

# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 55 - SEPTIEMBRE 1996

**Director**

Asdrúbal de la Torre

**Editor**

Fernando Checa Montúfar

**Consejo Editorial**

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo Salas

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de  
CIESPAL**

Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la  
Universidad Central del Ecuador.

Sandra Correa,

Ministra de Educación.

Diego Rivadeneira,

Min. Relaciones Exteriores.

Héctor Espín, UNP.

Consuelo Feraud, UNESCO.

Washington Bonilla, AER.

León Roldós, Universidad Estatal de  
Guayaquil.

Edgar Jaramillo Salas,

FENAPE.

**Asistente de Edición**

Martha Rodríguez

**Portada**

Luigi Stornaio

**Impreso**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Tel. 506 149 544-624. Telex: 22474

CIESPAL ED. Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec.

Registro M.I.T., S.P.I.027

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de la revista. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a

Chasqui

**C**omo “babelólogo” (estudioso de la Babel de lenguas que es la ciencia), “experto en expertos” (conocedor de quienes tienen la información especializada), “el espíritu que siempre niega” (similar al Mefistófeles de *Fausto*) y de muchas otras maneras ha sido definido el periodista científico. Pero, más allá de las definiciones, está la importancia que va adquiriendo en un mundo crecientemente tecnologizado y enormemente dependiente de la ciencia, más aún si consideramos que la mayor parte de los ciudadanos de nuestros países, incluidos los considerados “cultos”, ignoran muchas cuestiones científicas y tecnológicas. Por ello, en los albores del tercer milenio en el cual se acentuará la importancia de la ciencia y la tecnología, y nuestro grado de dependencia hacia ellas, el papel que deberán jugar el periodismo y la divulgación científica -los dos emparentados pero no iguales- será mucho mayor. *Chasqui*, que nunca ha permanecido ajena a las revoluciones informativas ni al progreso científico y tecnológico, ha querido poner en común algunas preocupaciones de connotados periodistas y profesores de Iberoamérica sobre esta compleja y exigente temática, para renovar el diálogo en torno a los **Medios, ciencia y tercer milenio**.

Desde el “animal político”, sedentario habitante de la polis griega, y aun antes, hasta el “animal informático” sedentario y nómada electrónico de la ciudad actual, el espacio urbano se ha transformado desmesuradamente, y con él todo lo que lo ha configurado, inclusive la comunicación, dimensión que suele no ser muy considerada al analizar la ciudad y su complejidad. En **Comunicación en el espacio urbano**, *Chasqui* quiere contribuir al debate, ya iniciado de manera fructífera por otras instituciones como la UNESCO, y a la construcción de un mejor conocimiento sobre la relación existente entre los diversos procesos de comunicación, macros y micros (no obstante la multiplicidad de enfoques de los estudios sobre comunicación urbana -dice Javier Esteinou Madrid- nos hemos olvidado de la comunicación interpersonal, no por micro menos importante para entender el problema y aportar a su solución), y la ciudad, en la perspectiva no solo del diagnóstico, sino también de la proyección hacia urbes más humanas, más democráticas, más vivibles.

La caja registradora se ha convertido en la editora de ciertos medios impresos dentro de una tendencia que considera que “el texto es despreciable”, algunos entretelones de la radiopasión del padre de la radionovela: Félix B. Cagnet, la vigencia de la onda corta tradicional y otros temas de interés constituyen esta edición 55 con la que esperamos seguir suscitando el debate y la socialización de pensares y sentires acerca del multifacético mundo de la comunicación. Al acercarnos al décimo quinto aniversario de *Chasqui*, en su segunda etapa, renovamos nuestra fe en este cometido y en nuestros lectores, interlocutores y parte sustancial de él.

## MEDIOS, CIENCIA Y TERCER MILENIO

**P**eriodismo y divulgación científica son actividades cada vez más importantes en un mundo crecientemente tecnologizado y dependiente de la ciencia.



## COMUNICACION EN EL ESPACIO URBANO

**E**s necesario conocer más ampliamente las relaciones entre la comunicación y la ciudad, no solo en la perspectiva del diagnóstico, sino también en la de la proyección hacia una ciudad más humana, más democrática.



**4** Los comunicadores y el III milenio  
*Manuel Calvo Hernando*

**8** Ciencia, tecnología y desarrollo  
*Tomás V. Unger*

**11** Divulgación de la ciencia ¿para qué?  
*Luis Estrada*

**14** La noticia científica en el Tercer Mundo  
*Martín F. Yriart*

**18** Nuevas tecnologías y periodismo científico  
*Félix Ares*

**22** Médicos y periodistas  
*Juan Mendoza-Vega*

**25** Ciencia y razón en el cine y la TV  
*William Evans*

**30** ¿Cómo escribir artículos de divulgación científica?  
*Elizabeth Ballén*

**34** La formación del periodista científico, un problema prioritario  
*Amalia Beatriz Dellamea*

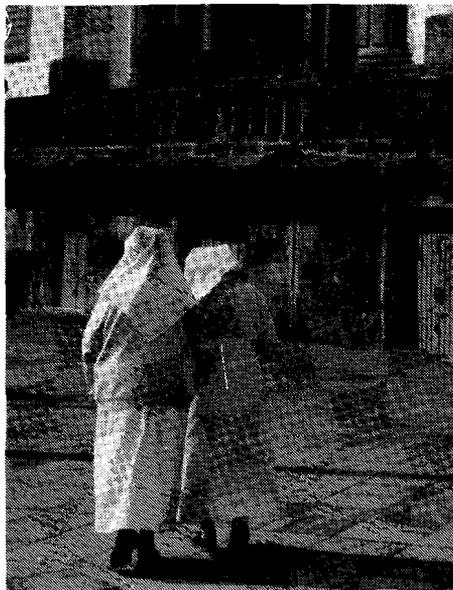
**38** ¿Cultura literaria... o cultura científica?  
*Alexis Schlachter*

**40** Divulgar la ciencia en México: un reto  
*Patricia Magaña Rueda*

**44** La ciudad es un libro abierto  
*Fernando Carrión*

**48** Comunicación y genealogía urbana  
*Gabriel Eira*

**52** La ciudad como proceso de comunicación  
*Javier Esteinou Madrid*



- 56** El graffiti: spray, paredes y algo más...  
*Patricio Falconí*
- 58** Comunicación municipal, un aporte a la democracia  
*Fernando Ossandón C.*
- 61** En Caracas: una radio sin antena  
*José Tomás Angola*
- 64** Periodismo urbano: hacia una nueva generación de periodistas  
*Ana María Miralles*
- 66** Por una ciudad comunicable y comunicadora  
*Alejandro Alfonzo*
- 69** Periodismo urbano y calidad de vida

## APUNTES

- 72** Romper lanzas por la onda corta tradicional  
*Ignacio Canel B.*
- 75** Neofrivolización en la prensa  
*Carlos Morales*
- 78** El cartero siniestro  
*Christian Ferrer*

## ENTREVISTA

- 82** Otras huellas de Félix B. Cagnet  
*Joaquín G. Santana*
- 85** IDIOMA Y ESTILO  
El periodista y el gerundio  
*Hernán Rodríguez Castelo*
- 90** RESEÑAS



## NUESTRA PORTADA

Caracteres de miseria en  
el quinto piso.  
Oleo sobre lienzo.  
70 x 120 cm. 1994

**LUIGI STORNAIOLO**

DISEÑO PORTADA Y  
CONTRAPORTADA

ARTURO CASTAÑEDA V.



