

Enero - Marzo/88 No. 25

Chasqui

Desde este número comenzamos a publicar una lista de Centros de Comunicación de América Latina con el ánimo de facilitar el mutuo conocimiento y la información mutua.

Todo oficio tiene sus gajes y el de editor, los suyos. Uno de ellos es cartearse con los colaboradores.

Casi siempre ha sido una correspondencia no exenta de un toque personal y humano. Una de las colaboradoras escribía: "Debo alguna explicación por el atraso del artículo sobre... Parece que no tuve suerte en este trabajo. Primero fue el Concurso de la Universidad. Cuando terminé (el concurso) tuve una crisis de la columna junto con otra de artritis..." Para colmo añade este post escrito: "como final de esta epopeya la máquina eléctrica de escribir quebró". Pese al concurso, la artritis, la columna, y otras frustraciones el artículo le salió excelente. ¿Cómo no amarlas? (a las colaboradoras).

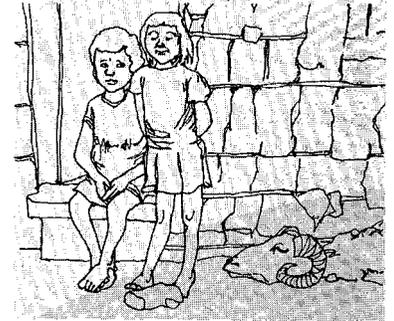
Al dejar el puesto de editor a Jorge Mantilla en cuyas manos ya estuvo bien cuidado *Chasqui*, agradezco a corresponsales, colaboradores y lectores. La comunidad de comunicación creada fue una experiencia grata y confortante. Agradezco también a Magdalena Zambrano, Martha Rodríguez, Wilman Sánchez y Fernando Rivadeneira del equipo de *Chasqui* en CIESPAL. Su buena voluntad y múltiples talentos hicieron del trabajo de editar una verdadera ocupación terapéutica o como afirma el pasillo ecuatoriano: "Cómo dicen que no se goza, que no se goza..." Que *Chasqui*, el alado mensajero, vaya, como querían los romanos, *altius, citius, melius*.

Simón Espinosa

6 Relaciones Públicas: propuestas alternativas

Margarida M. Kroling K.

¿Por qué no aplicar las relaciones públicas en organizaciones populares, para que mejoren su publicación y orienten sus propósitos de desarrollo.



16 BRASIL: telenovela e identidad

Anamaria Fadul

La telenovela ha llegado a ser uno de los instrumentos más importantes de la comunicación popular. Por ella desfilan las identidades de las más variadas culturas brasileñas.

Noticias	2	
Actividades	5	
Políticas Culturales en América Latina	13	Jaime Peña Novoa
Cuádruple agresión de los medios masivos	22	Susana C. de Espinosa
Educación y comunicación popular en el Perú	27	Irmela Riedlberger
Telejardín: análisis de la animación del programa infantil	34	Hernán Hermosa
¿Cómo se hace una telenovela?	40	Iván Gavaldón y Elizabeth Fuentes
El futuro próximo del Comnet	45	
Mercado de video en Brasil	47	Luis Santoro
Reseñas	53	
Impacto de las nuevas tecnologías	57	Antonio C. de Jesús

NUESTRA PORTADA

La Herencia: una imagen crítica del caricaturista ecuatoriano Asdrúbal de la Torre. Trabajo en óleo (80 x 50 cm.) ligado a un contexto social latinoamericano, en el que se denota que desde el vientre de la madre se hereda la pobreza y la miseria o la riqueza y la opulencia. Frente a ello, los medios tienen un importante rol que cumplir.

CONTRAPORTADA

CIESPAL y la Unión Nacional de Periodistas del Ecuador (UNP) rinden homenaje al escritor ecuatoriano Juan Montalvo en el centenario de su muerte. Montalvo es reconocido por su valiente lucha, a través del periodismo, en defensa de la libertad contra las tiranías de la época y por su rica producción literaria, que le valió el calificativo de el Cervantes de América.

DIRECTOR: Luis E. Proaño. **EDITOR:** Simón Espinosa. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Jorge Mantilla Jarrín. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Ramiro Beltrán (Bolivia); Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Antonio Rodríguez-Villar (Argentina); Gian Calvi (Brasil); Daniel Prieto Castillo (Argentina). **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Asdrúbal de la Torre, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria de Vela, Andrés León. **ASISTENTES DE EDICION:** Wilman Sánchez y Martha Rodríguez. **DISEÑO:** F.E.R. **PORTADA:** Jaime Pozo. **DIBUJOS:** Asdrúbal de la Torre y Antonio Velasco. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS. CHASQUI es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert. Quito, Apdo. 584. Telf. 540-881.

