

# MEMÓRIA ESPAÇO E MÍDIA

organizadores  
ADOLPHO QUEIROZ  
ANGELA SCHAUN

# Memória, Espaço e Mídia

Congresso Brasileiro de Marketing Político – POLITICOM

# Memória, Espaço e Mídia

(Organizadores)  
Adolpho Carlos Françoso Queiroz  
Ângela Schaun

Cátedra UNESCO / Metodista de Comunicação  
São Bernardo do Campo | SP | Brasil  
2010

# UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO

## **Conselho Diretor**

Wilson Roberto Zuccherato (presidente), Rosilene Gomes da Silva Rodrigues (vice-presidente), Rui Sergio Santos Simões (secretário), Augusto Campos de Rezende, Clóvis de Oliveira Paradela, Eric de Oliveira Santos, Henrique de Mesquita Barbosa Corrêa, Maria Flávia Kovalski, Nelly Azevedo Matolla, Nelson Fer, Paulo Roberto Lima Bruhn e Saulo de Tarso Cerqueira Baptista

Reitor: Marcio de Moraes

Pró-Reitora de Graduação: Vera Lúcia Gouvêa Stivaletti

Pró-Reitor de Pós-Graduação e Pesquisa: Lauri Emílio Wirth

Pró-Reitor de Educação a Distância: Luciano Sathler Rosa Guimarães

Pró-Reitora de Infra-Estrutura e Gestão de Pessoas: Elaine Lima de Oliveira

Faculdade de Comunicação

Paulo Rogério Tarsitano

Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

*Sebastião Squirra*

## **Conselho de Política Editorial**

Marcio de Moraes (presidente), Daniel Pansarelli, Etienne Alfred Higuete, José Marques de Melo, Luiz Renato Paranhos, Luiz Roberto Alves, Magali do Nascimento Cunha, Mário Francisco Boratti, Peri Mesquida (representante externo), Rafael Marcus Chiuzi

## **Comissão de Livros**

Almir Martins Vieira, Daniel Pansarelli, José Marques de Melo, Magali do Nascimento Cunha, Marcelo Módolo, Maria Angélica Santini, Rafael Marcus Chiuzi

Memória, Espaço e Mídia  
**Copyright © 2010**  
Autores

**Créditos Institucionais**

**Universidade Metodista de São Paulo**

Reitor: Márcio de Moraes

Vice-Reitor: Clóvis Pinto de Castro

**UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciências, a Cultura**

**Diretor Geral:** Irina Bokova.

**Assistente do Diretor Geral para a Divisão de Comunicação e Informação:**  
Abdul Waheed Khan

**Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional**

**Equipe Executiva**

Diretor Titular: Prof. Dr. José Marques de Melo;

Assistente Acadêmica: Francisca Rônia Barbosa;

Estagiários: Lucas Kenji Suzuki Constante; Amanda Carla Pas, Marcel Accioli

**Equipe Consultiva:** Triênio 2007/2010 - Prof. Dr. Jorge Duarte - Assessor da Secretaria de Comunicação Institucional da Presidência da República - Brasília; Sra. Lúcia Araújo - Diretora do Canal Futura, da Fundação Roberto Marinho - Rio de Janeiro; Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Magali Cunha – Conselheira do Conselho Mundial de Igrejas - Faculdade de Teologia - Igreja Metodista - São Bernardo do Campo - São Paulo; Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Margareth Born Steinberger-Elias - da Universidade Federal do ABC – Divisão de Ciências Sociais - Santo André - São Paulo e Sra. Vera Lúcia Rodrigues - Diretora da empresa Vervi Comunicações - São Paulo - SP.

Dados internacionais para a Catalogação na Publicação (CIP)  
Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil

Queiroz, Adolpho e Schaun, Angela, organizadores, São Paulo,  
Umesp/Mackenzie, 2010, 255 páginas