# Los comunicadores y el III milenio

*En el contexto apasionante y sugestivo de nuestro tiempo, han surgido unos profesionales, los periodistas científicos, con una doble e inaudita pretensión: explicar el universo y acercar al pueblo el conocimiento. Pocos objetivos tan decisivos podrá proponerse una sociedad. La información se hace conocimiento y quienes dominan una y otro dominarán el futuro.*



Capalera No. 70

**S**i subiese al mismo cielo y contemplase en su esplendor la naturaleza del mundo y la belleza de los astros, insípida sería para mí esa admiración si no te tuviese a ti, lector benévolo, atento y ansioso, a quien contárselo". (Arquitas, según Cicerón).

El periodista de la era tecnológica deberá ser, ante todo, periodista. Pero, ¿quiénes son, quiénes somos, estos seres singulares, que hemos elegido un

oficio duro, apasionante y misterioso, fuente de satisfacciones y de frustraciones diarias, que a uno no le abandona ni

de noche ni de día, ni en la diversión ni en el descanso, ni de joven ni de viejo, ni en activo ni jubilado?

MANUEL CALVO HERNANDO, español. Periodista, presidente de la Asociación Iberoamericana de Periodismo Científico.

### Babelólogo y experto en expertos

Joseph Kessel decía que el periodismo es la máquina más bella para el conocimiento y el poder. No me interesa lo que la información pueda tener de máquina de poder, pero sí de conocimiento. Y aquí conectamos de nuevo con el periodismo científico. El nuevo periodista de los años 90 y del siglo XXI deberá ser, además de especialista en generalidades, como todo periodista, un técnico en la comunicación de la ciencia.

Quizá el mejor retrato del cultivador de esta especialidad informativa sea el realizado, hace más de un cuarto de siglo, por uno de los maestros del género, el británico Ritchie Calder. Se llamaba a sí mismo "babelólogo" (estudioso de la babel de lenguas que es la ciencia) y "experto en expertos", es decir, que sabe a quién recurrir para obtener la información que necesita. "Soy -decía- como el símbolo del reportero científico, que actúa como mandatario del hombre de la calle, al que trata de ilustrar empleando el lenguaje común y corriente; ese reportero que nunca se siente seguro de los conocimientos que posee, y recurre a los saberes de los especialistas".

El divulgador no se limita, o no debe limitarse, a la simple transmisión de conocimientos y su papel cultural es mucho más activo y responsable: selecciona lo que debe divulgarse, determina la forma en que debe hacerse y transmite determinadas imágenes de la ciencia que pueden condicionar actitudes hacia la práctica y el papel de la ciencia en el mundo de hoy. Orienta, por tanto, desde determinadas posiciones, procesos de apropiación cultural de las ciencias (Paul Bromberg y José Granés).

El comunicador científico comparte, además, una parcela de la angustia y de la problemática del hombre de ciencia y del hombre en general: la desigualdad entre seres humanos, sociedades y países, la contaminación, la agresividad, la explosión demográfica, la lluvia radiactiva, la lluvia ácida, el riesgo de guerra química, biológica y nuclear, etc.

### Un nuevo tipo de comunicador

Las sociedades del tercer milenio van a necesitar un nuevo tipo de comunicador que sea capaz de valorar, anali-

zar, comprender y explicar lo que está pasando y, dentro de lo posible, lo que puede pasar, especialmente en aquellos campos que, hasta donde puede preverse hoy, serán los escenarios decisivos de la transición a la nueva sociedad: la información, la biología (y especialmente la genética y la biotecnología), la energía y los nuevos materiales.

Por todo lo dicho, las cualidades básicas del divulgador de la ciencia, sea o no periodista profesional, se moverán entre el afán de comprensión, la curiosidad universal (para satisfacerla personalmente y para suscitar, en sí mismo y en los demás, curiosidades y emociones nuevas), la capacidad de expresión, la sed de conocimientos, el estado de duda, escepticismo y alerta permanente, amor al misterio, imaginación (que comparte con el investigador científico), preocupación por el rigor, capacidad de asombrarse y de maravillarse, una vocación pedagógica y, por supuesto, como tal periodista, el gusto por comunicar.

En cuanto al estado de duda, el periodista científico no debe fiarse de sí mismo ni de nadie y debe buscar apoyo externo para evitar en lo posible cometer errores. A estas virtudes debe añadir la prudencia, en el sentido de respetar las zona de incertidumbre y los límites de la validez de los conceptos, de evitar considerar como absoluto lo que no suele ser más que modelos transitorios.

El divulgador de la ciencia, en su figura ideal, debe ser, como decía Ortega de sí mismo, "el espectáculo de un hombre agitado por el vivo afán de comprender". Y nuestro lema habría de ser la frase que Sócrates repetía: "¿Qué quieres decir con esto?".

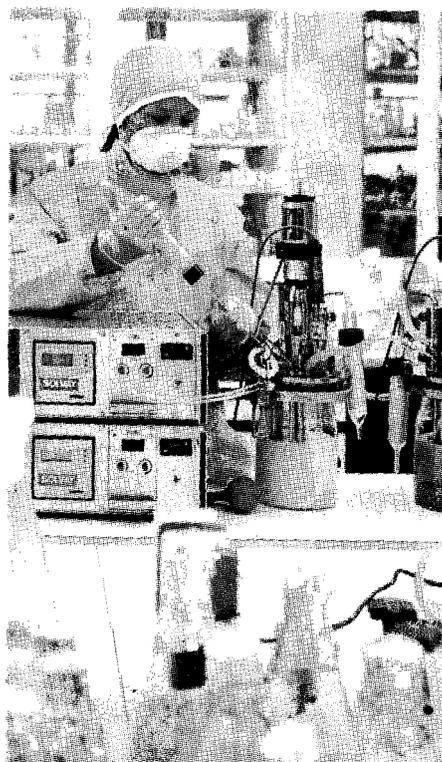
### Perfil del futuro periodista científico

En los últimos años, se han realizado aportaciones importantes en el campo de la difusión científica, que permiten ya intentar un boceto del perfil del periodista especializado en la información y la divulgación de la ciencia y la tecnología en el III milenio.