CUADRUPLE AGRESION DE LOS MEDIOS MASIVOS

Por Susana Cordero de Espinosa

A partir de un seminario sobre comunicación y medios alternativos

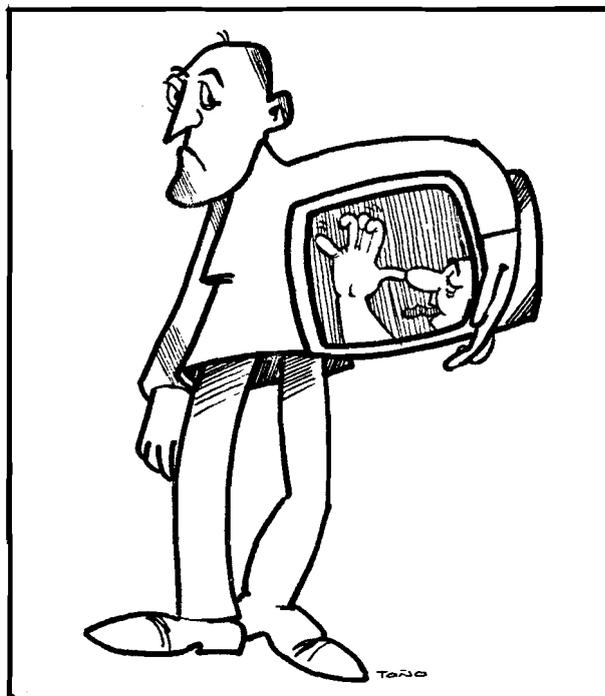
La televisión entrega paz, amor, felicidad (deseos incontenibles de vivir en sociedad).

De ganar mucho dinero para poderlo gastar (tomando whisky en las rocas como dice Caligrán).

Con la televisión dan ganas de comprar rifles y bombas (de asesinar a un anciano y nadar en coca-cola).

Qué apasionante es la tele con sus videos de amor prostitutas que se salvan al casar con un señor treinta años menor que ellas y millonario el bribón.

Y en programas para niños hay cosas extraordinarias



(cómo matar a una madre cómo derribar murallas).

Cómo ganamos los blancos contra los indios canallas (que no quieren dar sus tierras a cambio de una medalla).

Este medio cultural y también de información permite asistir a misa mientras tomamos un ron; la publicidad nos da en cama la religión.

Por fin la televisión con indudable armonía es consuelo de los pobres y niñas en soltería.

Es estudio de sociólogos que la definen muy bien pero llegado el momento se sientan a ver T.V.

Se habrá sentado también alguna vez Angel Parra, inconfundible autor de la canción, a ver la televisión como el sociólogo de marras? ¿Habrà sabido definirla, pero además hacerle tomar parte de sus decisiones diarias, de sus sueños, permitirle influir en sus elecciones sobre qué comprar o no comprar, qué vender o no vender?

Pensamos que no. Pero porque sabemos que Angel Parra, como su madre, Violeta, como tantos hombres conscientes son, de alguna manera en este mundo, una hermosa excep-

ción. Por otro lado ¿quién está libre de la influencia de los medios de comunicación de masas? ¿Quién puede renunciar a llegar alguna de sus horas libres con su seducción, con sus ilusiones fáciles, con su presencia alternativa—alternativa a la soledad bullente en que vivimos, a la incomunicación doméstica, a toda suerte de desolación? ...

No solamente la televisión; todos los medios de comunicación social —los media— prueban su redonda eficacia en la vida de cada quien, pero también en la existencia de pueblos y países enteros. Porque si individualmente podemos escapar a su influencia, o al menos hacernos la ilusión de escapar a ella, como parte de la masa vivimos inmersos en su cotidianeidad. La suya, la de todos los días, que es lo nuestro de cada día. Nuestra cotidianeidad es la que ellos nos dictan, y

Susana Cordero de Espinosa es docente en el Departamento de Filosofía de la Universidad Católica del Ecuador y articulista en el diario HOY de Quito. Doctora en Filosofía con una tesis sobre La Etica en Camus.

ellos no serían posibles sin nosotros, pero nosotros menos aún, sin su poder.

