

La comunicación como ritual (James Carey) y la folkcomunicación (Luiz Beltrão): modelos teóricos en la interfaz con la cultura

Yuji Gushiken*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a1>

Resumen

El artículo presenta una interpretación de dos modelos teóricos en el surgimiento del campo de la ciencia de la comunicación: la visión ritual de la comunicación, del estadounidense James Carey, y la *folkcomunicación*, del brasileño Luiz Beltrão. Los dos modelos se construyen teniendo como condición histórica los matices de los campos culturales de EE.UU y Brasil en la segunda mitad del siglo XX.

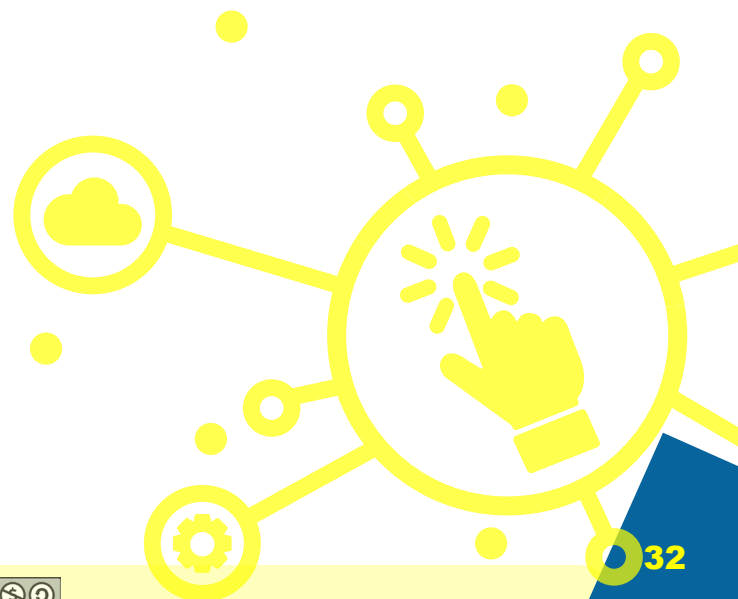
La hipótesis de trabajo es que los modelos exigen renegociaciones epistemológicas en el campo científico de la comunicación, en la medida en que sugieren un alejamiento del paradigma tecnológico constituido por la comunicación de masas moderna y del modelo de comunicación como difusión de la información. Las prácticas de investigación interdisciplinaria promovieron una apertura a los enfoques teóricos vinculados al campo de la cultura, enmarcando los objetos y los temas de investigación de acuerdo con las diferentes dinámicas culturales de los Estados Unidos y el Brasil. El estudio comparativo de los modelos de James Carey y Luiz Beltrão proporciona pistas para el debate sobre los constantes cambios en los procesos de comunicación en la modernización capitalista, los conceptos de los medios de comunicación según las pautas del desarrollo socioeconómico, el alcance del campo de la comunicación y las virtualidades de la investigación interdisciplinaria entre la comunicación y la cultura.

Palabras clave: Comunicación; comunicación como ritual; folkcomunicación; modelos teóricos.

Recibido. Febrero 07, 2020

Aceptado. Febrero 18,2020

*Profesor del Curso de Comunicación Social y del Programa de Postgrado en Estudios de Cultura Contemporánea de la Universidad Federal de Mato Grosso (PPGECCO-UFMT/ Cuiabá). Doctorado en Comunicación y Cultura de la Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ). Investigador del Programa de Posgrado en Estudios de Cultura Contemporánea (ECCO).Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-6620-3375> ; e-mail: yug@uol.com.br



Communication as ritual (James Carey) and folkcommunication(Luiz Beltrão): theoretical models at the interface with culture

Yuji Gushiken*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a1>

Abstract

The article presents an interpretation of two theoretical models in the emergence of the communicational scientific field: the ritual vision of the communication, of the American James Carey, and the folkcommunication, of the Brazilian Luiz Beltrão. The two models are constructed having as a historical condition the nuances of the cultural fields in the USA and Brazil in the second half of the twentieth century.

The working hypothesis is that the models demand epistemological renegotiations in the scientific field of communication, insofar as they suggest a distancing from the technological paradigm constituted by modern mass communication and the model of communication as information diffusion. The interdisciplinary practices of research promoted an openness to theoretical approaches related to the field of culture, framing objects and themes of research according to different cultural dynamics in the USA and Brazil.

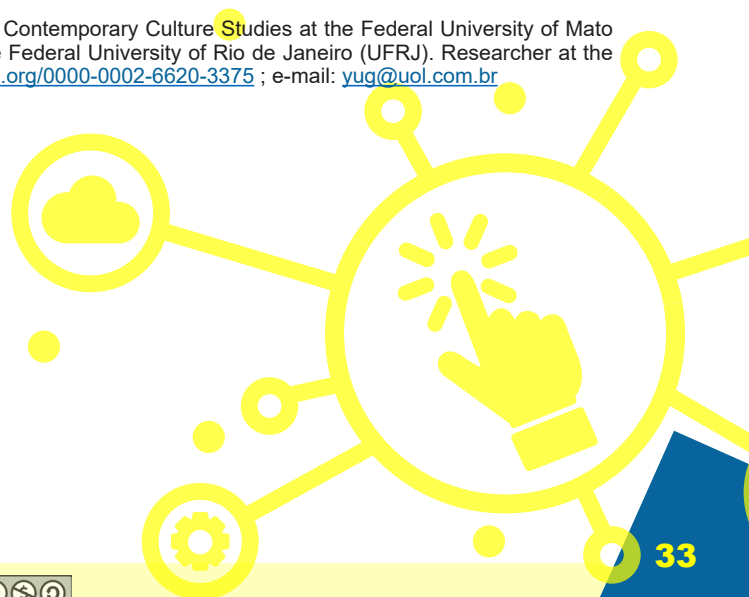
The comparative study of the models by James Carey and Luiz Beltrão provides clues to discussions about the constant changes in communication processes in capitalist modernization, media concepts according to patterns of socioeconomic development, the comprehensiveness of the communication field and the interdisciplinary research possibilities between communication and culture.

Keywords: Communication; ritual view; folkcommunication; theoretical models.

Received. February 07, 2020

Accepted. February 18, 2020

*Professor of the Social Communication Course and the Postgraduate Program in Contemporary Culture Studies at the Federal University of Mato Grosso (PPGECCO-UFMT / Cuiabá). PhD in Communication and Culture from the Federal University of Rio de Janeiro (UFRJ). Researcher at the Postgraduate Program in Contemporary Culture Studies (ECCO). Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-6620-3375> ; e-mail: yug@uol.com.br



Comunicação como ritual (James Carey) e folkcomunicação (Luiz Beltrão): modelos teóricos na interface com a cultura

Yuji Gushiken*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a1>

Resumo

O artigo apresenta uma interpretação de dois modelos teóricos na emergência do campo científico comunicacional: a *visão ritual* da comunicação, do americano James Carey, e a *folkcomunicação*, do brasileiro Luiz Beltrão. Os dois modelos são construídos tendo como condição histórica as nuances dos campos culturais nos EUA e no Brasil na segunda metade do século XX.