Memória, Espaço e Mídia  
ISSN 21774595

1. Jornalismo, 2. Publicidade, 3. Rádio , 4. Televisão, 5. Internet  
– aspectos históricos e sociais

---

Editora da Universidade Metodista de São Paulo, UMESP

## Sumário

Apresentação - À memória da comunicação .....	9
<i>Adolpho Queiroz e Ângela Schaun</i>	
Memoria, Espacio y Medios .....	11
<i>Mirta Varela</i>	
História, testemunho e valores: Modos de comunicação e escravos do século XIX .....	21
<i>Marialva Carlos Barbosa</i>	
A presença do jornal na vida e na obra de Monteiro Lobato.....	35
<i>Marisa Lajolo</i>	
Cinquentenário de um Clássico do Jornalismo Brasileiro.....	46
<i>José Marques de Melo</i>	
A chegada d'“O Direito de Nascer” à televisão brasileira .....	59
<i>Sandra Reimão</i>	
Música Erudita na Televisão Brasileira: 60 anos .....	68
<i>Edson Leite</i>	
Divisão de Notícias e Mídia das Nações Unidas – Unidade de Promoção e Distribuição (P&D), UN Multimídia, Departamento de Informação Pública, DPI .....	78
<i>Mônica Villela Grayley</i>	
A política no Diário Mercantil nos anos pré-golpe de 1964 .....	82
<i>Carolina Guedes Soares e Fernanda Pires Alvarenga Fernandes</i>	
O elegante mundo de <i>Rio</i> * .....	95
<i>Ana Luiza F. Cerbino e Beatriz Cerbino</i>	

Os Olhos de Argos: Novas Mídias e Privacidade .....	107
<i>Patrício Dugnani</i>	
Os Lanterneiros na Era Vargas Construção imagética de um jornal anarquista (1933-1935).....	116
<i>Maria Emilia Martins Pinto</i>	
A história de uma marca. Do local ao desterritorializado.....	126
<i>Fernanda Mayer dos Santos Souza e Flávia Mayer dos Santos Souza</i>	
Teorias da Comunicação e Relações Públicas: reflexões sobre um diálogo possível .....	138
<i>Sandro Takeshi Munakata da Silva e Regina Rossetti</i>	
Pioneiros da publicidade nas cidades de São Paulo e Piracicaba: João Castaldi e Manoel de Oliveira.....	151
<i>Adolpho Queiroz</i>	
Monteiro Lobato, jornalista do Vale Do Paraíba.....	171
<i>Francisco de Assis</i>	
Roteiristas virando histórias: trajetória brasileira do autor oculto.....	188
<i>Glaucia Eneida Davino</i>	



## **Apresentação - À memória da comunicação**

Adolpho Queiroz  
Ângela Schaun

A realização do I Congresso da história da Mídia Sudeste, realizada na Universidade Presbiteriana Mackenzie entre os dias 29 e 30 de abril de 2010, sob os auspícios da Rede Alfredo de Carvalho, da Associação Brasileira dos Pesquisadores da história da Mídia e da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, representou um passo importante para a reunião de pesquisadores de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo que, ao lado de outros tantos do país e do exterior, deram forma e conteúdo a este grande empreendimento intelectual de recuperação da memória nacional e internacional sobre a comunicação.

Centenas de pesquisadores, estudantes de graduação e pós, profissionais de comunicação e ouvintes, participaram dos debates, conferências e da apresentação das contribuições sobre a história do rádio, televisão, imprensa, cinema e internet nos dias em que o congresso ocorreu.

Neste ebook que ora publicamos, estão as palestras e conferências apresentadas por pesquisadores de referência no cenário contemporâneo da comunicação, bem como os papers escolhidos e indicados pelos coordenadores de GTs para integrarem este acervo, como parte daquilo que se produziu e debateu naqueles dias.

É um jeito de dar prosseguimento ao evento. É mais uma contribuição que os pesquisadores brasileiros dão para a ampliação do repertório sobre a história da mídia no país. E representou igualmente um primeiro e importante passo para que a Rede Alfredo de Carvalho, agora transformada em Associação Nacional dos Pesquisadores da

História da Mídia vá se consolidando como instituição paradigmática no país e cumprindo sua tarefa de, ao redescobrir o passado, iluminar o presente e projetar o futuro para as novas gerações de pesquisadores deste campo imenso que é a comunicação no país.

Que a memória da imprensa do Brasil, ordenada em 1908 de forma pioneira pelo jornalista Alfredo de Carvalho, ganhe os ares da modernidade através da internet e deste livro virtual, para que se conheçam velhas/novas histórias sobre pioneirismos, linguagens, estratégias e personagens que construíram esta história já secular.

Por fim, nossa gratidão a todos os autores, ao comitê científico e aos coordenadores dos GTs, às instituições que o sediaram e apoiaram, aos professores, técnicos, alunos, pesquisadores e demais participantes do I ALCAR/SUDESTE. Sem a presença e colaboração de todos, esta obra não teria sido possível. Nossa gratidão final à equipe da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, igualmente pioneira no

lançamento de ebooks que se espalham pelos quatro cantos do mundo,  
difundindo a comunicação científica que se produz no Brasil.  
Boa leitura a todos.