Me baso en algunos de tales trabajos y especialmente en los materiales recogidos por Pierre Fayard en su libro *La culture scientifique, enjeux et moyens*

(La Documentation Française, Junio 1990); *La vulgarisation scientifique dans un monde qui change* ("Impact", No. 152, Unesco, París, 1988); *Vulgariser la science* (Varios autores, París, 1988); *Science et Communication*, de Skrotzky (París, 1989); *El periodista científico toca la puerta del siglo XXI* (Convenio Andrés Bello, Bogotá, 1988); *Encuentro de Periodistas Científicos Europeos* (Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Madrid, 1990) y en mis libros *Periodismo Científico* (Editorial Paraninfo, Madrid, 1977, 2a. edición, 1992); *Civilización Tecnológica e Información* (Editorial Mitre, Barcelona, 1982) y *Ciencia y Periodismo* (Centro de Estudios para el Fomento de la Investigación, Barcelona, 1990).

El periodista científico ha sido definido como una especie de máquina, un intermediario entre el investigador y el lector: un investigador hermético casi por



*El periodista científico es un "experto en expertos"*

definición (aunque el hermetismo se va disolviendo ante los requerimientos y condicionamientos de la sociedad moderna) y un público ignorante también por definición, aunque en ciertos casos pueda saber más que el periodista y que el científico. Y, como todo intermediario, corre el riesgo de no dejar satisfecho a nadie, ni al público, porque puede no haber entendido plenamente la explicación, ni al investigador, porque puede pensar que ha sido manipulado, o, en el mejor de los casos, tergiversado.

Para el mexicano Luis Estrada ("La comunicación de la ciencia", en *Omnia*, México, diciembre, 1987), el divulgador de la ciencia es, desde un punto de vista operativo, el representante del público y al mismo tiempo el mejor interlocutor del científico. Se ha llegado a afirmar que Prometeo es el paradigma del periodista científico, que lleva el conocimiento a la humanidad.

**E**l divulgador de la ciencia es, desde un punto de vista operativo, el representante del público y al mismo tiempo el mejor interlocutor del científico. Se ha llegado a afirmar que Prometeo es el paradigma del periodista científico, que lleva el conocimiento a la humanidad.

En una de las charlas informales, durante los descansos de un curso en CIESPAL, en Quito, el profesor Leauté nos decía que la divulgación científica es el modo de abrir a las gentes esa catedral moderna que es la ciencia de nuestros días. Para Skrotzky, el periodista científico es un mediador, pero con sentido crítico, y no es ni un científico ni un educador, aunque participe del trabajo de ambos.

Nuestro campo de acción es universal, nuestra especialidad cubre una vida entera y la máxima aspiración de muchos de nosotros es trabajar en la divulgación y morir dulcemente, inclinados sobre la máquina de escribir, y ahora sobre el teclado del ordenador.

Este oficio tiene también su parcela crítica de centinela del individuo y de la sociedad, y la responsabilidad de vigilar, de desvelar errores, maldades, deficiencias y corrupciones, especialmente de quienes ocupan el poder, y no solo político, sino cualquier poder. En su precioso libro *Donnez-nous notre quotidien*, D. Toscan du Plantier nos recuerda a los profesionales de la información que el periódico, por su propia esencia, es oposición, no en el sentido político de la palabra, sino en el sentido del que se opone, del antagonista, del que quiere saber por qué las cosas van mal.

#### **Cualidades del divulgador científico**

Resumiendo y esquematizando lo dicho hasta ahora, el perfil del periodista científico podría trazarse conjugando todas estas cualidades:

- Ante todo, se trata de un periodista, es decir, debe responder a las condiciones y características de esta profesión, a las que me he referido, y aplicar las normas generales del oficio a un tipo específico de informaciones, vinculadas con la ciencia y la tecnología.
- Es indispensable, no una especialización en cada una de las disciplinas científicas, que sería utópico, sino una cultura general que le permita comprender y asimilar los nuevos conocimientos.
- Trabajo, trabajo y trabajo. Contando con el bagaje cultural que, por otra parte, nunca se puede completar, el periodista científico -salvo excepcio-

nes- no puede llegar a la plenitud profesional más que después de muchos años de trabajo. Nunca puede dejar de leer, de hablar con los científicos, de adquirir conocimientos, en un enriquecimiento continuado. Si un solo día deja de leer, se quedará atrás. Todo hay que trabajarlo, escribía Paracelso hace casi cinco siglos. Como decía Walter Sullivan, editor científico del *New York Times*, uno de los aspectos más agradables de ser un escritor científico es el requisito de no dejar de aprender jamás.

- Es, o debe ser, un mediador entre la ciencia y la sociedad, con los riesgos y las satisfacciones inherentes a cualquier mediación. Para este profesional, el objeto de su tarea de comunicación es la ciencia, tomando la palabra objeto no como cosa, sino como producto de una construcción personal e intelectual, el objetivo de un trabajo en el que se combinan la inteligencia y la emoción.
- Por todo ello, ha de enfrentarse con un doble requerimiento: conocer el tema que va a tratarse y saber contárselo al público de modo sencillo y sugestivo y traduciendo no solo los conceptos, sino todo un lenguaje, y sin dejar un solo término científico (aparte de los que van entrando en la vida cotidiana) sin una explicación.
- Deberá ser al mismo tiempo portavoz de la sociedad (representante del público) y educador de esa misma sociedad. En el Congreso Nacional de Periodismo Científico (Madrid, 1990), se consideró a estos profesionales como agentes espacio-temporales y promotores del cambio, una especie de corresponsales en el país de la ciencia. Utilizando una expresión del campo del espionaje, Pierre Fayard les llamó "agentes dobles".
- La claridad y la fidelidad son cualidades indispensables. La claridad es consustancial con la divulgación. Aunque, en principio, se trata de una cualidad natural, resulta difícil de dominar. Siguiendo a Estrada, recordemos que la claridad se basa en el conocimiento del tema que se va a divulgar y en el dominio del lenguaje del público a quien la divulgación va dirigida.

Hay que dar al público la misma ciencia de los científicos, aunque varíen



Alanis Pérez-Luna, Venezuela

*En países como los nuestros, hacer periodismo científico es un lujo que muy pocos pueden permitirse.*

la precisión, los detalles y el modo de expresarla.

Otros requisitos, algunos ya comprendidos en párrafos anteriores, serían: disciplina, concentración, paciencia y preocupación, son los consejos de Erich Fromm en *El arte de amar*, glosados por Luis Santamaría (*El comentario periodístico*, Paraninfo, Madrid, 1990).

### **Periodismo científico y subdesarrollo**

Al llegar aquí tengo la duda de si este artículo podría resultar excesivamente vinculado a los países industrializados, pues no en vano la mayoría de los libros y documentos manejados, y mi propia experiencia, proceden de estos países. He recibido el testimonio de un entrañable colega y amigo, que me autoriza a usarlo en el libro, pero me pide discreción sobre nombre y país. Así lo hago porque, aunque no se cite al autor, entiendo que nos encontramos ante una confesión de un profesional del periodismo científico, anónimo, pero real, y que refleja una situación desgraciadamente generalizada.

La mayor parte de mis colegas en los países en desarrollo en general, y en América Latina en particular, viven de al-

guna actividad ajena al periodismo científico, y ejercen la divulgación de la ciencia por vocación. Apenas si hay periodismo científico en los países en desarrollo, como consecuencia de un problema cultural que a su vez se deriva de una estructura socio-económica.