Los mass media tienen dueños. ¿No lo sabía usted? Son los dueños de la opinión pública, porque en ellos se origina aquélla, y en su interpretación culmina; son, a la vez, dueños de casi todas las cosas de este mundo. Son, en cierta forma, dueños de nosotros mismos, con piel y todo, tal como nos conocemos, nos vivimos y somos. Tienen nexos con aparatos militares de estados todopoderosos y operan con, y para los grandes monopolios que nos han agredido y nos agreden con manos envueltas en algodón, procedimientos olorosos a colonia, pero intenciones aviesas en las que no cabe más razón que la suya, más historia que la que se cuentan a sí mismos, más aspiraciones que la de su propia grandeza, más humanidad que la que ellos pueden ostentar.

Así, los media en nuestros países constituyen parte fundamental de la agresión cultural del imperio. Claramente consecuentes, algunos, con la política que constituye su íntima textura; rebeldes, otros; todos de alguna forma situados en el ámbito ambiguo de lo que llaman libertad, democracia, conceptos con los que juegan a sotto voce o abiertamente.

Sobre la problemática que constituyen los media en su relación con la sociedad, concretamente con nuestra sociedad tercermundista, se tuvo la oportunidad de asistir en Quito a un Seminario, auspiciado por el Ilustre Municipio, el Instituto Francés de Estudios Andinos, la Unión Nacional de Periodistas y la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central.

Estuvo organizado por iniciativa de la Cinemateca Nacional de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, cuyo director, Ulises Estrella, es conocido en nuestro medio cinematográfico y cultural, así como por el Centro de Investigaciones CIUDAD. Dirigido por los especialistas franceses Armand y Michele Mattelart, constituyó un evento de profundo interés y a algunos de los temas en él tratados queremos referirnos en este artículo.

Las intervenciones planeadas en el Seminario versaron fundamentalmente sobre

- Experiencias históricas en la comunicación en América Latina.
- La nueva fase de la industrialización de la Comunicación Audiovisual y los retos que ello constituye para el Tercer Mundo.
- Privatización de los sistemas de comunicación.
- Movimiento de mujeres y su aporte al análisis del proceso de comunicación.
- Búsqueda de un nuevo Orden Internacional de Información y Comunicación.

Como culminación del Seminario hubo un panel sobre los problemas de la comunicación social en el Ecuador, así como Talleres diversos sobre medios alternativos.

Los Mattelart tuvieron el privilegio de vivir en Chile los acontecimientos marcados por los primeros tres años del Gobierno Popular de Salvador Allende y de esa experiencia

invalorable surgieron trabajos cuyas conclusiones fueron notablemente enriquecidas por experiencias recientemente vividas en otro país protagonista de un proceso revolucionario que no merece abortar, el nicaragüense. A dichas experiencias se refieren ampliamente, en una de sus primeras intervenciones en el Seminario.

LIBERTAD

Partió Armand Mattelart de consideraciones que evidencian la situación de los medios de comunicación, sobre todo la de la prensa escrita, en nuestro subcontinente. Para Mattelart, la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), no es más que una comparsa internacional de la burguesía criolla, y su labor en Chile lo confirma.

Sin embargo, la revolución chilena tenía que hacerse, si

ello era posible, con el "andamiaje de las leyes de la democracia instituidas por la burguesía". Mas la experiencia mostró una vez más que ello no fue posible. Y es que la burguesía en su concepto de libertad, fundamentalmente ambiguo, juega, "homóloga, zanja las dudas y dictamina".

El problema fundamental radica, para los Mattelart, en el hecho de que muchos de los críticos auto-denominados socialistas, critican los regímenes socialistas o su instauración sirviéndose de los mitos de la ideología burguesa, como si fueran normas de perfección democrática.

¿No está acaso sucediendo así? ¿No somos nosotros espectadores de la dura campaña que se hace en

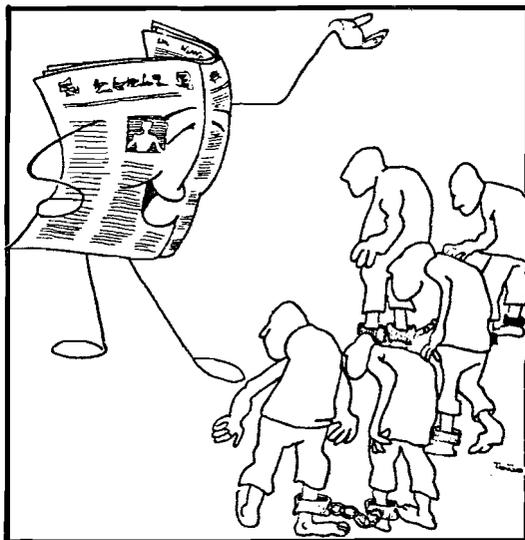
contra de las determinaciones de nuestros estadistas latinoamericanos más cercanos a un pensamiento y revisión socializante de nuestra realidad política? Ejemplar en este sentido es el caso de Vargas Llosa.