## Memoria, Espacio y Medios

Mirta Varela

El tema sugerido por los organizadores del congreso para esta conferencia –memoria, espacio y medios- no podía ser más estimulante. Podríamos decir que se trata de una relación inaugural para la historia de los medios que, al mismo tiempo, pensada desde el presente, cuenta con máxima actualidad.

Para responder a esta propuesta quisiera comenzar con una pequeña reflexión historiográfica. Les propongo pensar en el modo en que comienzan las historias de los medios. No sé si recuerdan un célebre libro de Edward Said que se llama *Beginnings* y que trata sobre aquellos libros que han pasado a la historia de la literatura –entre otros méritos- por la belleza o contundencia de sus primeras líneas: en esa antología podemos ubicar al *Quijote* de Cervantes y *Cien años de soledad* en la literatura en lengua española. Y no me atrevo -ante este auditorio- a nombrar qué novelas escritas en portugués cuentan con célebres comienzos.

Aun a riesgo de caer en esquematismos y simplificaciones -y con menor vuelo literario que los *Beginnings* de Edward Said- creo que las historias de los medios escritas hasta el presente, apelan a algunos lugares comunes para sus comienzos:

En primer lugar, encontramos las historias de la prensa moderna que encuentran su piedra fundacional en el feliz encuentro entre Revolución francesa y periodismo político. Se trata de historias que conciben la escritura como el medio de comunicación determinante de la cultura occidental concebida, a su vez, como proyecto iluminista o ilustrado. Las relaciones entre prensa y política son el eje dominante en estas historias donde el momento culminante se encuentra al inicio y todo lo demás no puede sino concebirse como degradación y decadencia.

En segundo lugar, encontramos las historias culturales de la prensa cuyo hecho inaugural -hacia 1840- suele ser la emergencia del folletín, concebido como un nuevo género de entretenimiento dirigido a un público de masas recientemente alfabetizado. Se trata del mismo público que más tarde se volcará al radioteatro y a la telenovela, todos ellos formatos que recuperan la matriz melodramática del folletín escrito. Estas historias conciben a los medios simultáneamente como una industria cultural o una empresa comercial masiva y como objetos de interés para los sectores populares. Se trata de un relato que encuentra su eje principal en la relación entre Revolución industrial, expansión del público lector y profesionalización del escritor/periodista.

Estos comienzos han dominado la historiografía de los medios y adolecen, sin embargo, de dos problemas importantes para nuestra mirada contemporánea y el problema que nos ocupa:

Por un lado, son logocéntricas. Y con esto quiero decir que consideran a la palabra impresa el factor determinante para una historia de los medios. Ya sea porque desconfían de la imagen como un elemento contrario a los fundamentos iluministas de la modernidad (en el primer caso de las historias políticas de la prensa) o porque valoran positivamente los alcances de la alfabetización masiva y su apropiación por parte de los sectores populares (en el segundo caso de las historias culturales) , la imagen ha sido subestimada en los procesos de transformación de la prensa y de ampliación del público. La prueba de esto que estoy diciendo es que ese público ha sido unilateralmente considerado como *público lector*.

Muchos estudios recientes han señalado que ese público –hasta ahora considerado como lector, insisto- valoró especialmente aquellas publicaciones que incluyeron fotografías y dibujos. De manera que no sólo leyó revistas y periódicos, sino que también miró ávidamente las ilustraciones. Hasta no hace tanto tiempo, las historias de la prensa no se pensaron en conexión con las historias de la fotografía, el cine y la radio. En este sentido, creo que los historiadores de los medios nos encontramos frente a un primer desafío: *la inclusión de la imagen como una parte integral de la historia de la prensa*.

El segundo problema que encuentro en esos comienzos mencionados es que parten de una concepción de la historia orientada hacia el futuro. Lo hacen en base a una cierta idea de progreso y novedad que resulta difícil de aceptar en nuestra época y, sobre todo, en relación a los medios de comunicación que tuvieron un rol muy importante en la transformación de la percepción del tiempo. Los medios modernos pusieron en escena la necesidad de la novedad permanente y al instante pero ese tiempo de la modernidad hoy ya no existe. Por un lado, vivimos en una época volcada hacia el pasado y dominada por la memoria. Por otro lado, como lo dice magníficamente Boris Groys, desde las últimas décadas del siglo XX, “el futuro ya no promete nada nuevo; más bien hay que imaginárselo como una interminable repetición de lo ya existente” (p. 13). En este sentido, creo que el segundo interrogante de un posible programa de historiadores de los medios es *cómo escribir la historia de unos medios nacidos en un mundo que miraba hacia el futuro desde un presente completamente volcado hacia el pasado y la memoria*.