A hipótese de trabalho é que os modelos demandam renegociações epistemológicas no campo científico da comunicação, na medida em que sugerem um distanciamento do paradigma tecnológico constituído pela moderna comunicação massiva e do modelo da comunicação como difusão de informações. As práticas interdisciplinares de pesquisa promoveram uma abertura para abordagens teóricas ligadas ao campo da cultura, enquadrando objetos e temas de pesquisa segundo distintas dinâmicas culturais nos EUA e no Brasil.

O estudo comparado dos modelos de James Carey e Luiz Beltrão fornece pistas para discussões sobre as constantes mudanças em processos comunicacionais na modernização capitalista, os conceitos de mídia segundo padrões de desenvolvimento socioeconômico, a abrangência do campo comunicacional e as virtualidades da pesquisa interdisciplinar entre comunicação e cultura.

Palavras chave: comunicação; comunicação como ritual; folkcomunicação; modelos teóricos.

Recebido. Fevereiro 07, 2020

Aceitado. Fevereiro, 18, 2020

*Professor do Curso de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (PPGECCO-UFMT/ Cuiabá). Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Researcher at Posgraduation Program in Contemporary Culture Studies (ECCO). Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-6620-3375>; e-mail: yug@uol.com.br



Introducción

La Comunicación como Ritual (visión ritual de la comunicación), del estadounidense James Carey, y la *folkcomunicación* del brasileño Luiz Beltrão, son propuestas de dos modelos teóricos que tienen en común el hecho de que forman parte de una joven tradición de investigación en Comunicación, especialmente en las universidades brasileñas, donde el proceso de institucionalización de las prácticas de investigación se hace más visible sólo a partir de los años setenta, con la puesta en marcha de los primeros cursos de postgrado stricto sensu en el área y la mayor amplitud de la red científica en el país, a través del Sistema Nacional de Postgrado (SNPG). Los dos modelos teóricos contraponen las prácticas mediáticas que caracterizan el modelo de comunicación, hegemónico desde el siglo XX, como sinónimo de “transmisión de información”, que en el campo de los estudios antropológicos tiene como referencia los procesos de difusión cultural.



En el ámbito de la investigación de la comunicación, la aparición de los modelos teóricos de James Carey y Luiz Beltrão hace que la definición y la delimitación disciplinaria sea más compleja de lo que históricamente se configura como campo de estudios e investigación, ya que los dos modelos teóricos sugieren la apropiación y el encuadre de nuevos objetos de investigación en el área instituida, que incluye las dinámicas de comunicación de las prácticas culturales.

Históricamente, el campo de la comunicación en el Brasil, entre los enfoques científicos y filosóficos, ha buscado su constitución “disciplinaria” en la organización institucional de las prácticas de investigación, lo que incluye la creación de entidades científicas y programas de postgrado. Sin embargo, la creación de una asignatura de Comunicación ha surgido históricamente en dos instancias a través de dos prácticas: la enseñanza de cursos de licenciatura en Comunicación Social y la realización de investigaciones sobre cuestiones de comunicación de otras áreas del conocimiento de manera incisiva en las Ciencias Sociales y las Humanidades, pero también en las Letras y la Filosofía, las prácticas de comunicación, especialmente las mediáticas, han sido consideradas como objetos de estudio, como es el caso, por ejemplo, del surgimiento, en el siglo XX, de la sociología de la comunicación y la psicología de la comunicación.

Desde diferentes interfaces teóricas, la investigación en materia de comunicaciones se ha caracterizado por ser prácticas interdisciplinarias, lo que ya ha puesto de manifiesto su alcance y la consiguiente dificultad de definir y delimitar el campo de investigación en una convergencia idealmente disciplinaria.

Este artículo promueve la lectura de James Carey y Luiz Beltrão, dos autores del pensamiento moderno de la comunicación en América del Norte (Carey) y América del Sur (Beltrão), sin pretender, sin embargo, agotarlos en su complejidad y minucias conceptuales. Sin embargo, de manera analítica y comparativa, tratamos de esbozar aproximaciones entre las afirmaciones presentes en los dos modelos teóricos y, simultáneamente, destacar la distancia que ambos promueven con respecto a la investigación en comunicación de masas.

Así, el artículo analiza cómo la visión ritual (James Carey) y la *folkcomunicación* (Luiz Beltrão) se convirtieron en perspectivas teóricas que marcaron la diferencia al producir un alejamiento de los estudios hegemónicos de la comunicación de masas, hasta entonces el principal foco de interés de las ciencias de la comunicación emergentes a lo largo del siglo XX, en su experiencia de la modernización industrial y los cambios en las tecnologías de los medios de comunicación.



1. Visión ritual: dimensiones comunicacionales de la cultura americana

En los EE.UU., donde se originó la tradición de los estudios en comunicación como ciencia del comportamiento, en la interfaz con las ciencias sociales y humanas, James Carey, a partir de las lecturas del filósofo y educador liberal John Dewey, propuso una revisión de los fundamentos teóricos del área. Según Carey (1992), hay dos concepciones de la comunicación que impregnan la cultura americana: la visión transmisiva y la visión ritualista. Ambas concepciones de la comunicación tienen su origen en el campo religioso, aunque se refieren a diferentes regiones de la experiencia mística. La visión más común de la comunicación en la cultura americana es la de la transmisión, definida por términos como “impartir”, “enviar”, “transmitir” o “dar información a otros”. (CAREY: 1992, p. 15). [1]

No por casualidad, gran parte de la investigación sobre la comunicación de masas surge marcada históricamente por tener como foco de interés el pensamiento de la comunicación como práctica difusiva: la concepción de la comunicación como una transmisión lineal de la información que caracteriza no sólo al imaginario cultural americano, sino al propio imaginario cultural occidental moderno.

En este artículo, la visión ritualista propuesta por James Carey es de interés. La comunicación como un ritual - concebido así en un enfoque cultural - se considera “arcaico” para resistir la fuerza de los procesos de modernización a lo largo del siglo XX. El punto de vista ritual de la comunicación está vinculado a términos conexos como “compartir”, “participación”, “asociación”, “compañerismo” y “posesión de una fe común”. Explora la “identidad” y las “raíces comunes” sobre la base de términos

y nociones afines como “común, ordinario”, “comunidad”, y “comunicación”. (CAREY: 1992, p. 18)

En la visión ritual de la comunicación, el mundo cultural de la comunidad se crea a través de formas materiales. Actividades sociales y lúdicas - como bailes, juegos, noticias y “sermones” (discurso) [2] - son narraciones que, hasta cierto punto, sirven como control y recipiente para la acción humana. Carey define la visión ritual de la comunicación como aquella “dirigida no a la extensión de los mensajes en el espacio, sino al mantenimiento de la sociedad en el tiempo; no al acto de transmitir información, sino a la representación de creencias compartidas”. (CAREY: 1992, pp. 18-19, nuestra traducción)

La construcción teórica de Carey es que los procesos comunicacionales se relacionan directamente con el campo de la cultura en dos momentos con respecto a la producción del lenguaje. En un primer momento, las formas simbólicas presentan el mundo (son “símbolos de” algo) y en un segundo momento tales formas crean la realidad que presentan (son “símbolos para”). Por lo tanto, estudiar la comunicación, según Carey, exige examinar el proceso social actual en el que se crean, aprehenden y utilizan formas simbólicas significativas.

