



Punto Cero. Universidad Católica
Boliviana

ISSN: 1815-0276

puntocero@ucbca.edu.bo

Universidad Católica Boliviana San Pablo
Bolivia

Sánchez Narvarte, Roberto Emiliano

Comunicación y política en Antonio Pasquali. Una lectura de Comunicación y cultura de
masas en el actual contexto latinoamericano

Punto Cero. Universidad Católica Boliviana, vol. 19, núm. 28, enero-junio, 2014, pp. 45-52

Universidad Católica Boliviana San Pablo

Cochabamba, Bolivia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=421839656006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Comunicación y política en Antonio Pasqualí. Una lectura de Comunicación y cultura de masas en el actual contexto latinoamericano

Communication and politics on Antonio Pasqualí. Reading Communication and mass culture in the Latin-American current context

Roberto Emiliano Sánchez Narvarte

Argentino. Profesor en Comunicación Social por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de La Plata (FPyCS-UNLP). Doctorando en Comunicación por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de La Plata (UNLP). Ayudante Diplomado de la Cátedra Comunicación y Recepción y profesor a cargo del Seminario Aproximaciones a la Teoría Crítica y sus derivas latinoamericanas (FPyCS-UNLP). Becario de Investigación de la Comisión de Investigaciones Científicas de la provincia de Buenos Aires (CIC). El autor declara no tener conflicto de intereses con Punto Cero ni con ningún miembro de su Comité Editorial.

emiliano.sanchez@perio.unlp.edu.ar

SÁNCHEZ NARVARTE, Roberto Emiliano (2014). "Comunicación y política en Antonio Pasqualí. Una lectura de Comunicación y cultura de masas en el actual contexto latinoamericano". Punto Cero, Año 19 – N° 28 – 1° Semestre 2014. Pp. 45-62. Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Cochabamba.

Resumen

Se han cumplido, recientemente, cincuenta años de la publicación de Comunicación y cultura de masas, libro pionero en la investigación en comunicación y medios masivos, surgido de la pluma del teórico venezolano Antonio Pasqualí. Este trabajo se propone indagar al autor y a la obra en cuatro aspectos: un pasaje ligado a la dimensión biográfica vinculada al proceso de fundación del campo de la comunicación en América Latina; las condiciones políticas como elemento central de la investigación y análisis crítico de los medios masivos de información y los procesos de concentración mediática; las referencias epistemológico-filosóficas desde las cuales Pasqualí pensó a la comunicación, y la implicancia política de todo proceso comunicacional que quiere ser pensado desde este marco de interpretación.

Palabras clave: Antonio Pasqualí, comunicación, información, concentración mediática.

Abstract

It's been fifty years since the publication of Communication and mass culture, pioneer book in the investigation of communication and mass media, wrote by the Venezuelan theorist Antonio Pasqualí. This work's objective is to investigate the author and it's book in four aspects: one passage linked to the biographical dimension related to the foundation process in the field of communication in Latin-America; the political conditions as a central element in the investigation and critical analysis of the informational mass media and the concentration of media process; the epistemic-philosophical references from which Pasqualí thought the communication, and the political implications of any communicational process that wants to be thought inside this frame of interpretation.

Key Words: Antonio Pasqualí, communication, information, concentration of media.

Résumé

Tout récemment cinquante ans se sont déroulés après la publication du livre Communication et culture des masses, texte pionnier de la recherche en communication et médias, issu de la plume du théorique vénézuélien Antonio Pasqualí. Cet article propose une recherche de l'auteur et son œuvre en quatre domaines : un premier passage lié à la dimension biographique autour du processus de fondation du champ de la communication en Amérique latine; deuxièmement, les conditions politiques comme un élément central de la recherche et l'analyse critique de mass-média et le processus de concentration se propriété de ces mass-média. Troisièmement, sur les références épistémologiques et philosophiques d'après lesquelles Pasqualí avait pensé la communication et, pour terminer, sur les conséquences politiques de tout ce processus communicationnel qui a voulu être pensé depuis ce cadre d'interprétation.

Mots-clés: Antonio Pasqualí - Communication - Information - Media concentration.