Sería injusto, sin embargo, no incluir otras concepciones de la historia de los medios que han subsanado [o solucionado] alguno de estos problemas. Me refiero a las historias de la comunicación o de las tecnologías de la comunicación que intentan periodizaciones de tiempos largos donde se relacionan los cambios técnicos con los cambios en los modos de percepción del hombre. Estas historias suelen remontarse hasta la antigüedad en busca de su comienzo y encuentran en el pasaje de las culturas orales primarias a las culturas escriturales, un primer hito decisivo (y en la invención de la imprenta el segundo). Es el caso de Harold Innis y de muchos otros que -inspirados en sus hipótesis y en las de Marshall Mc Luhan- intentaron historias de los medios de comunicación (David Crowley y Paul Heyer, 1991).

Estas historias tienen la ventaja de que evitan el logocentrismo porque, de hecho, atienden a los aspectos visuales de la palabra escrita. Sin embargo, al considerar el impacto de la técnica sobre el hombre y su época, suelen menospreciar las relaciones de poder íntimas a las sociedades. Por otra parte, combinar la perspectiva de tiempos largos con el ritmo de las sociedades modernas ha sido de una enorme dificultad para aquellos historiadores que han intentado poner en relación ambos planos.

En este panorama, debo decir que me gusta el modo en que Patrice Flichy comienza su *Historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada*. Flichy elige la invención del telégrafo en Francia como primer capítulo de una historia de la comunicación. El argumento de Flichy es que el telégrafo marca el pasaje del paradigma del transporte al paradigma de las comunicaciones. Hasta ese momento, los medios de comunicación suponían transportar físicamente cierto tipo de información. Para trasladarla, se transportaba el medio de comunicación: el libro, el manuscrito, como antes las tablillas de arcilla o el quipu.

A partir del telégrafo, sin embargo, los mensajes podían viajar más aprisa que los mensajeros. La comunicación a distancia ya no estuvo nunca más atada a los medios de transporte disponibles. Por lo tanto, como señala James Carey- el aspecto más simple y más importante del telégrafo es que marcó la decisiva separación entre “transporte” y “comunicación”. Hasta el telégrafo estas palabras eran sinónimas. El telégrafo acabó con esa identidad y permitió que los símbolos pudieran moverse independientemente de la geografía e independientemente del –y más aprisa que el- transporte. O, como dice Daniel Czitrom, el telégrafo disolvió la unidad entre transporte y comunicación y se difundió rápidamente por todo el territorio para formar la primera de las grandes redes de comunicación.

La consecuencia central de esto es que el telégrafo da inicio a una lógica no territorial de la comunicación mediatizada, lo cual, en otros términos significa:

- 1) un cambio de escala del espacio: se extienden los límites del espacio de la información;
- 2) la normalización y búsqueda de un sistema universal: el código morse;
- 3) la simultaneidad de la comunicación: (deberíamos decir “casi” en el caso del telégrafo pero se trata del inicio de una tendencia que se concreta con el teléfono y llega hasta hoy);

Mientras la escritura no era pensable más que en su diferimiento temporal ya que separa el momento de enunciación del momento de lectura, la invención del telégrafo vuelve posible la difusión de un significante en un lugar diferente del espacio pero prácticamente en el mismo tiempo.

Ahora bien, Flichy también realiza dos observaciones muy interesantes que van, de alguna forma, en un sentido diferente al de estos cambios:

Por un lado, que la expansión del telégrafo estuvo asociada a la expansión del ferrocarril que, como bien sabemos, fue un gran medio de transporte y no de comunicación. Esta observación me interesa porque demuestra que *las tendencias en la historia de los medios nunca son lineales y nunca son unívocas*.

Por otro lado, Flichy señala que mientras en Francia la difusión del telégrafo estuvo ligada a la extensión de la República en manos del Estado, en Inglaterra su expansión se produce principalmente a través de la industria y la Bolsa de comercio. Aunque resulte obvio decirlo, esto nos alerta sobre la idea de que *la historia previa de cada sociedad y las instituciones existentes afectan directamente a la historia de los medios de comunicación*.

Como vemos, este *beginning* del telégrafo nos permite pensar en los dos temas centrales de esta conferencia: espacio y tiempo. No es casual que los hitos a los que refiere Flichy en su historia incluyan la fotografía y el album familiar como los medios que promueven el coleccionismo y el recuerdo. Memoria y archivo son dos temas inseparables sobre los cuales me gustaría volver al final de esta presentación.