El nivel cultural-educacional requerido para escribir de ciencia lleva implícito un nivel de vida que a su vez requiere un cierto nivel de ingresos y el periodismo científico -ya sea impreso, hablado o televisivo- en estos países no produce tales ingresos. En general, quienes escriben sobre ciencia viven de otra cosa y tienen que pagarse el material informativo, las computadoras, el papel, los viajes, las visitas, los seguros, etc.

He aquí un caso concreto. Mi comunicante escribe unas 52 páginas al año (una por semana), para lo cual tiene en su casa un ordenador con impresora y una secretaria, y está suscrito a revistas de Alemania, Inglaterra y EE.UU. Compra un promedio de seis libros de referencia al año, además de sus enciclopedias y diccionarios de uso. Habla y lee siete idiomas (dos de ellos mal, pero lo suficiente para moverse con comodidad en los países correspondientes). Está suscrito a la TV por cable y su esposa, que habla inglés y francés, le

ayuda en este trabajo, por el que le pagan 390 dólares al mes, lo cual, evidentemente, no cubre ni una mínima parte de los gastos realizados.

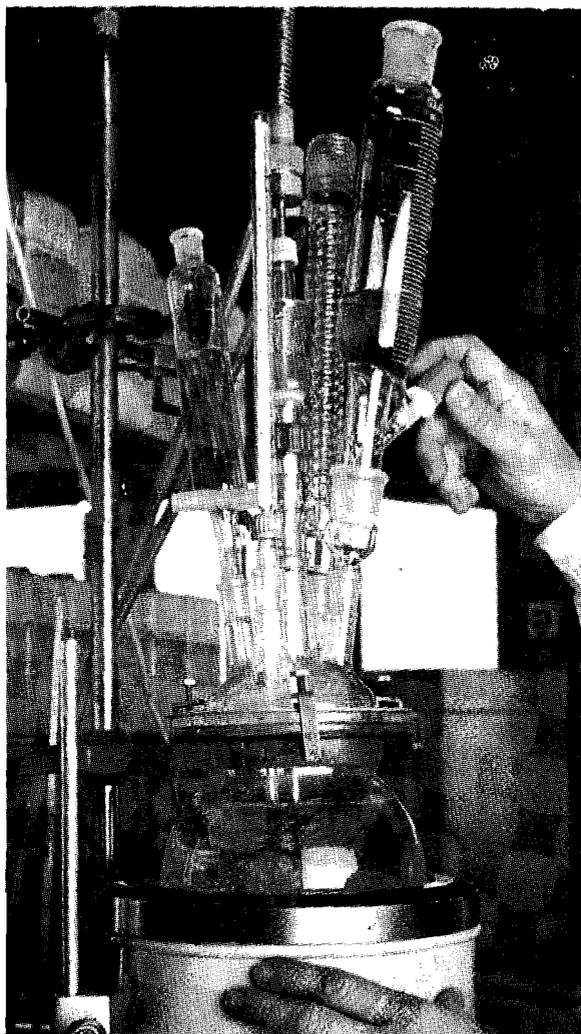
Si el problema se traslada a la TV, tiene que pedir los vídeos prestados a las embajadas, trabajar normalmente con material envejecido y a veces está condenado a no ver el programa que sale al aire. Aquí la remuneración es algo mayor, pero en todo caso, insuficiente.

A este periodista ni siquiera le queda el recurso de abandonar, porque su sustituto, que sería un joven, probablemente recién casado y quizá con uno o varios hijos en el colegio, está obligado inexorablemente a buscar un trabajo mejor remunerado, en el supuesto de que tal sustituto reúna las calificaciones requeridas que aquí hemos señalado.

En países de esta naturaleza, escribir de ciencia y tratar de hacer periodismo científico, es un lujo que muy pocos pueden permitirse y que llevan a cabo, por vocación, como hemos dicho, y porque ello les obliga a mantenerse informados de lo que pasa en el mundo de la ciencia y de la técnica, les permite conocer personas valiosas que enriquecen sus conocimientos y es un pretexto para viajes, visitas y contactos. ●

# CIENCIA, TECNOLOGIA Y DESARROLLO

*En nuestro continente todo el que escribe sobre ciencia comparte una gran responsabilidad: el desarrollo tecnológico que piden a gritos todos los países del Tercer Mundo. Es función del periodismo científico crear interés en la ciencia, propugnar su difusión y apuntalar su enseñanza, función que está íntimamente ligada al desarrollo, pues sin ciencia y tecnología no es posible alcanzarlo.*



**N**o todos están de acuerdo sobre lo que es tecnología, o al menos sobre los alcances del término y sus implicaciones. Sería conveniente analizar lo que entendemos por tecnología, y concentrarse en aquello sobre cuya pertinencia todos estamos de acuerdo. Entiendo por tecnología conocimientos y experiencias que permiten llevar a cabo tareas técnicas. Desde la primera tecno-

logía de uso de la energía -la de controlar el fuego- hasta la que nos ha permitido llegar al espacio, llenan esta definición. Sin embargo, es imprecisa.

En la medida en que los conocimientos humanos y las actividades derivadas de ellos se han ido complicando, la interrelación ciencia-tecnología se ha vuelto más estrecha y los límites menos definidos. La ciencia consiste en llegar al porqué de las cosas y deducir reglas generales con las cuales podamos predecir fenómenos que aún no han ocurrido. Esto a su vez nos permite crear procesos,

primero de laboratorio, luego industriales, que devienen en tecnologías de producción. Así, creamos sistemas cuyo comportamiento podemos predecir, controlar y modificar de acuerdo a nuestras necesidades.

Aquí viene la primera delimitación. Para dominar una tecnología no es necesario ser el científico que la ha descubierto. Para usar un láser o una computadora no hay que ser el descubridor de sus principios de funcionamiento ni el inventor. Se puede ser un simple usuario eficiente de una tecnología.

**TOMAS UNGER**, polaco. Ingeniero y periodista. Primer Premio Interamericano de Periodismo Científico.

Lo somos en muchos casos, y no basta. Para dominar una tecnología es necesario tener conocimientos científicos, saber el cómo y conocer el porqué.

### El cómo y el porqué de la tecnología

Vendrían bien unos ejemplos. Son raros los buenos pilotos que han contribuido en forma significativa al diseño de los aviones. Por cada uno de ellos hay miles de hombres y mujeres que vuelan eficientemente aviones de todo tipo en todas las latitudes. Sin embargo, para asumir la responsabilidad de volar un avión moderno, es requisito conocer los principios que hacen posible su funcionamiento. Nadie pide a un piloto que sea diseñador de circuitos electrónicos, físico o experto en aerodinámica, pero debe saber por qué vuela el avión y cómo funciona.