Introducción

El presente trabajo es un avance de una investigación doctoral más amplia en la que se indagan y problematizan las interacciones entre las propuestas teórico epistemológicas y las preocupaciones políticas de Antonio Pasquali hacia los años 60 en los estudios de comunicación. La tesis se inscribe en el programa del Doctorado en Comunicación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

El artículo que se presenta aquí busca indagar algunos aspectos de la obra *Comunicación y cultura de masas* de Antonio Pasquali, leída no simplemente cinco décadas luego de su puesta en circulación, sino en un contexto en el que la comunicación sigue siendo un escenario de conflicto y de lucha entre distintos grupos sociales.

En la actual situación latinoamericana, los medios masivos tienen un lugar central en la formación y producción de sentidos en medio de disputas que tienen los gobiernos nacional-populares o “populistas” - en el sentido que le da a este término Ernesto Laclau, en tanto gobiernos que llevan adelante estrategias específicas de construcción de consensos y hegemonía (2013: 199-217) - por transformar el modelo concentrado de información hacia modelos en los que la comunicación sea entendida como un derecho humano (Mata, 2010), ligados a procesos de construcción de sociedades más inclusivas de aquellos grupos sociales, políticos y culturales que históricamente fueron marginados de decir su palabra.

Los medios masivos tal como se conocen, ni objetivos ni neutrales, son representantes y parte de corporaciones económicas que disputan el poder político de la región. Es por ello que el objetivo es pensar a Pasquali, indagar sus referencias teórico-políticas situados en las actuales condiciones históricas, no para tratar de extrapolar la conceptualización realizada hace cinco décadas, sino para pensar qué potencialidad puede tener aún hoy la propuesta del teórico venezolano que permitan trabajar en torno a la

idea de comunicación no como un *factum*, sino como *una relación a construir colectivamente*.

1. Pasquali en las tramas de la Comunicación

En 1963 se publicó en Venezuela el primer libro que la investigación latinoamericana en comunicación le iba a aportar al estudio de los medios masivos: *Comunicación y cultura de masas*, escrito por Antonio Pasquali, italiano nacido en 1929 pero que se trasladó a Venezuela en febrero de 1948 antes de cumplir los 20 años.

Hacia 1957, ya Doctor en Filosofía por la Universidad de la Sorbona (París), Pasquali comenzó a participar en los procesos de fundación de distintas instituciones ligadas a la comunicación y a los medios masivos. Un año después participó en la creación del Centro Nacional Audiovisual del Ministerio de Educación de Venezuela, en 1960 del Departamento Audiovisual de la Escuela de Estudios de Periodismo de la Universidad del Centro del mismo país, en 1974 del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), fue miembro del Consejo Nacional de la Cultura (CONAC) y coordinador de Ratelve, proyecto de una política de radiodifusión del Estado venezolano (Silva, Diviti y Campagnoli, 2007: 2).

A partir de la experiencia de ININCO, Pasquali junto a investigadores como Patricia Anzola, Fernando Reyes Matta, Luis Ramiro Beltrán, Jesús Martín Barbero, Mario Kaplún, Rafael Roncagliolo y José Marques de Melo, entre otros, fundó en 1978 ALAIC, la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación, para consolidar la investigación de la comunicación en América Latina (Marques de Melo, 1998).

Por sus investigaciones y su participación en las distintas instituciones que fueron parte central en la consolidación posterior del campo de estudios de comunicación, Antonio Pasquali es considerado un pionero en América Latina (Roncagliolo, 1986; Fuentes Navarro, 1992). Y tal como lo afirmó el teórico de la comunicación Thomas Tufte, fue el primero en cuestionar el uso y las actitudes en relación con la comunicación de masas (Tufte, 1996).

Es así que en *Comunicación y cultura de masas*, la argumentación central gira en torno a la distinción entre información y comunicación para luego insertarse en la problematización de lo que incipientemente se comenzó a denominar políticas nacionales de comunicación, desde una perspectiva crítica entendiendo que las corporaciones transnacionales controlan los flujos internacionales de tecnologías y contenidos de información y comunicación. Siguiendo el desarrollo de Torrico Villanueva, “ese desequilibrio debía ser superado mediante políticas nacionales de comunicación, producción propia y procesos de intercambio Sur-Sur” (Torrico Villanueva, 2004: 135).