Es en estas formas simbólicas que las interacciones humanas tienen lugar, en diferentes escalas: interpersonales (a nivel comunitario) o masivas (mediadas por los medios de comunicación). Así, Carey desarrolla un pensamiento comunicacional que no es meramente la transmisión de información, sino que considera los sistemas socioculturales creados frente a la realidad y las formas de representarla como entornos comunicacionales. Los sistemas socioculturales incluyen el arte, la ciencia, el periodismo, la religión, el sentido común y la mitología [3] (CAREY: 1992, p. 30). Estos sistemas de percepción y construcción de la realidad designan la relación directa entre la comunicación y la cultura en la medida en que, como el propio autor sugiere, la comunicación puede entenderse a través de un enfoque cultural. [4].

La comunicación, por lo tanto, presenta una dimensión de construcción histórica en el sentido de que es también el resultado de la “corrupción de la cultura” que se crea y se revela de la naturaleza humana. En la historicidad de la construcción cultural, es concebible que haya comunicación mientras exista la aptitud para construir modelos de representación de la realidad social, pero al mismo tiempo se constituyen como la realidad social misma. Si la comunicación no está relacionada con las atribuciones de competencia genética, es necesario descubrir sistemas o modelos cognitivos y expresivos dentro de la cultura que señalen cómo se realiza el “milagro” de la comunicación.

La comunicación, como sugiere Carey, se relaciona con la producción de significado, que a su vez se relaciona con la cultura en una dimensión comunitaria. La comunicación, para el ciudadano ordinario, consiste en un conjunto de actividades meramente cotidianas: hablar, dar instrucciones, divertirse, sostener un debate o una discusión, adquirir información (CAREY: 1992, p. 33). Así que, dice Carey, nuestras mentes y vidas están formadas por nuestra experiencia total, o mejor dicho, por representaciones de la experiencia, y un nombre para esa experiencia es comunicación.

Si los modelos de representación se vuelven opacos, la realidad, como resultado, se vuelve inapreciable, y uno es incapaz de describirla o compartirla. Estas opacidades son indicios de que hay fallas en el modelo de comunicación, entendido, en la sugerencia de Carey, como el propio entorno cultural en el que se produce la información y dotado o no de sentido común. En otras palabras, la comunicación es menos transmisión y efecto de la información, y más “drama” que da forma, orden y tono a la vida social.

Carey sugiere en su texto una lección. Argumenta que pensamos mucho en la sociedad como una red de poder, administración, decisión y control - como un orden político. O pensamos en ello como relaciones de propiedad, producción y comercio - un orden económico. La propuesta de Carey es darse cuenta de que la vida social va más allá del poder y el comercio, más allá de las terapias. Basándose en Williams, Carey sugiere que la vida social “incluye compartir la experiencia estética,

las ideas religiosas, los valores y sentimientos personales y las nociones intelectuales - un orden ritual” [5] (CAREY: 1992, p. 34).

Más precisamente, el autor estadounidense sugiere una definición de la comunicación que él mismo considera una simplicidad desarmante, pero que tiene cierto poder y alcance intelectual: “la comunicación es un proceso simbólico por el cual la realidad se produce, mantiene, repara y transforma” [6] (CAREY: 1992, pág. 23). Uno de los mayores problemas de esta perspectiva teórica, según el propio autor, es el hecho de que la comunicación se refiere a la más común y mundana de las experiencias humanas.

Como se puede deducir del argumento de Carey, nada que se refiera, hasta el momento de formular el concepto, a secretos de técnicas de comunicación profesional o acceso a parafernalia tecnológica de comunicación de masas. Y no necesariamente a las herramientas de los medios de comunicación de diseño moderno, que, como ya ha demostrado la historia de los medios y las teorías de la comunicación, se convierten en elementos que constituyen de manera más enfática la centralidad de la investigación de la comunicación de masas.

Así pues, lo que subyace a los órdenes político y económico es el orden ritualista, problematizado por Carey en la medida en que la noción de cultura, en la sociedad americana, se ha alejado más de un insistente individualismo típico del liberalismo de la sociedad de consumo, y no es casualidad que, como él mismo recuerda, en la vida psicológica general, centrada en el individuo, se sitúe por encima de la realidad social.

En el enfoque cultural de la comunicación, especialmente en la visión ritual, Carey reevalúa la noción de cultura como una crítica a una visión puritana en la que se desvalorizan las actividades humanas que no son pragmáticas ni están orientadas al mundo de la economía y el trabajo. Por lo tanto, coloca la visión ritual de la comunicación como una crítica de la Modernidad, ya que reduce la noción de cultura a las limitaciones de los procesos económicos y políticos.



2. Dimensiones comunicacionales de la cultura popular brasileña

Folkcomunicação es un concepto de Luís Beltrão, periodista e investigador pionero en las ciencias de la comunicación en Brasil. Designa las prácticas sociales populares que se relacionan con los sistemas folclóricos y otras instancias de producción simbólica, que incluyen la industria cultural y las prácticas de la cultura clásica. En las condiciones socioeconómicas brasileñas, los segmentos populares se caracterizan históricamente por su baja alfabetización, sus bajos ingresos económicos y su escasa participación en los circuitos culturales hegemónicos.

Beltrão, después de estudiar los medios de comunicación modernos, especialmente en el campo del periodismo, trató de construir el concepto como un sistema de comunicación dentro de la cultura popular. Este sistema incluye el conjunto de agentes, medios, métodos y técnicas que los grupos marginados de la sociedad utilizan para inventar prácticas de comunicación que van más allá de las prácticas establecidas de los medios de comunicación comerciales y de las profesiones mediáticas socialmente establecidas (periodismo, publicidad y propaganda, marketing, relaciones públicas, cine).

Según Beltrão, la *folkcomunicación* es por naturaleza y estructura, es un proceso artesanal y horizontal, similar en esencia a los tipos de comunicación interpersonal, ya que sus mensajes se elaboran, codifican y transmiten en lenguajes y canales conocidos por el público, a su vez conocidos psicológica y experiencialmente por el comunicador, aunque dispersos (BELTRÃO: 2004, p. 74). Entre los modos de expresión y comunicación en la *folkcomunicación* están la literatura, el arte, las creencias, los ritos, la medicina, las costumbres en general. También se consideran como vehículos populares de comunicación los que se encuentran entre la producción artesanal e industrial: folletos, volantes y actos de presencia corporal.

Ya en el decenio de 1960, Luiz Beltrão consideraba que los sistemas de comunicación de masas - TV, radio y periódicos - eran la ortodoxia de la información, porque no eran exactamente representantes de la opinión y los ideales populares. Beltrão analizó, en el ámbito del mestizaje étnico, cómo los “catimbós” (prácticas rituales del sincretismo religioso brasileño) en la región nordeste de Brasil se convirtieron en sistemas de producción y circulación de información entre sus practicantes.