La ruptura de este escritor con la revolución cubana se justificó con objeciones como "burocratismo, obcecación ideológica, ausencia de libertades civiles vigentes en el capitalismo, ineficiencia productiva". Vargas maneja con su habitual capacidad, aspectos dolorosos; José Steinsleger en artículo sobre la ética y la política de Mario Vargas Llosa, "El idealismo como arma de tortura",¹ destaca uno de ellos: el tema de los que se van de Cuba. Desde esa inexpugnable fortaleza hecha de seguridad en sí mismo, del deslumbramiento causado por su propio éxito, Vargas Llosa convence a quienes no están alerta, e incluso a quienes lo están, de la verdad de sus certezas; contagia con las seguridades que luce sobre este mundo, que parece, sin embargo, no ver, o, al menos, no ver en su real dimensión. Para él, socialismo es igual a totalitarismo, totalitarismo, a estalinismo. Y democracia representativa es, automáticamente, libertad.

Sobre estos conceptos burgueses, la tan mentada libertad de prensa constituye un ámbito que se ha de defender a ultranza, tal como se está dando, en nuestros países.

Pero ¿cuál es el concepto real de libertad de prensa y de libertad de expresión? ¿Cuál el concepto mismo de libertad? ¿Quién se lo pregunta?

En Chile, "los acusados se dejaron encerrar en el círculo argumental de sus adversarios de clase, trabajando con las



representaciones colectivas generadas por el enemigo político y propias de él"²

¿Cuál es la noción de libertad que se discute: Dicha noción es, para la sociedad burguesa, **modelo absoluto**. Su punto de vista sobre la libertad no puede ser revisado. La libertad o es, o no es. Y una de sus manifestaciones fundamentales es la libertad de prensa. Por lo tanto, quien defiende la tan mentada libertad de prensa defiende la libertad. En este círculo fácil y por lo tanto temible, se encierra la opinión pública. Si alguna restricción hace un régimen socialista a la prensa, porque finalmente la institución del socialismo se paga con muchas restricciones, tal restricción no será jamás hecha a favor de la verdadera libertad, sino en su contra... La burguesía defiende según Mattelart, la libertad de prensa como una coartada más que le permite distraer la atención de los dominados y elevarla a un plano en que ellos no tienen nada que perder, como tampoco nada que ganar, pero que los deslumbra y, por tanto, los pierde.

Habría, para luchar a fondo contra las racionalidades de la dominación, que buscar y materializar de alguna forma la vigencia de un nuevo concepto de libertad de prensa y de libertad de expresión.

Mattelart analiza la clásica argumentación y se detiene "en algunos puntos donde la contradicción del concepto burgués puede ser sorprendida".

Libertad de prensa es idéntica a libertad de propiedad, puesto que es funcional a los intereses de los propietarios de los medios de producción. Así, el medio de comunicación de masas "liberal", solo puede emitir mensajes útiles a sus propios intereses.

Por otra parte y como la patria de quienes defienden los intereses capitalistas es la de su capital, Mattelart insiste en que la burguesía criolla usó el ámbito internacional como factor de convulsión interna y de solidaridad imperialista. El mecanismo montado por la SIP en Chile consistió fundamentalmente en toda una campaña internacional contra el gobierno de Allende. El mensaje emitido por los diarios chilenos, reforzado por el mensaje de la "prensa libre" en el continente, gozó en su patria de mayor autoridad, pues la había conseguido en el extranjero, y sus palabras y opiniones fueron, previamente, consagradas en lo internacional.

La libertad de prensa no puede ponerse en práctica en toda su extensión ni siquiera en países que proclaman poseerla. Efectivamente, hay una censura oficial tácita o explícita y una autocensura, si sus intereses ocultos, pero no menos presentes, se sienten amenazados.