Antes de entrar en los comentarios en torno a los desarrollos conceptuales de Pasquali, un aspecto interesante a visibilizar es que cuando se decidió analizar la obra del teórico venezolano, se notó que las *interpretaciones hegemónicas* en el campo de la comunicación sobre su trabajo, redundan sobre la cuestión de que su estudio trajo consigo la introducción en los estudios de comunicación de algunos conceptos de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt. A propósito de esto, en “los relatos de la historia del campo se suele mencionar este texto como una de las pioneras influencias frankfurtianas que el propio libro desmiente” (Entel, Lenarduzzi y Gerzovich, 1999: 215).

Estos son algunos de los casos: Antonio Holmfeldt, afirma que Pasquali desafió a las investigaciones norteamericanas ubicándose en la línea crítica de la Escuela de Frankfurt, debido a que varios de los textos de los autores alemanes estaban circulando en el continente y empezaron a generar un modo de hacer investigación y de entender a los medios masivos (Holmfeldt, 2010: 28).

En la misma línea se encuentra la interpretación de Magdalia Pineda de Alcázar, quien sostiene que *Comunicación y cultura de masas* “a partir del enfoque de la teoría crítica social de la Escuela de Frankfurt [sic] y de una concepción de la filosofía ética, nos propone una nueva manera de comprender y analizar la comunicación de masas” (Pineda de Alcázar, 2010: 19); Silva, Gleice y Campagnoli, siguiendo la propuesta de Carlos Arroyo Gonçalves (2005), argumentan que se puede

leer la influencia de los pensadores “frankfurtianos” ejercida en Pasquali, especialmente en el modo en que éste comprende los medios de comunicación y en la conceptualización de las masas (Costa, Gleice de Divitiis y Campagnoli Otre, ídem); David De los Reyes afirma que las propuestas de Pasquali “están en el área de una epistemología de la comunicación a partir de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt” (De los Reyes, 2003a: 56) y que esto ya se puede leer en *Comunicación y cultura de masas* (De los Reyes, 2003b).

Por último, Díaz Larrañaga y Saintout (2003: 40), también acentúan la influencia frankfurtiana, pero ponen en relación a la obra de Antonio Pasquali con las corrientes filosóficas existencialistas alemanas y francesas de los años 30 y 40, cuyos máximos exponentes fueron Martin Heidegger y Jean-Paul Sartre, nombres recurrentes en el primer trabajo del teórico venezolano.

Desde lo que se considera aquí, y salvo el último caso, estas interpretaciones pueden ser comprendidas a partir del análisis del *prefacio a la segunda edición* escrito por el autor para la edición de 1972 y que seguirá publicándose en las ediciones siguientes. Con Pasquali sucedió que se *privilegió* el prefacio por sobre el resto del libro, tal como, salvando algunas excepciones, sucede en el campo de la comunicación con el capítulo sobre la industria cultural de *Dialéctica del iluminismo* de Adorno y Horkheimer. Esto no sólo pone en riesgo la comprensión conceptual, sino que también anula las posibilidades de una lectura totalizadora de la obra de un autor (Schmucler, 1992).

Volviendo al eje de este artículo, el prefacio a la segunda edición cuenta con veinticuatro páginas y es redactado nueve años después de la primera edición. Allí Pasquali afirma que en el momento de haber escrito el libro no se había encontrado con una serie de autores que le “hubieran impuesto un más complejo y articulado planteamiento del problema”, ya que no tenía las lecturas de la *Crítica de la razón dialéctica* de Sartre o las lecturas de Marcuse (principalmente *El hombre unidimensional*), Adorno y Horkheimer (entre otros), a quienes consideraba centrales para pensar desde una

Teoría Crítica de la Sociedad (Pasquali, 1972: 11). De todos modos, afirma el autor, la parte teórica del libro (el primer capítulo), no iba a ser re escrita a pesar de lo dicho.