Los grados de interrelación entre el cómo y el porqué varían de una tecnología a otra. Pero el principio es el mismo y el uso de la tecnología se paraliza cuando aparece el requisito de conocer sus principios teóricos. El que sabe solo el cómo, sin conocer el porqué, está condenado a depender totalmente del suministrador de la tecnología. Si no conoce los principios en que se basa, el usuario ignorante de una tecnología -por más eficiente que sea- queda desactualizado al primer cambio. El *royalty* que pagamos por adquirir una tecnología, lo volvemos a pagar cada vez que esta evoluciona. Dependemos de una magia que nos está vedada y por cuyos beneficios tenemos que pagar.

La competencia entre los magos puede bajar el costo, pero cuando estos se ponen de acuerdo, estamos indefensos. En la medida en que sepamos más por qué lo que usamos funciona, adquirimos mayor independencia, no solo para no recurrir al mago, sino también para adaptar la tecnología a nuestras necesidades. Para conocer el porqué de las cosas es necesario haber aprendido las ciencias básicas. Sin pretender ser científicos ni inventores, estos conocimientos nos permitirán conocer los interruptores de circuito, el paso de proteínas a través de membranas, la turbulencia en la cámara de combustión de un motor o la generación de un rayo láser.

### La importancia de la enseñanza de ciencias

Entre el mero usuario y el científico creador hay una gradación de técnicos, tecnólogos y expertos que gradúan el dominio. Los nombres son irrelevantes, los conocimientos son determinantes. Para alcanzar el conocimiento requerido para el dominio de una tecnología es necesario un nivel de educación en ciencias. Es perfectamente posible, y hasta me temo que frecuente, el haber adquirido esa educación y ser un técnico incompetente. Lo inverso es imposible. No se puede dominar una tecnología sin haber adquirido los conocimientos científicos que expliquen el porqué de su funcionamiento.

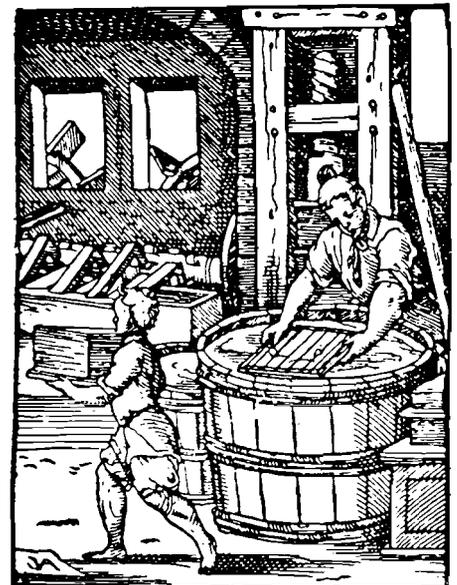
Los altos niveles de tecnología tienen un requisito ineludible de tiempo. Es el tiempo que requiere la educación, más precisamente, la enseñanza de ciencias, de los que habrán de utilizar, adaptar, y eventualmente innovar la tecnología.

Si queremos ser un país desarrollado, debemos saber analizar nuestros requisitos de tecnología, escoger la tecnología más conveniente y saber negociar su adquisición. Una vez adquirida, debemos saberla utilizar del modo más eficiente, y adaptarla a nuestros requisitos. Logrado todo eso, debemos ser capaces de mantenernos a la par con las innovaciones y hacerlas nosotros mismos.

Ninguno de los pasos descritos puede darse sin tener una educación básica en ciencias. Con excepción de unos cuantos genios que pueden contarse con los dedos -desde Eratóstenes hasta Ramanujan, pasando por Galileo y Newton- la mayoría de los mortales que han contribuido a la ciencia y a la tecnología han tenido que estudiar. Para estudiar han tenido que interesarse en la ciencia, y luego contar con condiciones ineludibles: tiempo y personas que les enseñen. Aquí juegan una gran variedad de factores, desde una alimentación adecuada hasta el respeto de la sociedad a los conocimientos.

Por allí debemos comenzar si queremos algún día dominar las tecnologías que podrían sacarnos del subdesarrollo. De otro modo perdemos el tiempo.

**L**a ciencia consiste en llegar al porqué de las cosas y deducir reglas generales con las cuales podamos predecir fenómenos que aún no han ocurrido. Esto a su vez nos permite crear procesos, primero de laboratorio, luego industriales, que devienen en tecnologías de producción.



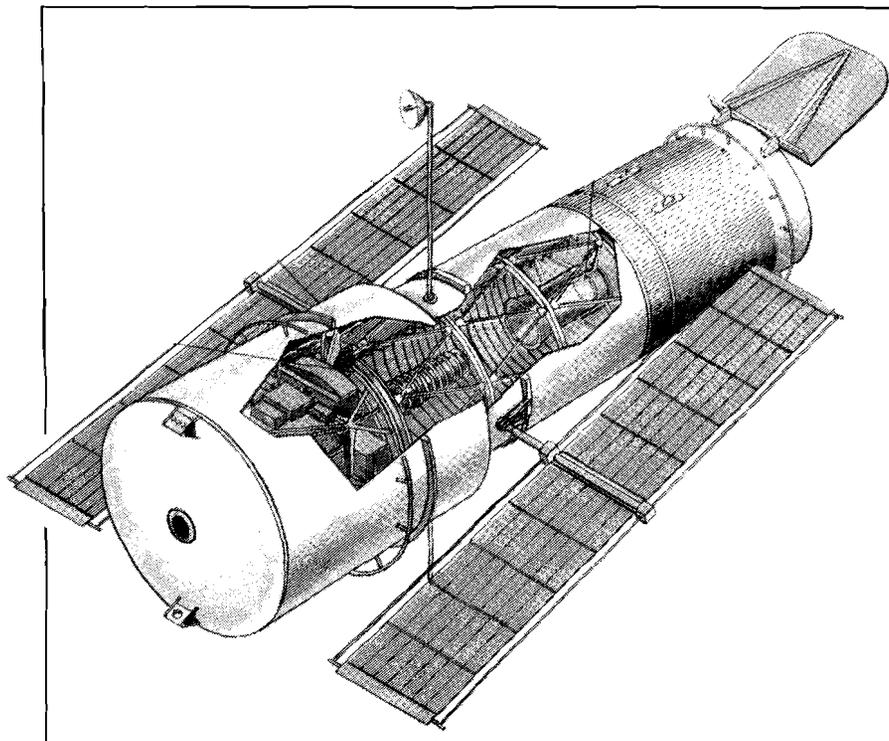
Molino papalero del siglo XVI

**Hacia la apropiación tecnológica**

Se dice que en nuestros países falta todo. Puede ser que así sea, pero algunas cosas faltan más que otras. Un ejemplo es la generación de energía.

Mientras en el mundo hay una nueva tendencia a descentralizar y fraccionar la generación de energía, evitando las vulnerables y extensas líneas de transmisión y la concentración de inversión, con la dependencia que eso implica, nosotros seguimos el patrón antiguo. Si alguna ventaja tiene el ser un país atrasado, es el de poder adoptar las tecnologías más recientes, pues se tiene un tablero casi limpio. La tecnología para la generación de energía solar y eólica ha dado saltos exponenciales en los últimos años. Para apreciarlos y visualizar su aplicación en nuestro medio no se requiere inventar, pero sí conocer a fondo cómo funcionan.