Ahora bien, quisiera señalar que en este recorrido en el que encuentro tantas afinidades, también encuentro un problema de perspectiva para los intereses de la relación entre espacio, memoria y medios. El eje de lo público a lo privado elegido por Flichy –que escribió este libro desde Francia- lo lleva a construir un relato algo nostálgico de una concepción de lo público y del Estado que nos resulta poco apropiada para pensar nuestras sociedades (con esto quiero decir nuestras sociedades latinoamericanas) y nuestro presente.

## II

En todas esas concepciones hay un actor central que no hemos incorporado a este recorrido: las masas. Porque es bueno decir que recién cuando se comenzó a concebir a los *media* como *mass media*, la historia de los mismos cobra interés para nosotros. El concepto de masa y los conceptos cercanos a ella como multitud, muchedumbre, pueblo, plebe, ciudadanía, gente, se encuentran entre los más problemáticos de la historia conceptual. Como señaló Raymond Williams, “la clave para una comprensión de la historia cultural de los últimos doscientos años [es] la discutida significación de la palabra *popular*” (1985: 136).

No intento volver aquí sobre una cuestión tan compleja como ésta sino sólo señalar algunas cuestiones que creo que pueden aportar algo al tema de este encuentro:

En primer lugar, la característica más notable de la multitud, tal como se la concebía a fines del siglo XIX, es su visibilidad. Como señala Renato Ortiz (1996) “La multitud [...] expresa una concentración, un volumen localizado en un determinado espacio físico. Durante el siglo XIX, el imaginario conservador ve la calle como el lugar, por excelencia, de la “irracionalidad”, esto es, del movimiento contestatario de las masas.” Con razón, los periódicos de este período han sido estudiados en relación con la ciudad. El magnífico trabajo de Peter Fritzsche -

*Berlin 1900*- despliega esa hipótesis de la ciudad como texto cuyo espacio las multitudes –que son también los nuevos lectores- transitan y leen.

Ahora bien, los medios de comunicación que se van a inventar hacia finales del siglo XIX y durante la primera mitad del siglo XX van en otro sentido. El cine -y mucho más aun la radio- conciben a su público como un público de masas. Pero lejos de la visibilidad de las masas que ocupaban lugar en la ciudad, el cine oculta a la multitud en la oscuridad de la sala y la radio construye un público anónimo e indiferenciado que permanece en la intimidad de su hogar. Si el centro de la ciudad había incitado a los habitantes del suburbio para que llegaran hasta allí, la radio traslada el bullicio urbano al suburbio donde los habitantes ya no tendrán necesidad de moverse. Este movimiento fue profundizado por la televisión que se convirtió en el medio por excelencia de la segunda posguerra mundial, especialmente en Estados Unidos. Se trata de lo que Raymond Williams llamó “privatización móvil”. Williams describió la sociedad norteamericana de la segunda posguerra como una sociedad suburbana, con una población alejada de los lugares de trabajo y de consumo, cada vez más encerrada en el hogar. Ese encierro privado alejado de la ciudad necesitaba en forma indispensable dos dispositivos técnicos para la movilidad y el ocio: el automóvil y la televisión. Dicho de otro modo, las masas podían tolerar el tedio, el aburrimiento de vivir en esos barrios anónimos donde todas las casas son idénticas pero sólo a condición de poder espiar el mundo a través de la radio y la televisión. Si bien se trata de un período de gran proliferación de publicaciones periódicas, la lectura pasa a ocupar paulatinamente un lugar menor en este relato. Es la oralidad y la imagen, en cambio, lo que realmente importa. Quisiera subrayar que, en todo este proceso, las multitudes que ocupaban mucho espacio en la ciudad, se convierten en masas invisibles y atomizadas en el hogar.

Sin embargo, las masas no dejaron de irrumpir en la historia del siglo XX y hacerse presentes de una u otra forma en el espacio público. Hacia fines de los años sesenta, los movimientos alrededor del 68 en diferentes partes del mundo suponen un momento culminante de esta presencia activa de las masas y la política en las calles. Estos movimientos alcanzaron un carácter internacional con el que tuvieron mucho que ver dos medios de comunicación centrales de esa época: la televisión y el satélite. Los satélites fueron el gran tema de las comunicaciones durante los años sesenta. Los viajes espaciales y los satélites eran un asunto de máxima importancia para los gobiernos de los países que se disputaban la Guerra fría. Los viajes espaciales activaban la imaginación popular, de manera que todos los que fuimos niños durante los años sesenta soñamos alguna vez con ser astronautas. Los satélites, en cambio, resultaban una tecnología más oscura, cuya aplicación cotidiana no provocaba la imaginación infantil. Sin embargo, los satélites permitieron ampliar las transmisiones a distancia hasta más allá de los límites de la tierra. Era, de alguna forma, la culminación de la historia que el telégrafo había iniciado.