En todo caso va a ser en *Comprender la comunicación*, publicado en 1970 (dos años antes de escribir el famoso prefacio) en el que va a desarrollar un capítulo dedicado a Marcuse, Adorno y a Horkheimer, en el que afirmaba que la bibliografía frankfurtiana “era toda una mina aún inexplorada”, a la cual le “debemos, sépase o no, casi todos los argumentos críticos que hoy pasan por lugares comunes” (Pasquali, 1990: 226).

Una vez comprendida esta situación, es necesario pasar a explicar cuáles son las referencias filosófico-políticas que se consideran más importantes en la conceptualización de Pasquali de la comunicación.

El autor realiza un énfasis importante para no confundir lo que entiende por comunicación e información, porque cada una de estas posiciones conceptuales implica no sólo una distinción teórica, sino también el modo de entender las relaciones sociales para pensar las desigualdades y las asimetrías de poder entre distintos grupos. Es por eso que a las propuestas de pensar a la información como un proceso unilateral y mecánico va a contraponer su perspectiva a partir de comprender a la comunicación como una relación bilateral e interactiva, y concluirá que la información es un proceso masificante y dominador mientras que la comunicación es directa y ajena al sometimiento del receptor de los mensajes por el emisor de ellos (Pasquali, 1972).

A propósito de esto, es importante situar el planteo de Pasquali en las coordenadas específicas de Latinoamérica. Los trabajos sobre comunicación hacia la década del sesenta en América Latina se distinguieron por ser formulaciones teóricas que se inscribían en los procesos de transformación material de la sociedad. En este sentido, Moragas Spa afirmaba en la década del ochenta lo siguiente,

La historia de la investigación en Latinoamérica se encarna, por completo, en

la lucha por la emancipación y/o en los logros y las dificultades de los procesos de dominación. La problemática comunicativa, a diferencia de lo que sucede en Europa, aparece a la vista, claramente, como un instrumento, sea del dominio o de la emancipación (Moragas Spa, 1981: 199-200).

Es por ello que en distintos teóricos aparecen “componentes liberacionistas del pensamiento latinoamericano sobre comunicación” (Beltrán, 2006: 3). En el caso puntual de Pasquali, comienza su trabajo denunciando las condiciones políticas e ideológicas de los medios de información, asumiendo una clara posición como intelectual: realizar una tarea “comprometida y destinada a forzar el devenir de los procesos sociales y las transformaciones históricas”, cuya solución debe ser previa a cualquier tipo de investigación que se asuma a-política o pura (Pasquali, 1972: 33). En esta línea, desea que la teoría y los datos que presenta “lleguen a ser, no sólo objeto de pura contemplación o de inspiración conceptual y metodológica, sino causas eficientes de una praxis concreta y reformadora” (ídem: 37).

El estado de situación que describe Pasquali es de una profunda desigualdad que se relaciona y vincula con el control de los medios de información. A propósito de esto, afirma que las condiciones son de una gran concentración de poder con una “oligarquía informacional” que se asume como la voz autorizada, que reduce “la fuerza expansiva y creadora de los sujetos” (ídem: 41). Estos grupos concentrados devenidos en “elite comunicacional”, nucleados en la Asociación Nacional de Anunciantes (ANANDA) (ídem, 1976: 130), conscientes de los privilegios que les otorga su papel de *informador constituyente*, que performan, construyen y dan sentido a la realidad desde su poder, “asumen la arrogante postura del que dice algo, pero que sabe que su decir es un ‘mandar a callar’ al otro, enajenándole su posibilidad de hablar. Tras la máscara de ‘uno para el otro’ actúa un ‘uno contra otro’ (Heidegger)” (ídem: 67).

Esta referencia a Heidegger no es azarosa. El trabajo de Pasquali descansa casi fundamentalmente en las obras del filósofo alemán, y puntualmente en uno de los libros

más importantes de la filosofía del siglo XX, *Ser y tiempo*. En este texto de 1927, Heidegger desarrollará algunos conceptos que hallamos directa o indirectamente en *Comunicación y cultura de masas*.