En un estudio posterior, Beltrão trató de caracterizar estas condiciones expresivas en la esfera popular como “comunicación de los marginados” como una singularidad de la Folkcomunicación (BELTRÃO, 1980). Aunque partiendo de la tradición de la investigación de la comunicación de masas americana, sugiere un énfasis geográfico, considerando las características de la cultura popular brasileña y lo que, en el ámbito de las clases populares, obtiene la etiqueta de marginación económica y simbólica. Los grupos sociales marginados, que viven en la transición entre la memoria rural y la experiencia urbana, entran en escena, atribuyendo una dimensión materialista y cultural a la cuestión de la comunicación.

El modelo teórico de la folkcomunicación implicó, en la medida de su concepción por Beltrão, añadir objetos de investigación en las ciencias de la comunicación más allá de la investigación de la comunicación con centralidad en los medios de comunicación de masas, que comprende con mayor énfasis las prácticas de comunicación profesionalmente y socialmente legitimadas de la publicidad, el periodismo, las relaciones públicas, la radio/televisión y el cine.

El modelo teórico desarrollado por Beltrão, por lo tanto, promueve una interfaz directa entre la comunicación y la cultura, ya que el periodista y profesor brasileño percibe, en las más variadas expresiones culturales populares, una dinámica de comunicación. El ethos social, por lo tanto, funciona como un entorno que capta y dispersa las diferentes formas de lenguaje y promueve la producción de significado y formas de apego social. La folkcomunicación, como concepto, se acerca al folclore al transformarse, en el proceso de modernización de los medios, en cultura popular.

En el movimiento que pone en relación el folclore y la cultura popular es el campo de la comunicación. El folclore son las formas interpersonales o grupales de manifestación cultural, dirigidas por las clases subalternas. La folkcomunicação, al menos en un primer momento del pensamiento comunicacional de Luiz Beltrão, es el uso de mecanismos artesanales de difusión simbólica para expresar, en el lenguaje popular, mensajes previamente transmitidos por la industria cultural.

Entre las observaciones de Beltrão está la noción de que los segmentos populares tienen sus propios medios de expresión, y sólo a través de ellos pueden entender la realidad y hacerse entender cuando se trata de la producción simbólica. Los agentes de la Folkcomunicación utilizan

medios expresivos que ya son de uso común desde la época del Brasil Colonia. Entre estos medios inventados por las demandas populares, Beltrão trata de esquematizar las formas de expresión popular en la Folkcomunicación oral, escrita y opinativa.

Los agentes de información oral incluyen, entre otros personajes, cantantes, representantes de ventas ambulantes y, más recientemente, en la modernización del transporte, conductores de camiones. La información escrita incluye folletos (literatura de cuerda), almanaques y calendarios. Al igual que el periodismo opinativo, la comunicación folclórica opinativa se divide en centros de información (la plaza, la feria, el patio de la iglesia, etc.), medios de expresión (imaginaria: sátira, caricatura, artesanía y artes plásticas populares; folclore o autos [7] populares: queima-do-Judas, serra-dos-velhos, mamulengo, bumba-meu-boi, carnaval. (BELTRÃO: 2001)

En la clasificación propuesta por Beltrão hay numerosas y variadas expresiones de la cultura popular brasileña que se convierten en estructuras simbólicas a través de las cuales las capas populares se dotan de posibilidades de producir significado. Más allá de la comprensión de los medios de comunicación como una tecnología moderna para el envío e intercambio de información, la cultura popular, en el caso brasileño, se convierte en sí misma y simultáneamente en un medio y un mensaje en una estructura que contiene una dinámica comunicacional característica.

Una de las contribuciones de Beltrão a las ciencias de la comunicación en el Brasil fue haber avanzado, ya a fines del decenio de 1960, la problematización no tanto de los efectos de los medios de comunicación, según la tradición de los estudios psicosociales de la comunicación de los EE.UU. (concretamente, las primeras fases de la denominada investigación de la comunicación de masas), sino del uso de los medios de comunicación, desplazando el foco de la investigación a lo que más tarde se designó, la historia de las teorías de la comunicación, como estudios de la recepción.

La Folkcomunicación, por lo tanto, es una construcción teórica que, al surgir en el desarrollo de las ciencias de la comunicación en el Brasil, contribuye a la constitución de un campo de investigación precisamente porque considera como temas y objetos de distintas prácticas socioculturales, entendidas como fenómenos expresivos y comunicacionales en el ámbito de la cultura popular brasileña. Más específicamente, se trata de considerar una dimensión comunicacional en las diferentes expresiones folclóricas, lo que atribuye a la obra de Beltrão una singularidad innovadora de la investigación brasileña y mundial en las ciencias de la comunicación.

3. Comunicación: Objetos culturales y de comunicación

La hipótesis desarrollada en este artículo es que la visión ritual, de James Carey, y la Folkcomunicación, de Luiz Beltrão, surgieron como modelos teóricos que hicieron más complejos los matices metodológicos de la investigación en la comunicación como campo de conocimiento. Se trata de una cuestión que ha exigido un debate epistemológico, como se ha registrado en el campo de la comunicación (PRADO, 2002; WEBER, BENTZ, HOHFELDT, 2002; TRINTA, POLITSCHUK, 2003; MARTINO: 2006;).

En el Brasil, la investigación en materia de comunicación se ha constituido históricamente en prácticas de investigación interdisciplinaria, en particular la investigación en materia de comunicación de masas a partir del decenio de 1970. Este es un período relevante en el desarrollo de la investigación brasileña sobre la comunicación, caracterizado por la interfaz directa que mantuvo en un principio con las ciencias sociales y luego con otros campos, como las ciencias del lenguaje, originando diferentes modelos de estudios sobre la comunicación (LIMA, 2001).

La Folkcomunicación, a finales de los años sesenta y setenta, y la visión ritual de la comunicación, en los años ochenta, reflejaron, casi simultáneamente, el desarrollo de modelos teóricos que hicieron avanzar la investigación en ciencias de la comunicación en dos aspectos: 1) por marcar la

diferencia específicamente en relación con la investigación en comunicación de masas, de la que pueden considerarse críticas y sustitutivas, y 2) por tratar de constituir sus propias singularidades como propuestas de modelos teóricos, sugiriendo la incorporación de nuevos objetos de estudio en lo que se había constituido como ciencias de la comunicación a lo largo del siglo XX.

En los dos modelos teóricos en cuestión se recuperan las dimensiones interpersonal y comunitaria de los procesos de comunicación, en los que las prácticas de comunicación no se limitan a las prácticas de consumo de los medios de comunicación, ni los medios se restringen al concepto de medios industriales de masas.