Cuando en 1969 la transmisión de la llegada del hombre a la Luna se convirtió en el mayor hito de la historia de las telecomunicaciones, se pudo

comprobar la enorme importancia de los satélites y el modo en que viajes espaciales y la comunicación satelital estaban indisolublemente unidos (como antes las redes de ferrocarril y del telégrafo).

El episodio de la transmisión de la llegada a la Luna ha fascinado a muchos de nosotros: seguramente porque condensa mejor que otros acontecimientos de la época el fin de una era. Igual que los acontecimientos de 1968 ocurridos un año antes en muchos lugares del mundo, la llegada del hombre a la Luna se presentó como un acontecimiento que anunciaba el futuro y un mundo por conquistar. Sin embargo, visto en perspectiva desde el presente, podemos decir que la llegada del Hombre a la Luna, lejos de anunciar el futuro, cerró el ciclo de la Guerra fría y la carrera espacial, mientras que los acontecimientos del 68 fueron el momento más caliente de las utopías revolucionarias que, a partir de ese momento, sufrieron una fuerte retracción.

En ese sentido, esos dos episodios condensan el momento culminante de dos modos de percepción del espacio y del tiempo: la llegada del Hombre a la Luna marcó el lugar más lejano a donde el Hombre haya llegado y el 68 significó el último momento político en que el futuro fue más importante que el pasado.

En 1969 se inicia el primer nodo de ARPANET, lo que se puede considerar como el momento inaugural de la era de Internet y, en cierta forma, el comienzo de la era de la memoria.

Ahora bien, contada de esta manera, esta historia que relata el pasaje del paradigma de las telecomunicaciones (o las transmisiones satelitales) al de la comunicación virtual (e Internet) resulta algo lineal para ser cierta. Personalmente, las nociones de “Hombre”, “Humanidad”, “Tierra”, “Planeta” y “Mundo” me resultan muy perturbadoras. Todas las diferencias sociales quedan disueltas y borradas en el preciso momento en que se anunciaban procesos revolucionarios en distintas partes del mundo.

Probablemente, por el lugar particularmente periférico de la geografía argentina (siempre al sur de todo) no puedo sino leer cada episodio “universal” desde una perspectiva descentrada. Fue así como -hace tiempo- investigué la transmisión televisiva de la llegada del hombre a la Luna en la Argentina y seguí el relato que los medios contruyeron durante varios meses. En ese relato mediático el despegue de la nave -la partida de la Apolo XI- ocupó un lugar muy importante porque era la despedida de los astronautas, el inicio del viaje, el comienzo de la aventura. El lanzamiento fue transmitido en directo desde Cabo Kennedy y fue visto por 528.000.000 de personas por televisión en “todo el mundo”. “Todo el mundo” salvo en Argentina, Chile, Brasil y Uruguay donde sólo pudo verse unas horas más tarde pero no en directo porque el 16 de julio la NASA había necesitado el satélite INTELSAT II y dejó sin transmisión a nuestra zona. De manera que en la Argentina, los canales de televisión que habían alterado toda su programación para transmitir el despegue, tuvieron que estirar su contacto con el público durante horas e inventar qué hacer con su tiempo.



El episodio es doblemente significativo porque un año antes la Argentina había instalado una estación satelital que iba a inaugurar oficialmente con esta transmisión. El país -que anunciaba el satélite como un nuevo logro de modernidad, como el dispositivo que lo ponía al día con los países centrales- constató su total dependencia de los satélites norteamericanos para operar el “propio”.

### III

La transmisión de la llegada del hombre a la Luna fue un gran ritual global que congregó al mayor número de audiencias en forma simultánea. Fue, en ese sentido, el mayor evento de la comunicación de masas a nivel global. “Todo el mundo” (aunque ya vimos que esto es relativo) vio esa transmisión por televisión desde su casa.

A partir de entonces, el inicio de ARPANET ese mismo año y la expansión de la televisión por cable y satelital tendieron a la fragmentación de la audiencia de masas. Globalización y fragmentación fueron dos caras de la misma moneda y las teorías de la posmodernidad prefirieron hablar de tribus antes que de masas, de relaciones afectivas de contacto antes que de las relaciones contractuales de la política que había dado inicio a la prensa moderna.