Siguiendo el desarrollo de Pasquali, se encuentra que el concepto de *autenticidad* cumple un rol estelar: el autor indistintamente menciona “auténtica comunicación” y/o “relación dialogal”. En su trabajo tal situación se produce cuando los sujetos autónomos se vinculan a partir de una relación simétrica con la mutua voluntad de entenderse y en la posibilidad de “oír uno a otro o prestarse oídos” (ídem: 44). Ahora bien, ¿Cuál es el sentido que Heidegger le da a la autenticidad? ¿Cómo podemos entender el sentido de la autenticidad en el contexto de la obra de Pasquali? ¿Cuáles son las condiciones que impiden una auténtica comunicación?

El sujeto en la conceptualización heideggeriana no es algo que está hecho, algo que es de una vez y para siempre, sino que su característica es la de “poder ser” (Vattimo, 2006). ¿Qué quiere decir esto? “Que el hombre está referido a su propio ser como a su posibilidad propia (...) su modo de ser es el de la posibilidad, no el de la realidad” (ídem: 25). Es decir, que el hombre no es algo, es posibilidad, está proyectado hacia sus posibles, por lo que sobrepasa “la realidad presente en dirección de la posibilidad” (ídem: 26). El sentido que adquiere la autenticidad en Heidegger tiene que ver, entonces, con que el sujeto debe asumir su condición de “poder ser”, de que su vida es posibilidad antes que realidad.

Por otro lado, George Steiner plantea que en Heidegger la noción de *inautenticidad* hace referencia a que los sujetos cuando se proyectan en la realidad, próximos a otros, dándose realidad a sí mismos no llegan a ser sí mismos, sino que son los *otros* (con un matiz fuertemente coercitivo) quienes los constituyen, y no llegan a existir en sus propios términos (Steiner, 2005: 73).

En la misma línea de lo planteado, este sujeto (Dasein o ser-ahí) que se arroja al mundo junto a los otros, en un mundo que *ya está ahí*, va a decir Heidegger, se va a arrojar, a proyectarse

“bajo el señorío de los otros. No es él mismo, los otros le han arrebatado el ser. El arbitrio de los otros dispone de las cotidianas posibilidades del ser ahí” (Heidegger, 2007: 143). Aún más, el filósofo alemán afirmará que en la utilización de los medios de comunicación, en el empleo de la prensa, es todo como lo quiere el otro.

Disfrutamos y gozamos como se goza; leemos, vemos y juzgamos de literatura y arte como se ve y juzga; incluso nos apartamos del ‘montón’ como se apartan de él; encontramos ‘sublevante’ lo que se encuentra sublevante. El ‘uno’, que no es nadie determinado y que son todos, si bien no como suma, prescribe la forma de ser de la cotidianidad (ídem: 143).

Este sujeto que está bajo el señorío de los otros, de la palabra de los otros, no dice su propia palabra, sino que vive bajo el dominio de lo que los otros hablan, “el oír y comprender se ha aferrado desde luego a lo hablado ‘por’ el habla” (ídem: 187), por ese “uno” impersonal que dice lo que todos dicen.

Pasquali criticará duramente este “aplanamiento” que entiende que sucede con los medios masivos de información, esta disolución de la individualidad en el mundo de lo uno. Para ello pensará a la comunicación o relación comunicacional como una instancia que no es algo que ya está hecho, sino algo que los sujetos deben construir mediante su praxis y la organización colectiva.

Se podría decir que el teórico venezolano *latinoamericanizó* al Dasein heideggeriano, lo situó en los procesos políticos del continente, en el marco de luchas por una sociedad más justa.

2. La lucha por la comunicación

Los medios de información, afirma Pasquali, no se encuentran fuera de lo social. Los medios, en su cotidianidad, controlan, dominan, informan y conforman “al receptor a quien obligan a recibir el mensaje dominante como el verdadero y el único, eliminando la posibilidad de otros mensajes contrarios que cuestionan los valores de la clase en el poder” (Cassigoli, 1989: 66).