Una política energética destinada a contribuir al desarrollo debería estar mirando lo que piensan hacer en el futuro los países desarrollados, en lugar de imitar lo que los ha llevado a una crisis energético-ambiental de proporciones globales. El progreso en el manejo de la energía no solo se ha producido al lado de la generación. Al otro extremo, en el enchufe, también hay novedades. Nuevos artefactos de mucho menor consumo están destinados a sustituir a los que utilizamos hoy.



*Proyecto de telescopio espacial.*

Desde la bombilla de luz hasta la refrigeradora, pasando por máquinas industriales, deben ser reemplazados por aparatos cuyo consumo es una fracción del actual. Para que no nos sigan vendiendo lo que ya no van a usar y para no

ser herederos de tecnologías obsoletas, debemos comenzar por entender en qué consisten.

Desde las comunicaciones hasta la medicina preventiva, la alimentación y nuestra infraestructura industrial, piden nuevas tecnologías. Para reconocerlas y adquirirlas tenemos que saber de qué tratan. El desarrollo es justamente eso. Estamos hablando de conocimientos, educación que requiere de tiempo, dinero y condiciones favorables. El crear las condiciones favorables, y una conciencia de su importancia, está al alcance del periodista científico.

Hace poco he leído un artículo que habla de un cambio en las actitudes de América Latina, un cambio "cultural" que implica actitudes más pragmáticas y agresivas para enfrentar los problemas que nos agobian. Estamos viviendo un cambio en muchos sentidos, y es un cambio para mejor. Los periodistas tienen influencia en cuanto a su velocidad y al rumbo que toma. Esta es la responsabilidad del periodismo científico, y tiene mayor gravitación de la que muchos le asignan... y que nosotros mismos estamos dispuestos a reconocerle. ●

**Información y divulgación científica**

El término "científico" se puede aplicar a cualquier actividad, por lo menos cuando se trata de la metodología. Cualquier información bien investigada y documentada puede decirse que ha sido trabajada "científicamente"... ya sea policial, deportiva o política. Pero, cuando hablamos de periodismo científico entendemos la información sobre temas relacionados con las llamadas "ciencias exactas", o que requieren de una preparación previa para ser tratados... con lo cual caemos en el malentendido común de confundir información con divulgación.

Esta confusión tiene especial fuerza debido a que la educación, a nivel mundial, va detrás del desarrollo científico y tecnológico. Periodismo es noticia, y la noticia científica, debidamente explicada es periodismo científico. La divulgación científica es la explicación de hechos conocidos, que no son -o no deberían ser- noticia.

La confusión de ambas actividades se debe a que frecuentemente van juntas, y a que -debido al escaso nivel de la enseñanza- para muchos la ley de la gravedad y la forma del sistema solar son noticia. Separar totalmente divulgación de información científica es muy difícil, cuando no imposible. Sin embargo, es posible "dosificar" ambos ingredientes en la medida en que las circunstancias lo requieran.



# Divulgación de la ciencia ¿para qué?

*El avance y desarrollo científicos de los últimos tiempos han sido vertiginosos. Sin embargo, este desarrollo y el conocimiento que se deriva de él están al alcance de pocos países y pocos individuos, no obstante el valor que estos tienen para comprender el mundo y mejorar la calidad de vida. En este sentido, el rol de la divulgación científica es fundamental, ahí está el “para qué” de ella y con respecto a lo cual el autor traza algunas líneas.*

**U**na característica esencial de nuestra época es la exploración del universo, gracias a ella ahora disponemos de una imagen de ese gran objeto más completa y coherente y, por tanto, más satisfactoria. En sus aspectos de mayor tamaño no solo hemos aclarado mejor la estructura del sistema solar y su lugar en la Vía Láctea, sino también hemos aprendido que esta pertenece a una

familia mayor: las galaxias, las cuales pueden considerarse como las componentes básicas del universo. Sabemos también que este no ha sido siempre el mismo y hemos aprendido mucho acerca de su historia, en especial de su expansión. En lo referente al microcosmos hemos descubierto la familia de partículas que muy probablemente constituyan los átomos intuidos por los griegos. En términos de estas partículas podemos explicar las estructuras nucleares, atómicas y moleculares y construir una imagen, integral y coherente, de la

estructura de la materia. Aunque estos éxitos son de gran valor intrínseco, ellos no constituyen nuestro mayor orgullo ya que su logro implicó un descubrimiento mayor: la naturaleza cuántica de la materia que, entre otras cosas, nos está mostrando la existencia de límites en nuestra capacidad de observar al universo.

El avance de nuestro conocimiento no nos excluye. Sabemos bien ahora que estamos hechos de la misma materia que compone al resto del universo y que las moléculas orgánicas no solo

LUIS ESTRADA, mexicano. Centro Universitario de Comunicación de la Ciencia, UNAM

obedecen las leyes de la física, sino que se estructuran de acuerdo con un código universal. Con este conocimiento estamos empezando a descubrir aspectos muy profundos de la vida, en especial de la humana, y abriendo la posibilidad de modificarla. Por otra parte, no solo estamos aclarando los orígenes de nuestra especie, sino que empezamos a comprender mejor nuestro lugar en el mundo biológico y nuestras relaciones con los demás organismos vivos, tanto estructural como evolutivamente. Este saber nos está haciendo entender mejor la trascendencia de la herencia, nuestra dependencia de otros organismos vivos y del medio físico que habitamos, así como las raíces de nuestra conducta. Empezamos ya a saber lo que es la mente, la inteligencia y otros procesos cerebrales y tenemos algunas pistas firmes para descubrir el origen de la conciencia.

El avance científico no solo ha aportado mayor información acerca de las distintas facetas del universo, enriqueciendo nuestra imagen de él, y ha descubierto aspectos más profundos de su naturaleza, aumentando nuestra sabiduría. Está aclarando también las fronteras entre las distintas disciplinas en que tradicionalmente hemos dividido la ciencia y encontrando hondas relaciones entre ellas. Así, ahora la astronomía da sus explicaciones empleando las leyes de la física, la biología exhibe la naturaleza química de sus fenómenos básicos y la inteligencia empieza a comprenderse sin necesidad de suponer la existencia de componentes inmateriales. Estos logros permiten ya elaborar una imagen unificada del universo y disponer de nuevos y profundos elementos que enriquecerán la reflexión acerca de los grandes problemas humanísticos.

### **Dificultades para la divulgación de la ciencia**

No podemos negar que mucho de lo que he mencionado es desconocido en nuestros países o considerado como asunto ajeno a la ciencia, lo cual me daría una oportunidad para dar una primera respuesta a la pregunta que titula este artículo. Por otra parte, es indiscutible que nuestra gente no puede estar al margen del conocimiento contemporáneo y que este debe darse por todos los medios posibles y a todos los niveles. En esta perspectiva, el problema no parece

difícil de resolver ya que tal conocimiento está disponible en revistas, libros, bancos de datos o en el Internet. Todo hace parecer entonces que solo se necesita de quien lo localice, lo traduzca y lo ponga a disposición de nuestra gente, del modo más apropiado. Pero, bien lo sabemos, no es esto lo único que hay que hacer. Nuestros países necesitan una divulgación de la ciencia que además de actual, clara, precisa y confiable, constituya una comunicación humana.