Esas interpretaciones adolecen desde mi punto de vista de un problema grave para los historiadores: en lugar de describir el estado de la sociedad en un momento histórico determinado, lo piensan como degradación de un momento pasado del cual se vuelven nostálgicos.

Para evitar ese camino, les propongo pensar en esta última parte de mi intervención un problema en el que confluyen varios de los temas que venimos planteando.

Hace un tiempo que me encuentro investigando un tema: la representación de las masas en las imágenes de la segunda mitad del siglo XX. Para ello he acudido a fuentes fotográficas, cinematográficas y televisivas. Pienso la imagen como un elemento que cuenta con una relativa autonomía respecto de los conceptos. No creo que se limiten a traducir conceptos sino que generan nuevos modos de representación visual en un período que es simultáneamente un período de auge de la cultura visual, de predominio de la memoria y de transformación de las relaciones entre medios y política. La imagen parece, en ese contexto, el lugar más apropiado para estudiar esas transformaciones. Ir a mirar la visibilidad de las masas en los medios de comunicación de masas parece un juego de palabras. Sin embargo, hay algo clave en ese juego de espejos.

Ya que hablamos de imágenes quisiera mostrar dos ejemplos de lo que estoy pensando.

El primero es del Cordobazo. Así se ha llamado a un episodio ocurrido en la ciudad de Córdoba, la segunda ciudad de Argentina después de Buenos Aires, en mayo de 1969. Fue lo más parecido al mayo del 68, encabezado por los sindicatos pero apoyado por los estudiantes. Se considera el primer episodio de la guerrilla urbana en Argentina que conduce al final apresurado del presidente dictatorial Gral. Onganía que había asumido en 1966 con la idea de permanecer en el poder por mucho tiempo. Se trata, además, del primer acontecimiento histórico que adquiere dimensiones nacionales en Argentina gracias a su retransmisión televisiva. Hay una escena en particular que se convirtió en un motivo visual del Cordobazo y que me gustaría mostrarles.

Esta escena es recuperada por el cine político militante de los años que siguieron y utilizada hasta hoy como emblema del retroceso del poder y el poder del pueblo en armas. Les muestro sólo un ejemplo: *Ya es tiempo de violencia* (1969) de Enrique J. Juárez. Pero la escena emblemática de la policía montada, aparece al menos en diez filmes entre 1969 y 1978.<sup>1</sup>

Podríamos decir que la memoria del Cordobazo se construyó con las imágenes televisivas recuperadas como archivo de la memoria por el cine. En una cultura de lo efímero (la transmisión televisiva es particularmente efímera) y volcada hacia el pasado, la noción de archivo se ha vuelto central. La angustia por la pérdida de los documentos, produce una pulsión hacia la conservación y la valoración de los archivos. Es así como Nicolas Bourriaud (2009), por ejemplo, habla del arte contemporáneo como un arte de la postproducción, un arte donde los artistas interpretan, reproducen, reexponen o utilizan obras realizadas por otros o productos culturales disponibles. No trabajan más con materiales en bruto, sino con objetos que ya están circulando en el mercado cultural. Los medios de comunicación son materiales indispensables para este tipo de prácticas artísticas y son, por ello, las formas más importantes de la cultura contemporánea para pensar el problema del archivo.

Paso al segundo ejemplo. Se trata de una escena de un film algo posterior al que vimos recién. *Los hijos de fierro*, rodado en 1975, es un clásico del cine político argentino, filmado por Fernando Solanas que con *La hora de los hornos* en 1968 se convirtió en el director argentino más célebre del nuevo cine político argentino que fue un movimiento casi contemporáneo y con múltiples diálogos con el Novo cinema brasileiro. Se trata de una escena que representa una “villa miseria” en las afueras de Buenos Aires.

---

<sup>1</sup> La lista construida por Mestman y Peña (2002) es la siguiente: Fernando Solanas, *Perón, actualización política y partidaria para la toma del poder* (1971); Cedrón, Jorge, *Operación masacre*, Solanas, Fernando, *La hora de los hornos* (versión comercial de 1973); Solanas, Fernando, *Los hijos de Fierro*, Gelyzer, Raymundo, *Los traidores*, Gleyzer, Raymundo, *Me matan si no trabajo y si trabajo me matan* (1974); Carlos Vallina y otros, *Informes y testimonios: La tortura política en Argentina 1966-1972*; Santiago Álvarez, *El nuevo tango* (1974); Giannoni, Jorge, *Las vacas sagradas* (1977); Cedrón, Jorge (Julián Calinki), *Resistir* (1978).