A propósito de esto, y si bien en Pasquali no está desarrollada claramente, no podemos olvidar la cuestión del *poder*. Hacemos referencia puntualmente a la capacidad productiva del poder. Esto ya lo afirmó Michel Foucault en reiteradas oportunidades: “el poder produce; produce realidad; produce ámbitos de objetos y de realidades. El individuo y el reconocimiento que de él se puede obtener corresponden a esta producción” (Foucault, 2002: 198). Foucault en relación al panóptico afirma que es “visto, pero él no ve; objeto de una información, jamás sujeto de una comunicación” (idem: 204). Si se traza una analogía con el pensamiento de Pasquali se podría afirmar lo siguiente: *es hablado, pero él no habla; objeto de una información, jamás sujeto de una comunicación*.

Que la situación comunicacional se haya constituido de la manera concentrada en que se hizo es, para Pasquali, producto de una acumulación histórica de aquellos que son dueños de los medios de producción de información que, amparados en la libre empresa, han demostrado “su voluntad de imponer los cánones más abiertamente anticulturales y antisociales” negando a otras fuerzas y grupos sociales capaces de construir propuestas comunicacionales y culturales distintas (idem, 1976: 435).

Esta situación, sin embargo, no anula entera y completamente a los sujetos. No los anula, pero tampoco en su vida cotidiana se pasean por el libre albedrío. Se produce una tensión definitoria entre lo que es, en tanto producto histórico, y lo que de él quiere hacer. Pasquali sostiene que no se puede olvidar el hecho de que si existe una voluntad de entender esta es impuesta unilateralmente al sujeto, y en lugar de pacto entre grupos, se transforma en un mandamiento, “alguien que sólo debe entender sin ser entendido, no por voluntaria renuncia, sino porque *lo* renuncian” (Pasquali, 1972: 58). El silencio al que son arrinconados los sujetos no es una elección de quienes deciden callar, sino que son marginados hacia ese lugar, sin ser reconocidos como sujetos hablantes. Por ello va a decir el teórico venezolano, “su silencio es entonces inauténtico” (idem: 59).

Si se tiene en cuenta lo anterior, siempre existe

la posibilidad de que el sujeto se convierta en otra cosa de lo que es, de lo que han hecho de él. Que puede negar lo existente para devenir distinto de lo que era. Es por eso mismo que Pasquali advierte que no se puede olvidar que en el sujeto reside la posibilidad de dialogar con otros. Pero para que esto suceda, tiene que proyectarse hacia allí, hacia la historia y la política. Y la concreción de esa proyección será posible sólo a partir de organizarse colectivamente y construir una “valiente política cultural” que pueda “revolucionar” las estructuras sociales (Pasquali, 1976: 407).

3. Sobre la comunicación y la concentración mediática, hoy

Dos de las afirmaciones que Pasquali realizó hacia los años sesenta resuenan en el presente: una de ellas tiene que ver con que el desarrollo masivo de las relaciones de información “*se han impuesto atropelladamente sobre un vacío histórico de relaciones comunicacionales y dialógicas*” (idem: 94). Y si esto es posible, es porque las élites del poder impidieron -en Argentina por medio de pactos entre empresas y dictadores, con torturas y desapariciones en la década del setenta- (Sel, 2010: 10) que las mayorías puedan construir relaciones comunicacionales de un modo crítico y autónomo que les permita problematizar y transformar el mundo.

Si en los años cincuenta y sesenta la influencia de las grandes cadenas norteamericanas era medular en las relaciones de propiedad, tal como lo constataba el investigador venezolano en su pionera investigación, “hoy los grupos mundiales de mayor envergadura en el sector mantienen su influencia mediante la venta de contenidos y tecnologías” (Mastrini y Becerra, 2001: 16).

Unos pocos grupos económicos controlan aproximadamente el 83% del mercado en Argentina, el 86% en Bolivia, el 81% en Brasil, en Chile el 95% y en Uruguay el 85% (*En el Medio II*, 2013). Esto genera condiciones negativas directas: se tiende a una unificación de la línea editorial; sesgo informativo; centralización geográfica de la producción de

contenidos (Buenos Aires en Argentina, San Pablo en Brasil, Santiago de Chile en Chile, Montevideo en Uruguay). Por último, se precariza el empleo porque desaparecen los pequeños medios y los existentes tienden a fusionarse (Becerra y Mastrini, 2009).