OBJETIVIDAD

A través de una lógica abstraccionista, que cumple a cabalidad una de las claves de la dominación, pues permite idealizar y dar cariz universal a lo que expresan intereses particulares, se habla de la objetividad como de la regla de oro en la práctica periodística, considerándola posible en toda su extensión. Ser objetivo equivale a considerar la realidad desde fuera, como si el periodista se hallara situado en un espacio autónomo, neutro, en el que no interfieren juicios de valor

ni ideológicas, y en donde tampoco el periodista se halla contaminado por sus propios condicionamientos personales y sociales. Resulta desde esta mira el periodismo una labor casi exacta, de objetividad científica, pretensiones éstas imposibles de cumplir a no ser en un proceso ahistórico, en donde periodista y periodismo se abstraen de las condiciones concretas que rodean y determinan los acontecimientos, los permiten y reflejan. La pretendida objetividad es la pérdida radical de toda posible objetividad. La realidad objetiva, aislada de su entorno, "será la ilusión objetiva, la apariencia empírica o el mundo de la superficie, vale decir, el mundo de la falsa conciencia, el universo de la falsa armonía social y de la ilusoria coherencia del aparato de dominio"³

Antes de que los marines lo hicieran general y mandamás de Nicaragua, Tacho Somoza se dedicaba a falsificar monedas de oro y a ganar con trampas en el póker y el amor.

Desde que tiene todo el poder, el asesino de Sandino ha convertido el presupuesto nacional en su cuenta personal y se ha hecho dueño de las mejores tierras del país. Ha liquidado a sus enemigos tibios disparándoles préstamos del Banco Nacional. Sus enemigos calientes han acabado en accidente o emboscada.

La visita de Somoza a los Estados Unidos no es menos triunfal que la de Trujillo. El presidente Roosevelt acude, con varios ministros, a darle la bienvenida en la Union Station. Una banda militar

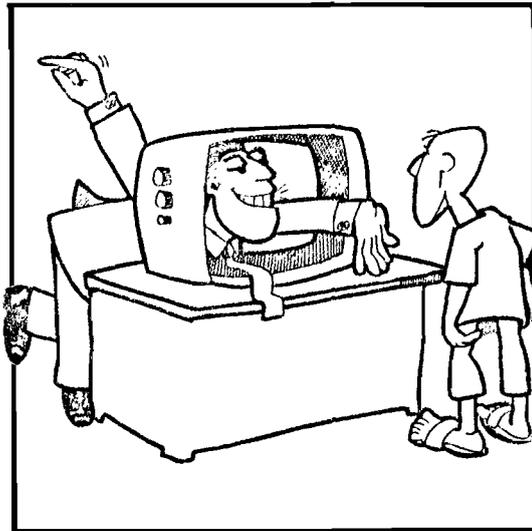
interpreta los himnos y suenan cañonazos y discursos. Somoza anuncia que la avenida principal de Managua, que atraviesa la ciudad de la laguna al lago, pasa a llamarse avenida Roosevelt.⁴

La libertad de prensa supone la contradicción de la pertenencia de todo el poder de la información a una minoría propietaria. Ello responde, además, a una concepción vertical del mensaje: el emisor transmite al receptor, base mayoritaria que en vano buscará en los media sus preocupaciones, sus aspiraciones, sus valores y normas, para hallar solo aquellos que la dominación le impone. No participará activamente en la orientación de programas. Su carácter fundamental es la recepción y la pasividad.

El mensaje que los media difunden refleja la práctica y la vida social de una clase opresora, que justifica sus valores, sus teneres, su forma de vida, su calidad opresiva, en todos sus mensajes; es dueña de la palabra; de la voz; a la masa le queda como alternativa la recepción callada de ese mensaje impuesto y por naturaleza justificador de la opresión o, al menos, encubridor de ella.

Pero además de que se impone a través de los media el mensaje de la opresión y todos sus subterfugios, se nos ha acostumbrado a creer que la comunicación masiva depende de la más alta tecnología y que tan solo quienes detentan el poder tecnológico están habilitados para transmitir los mensajes.