Para poner bien el conocimiento científico actual a disposición de nuestros pueblos debemos empezar reconociendo que la difusión del nuevo conocimiento presenta problemas para su realización. Primero, porque no podemos ignorar que gran parte de nuestra base cultural es dogmática o al menos "oficial", que mucha de nuestra gente es supersticiosa y que el pensamiento mágico predomina en forma notable. Después, porque ahora hay que tomar en

**P**rimero, porque no podemos ignorar que gran parte de nuestra base cultural es dogmática o al menos "oficial", que mucha de nuestra gente es supersticiosa y que el pensamiento mágico predomina en forma notable.

cuenta que el deseo de "modernización" de nuestros directivos y gobernantes ha propiciado un ambiente de confusión en la visión y sentido de la vida humana. Finalmente, hay que considerar también que la cultura de la gran mayoría de nuestros compatriotas, especialmente la de las clases privilegiadas, no es congruente con la visión del mundo derivada del conocimiento científico. Aunque parece natural aprovechar esta situación para justificar la necesidad de divulgar la ciencia en nuestros países, prefiero mencionarla para señalar la importancia de establecer una estrategia para realizar esa labor de manera eficaz y congruente con la idiosincrasia de nuestra gente.

La divulgación de la ciencia ha empezado a desarrollarse en nuestros países y en algunos parece tener ya un lugar definitivo. Se realiza por todos los medios de comunicación, las revistas son las más empleadas y prestigiadas en esta labor y la televisión la más alejada de ella. Es interesante apuntar que en tiempos recientes la divulgación de la ciencia ha sido reforzada con la proliferación de los museos de ciencias. No sobra reiterar que esto no es suficiente y que es tiempo ya de dar un paso adelante, al menos para preparar el futuro. La divulgación de la ciencia en nuestros países todavía está en la etapa de dar información, de añadir datos a nuestro saber. Sin embargo, el conocimiento que necesitamos y que la ciencia nos puede en gran medida proveer, es el que nos ayude a mejorar la calidad de nuestras vidas.

### **Ciencia y tecnología**

Como en nuestros países se acostumbra unir a la ciencia con la tecnología, al menos al hacer referencia a alguna de ellas, no sobra dedicar algunas líneas para revisar sus diferencias. Lo que hasta aquí he dicho alude solo a la ciencia, que es un conocimiento (y por tanto algo intrínsecamente útil). Como sabemos, la tecnología es el aprovechamiento de un saber, científico o no, por lo que es una actividad que no encaja en lo que antes he afirmado. Sin embargo, la tecnología es un factor de desarrollo humano que cobra cada día mayor importancia ya que es la manera concreta actual de modificar la vida. Su relación con la ciencia es ahora muy estrecha ya

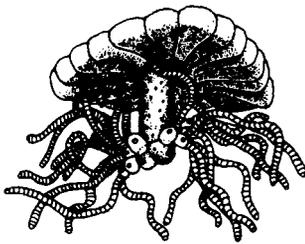
que las tecnologías más espectaculares (la microelectrónica, la ingeniería genética, los satélites artificiales, por ejemplo) son producto directo del conocimiento científico. No es este el lugar para tratar asuntos que pudieran reunirse bajo un título como "la divulgación de la tecnología" y solo añadiré que muchos gobiernos de nuestros países apoyan la ciencia solamente porque creen que así obtendrán lo que se ha dado en llamar "tecnología de punta". Lo que cabe aquí señalar es que la divulgación de la ciencia sirve también para que el hombre entienda el mundo que está construyendo la tecnología contemporánea.

Hay algunos riesgos que ahora amenazan la labor de divulgar la ciencia en nuestros países. El primero es que la improvisación tiende a convertirse en la forma definitiva de laborar. A ello contribuye que muchos creen que quienquiera puede divulgar la ciencia y que esta labor es esencialmente filantrópica. También influye la carencia de escuelas y de otros medios de formación de divulgadores de la ciencia. El segundo es pensar que el manejo de un medio de comunicación es suficiente para realizar la divulgación de la ciencia. No es raro conocer a alguien que cree que basta escribir en un diario para ser periodista científico (como quien piensa que para ser profesor solo se requiere saber "técnicas pedagógicas"). El tercero es el abuso del aspecto lúdico de la comunicación de la ciencia. Hay actividades, en especial algunas dedicadas a los niños, en las que, con el pretexto de dar el conocimiento científico como un asunto muy fácil y divertido, todo queda reducido a información trivial.

Una de las características esenciales de la ciencia es el procedimiento que se emplea para construirla. El conocimiento científico se elabora siguiendo un proceso permanente que está siempre sujeto a prueba, tanto en sí mismo cuanto en sus resultados, y hemos aprendido que muchas veces se gana más con la experiencia adquirida en una investigación que con los resultados que de ella se obtienen. Por otra parte, hay que recordar que muchos de los problemas que aborda ahora la ciencia fueron planteados por otras disciplinas y que algunos de ellos no gozan todavía de la completa aceptación como problemas propiamente científicos; por ejemplo, ciertos proble-

que p  
Tambi  
por la  
forma  
quim  
cuba  
bu en  
En  
druple  
exces  
das 13  
bessa  
se añ  
plep  
atenu  
de des  
re uno  
apud  
in de  
Un  
parin  
dad il  
diviso  
lamin  
anost  
del tu  
como  
do la  
cambi  
quimo  
los fan  
en 34  
el cam  
nerali  
result  
quim  
recha

CreCIMIENTO y forma de las  
algas marinas



LIGIA COLLADO-VIDES Y M. ROSARIO A BRAGA

Los algas forman un conjunto de orga-  
nismos autótrofos con niveles de or-  
ganización y patrones de construc-  
ción variados. El diagrama muestra un tipo  
de algas que forman un conjunto de orga-  
nismos autótrofos con niveles de or-  
ganización y patrones de construc-  
ción variados. El diagrama muestra un tipo

algas, se utiliza el término *medusa*, de allí que  
estos organismos se agrupan bajo el  
nombre de medusas, es decir, plantas ca-  
racterizadas por su estructura

mas que atañen a la naturaleza humana. Sin embargo, en todos los casos la ciencia está ahora aportando muchos datos que seguramente servirán para resolver esos problemas, por lo que sería lamentable ignorar tal información. No debemos olvidar que no todo el conocimiento es científico, ni tampoco negar que este cobra cada día mayor importancia, especialmente por su influencia en la conformación de la vida humana. Por lo tanto, una buena divulgación de la ciencia deberá ayudarnos a desarrollar hábitos de investigación así como criterios para verificar, personalmente, la información que recibimos. La ciencia, al final de cuenta, no es más que una victoriosa experiencia humana.