Pero también, y en plena tensión con los procesos de concentración mencionados, entre 2007 y 2009, comenzaron a producirse una serie de hechos significativos en distintos países del sur de América: en Uruguay y Paraguay se crearon reglamentos para la radiodifusión comunitaria, en Argentina se sancionó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que impone límites a la concentración, y en Brasil se realizó la Conferencia Nacional de Comunicaciones con perspectivas de crear un nuevo marco regulatorio (Monje, 2010: 281). Esto lleva a la segunda afirmación que se quiere recuperar de Pasquali, y tiene que ver con que si una “política cultural valiente” logra interpelar a las mayorías sociales, se puede pensar que una “*reforma cultural planificada en el uso de los mass-media puede constituir una de esas benéficas e invisibles revoluciones capaces de transformar*” las condiciones sociales de la colectividad (la bastardilla es del autor, ídem: 406).

El avance en las leyes y reglamentaciones no pueden pensarse como victorias en sí mismas pero sí como instrumentos que deben consolidarse y ampliarse cotidianamente y colectivamente (Mata, 2011: 21), con el objetivo de que puedan convertirse en importantes puntos de partida para iniciar un profundo proceso de democratización de las estructuras infocomunicacionales no solo en Argentina, sino también en América Latina.

Notas

1. Para desarrollar este artículo se trabajó con la segunda edición del año 1972, y con la tercera de 1976, ambas editadas por Monte Ávila. Se constatará debidamente la edición utilizada en la cita correspondiente.
2. Pasquali afirma que ANDA, fundada a finales de la década del 50, representaba mayoritariamente intereses extranjeros. El Consejo de directores de ANDA, hacia 1970, estaba conformado por las empresas General Electric, Sears Roebuck, Procter & Gamble, Industrias Yukery, entre otras (Pasquali, 1976: 130). Esta información es actualizada por el autor para la edición de 1972.
3. Los trabajos de Michel Foucault sobre el poder fueron posteriores a la publicación de Comunicación y cultura de

masas, y no nos consta que el teórico venezolano haya explicitado alguna relación en el plano teórico. Proponemos pensar la relación entre medios de información y sociedad a través del poder en términos de Foucault para intentar complejizar dicha relación. De todos modos, existe un trabajo de Antonio Méndez-Rubio (2012) en el que intenta dar cuenta de una posible vinculación entre los dos teóricos. En línea en http://www.perspectivasdelacomunicacion.cl/wp-content/uploads/2013/04/2012_1_07.pdf (consultado el 18/07/2013)

Bibliografía

- BECERRA, M. y MASTRINI, G. (2009) *Los dueños de la palabra*. Buenos Aires, Prometeo Libros.
- BELTRÁN SALMÓN, Luis Ramiro (2006) “El pensamiento Latinoamericano sobre la comunicación democrática: recuento de su insurgencia”, Documento preparado por encargo de la Fundación Telefónica de España para su *Anuario de Comunicación*, mimeo.
- CASSIGOLI PEREA, Armando (1989) “Sobre la contra información y los así llamados medios alternativos”, en Simpson Grinberg, M. (comp.) *Comunicación alternativa y cambio social*, México, Premia, 1989.
- DE LOS REYES, David, (2003a) “Antonio Pasquali y la utopía comunicacional”, en revista *Comunicación* n° 124, pp. 56-63, Venezuela.
- DE LOS REYES, David, (2003b) “Antonio Pasquali: El medio de los medios”, en revista *Comunicación* n° 125, pp. 44-51, Venezuela.
- EN EL MEDIO II, capítulo 13, *Modelos de comunicación* (2013), Argentina, Canal Encuentro, Ministerio de Educación de la Nación. (DVD)
- ENTEL, A., Gerzovich, D. y LENARDUZZI, V. (2005) *Escuela de Frankfurt. Razón, arte y libertad*. Buenos Aires, Eudeba.
- FEINMANN, José Pablo (2008) *La filosofía y el barro de la historia*, Buenos Aires, Planeta.
- FREIRE, Paulo (2008) *El grito manso*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1992) “El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina”, en revista *Diálogos*, n° 32.
- FOUCAULT, Michel, [1975] (2002) *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. Argentina, Siglo XXI editores.
- HEIDEGGER, Martin, [1927] (2007) *El ser y el tiempo*, Argentina, Fondo de Cultura Económico.