Según Mattelart, por el contrario, *en un proceso revolucionario se trata de desmitificar este*



concepto de colonización de una clase por otra, invirtiendo los términos autoritarios, que suelen disfrazarse de un cariz paternalista y estableciendo un flujo comunicativo entre emisor y receptor. Es decir, se trata de hacer del medio de comunicación de masas un instrumento donde culmina la práctica social de los grupos dominados. El mensaje ya no se impone desde arriba, sino que el pueblo mismo es el generador y el actor de los mensajes que le son destinados, [...] en consecuencia, la noción de libertad de expresión y de prensa se despoja de su abstraccionismo y cobra cuerpo. Este mismo proceso de concreción rescata de las manos de una minoría monopolizadora, el privilegio de la expresión. La noción de la libertad de expresión deja de ser una utopía clasista.⁵

En la medida en que los procesos históricos que viven nuestros pueblos abonan a la causa revolucionaria, puede citarse la alternativa presentada por los media en el Ecuador con los programas llevados adelante por iniciativa de Monseñor Proaño, en las Escuelas Radiofónicas de Chimborazo. Dichas escuelas han sido pensadas con el pueblo y desde él, con las inmensas masas indígenas desposeídas de esa zona, que han encontrado en los media la alternativa a su silencio.

En el proceso vivido en Chile, el discurso autoritario de los media es evidente. Discurso coercitivo, no presentaba alternativa alguna al receptor; en la campaña electoral precedente a la elección de Allende, la clase dominante exacerbaba los signos presentes, pero ocultos, de la cotidianeidad en la contra-

dicción libertad-totalitarismo, democracia-dictadura. Esquema intolerante, dicotómico, toda la realidad en él se reducía a los dos polos, identificado el primero con la libertad y libertad de prensa abstractas, felizmente situadas en un más allá de la crítica y del examen consciente; el segundo, con el signo del enemigo, la mentira, la carencia total de libertad, la pérdida de todos los valores.

El poder opresivo se ha encargado de desacreditar desde siempre a cualquier grupo que intenta algún cambio en sus esquemas. Intolerante, rebelde a cualquier proceso de cambio patrocinado por sectores medios o bajos de la sociedad, vierte en el área de lo subversivo todo lo que no va con él, todo lo que tiende a revelar su verdadero rostro.

Tal coerción se logra de manera privilegiada a través del lenguaje publicitario. El receptor, en este lenguaje, se ve constreñido al papel de hombre económico y se funde en el deseo y en la necesidad artificial de lo que ofrece una sociedad de consumo, injusta en su orden aparente. Para el consumidor-receptor, finalmente —que todo ser humano, por pobre que sea lo es, potencialmente— las clases opresoras y sus medios de comunicación logran hacer pasar por legítimo su reclamo del monopolio de la verdad sobre lo real. Es la clase dominante la que supone —y convence de ello a la gran masa— poseer el único parámetro de un desarrollo verdadero, la única medida de los intereses nacionales. Verdad, libertad, desarrollo, posibilidades, orden, democracia, están en sus manos desde siempre y para siempre.

ALTERIDAD

En la revista "Action Comics" se publican las aventuras de Superman.

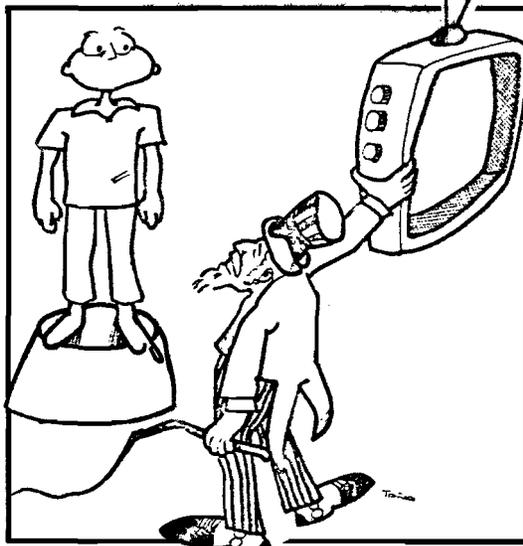
Este Hércules de nuestro tiempo custodia la propiedad privada en el universo. Desde un lugar llamado Metrópolis, viaja a otras épocas y galaxias, volando más rápido que la luz y rompiendo las barreras del tiempo. Vaya donde vaya, en este mundo, o en otros, Superman restablece el orden con más eficacia y rapidez que todos los marinés juntos. Con una mirada derrite el acero, con una patada tala todos los árboles de la selva, con un puñetazo perfora varias montañas a la vez.

