE; Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.
- Rostow, W. W. (1990). *The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto*. Cambridge University Press.
- Sandoval, L. R. (2015). Campo disciplinario de la comunicación: tensiones en su definición y enseñanza. *RevCom*, 0(1), 15-27
- Schmucler, H. (1997). La investigación (1975): ideología, ciencia y política. En *Memoria de la comunicación*. Buenos Aires: Biblos.
- Schramm, W. (1969). El desarrollo de las comunicaciones y el proceso de desarrollo. En L. W. Pye (Ed.), *Evolución política y comunicación de masas*. Recuperado de https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/schramm_01.pdf
- Verón, E. (1971). Ideología y comunicación de masas: La semantización de lo violencia política. En VV.AA., *Lenguaje y comunicación social*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Verón, E. (1974). Acerca de la producción social de conocimiento: El «estructuralismo» y la semiología en Argentina y Chile. *Lenguajes*, (1), 96-125.
- Wajzman, P. (1974). Una historia de fantasmas. *Lenguajes*, (1), 127-131

NOTAS

- 1 Referirse al estudio de la comunicación y la cultura en América Latina como un «campo» se ha vuelto muy habitual, pero no siempre se asumen los presupuestos epistemológicos que ello implica. Reflexioné sobre esta cuestión en un texto anterior, publicado en esta misma revista (Sandoval, 2015).
- 2 La más conocida de ellas fue la Alianza para el Progreso, programa propuesto por John Kennedy y definido en la Conferencia de Punta del Este (1961), y que se desplegó, de modo cada vez menos decidido, hasta 1970.
- 3 Según indica Sánchez Ruiz: «se suponía que la industrialización tendía a elevar la urbanización; ésta, a su vez, elevaría la alfabetización, seguida por un incremento en la exposición de la población a los medios masivos de comunicación. El alfabetismo y la exposición a los medios producirían en los individuos “empatía” (la habilidad psicológica de ponerse uno en lugar de otro) o “movilidad psicológica”, lo que finalmente tendería a aumentar la participación política y económica» (cit. en Fuentes Navarro, 2005, pp. 97-98).
- 4 Por ejemplo, y más recientemente, se ha aplicado a la difusión de «innovaciones» tales como los *gadgets* electrónicos (Fogelgren-Pedersen, Viborg Andersen, & Jelbo, 2003).
- 5 Fundada en 1948 por la Organización de las Naciones Unidas, y con sede en Santiago de Chile, la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) podría haber derivado en una oficina de asesoramiento a los gobiernos de tipo tecnocrático, si no fuera porque el equipo de economistas –y, más tarde, sociólogos e historiadores– que aglutinó se comprometió con la inauguración de una escuela de pensamiento propio, de raíces claramente latinoamericanas.
- 6 Autor que, sin embargo, había desarrollado su trabajo inicial en el marco del «paradigma dominante» de la comunicación rural, realizando trabajos para la USAID y estudiando (becado) en Estados Unidos.
- 7 Texto publicado, justamente en un dossier sobre «Comunicación y desarrollo» coordinado por Everett Rogers, en un número especial de *Communication Research and International Quarterly* (vol. III, n.º 2). El artículo de Beltrán fue publicado dos años después en castellano en la revista *Orbita*, y luego incluido en la compilación de Moragas Spà (1985) con lo cual alcanzó mayor circulación en el medio hispanoparlante.
- 8 Tuvieron importante acogida algunos textos de Herbert Marcuse (1984) y Paul A. Baran (1959), pero más aún algunas obras de difusión del marxismo como el muy exitoso (más de sesenta ediciones) *Los conceptos elementales del materialismo histórico*, de Marta Harnecker (1968). Más allá de la lectura –en varios sentidos, pionera– de Pasquali (1976), la recepción global de la Escuela de Frankfurt fue bastante más compleja, como dan cuenta Entel, Lenarduzzi y Gerzovich (1999, cap. VI).
- 9 Luego de presentar datos como que las dos terceras partes del tráfico de noticias sobre la región estaban a cargo de las agencias UPI y AP, en casi todos los países de la región las principales agencias publicitarias eran filiales de las norteamericanas, o estaban asociadas a éstas, los estudios de marketing eran realizados por firmas de EE.UU., más de la mitad de los estrenos cinematográficos provenían de ese país, así como la tercera parte de los programas de televisión, la mayoría de los libros de historietas, comics y revistas para públicos especiales, al igual que la mayor parte de la música que se pasaba por las emisoras de radio.
- 10 Para una reseña de la polémica, ver Berone (2007).
- 11 Las historias del elefantito Babar fueron creadas por el escritor e ilustrador francés Jean de Brunhoff en la década de 1930. Han sido adaptadas para televisión y cine. La sinopsis incluida en Wikipedia es un buen resumen (y sugiere los aspectos de la crítica de Dorfman): «Cuando la madre del elefante Babar muere por el disparo de un cazador, Babar llega a París y se hace amigo de la vieja Dama. Pero, cuando fallece el rey, Babar debe volver al reino de los elefantes y es convertido en rey. Ahora, con tal de mejorar la vida de sus amigos elefantes, decidirá implantar la forma de vida parisina y, por ejemplo, los elefantes empezarán a vestirse con las mismas ropas» [Disponible en <https://es.wikipedia.org/wiki/Babar>]