Debo confesar que la escena me fascina. Por un lado, Solanas muestra la política en clave populista y convierte una manifestación en una caravana popular más parecida a las procesiones religiosas o a las murgas de carnaval. Pero lo hace a través de una multitud que parece extraída de una película de Jean Luc Godard: poca gente, en una clave más simbólica que realista... Por otro lado, lo hace a través de un recurso que Solanas va a reiterar a lo largo de éste y otros filmes: la multitud primero se oye, luego se ve y luego se ve el espacio vacío que deja la multitud a su paso. Cuando la multitud desaparece deja una huella. La huella de la multitud suele ser la suciedad, la basura, el desperdicio. Cualquiera que haya pasado por una calle donde ha tenido lugar una manifestación, puede saber de qué hablo.

Creo que esta escena condensa varias cuestiones centrales de la relación entre medios, espacio y memoria: la visibilidad de la multitud en el espacio es perdurable, deja una huella en la memoria más allá del instante en el que pasa. El cine, como la fotografía, son medios magníficos para producir esta huella temporal a través de la visibilidad de un espacio. Sin embargo, el ejemplo anterior nos alerta contra la idea de que haya medios buenos y medios malos. El cine recupera cada vez más el archivo televisivo como material para construir su propia estética (es lo que vimos en el primer ejemplo). La televisión había conseguido construir en forma casi instantánea una imagen del acontecimiento a nivel nacional, así como en otros casos lo hizo a nivel mundial. La repetición televisiva y cinematográfica de esa escena produce un motivo visual para la memoria.

Nuevamente, es difícil que los grandes temas contemporáneos no adquieran en cada sociedad una dimensión peculiar. En el caso de la memoria, desde la Argentina resulta indisoluble de la memoria política de la última dictadura. En los últimos tiempos, ha cobrado particular vigor el debate sobre los primeros setenta, el período anterior a la dictadura, al cual pertenecen las imágenes que vimos. El cine contemporáneo utiliza el archivo de esa época con una función fundamentalmente nostálgica. Sin embargo, en la Argentina también adquiere otros sentidos, muchas veces operativos para la política contemporánea.

Empecé esta conferencia hablando de los comienzos de las historias de los medios. Llegamos al final hablando de las imágenes, el archivo y la memoria. Se trata de temas que los historiadores habíamos dejado a un lado, sin darles la importancia debida. Pero, como ocurre como con todo lo que se reprime, vuelve una y otra vez. Es lo que ocurre con las masas que fueron consideradas anónimas e invisibles por los medios de comunicación pero no dejan de reaparecer con más fuerza. La hegemonía de la memoria actual nos obliga a volver una y otra vez sobre el pasado. A veces, sobre las imágenes del pasado y, a veces, sobre las huellas que han dejado en el espacio. Se trata de las huellas de un pasado construido por los medios de comunicación. Porque los medios, casi por costumbre, siguen hablando de la moda. Pero saben, sin embargo, que el futuro es cosa de otros tiempos.

## **Bibliografía:**

Barbier, Frédéric & Bertho Lavenir, Catherine (1999 [1996]): *Historia de los medios de Diderot a Internet*, Buenos Aires: Colihue.

Bourriaud, Nicolas (2009): *Postproducción*, Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

Briggs, Asa & Burke, Peter (2005 [2002]): *De Gutemberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*, Madrid: Taurus.

Carey, James (1997): "Tiempo, espacio y telégrafo" en: Crowley, David & Heyer, Paul: *La comunicación en la historia. Tecnología, cultura y sociedad*, Barcelona: Bosch, pp. 196-203.

Czitrom, Daniel (1997): "Líneas relámpago" en: Crowley, David & Heyer, Paul: *La comunicación en la historia. Tecnología, cultura y sociedad*, Barcelona: Bosch, pp. 191-196.

Crowley, David & Heyer, Paul (1997 [1991]): *La comunicación en la historia. Tecnología, cultura y sociedad*, Barcelona: Bosch.

Flichy, Patrice (1993 [1991]): *Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada*, México: Gustavo Gili.

Friszche, Peter (2008): *Berlin 1900. Prensa, lectores y vida moderna*, Buenos Aires: Siglo XXI.

Groys, Boris (2005): *Sobre lo nuevo. Ensayo de una economía cultural*, Valencia: Pre-textos.

Habermas, J. (1994 [1962]): *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, México: Gustavo Gili.

Huyssen, Andreas (2002): *En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización*, México: FCE.

Jeanneney, Jean-Noël (2001 [1996]): *Une histoire des médias des origines à nos jours*, Paris : Seuil.

Ortiz, Renato (1996) : « Cultura, comunicación y masa » en : *Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo*, Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.