En su otra personalidad, Superman es el timorato Clark Kent, tan pobre diablo como cualquier de sus lectores.⁶

Más desde 1973, "bajo los auspicios de organismos internacionales tales como la UNESCO o de instituciones como

el movimiento de los países no alineados, los países del Tercer Mundo denuncian el flujo internacional desigual de las noticias, producidas y distribuidas por un número reducido de agencias de prensa pertenecientes a los países desarrollados".⁷

Es hora ya de que el Tercer Mundo confirme su irrupción en la escena política. Es hora ya de que América Latina sea reconocida como un continente con características propias, ni apéndice de nadie ni al servicio de otros países. Es hora de que sea reconocida y se reconozca a sí misma en su heterogeneidad, en su originalidad, en su historia que no es una historia prestada. Que es la suya, de manipulaciones, de mentiras sin cuento



que ella ha creído y ha colaborado a crear, pero que ha de ir despejando conforme tome conciencia de su ser peculiar, sobre el que ha de construir su único posible futuro.

Pero América Latina ha de cuidarse, en su búsqueda de emancipación política y cultural, de la homologación posible que pone en planes iguales a países disímiles. Ha de prevenir también la utilización del nuevo orden internacional de la información como una huida de sus propios problemas nacionales y de las políticas nacionales pertinentes y para fundirlas en la máscara aparentemente acertada y legítima del "nuevo orden económico", del "nuevo orden de la información y tecnológico".

La problemática de la comunicación en el Tercer Mundo, dependiente también de los polos metropolitanos, ignora muchas veces la presencia creciente de la producción de algunos países latinoamericanos en países como Italia o Estados Unidos. Brasil, México están revelándose en otros mundos a través de sus programas, que van exigiendo su presencia. ¿Cómo es ello posible? Esta influencia solo tiene una explicación, al lado de otros países latinoamericanos que están todavía apenas eligiendo su sistema televisivo.

Rede Globo, la más importante cadena de TV, de Brasil, creada en 1965, pertenece a la Organización Globo, esta comprende el diario O Globo, uno de los principales del país, fundado en 1925; el Sistema Globo de Radio, inaugurado en 1944 y compuesto de 17 emisoras en modulación de amplitud (AM) y modulación de frecuencia (FM). Una empresa

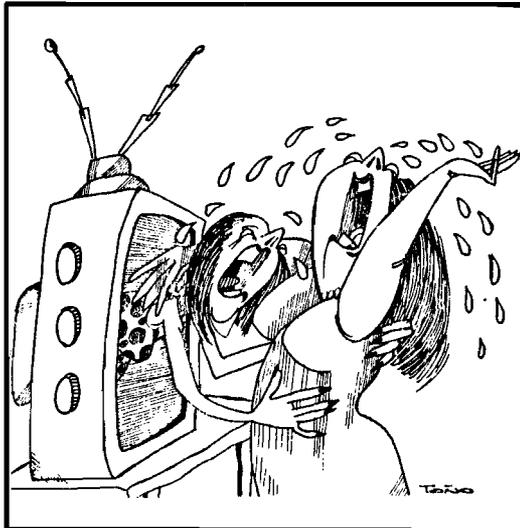
editorial, la Río Gráfica Editora S.A. El Sistema Globo de Registros Audiovisuales (SIGLA), la industria electrónica Telcom; una empresa de promoción de espectáculos, la VASGLO, la Galería de Arte Global y, como es natural, la red Globo de televisión la cual comprende 5 emisoras, 36 afiliadas y centenares de estaciones de retransmisión.⁸

Algo parecido sucede con Televisa, en México.

Las múltiples ramificaciones de Televisa hacen probablemente de México un caso único en la historia de la radio y de la televisión. Este nivel de monopolización de la televisión en manos de un solo grupo privado, no tiene prácticamente igual en ningún país capitalista, tanto del centro, como de la periferia. Ha ocurrido todo como si la estructura política del partido único que caracteriza el régimen mexicano, se hubiera trasplantado al sistema televisivo comercial, evitando naturalmente la transferencia de las grandes contradicciones que desgarran a este partido (el PRI, Partido Revolucionario Institucional).⁹

Son pues, las llamadas fundaciones culturales de Televisa y de Rede Globo, mecanismos potentísimos, que permiten a estas empresas influir en todos los ámbitos socio-económicos e incluso permitirse el lujo de concebir programas en el campo educativo y en otros campos, de evidente función social.

Ello significa que, bajo el signo de la filantropía, estas empresas colaboran de forma privilegiada en aquellas funciones que incumben al estado, tomando parcialmente su lugar y dilatando el área de influencia privada en ámbitos sociales, con lo cual, lamentablemente, no hacen más que reforzar las hendiduras ya existentes en el todo social.