El trabajo teórico de Luiz Beltrão, como observador de la cultura popular brasileña, fue proponer en su investigación sobre la comunicación un recorte temático que incluye los procesos de mediación entre el folclore, la cultura de masas y la cultura erudita (BELTRÃO: 1991). Por otra parte, la obra teórica de James Carey consistió en reconocer una “cultura de clase media”, marcada principalmente por las prácticas de consumo de la sociedad estadounidense, para la cual la noción de cultura, desde los entornos intelectuales, está relacionada con la noción de alta cultura, pero no se aplica a los “finés domésticos” o, como podemos interpretar con el autor, a las banalidades del sentido común ordinario y cotidiano. (CAREY: 1992, p. 19)

En los modelos teóricos del brasileño Luiz Beltrão y el estadounidense James Carey, como consecuencia de la autorreflexión del campo científico, se actualiza una reevaluación teórico-metodológica de las investigaciones sobre comunicaciones. Esta reevaluación presenta una demanda de expansión y enmarcado de nuevos objetos de estudio, de acuerdo con las singularidades de los diferentes entornos culturales. En los trabajos de los dos investigadores, es la cultura popular brasileña y la cultura de la clase media americana.

Cuando estos nuevos objetos encajan en la interfaz entre la comunicación y la cultura, vale la pena recordar que Beltrão crea su perspectiva teórica basada especialmente en la cultura popular del nordeste brasileño; y Carey reconoce en la cultura americana, tanto en el sentido científico como en el sentido común, el protagonismo y la hegemonía de la visión transmisiva de la comunicación y, entre líneas, una típica cultura de consumo en la que prevalece la hegemonía del pensamiento liberal.

El profesor José Marques de Melo (BELTRÃO: 2004, p. 11) sitúa la Folkcomunicación como una disciplina en medio de las entonces nacientes ciencias de la comunicación en Brasil. Si la Folkcomunicación ha llegado a ser considerada una disciplina, es porque se ha constituido visualizando nuevos temas y objetos de investigación. El objeto de investigación de esta disciplina se sitúa, en un primer momento, entre el folclore (reinención e interpretación de la cultura popular) y la comunicación de masas (difusión industrial de símbolos por medios mecánicos o electrónicos destinados a un público amplio, anónimo y heterogéneo).

La Folkcomunicación se convierte así en una disciplina que exige métodos de investigación actualizados, aunque históricamente tales métodos se han captado de la tradición de las ciencias sociales y más tarde, a partir de los estudiosos de la obra de Beltrão, han empezado a dialogar con otros modelos teóricos de estudios sobre la comunicación, como los de las ciencias del lenguaje.

La visión ritual de Carey de la comunicación también reformula la tradición de la investigación de la comunicación de masas como una de las vertientes hegemónicas originadas en la sociología y la psicología desarrolladas en los EE.UU.. La visión ritual va más allá de la investigación de la comunicación, ya que propone una concepción de la comunicación no como la transmisión de información, sino como una construcción simbólica. En este caso, no necesariamente con la centralidad de los medios de comunicación, que ha sido tanto una representación como un creador de la realidad misma, enfáticamente desde el siglo XX.

Por lo tanto, más allá de la investigación de la comunicación de masas y sus efectos, así como de la investigación de los medios, en los modelos teóricos que han dominado durante mucho tiempo la investigación de la comunicación en los Estados Unidos con resonancias en América Latina y el Brasil, lo que Beltrão y Carey hacen con sus propuestas de modelos teóricos es avanzar en las discusiones sobre la constitución de lo que la comunidad de investigadores brasileños ha designado como ciencias de la comunicación, que se caracterizan principalmente por el hecho de que han sido investigaciones producidas desde una perspectiva interdisciplinaria.

Así pues, lo que se pretende poner de manifiesto es el hecho de que la visión ritual y la Folkcomunicación han contribuido a consolidar la caracterización históricamente interdisciplinaria de las ciencias de la comunicación, basada en la apertura a una gama de objetos que pueden ser guiados e investigados. En los modelos teóricos de Carey y Beltrão, lo que se percibe es la concepción de la cultura como la formación de un entorno que funciona como catalizador para la producción de sentido común, principalmente a nivel comunitario.

Los enfoques teóricos de Beltrão y Carey promueven una revisión teórico-metodológica en la investigación de la comunicación, ya que consideran la posibilidad de insertar nuevos objetos de investigación y recortes de investigación temática, que incluyen las expresiones culturales en sus virtualidades de comunicación. Los dos modelos teóricos crean perspectivas de investigación que permiten el análisis de diferentes prácticas socioculturales en sus dimensiones simultáneamente expresivas y comunicativas.

A partir de la inserción de los modelos teóricos de los dos autores en el campo de la investigación de la comunicación, las ciencias de la comunicación han ampliado sus posibilidades de expansión teórica y metodológica, con los problemas y desafíos inherentes a este proceso, contribuyendo a los debates a nivel epistemológico. Las exigencias académicas y administrativas de la disciplina de la comunicación, que la hacen menos “campo” y más “disciplina”, incluyen la cuestión de los posibles objetos y métodos de investigación, aunque esta propiedad está en disputa para diferentes disciplinas en las Ciencias Sociales y Humanidades, y no sólo en las Ciencias de la Comunicación.

Nos proponemos destacar dos momentos significativos en el desarrollo de la investigación en materia de comunicación, ya que constituye un campo de conocimiento en el Brasil. En un principio, el hecho de que la interfaz entre la comunicación y la cultura, evidenciada en la visión ritual y en la Folkcomunicación, permitió un proceso de desarrollo de la investigación interdisciplinaria que marcó el surgimiento de las ciencias de la comunicación en Brasil y en los Estados Unidos. En un segundo momento, considerando que la propia interfaz entre comunicación y cultura, en los modelos teóricos de los dos autores en cuestión, dio lugar a enfoques de investigación que, al proponer nuevos objetos de investigación, más allá de la comunicación de masas y las prácticas modernas de los medios de la llamada industria cultural, dejaron menos claro el concepto de medios de comunicación, hasta entonces centrado en medios de masas industriales modernos.

Los modelos teóricos de la visión ritual y de la Folkcomunicación promueven movimientos sincrónicos entre ellos, a través de la alineación en el diálogo con el campo cultural, pero, aunque alineados, también producen movimientos diacrónicos en relación con el entonces modelo hegemónico de comunicación de masas que se desarrolló y consolidó a lo largo del siglo XX. Estos movimientos son típicos de la autorreflexividad de las prácticas científicas, en la búsqueda constante de adecuación y reevaluación de los modelos teóricos heredados de otras tradiciones científicas, en el caso de la investigación del enfoque psicosocial que originó la investigación de la comunicación de masas en los Estados Unidos.

El movimiento sincrónico se produce cuando los modelos teóricos de Carey y Beltrão sugieren revisar las relaciones comunitarias e interpersonales como prácticas comunicacionales, después de la larga hegemonía de la investigación de la comunicación de masas, dada la hegemonía de este mismo modelo comunicacional a lo largo del siglo XX, se siguen considerando las prácticas de

los medios de comunicación industriales de masas, pero ahora en su proceso de mediación por las prácticas sociales en general, lo que incluye las prácticas culturales, especialmente las de toda la comunidad. El movimiento diacrónico, como simultáneo o consecuente al movimiento sincrónico, se refiere a un principio de dispersión de los objetos de investigación en una multitud de posibilidades, que van desde las conversaciones personales hasta las más amplias manifestaciones culturales a escala comunitaria o masiva.