- HOHLFELDT, Antonio (2010) "Teorias da comunicação: A recepção brasileira das correntes do pensamento hegemónico", em Ferreira et al (Orgs.) *Teorias da Comunicação. Trajetórias Investigativas*. Porto Alegre, EDIPURCS, pp 21-40.
- MASTRINI, G. y BECERRA, M. (2001) "50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala", Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales. Mimeo, p. 16.
- MARQUES DE MELO, José (1998) *Teoria da Comunicação: Paradigmas Latino-Americanos*. Petrópolis, Vozes.
- MATA, María Cristina (2010) "Nuevos tiempos, nuevos problemas", en revista *Signo y Pensamiento*, vol. XXIX, núm. 57, julio-diciembre, Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia, pp. 114-129.
- (2011) "Comunicación popular. Continuidades, transformaciones y desafíos", en revista *Oficios terrestres*, n° 26, vol. 26. La Plata, pp. 1-22.
- MÉNDEZ-RUBIO, Antonio (2012) "Comunicación, prácticas culturales y subalternidad", en *Perspectivas de la comunicación*, Vol. 5, N° 1, Universidad de la Frontera, Chile.
- MONJE, Daniela, (2010) "La política ausente. El controversial diseño de políticas de radiodifusión en la unión regional MERCOSUR", en Sel, Susana (Coord.) *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo*. Buenos Aires, CLACSO, pp. 255-285.
- MORAGAS SPA, Miquel de (1981) *Teorías de la comunicación*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- PASQUALI, Antonio [1963] (1972) *Comunicación y cultura de masas*. Caracas, Monte Ávila Editores.
- [1963] (1976) *Comunicación y cultura de masas*. Caracas, Monte Ávila Editores.
- PASQUALI, Antonio [1970] (1990) *Comprender la comunicación*. Caracas, Monte Ávila Editores.
- Pineda de Alcázar, Migdalia, (2010) "Antonio Pasquali: la vigencia de su pensamiento cuarenta años después" en *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación. Libertad de expresión*. Quito: CIESPAL, n° 109, pp. 18-20.
- RONCAGLILO, Rafael, (1986) "Investigación y políticas sobre Nuevas Tecnologías de Comunicación en América Latina: una reflexión personal", en revista *Nuevas Tecnologías y Comunicación*.
- SAINTOUT, F. y DÍAZ LARRAÑAGA, N., (2003) "Mirada crítica de la comunicación en América Latina: entre el desarrollo, la dominación, la resistencia y la liberación", en Saintout, F. (editora) *Abrir la comunicación. Tradición y movimiento en el campo académico*. La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP),
- SEL, Susana (Coord.) (2010), *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo*. Buenos Aires, CLACSO.
- SCHMUCLER, Héctor, (1992) "Sobre los efectos de la comunicación", en *Sociedad*, Revista de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, n° 1.
- SILVA, A., DE DIVITIIS, G. y CAMPAGNOLI, M., (2007) "O pioneirismo comunicacional de Antonio Pasquali: Ininco e Alaic", trabajo presentado en el Grupo de Trabajo Teoría e Metodología da Comunicação, do XII Congresso de Ciências da Comunicação Região Sudeste.
- STEINER, George, [1978] (2012) *Heidegger*. México, Fondo de Cultura Económica.
- TORRICO VILLANUEVA, Erick (2004) *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*. Buenos Aires, Grupo Editorial Norma.
- TUFTE, Thomas, (1996) "Estudos de Mídiana América Latina", en revista *Comunicacao e Sociedade*, n° 25, Brasil,
- VATTIMO, Gianni (2006) *Introducción a Heidegger*. España, Gedisa.

SÁNCHEZ NARVARTE, Roberto Emiliano (2014). "Comunicación y política en Antonio Pasquali. Una lectura de Comunicación y cultura de masas en el actual contexto latinoamericano". Punto Cero, Año 19 - N° 28 - 1° Semestre 2014. Pp. 45-52. Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Cochabamba.

Recepción: 21 de marzo de 2014
Aprobación: 25 de abril de 2014