VACIEDAD

A propósito de tales hendiduras y para cerrar esta breve referencia a los diversos temas tratados en el seminario, no debemos pasar por alto la que considero de importancia fundamental de entre las reflexiones realizadas en alta voz en el Seminario referido. Es aquella que se genera a partir de la preocupación sobre la incidencia de los media en la vida cotidiana femenina. Tema inagotable, como lo son las estrategias de los media para ganar al público femenino que, según Michelle Mattelart, constituye "eje esencial de organización de sus programaciones".

¿Por qué precisamente el público femenino? ¿Hay en la mujer latinoamericana cierta habilidad fundamental que la hace proclive a las sugerencias y variadísimos métodos de convicción de los media, más que a otro tipo de público?

Sí, y, por supuesto, no.

Sí, por la condición de nuestras sociedades, en las que la mujer media se halla reducida a la mínima expresión en el ámbito del laborar doméstico, sola, sin gratificación intelectual ni económica, constituyéndose en beneficiaria predilecta de las gratificaciones sentimentales que tan bien manejan los media a partir de sus seriales y de la publicidad, dirigida a aliviar la carta doméstica con promesas de paraísos de facilidad y perfección en cada nuevo producto, detergente, electrodomeéstico, en cada tarro de leche para el lactante.

El público femenino que se nutre de los media comprende en nuestro ambiente un amplísimo espectro económico y social que va aprendiendo insensiblemente a reducir sus esperanzas a la medida de las inspiraciones de los media. Si la capacidad de compra es reducida, no lo son la capacidad de sueño ni la necesidad de compañía, sustitutos y paliativos. "La actitud de las mujeres respecto a la radio es significativa, piden esencialmente una presencia".

Dicha presencia se llena a través de la imagen. Ello explica el éxito de las telenovelas que son de preferencia de las televidentes y se alargan inagotablemente, aspirando a llenar el ámbito vacío y alerta de la inteligencia y el sentimentalismo, "típicamente femeninos".

Con semejante alimento intelectual, la mujer latinoamericana asiste insensiblemente y sin nostalgia ni urgencia de cambio, salvo raras excepciones, a la disminución de sí misma a la exacta medida de lo que le sugieren y entregan los media. En el desempeño cotidiano de un trabajo sin incentivos y sin consuelo, busca la justificación de su vida en la adhesión inconsciente, y por ello más eficaz, a la infinita letanía consumista. "A la monotonía de su vida responde la excepción: el serial permite establecer un desquite simbólico sobre la trivialidad de lo cotidiano. A la repetición monótona de este último responden día a día los episodios de la aventura excepcional de la heroína".¹⁰

Las industrias culturales entregan además un "modelo femenino" que penetra las aspiraciones del ama de casa. De su papel de consumidora, opuesto al papel productor asignado casi exclusivamente al hombre por esta sociedad, ella es pasto de anuncios y propagandas de todo tipo de productos, desde los que facilitan las tareas domésticas hasta los que la convierten de cenicienta en princesa de sueño, que procurará con su belleza y elegancia la mayor realización de su hombre; su vida toda gira alrededor del anhelo de comprar, de consumir, de tener, única palanca para alcanzar todo lo que se puede ser como mujer en este mundo.

Según estos autores, los media, puerilizando las más auténticas aspiraciones de la mujer angustiada por su situación, tratan de convencerla y lo logran, de que el triunfo y la libertad contra antiguas dependencias consiste en tener: la cantidad de cosas de que nos rodeamos justificará para siempre nuestras vidas, haciéndonos, además, felices.

NOTAS:

- 1.- José Steinsleger, "El idealismo como arma de tortura", *El Diario, Loja*, jueves 10 de septiembre, 1987, p. 5.
- 2.- Armand Mattelart, *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, México, Siglo XXI, 1984, p. 65.
- 3.- Ibid. *La comunicación*, p. 68.
- 4.- Eduardo Galeano, *Memoria del fuego III. El siglo del viento*, México, siglo XXI, p. 145.
- 5.- Armand Mattelart, *La comunicación*, p. 73.
- 6.- Eduardo Galeano, *Memoria*, p. 145.
- 7.- Comunicación de masas y medios alternativos, Curso taller, Quito, 24-28 agosto 87, Material Docente 2, Armand Mattelart, ¿La Cultura contra la Democracia?, p. 1.
- 8.- Ibid. p. 27.
- 9.- Ibid. p. 29.
- 10.- Michelle Mattelart, *Mujeres e industrias culturales*, Madrid, Cuadernos Anagrama, 1982, p. 10