En todo caso, la visión ritual y la Folkcomunicación promueven un avance en la investigación de la comunicación al considerar no sólo la comunicación de masas como un modelo industrial y constituyente de un modelo hegemónico de modernización, sino también las prácticas establecidas del cine, la prensa, la radio y la televisión como objetos que deben ser discutidos en los estudios del área. A partir de estas prácticas comunicativas, se instituyeron también como objetos típicos de análisis los productos y servicios de las profesiones socialmente legitimadas vinculadas a la formación académica del periodismo, la propaganda, la radio, las relaciones públicas y el cine.

En la esfera de la cultura popular brasileña, según Beltrão, y los procesos en que se crean formas simbólicas significativas en la cultura de la clase media estadounidense, según Carey, la virtualidad de la inserción de nuevos objetos en categorías pertinentes a la investigación en materia de comunicación gana en evidencia, ya que los dos modelos teóricos se proponen a lo largo de la segunda mitad del siglo XX: en el Brasil en los años sesenta y setenta y en los Estados Unidos en los años ochenta, es decir, en dos experiencias distintas de modernización y condiciones diferentes de acceso a los bienes materiales y simbólicos de la vida moderna.

Se sabe que la concepción de una sociedad de masas a finales del siglo XIX y principios del XX desestabilizó las investigaciones sociológicas como la desarrollada por la llamada Escuela de Chicago en su dimensión de estudios comunitarios (COULON, 1995). La aparición y el desarrollo de los medios de comunicación de masas en ese período se convirtió en la fase de la llamada investigación de la comunicación de masas, que se convirtió en un modelo teórico hegemónico a lo largo del siglo XX debido a las múltiples implicaciones de la industria cultural en la economía, la política y la cultura modernas (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, WOLF; 2005).

Se puede concebir que la relación entre la sociedad de masas y la comunicación de masas dio lugar a una de las grandes narrativas de la Modernidad, en particular en el Occidente capitalista. Lo que quedó en el trasfondo de esta narración fueron exactamente las dinámicas sociales que comprenden las manifestaciones populares, como indicios de un supuesto retraso de la civilización, y los procesos simbólicos en los que las formas de ser, pensar y producir las lenguas de las grandes masas de población en su cotidiano banal.

Las ciencias sociales se encargaron de tratar estos temas en sus diversas líneas de investigación y especialidades - en antropología y sociología, principalmente. Y, como se puede analizar, fue el diálogo interdisciplinario de estas disciplinas con la investigación en comunicación lo que permitió el proceso de maduración de la actividad científica que llevó a la aparición de modelos teóricos como la visión ritual y la Folkcomunicación.

El libro *Communication as Culture: Essays on media and society*, de James Carey, del que no conocemos la traducción al portugués hasta ahora, está agotado, según las mayores librerías en actividad de Brasil. Del mismo modo, es importante recordar que los textos de Luiz Beltrão fueron dejados por la fuerza fuera del ámbito académico y científico en tiempos de la dictadura militar en el país, siendo mejor divulgados sólo a partir de la década de 2000 con la recuperación de su producción teórica por parte de sus antiguos alumnos, otros investigadores que trabajan la Folkcomunicación como perspectiva teórica y líderes científicos interesados en el desarrollo general de los estudios de comunicación.

No es de extrañar, por tanto, lo difícil que fue el avance de los problemas teóricos a la hora de discutir, desde el punto de vista de la cientificación de los estudios en comunicación, cuáles serían sus propios objetos y cuáles serían, por tanto, sus métodos de investigación apropiados. Algunos de los principales debates sobre la constitución e institucionalización de la investigación en materia de comunicación en el Brasil han pasado, de manera insistente y necesaria, por la amplitud de estos objetos capaces de enmarcarse en los procesos de tematización y perspectiva teórica. (WEBER; BENTZ; HOHFELDT: 2002; MARTINO: 2006)

Sin embargo, hay que tener en cuenta que desde los años setenta, con Beltrão, y los ochenta, con Carey, fue más precisamente la revisión teórica propuesta por los dos modelos la que amplió el encuadre de los objetos, ya que la visión ritual y la Folkcomunicación comenzaron a tensar los estudios e investigaciones actuales, que seguían surgiendo en el Brasil en los años setenta y ochenta, para ir más allá de los temas de la comunicación de masas y las profesiones socialmente legitimadas de los medios de comunicación.

La cuestión que nos parece pertinente, en medio del pensamiento comunicacional, es el hecho de que tanto la visión ritual, en los EE.UU., como el fenómeno de la Folkcomunicación - e incluso el folclore y las manifestaciones populares en general - en el Brasil tienen, todavía en el comienzo del siglo XXI, una condición minoritaria en medio de otras formas culturales, especialmente cuando, en el auge de la Modernidad, la cultura científica y la cultura de masas entran en escena como modos hegemónicos de percepción de la realidad social en el Occidente capitalista.

Más concretamente, James Carey nos recuerda que la visión ritual se encuentra en una posición minoritaria en el pensamiento de la comunicación estadounidense, ya sea en las formas de concebir lo que es la comunicación en las prácticas cotidianas y profesionales o en los estudios académicos y científicos, frente a un modelo hegemónico, el conocido y antiguo difusionismo, que considera enfáticamente la comunicación como una transmisión lineal y eficiente de la información en el mundo moderno.

En el caso de la Folkcomunicación, las prácticas culturales populares, en su dimensión comunicacional, también configuran, como se puede analizar de manera análoga, una condición de minoría, ante una visible valorización de la cultura erudita y de masas en medio de los procesos de modernización de la sociedad brasileña a lo largo del siglo XX, con su desenvolvimiento en el siglo XXI, y la consecuente desvalorización simbólica de las prácticas culturales relacionadas con el pasado, lo antiguo y lo obsoleto.

Por consiguiente, no es casualidad que los objetos más fáciles de encuadrar en la investigación de la comunicación hayan tendido históricamente a ser, de manera más visible, los relacionados con la comunicación de masas, con las profesiones mediáticas ya establecidas, con las instancias culturales de mayor prestigio social y con los procesos de comunicación que utilizan los medios reconocidos como tales (medios mecánicos o electrónicos de transmisión de la información).

Así pues, cabe señalar, sobre la base de la historia moderna de la investigación de la comunicación desde el siglo XX, que esta práctica científica ha tendido a referirse, de manera restringida, a la investigación de los medios de comunicación, y especialmente a la investigación de los medios de comunicación de masas [8]. Incluso las instancias profesionales y teóricas que concibieron temas como la comunicación alternativa, la comunicación segmentada y la Folkcomunicación siguieron la tendencia de considerar los procesos de comunicación en el proceso de modernización, es decir, se materializaron necesariamente por algún medio material de emisión de información.

En los modelos de Carey y Beltrão, los procesos de comunicación, como sugieren los propios autores, no siempre se basan en un vehículo o medio materialmente concebido como tal en la modernización del siglo XX. En la comunicación folclórica, la expresión cultural, en su singular materialidad, es en sí misma el medio de comunicación, tiene una dimensión comunicacional - por

ejemplo, y ya clásica en los estudios de esta disciplina, de la expresividad contenida en los gestos y las canciones populares, prácticas socioculturales típicas del folclore popular. En la visión ritual, las posibles mediaciones son los propios procesos simbólicos mediante los cuales una comunidad crea significados compartidos, “representa la realidad” y “representa para la realidad”, haciendo posible el vínculo social y las posibilidades de la experiencia común.

Como se pretendió demostrar en este artículo, el concepto moderno de medios de comunicación, desde la concepción de los medios de comunicación de masas, se limita a una definición de los objetos propios de los estudios de comunicación como los concebidos a lo largo del proceso de modernización y, sobre todo, de transformación del modo de producción capitalista. Hoy en día, los medios de comunicación extrapolan la noción de comunicación de masas y de cultura de masas, pero siguen vinculados a una idea directamente relacionada con los procesos de innovación tecnológica y, por lo tanto, a un concepto modernizador de la comunicación.

En este sentido, el texto de Carey proporciona una crítica de los procesos que contemplan el modelo moderno de comunicación difusionista que se instala en el imaginario americano y que está materialmente mediado por los medios de comunicación mecánicos y electrónicos a lo largo del siglo XX [9]. El texto de Beltrão, que sitúa veladamente la Folkcomunicación en las problematizaciones de clase social, recuerda, en términos socioeconómicos, las restringidas condiciones brasileñas de producción, circulación y consumo de información como una forma de crítica a la modernidad que insiste en no instalarse en el país de los contrastes sociales

Consideraciones finales

Lo que se observa en la historia de la investigación de la comunicación es que los modelos teóricos de James Carey y Luiz Beltrão promueven un movimiento sincrónico entre ellos cuando proponen a) el encuadre de nuevos objetos de investigación vinculados al campo de la cultura, enfáticamente a nivel comunitario y b) nuevas concepciones de lo que es o puede ser la comunicación en el mundo contemporáneo. Simultáneamente, los dos autores, cada uno desarrollando un pensamiento comunicacional único, promueven un movimiento diacrónico en relación con el modelo hegemónico de la tradición de investigación de la comunicación de masas.

La historia pone de relieve algunas cuestiones pertinentes, entre ellas el hecho de que los problemas teóricos de la investigación de la comunicación se relacionan, de una manera no siempre muy explícita o considerada pertinente, con cuestiones políticas y de comercialización. En el caso de James Carey y la visión ritual, es, al menos para la comunidad de las ciencias de la comunicación en el Brasil, la disponibilidad de sus textos, si no en portugués al menos de una manera más consistente en las bibliotecas y librerías del país y en las bibliografías de los cursos de licenciatura y de posgrado.

Es razonable afirmar, por ejemplo, que las copias de Comunicación como cultura: Ensayos sobre los medios y la sociedad circulan en las universidades brasileñas, aún hoy, en forma de fotocopias, el mismo problema de circulación verificado, hasta los años 90, con los textos de Beltrão. En el caso de Luiz Beltrão y la Folkcomunicación, se sabe que el período de la dictadura militar inhibió la circulación de su producción teórica e incluso restringió la divulgación de su pensamiento comunicacional, en ese tiempo histórico, las posibles menciones a cuestiones de clase se convirtieron en motivos de vigilancia y represión ideológica.

La mayor difusión del pensamiento comunicacional de estos dos autores redimensiona los debates epistemológicos en la comunidad científica, pero aún hoy este debate se ve limitado por el difícil acceso a los textos producidos a finales de los años ochenta (caso Carey) y en los sesenta (caso

Beltrão). Así, la visión ritual y la Folkcomunicación se anuncian produciendo un distanciamiento respecto a los parámetros que surgen de los estudios de comunicación de masas, el modelo de difusor de información y la moderna concepción tecnológica - e incluso tecnocéntrica - de los medios de comunicación. Basándose en estas consideraciones, promueven la necesidad de una revisión epistemológica en las ciencias de la comunicación.

En nuestra opinión, se trata de comprender cómo la apertura interdisciplinaria ha hecho posible la aparición de la investigación en el campo cultural como algo muy cercano, e incluso si se confunde, con el campo de la comunicación. Sin embargo, como se puede ver en los textos de los dos autores, la cultura adquiere una dimensión comunicacional, lo que sugiere, como consecuencia de estas concepciones teóricas, que la comunicación tiende a convertirse en un paradigma como motor del conocimiento contemporáneo.

La virtualidad de las opciones en las prácticas interdisciplinarias ha dado lugar a un proceso de investigación compleja sobre la comunicación. Se trata de un campo de disputa en el que las prácticas de comunicación y medios de comunicación se convierten en objeto de investigación en otras disciplinas y campos del conocimiento. Por lo tanto, el campo instituido de la investigación de la comunicación no está sólo en esta arena de producción de conocimiento, y no se puede ignorar la presencia de nuestras alteridades científicas más cercanas, en las ciencias sociales y humanas, que también se proponen investigar los fenómenos de la comunicación en el mundo contemporáneo.

Otra consecuencia de los modelos teóricos de Carey y Beltrão es la reorientación de la investigación en comunicación como ciencia del comportamiento a la comunicación como ciencia de la cultura, según los pioneros modelos de estudio teórico propuestos por Venício Artur de Lima (2001). En el caso de la visión ritual, las formas en que se construyen los sistemas simbólicos de representación de la realidad son mucho más interesantes, considerando que estos son elementos constitutivos de la realidad misma. Por lo tanto, la comunicación como cultura, o la cultura como comunicación, indica la dimensión comunicacional en las más diversas expresiones culturales y sugiere el alcance y la virtualidad de nuevos objetos de estudio.

En la Folkcomunicación, como indican estudios posteriores de esta disciplina (BENJAMIN, 1999; SCHMIDT, 2007), es interesante comprobar cómo se reinventan los procesos culturales, incluidos los de las tradiciones populares, en la relación directa con los procesos de mediatización, lo que nos parece, en el caso de la cibercultura y los nuevos medios digitales, resolver en parte la pretendida caracterización mediática de los objetos de investigación en comunicación.

En nuestra opinión, si hay pérdidas disciplinarias, a pesar de la historia interdisciplinaria de la investigación de la comunicación, al menos en el Brasil, es porque, en el caso del campo de la comunicación, las ganancias tienden a ser paradigmáticas, ya que la cultura (especialmente una cultura científica y tecnológica) se presenta como un elemento impulsor de la economía del siglo XXI y la comunicación se insinúa como una de las principales características de la cultura en la contemporaneidad en su orden mundial.

Recordemos a James Carey cuando provocó para la investigación en comunicación en los Estados Unidos un redimensionamiento y una mayor relevancia del concepto de cultura en una sociedad de consumo moderna, caracterizada, en una perspectiva liberal, por la búsqueda de la individualidad (que comienza a confundirse con el insistente individualismo, la competencia y el conflicto) y en la que los vínculos sociales se configuran de forma predominante por las relaciones de mercado: es el caso de una sociedad nacional inventada a lo largo del siglo XX en la que la noción de comunidad se considera como una utopía a construir.

Recordemos, de la misma manera, a Luiz Beltrão, cuando planteó para la investigación en comunicación en Brasil un redimensionamiento del concepto de cultura al considerar, ya en la segunda mitad del siglo XX, la existencia de un país en transición para el cual la experiencia de la modernización ha sido un factor considerable de extrañeza y constreñimiento, especialmente para los segmentos populares: es el caso en que la noción de comunidad, en la forzada y moderna invención republicana del Estado nacional brasileño, es tomada como una memoria a reconstituir o reinventar.

Referencias bibliográficas

BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicación: La comunicación de los marginados. São Paulo: Cortez, 1980.

_____. Folkcomunicación: Teoría y metodología. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.

_____. Folkcomunicación: Un estudio de los agentes y medios populares de información de hechos y expresión de ideas. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.

BENJAMIN, Roberto. El nuevo alcance de la Folkcomunicación. CLP, vol. 1, no. 1, out-nov-dez 1999.

Disponibile en: < <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista1/artigos3.htm>>. Acceso el: 25 de mayo de 2011.

_____. La Folkcomunicación en un contexto de masas. João Pessoa: Editor Universitario UFPB, 2000. Disponible en: <http://www.folkcom2011.com.br/Benjamin_2000.pdf>.

BOSI, Alfredo (org.). Cultura brasileña: Temas y situaciones. São Paulo: Editorial Ática, 2000.

Cuidado, James. La comunicación como cultura: Ensayos sobre los medios de comunicación y la sociedad. Nueva York: Routledge, 1992.

COULON, Alain. La Escuela de Chicago. Trad. Tomás R. Bueno. Campinas: Papyrus, 1995.

DeFLEUR, Melvin; BALL-ROKEACH, Sandra. Teorías de comunicación de masas. Río de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

FERNANDES, Florestan. El folclore como tema. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

LARAIA, Roque de Barros. Cultura: Un concepto antropológico. Río de Janeiro: Jorge Zahar Editor: 2005.

LIMA, Rossini Tavares de. La ciencia del folclore. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

LIMA, Venício Artur de. Medios de comunicación: Teoría y política. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Investigación en comunicación: Formulación de un modelo metodológico. São Paulo: Ediciones Loyola, 1990.

MARTINO, Luis C. Enfoques y representación del campo de la comunicación. En: Comunicación, Medios y Consumo, año 3, vol. 3, número 8, pp. 33-54. São Paulo: ESPM, 2006.

MELO, José Marques de. Medios de comunicación y cultura popular: Historia, taxionomía y metodología de Folkcomunicación. São Paulo: Editora Paulus, 2008.

_____. Teoría de la comunicación: Paradigmas de América Latina. Petrópolis: Editorial Vozes, 1998.

...y la de los niños. El campo de la comunicación en el Brasil. Petrópolis: Vozes, 2008.

MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina (eds.). La génesis del pensamiento comunicacional latinoamericano: El protagonismo de las instituciones pioneras Ciespal, Icinform, Ininco. São Bernardo do Campo: Umesp, 1999.

ORTIZ, Renato. Románticos y folcloristas y cultura popular. São Paulo: Editorial Olho d'Água, 1992.

PRADO, Luiz Aidar (org.). Críticas a las prácticas de los medios de comunicación: De la sociedad de masas a las ciberculturas. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

SATRIANI, Luigi M. Lombardi. Antropología cultural y análisis de la cultura subalterna. São Paulo: Editorial Hucitec, 1996.

SCHMIDT, Cristina. La reproducibilidad digital en la Folkcomunicación: La construcción de nuevos lenguajes o el fin de lo popular. En: Comunicación y Sociedad, año 28, no. 47, 1er sem. São Bernardo do Campo: Umesp, 2007.

TOURAINÉ, Alain. Crítica de la modernidad. Petrópolis: Vozes, 1994.

TRINTA, Aluísio; POLISTCHK, Ilana. Teorías de la comunicación: El pensamiento y la práctica de la comunicación social. Río de Janeiro: Editora Campus, 2003.

WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHFELDT, Antonio. Tensiones y objetos de investigación de la comunicación. Porto Alegre: Editora Sulina, 2002.

WOLF, Mauro. Teorías de la comunicación. Lisboa: Editorial Presença, 2005.

Diccionarios electrónicos

Diccionario Electrónico Houaiss. Disponible en: <www.houaiss.uol.com.br>.

El diccionario gratuito. Disponible en: <www.thefreedictionary.com>.

Referencia de palabras. Disponible en: www.wordreference.com>.

Sitios web

El periódico Folkcom.

Disponible en: <<http://www2.metodista.br/unesco/jornalfolkcom.htm>>. Acceso el: 25 de junio de 2011.

Portal electrónico de la Red Folkcom (Red de Estudios e Investigación en Folkcom). Disponible en: <www.redefolkcom.org>. Acceso el 25 de junio de 2011.

Revista Folk Internacional.

Disponible en: <www.uepg.br/revistafolkcom>. Acceso el: 25 de junio de 2011.

Videos

Ver y entender la Folkcomunicación. Coordinación por José Carlos Aronchi. Dirigida por Allan Kozlakowski. São Paulo: Uninove (Laboratorio de Imagen y Sonido), 2005. 1 disco (30 minutos): DVD, sonido, color. Didáctica.

Notas

[1] Las traducciones de todo este texto, señaladas entre comillas con el original entre paréntesis, son nuestras, teniendo como herramientas el Diccionario Electrónico Houaiss, disponible en www.uol.houaiss.com.br, el Diccionario Gratuito, disponible en www.thefreedictionary.com, y el Word Reference, disponible en www.wordreference.com. Algunas palabras y términos tienen una traducción precisa en portugués, otras sólo una traducción aproximada.

[2] Literalmente, la traducción sería “secuencia de palabras”. Dado el contexto de los escritos del autor, al considerar el campo religioso, elegimos la palabra “sermones” (disursos).

[3] Una visión ritual de la comunicación se dirige no hacia la extensión de los mensajes en el espacio sino hacia el mantenimiento como sociedad en el tiempo; no el acto de impartir información, sino la representación de creencias compartidas. (CAREY: 1992, p. 18)

[4] Ver Carey (1992), en especial o capítulo “A cultural approach to communication”.

[5] “...también incluye compartir la experiencia estética, las ideas religiosas, los valores y sentimientos personales y las nociones intelectuales - un orden ritual” (CAREY: 1992, p. 34).

[6] “...la comunicación es un proceso simbólico por el cual la realidad se produce, se mantiene, se repara y se transforma”. (CAREY: 1992, p. 23)

[7] Los autos son también conocidos como danzas dramáticas, practicadas por grupos folclóricos, también conocidos, en portugués, como “folguedos”.

[8] Véase, por ejemplo, SANTAELLA en PRADO (2002, págs. 44 a 56).

[9] A partir del decenio de 1990, se citarían necesariamente los medios digitales, que han mostrado constantes cambios y revoluciones en su estructura tecnológica.

Para citar este artículo

Gushiken, Y. (2020). **La comunicación como ritual (James Carey) y la folkcomunicación**

(Luiz Beltrão): modelos teóricos en la interfaz con la cultura. *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol.12 Núm. 23. Pp 29-46. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a1>

OJS. <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/issue/archive>

Link. <https://www.politecnicojic.edu.co/index.php/revista-luciernaga>