**Nuestra cultura**

Aunque el concepto de cultura es todavía muy estrecho en nuestros países, la palabra cultura ha ampliado mucho su significado, especialmente en sus usos prácticos. Sin embargo, en ningún caso

comprende aún a la ciencia. Muestra de ello es que ninguno de nosotros se considera inculto por ignorar la ciencia y que para la mayoría el conocimiento científico especialmente el detallado, es asunto de especialistas. Es claro, entonces, que uno de los propósitos de la divulgación es corregir esta situación y para ello mucho ayudará el poner en evidencia que la ciencia es una obra humana. La motivación del planteamiento de los problemas científicos, la lucha para resolver tales problemas, el ambiente social en que sucedieron, la forma en que se resolvieron o las razones para descartarlos y otros aspectos del esfuerzo científico darán tal evidencia. Aunque la ciencia es lo más logrado en la búsqueda humana de lo objetivo, al presentarla para su confrontación con otras actividades culturales conviene subrayar sus aspectos subjetivos y relacionar sus propósitos y resultados con los de otras realizaciones de la obra humana. La divulgación de la ciencia es, al final de cuentas, una parte del programa de difusión cultural que debe desarrollar un país.

Los valores culturales son ahora motivo de preocupación en la mayoría de los países, tanto por su pérdida cuanto por su transformación, y, aunque la mayoría de ellos son locales, hay ahora la tendencia a reforzar solo aquellos que consideramos universales. Independientemente de qué tan favorable sea tal tendencia para nuestros países, es necesario reconocer que la divulgación de la ciencia contribuye a ella, ya que la ciencia no está sometida a fronteras geográficas. Por lo tanto, la divulgación de la ciencia que necesitamos no puede ser una copia de la que realizan los países más desarrollados sino una parte del proyecto educativo de cada nación. Aunque es claro que impartir el conocimiento científico es una responsabilidad esencial de las escuelas, es también evidente que tal responsabilidad no puede limitarse a ellas. Bien sabemos ahora que la ciencia está transformando la vida humana y que esta transformación no se detendrá por motivos particulares de nuestros países. Quizá no lo sepamos bien, aunque ya no lo ignoramos, la divulgación de la ciencia puede cambiar la mentalidad de la gente y puede hacerlo en forma congruente con nuestras tradiciones culturales para beneficio de todos. ●

# LA NOTICIA CIENTIFICA EN EL TERCER MUNDO



**L**os periodistas científicos del Tercer Mundo y, en particular, los de los países latinoamericanos, enfrentamos en estos últimos años del siglo XX un doble problema, a la hora de decidir qué informaciones suministraremos a nuestro público, y bajo qué ángulo lo haremos.

Por una parte, las comunicaciones satelitales y las redes informáticas nos inundan con una avalancha de fuentes cuyo mero volumen hace en apariencia imposible una evaluación racional. El tiempo y la distancia parecen haber sido abolidos y hoy podemos leer en nuestra redacción las noticias científicas que serán publicadas la semana próxima en los principales journals científicos.

Por otra, los problemas económicos que nos vienen afectando desde hace dos décadas han frenado el desarrollo de la investigación científica en nuestros países, provocando su estancamiento o incluso su regresión.

Pareciera, pues, que por una parte estamos constreñidos a buscar un incierto camino en el espeso y aparentemente infinito bosque de la información electrónica y, por otra, a languidecer de inanición en el relativo páramo científico que nos rodea.

Por cierto, ni una ni otra alternativa son verdaderamente reales, por más que muchos medios de comunicación puedan dar esa impresión.

Pero, inmersos en el acelerado proceso de cambio que afecta a la información, tanto periodística como científica, es necesario que reconsideremos los criterios y procesos por los cuales decidi-

*Frente a la avalancha de informaciones científicas del Norte que llega a las salas de redacción a través de agencias, redes informáticas, revistas especializadas; está el paupérrimo flujo informativo sobre la ciencia del Sur. Frente al aparente dilema de la "big science" y nuestra "pequeña ciencia", el criterio del editor juega un papel crucial a la hora de responder a una agenda informativa acorde con las necesidades e intereses de los países del Sur.*

MARTIN F. YRIART, argentino. Centro de Comunicación Científica, Tecnológica y Ambiental de Buenos Aires.

mos qué acontecimientos deberemos registrar, qué noticias deberemos proporcionar a nuestro público, qué campos informativos deberemos priorizar en nuestro trabajo.

Para responder a estos interrogantes, tal vez sea necesario adoptar una perspectiva más amplia que involucre no solo a quienes están en la línea de fuego de la información, sino también, y muy especialmente, a quienes toman decisiones, día a día, acerca de qué noticias serán cubiertas, qué peso tendrán en el contenido del medio, y qué recursos serán asignados en el mediano y largo plazo a cada campo de la información, en este caso la científica.

Estos comentarios se basan en esa perspectiva y tratan de enfocar los criterios y procesos por los que los editores toman decisiones acerca del tratamiento de las noticias científicas en algunos medios de América Latina, y sus consecuencias.

### El rol de los editores

Durante muchos años los editores de los medios de comunicación en el Tercer Mundo tuvieron a su disposición una limitada oferta de información del exterior, suministrada por un puñado de agencias de noticias, y un reducido número de publicaciones de países desarrollados que ofrecían el derecho de reproducción de sus materiales.

El caudal de esta oferta estaba restringido por las dificultades técnicas de transmisión y por su costo. Pero estas restricciones desaparecieron a partir de la irrupción de las computadoras, los satélites de comunicaciones y la transmisión digital de datos, texto e imágenes. Los editores cuentan ahora con una fuente virtualmente infinita de material, a costos que han dejado de ser una limitante de su uso.

Un periódico latinoamericano cuenta hoy con una docena de agencias noticiosas que llegan a la computadora, otra docena o más de paquetes de notas de diarios y revistas internacionales. A través de los servicios de redes informáticas y correo electrónico es posible, no solo acceder a los anticipos de los principales artículos de las revistas científicas internacionales más importantes como *Science*, *Nature*, *JAMA*, *The New England Journal of Medicine* o *The Lancet*,

sino incluso a conferencias y entrevistas telefónicas o teleinformáticas con los autores.

Instituciones de gran prestigio y emvergadura en los Estados Unidos o en Europa ofrecen continuamente boletines y materiales informativos a través de las redes informáticas. El acceso a estas redes es tan sencillo que innumerables otras instituciones y publicaciones científicas, menos conocidas en el pasado, realizan ofrecimientos similares.

Un editor, sin embargo, debe equilibrar el esfuerzo de adquisición de información con el volumen de material finalmente producido y publicable. La consecuencia de esta necesidad es una serie de decisiones destinadas a circunscribir el campo de exploración y optimizar el proceso de producción.

Esto resulta en que, a pesar de la enorme masa de información original disponible en las redes informáticas, los editores siguen prefiriendo el material que les suministran las agencias de noticias y los medios periodísticos prestigiosos que venden derechos de reproducción de sus contenidos.

### El viejo predominio europeo

Esta preferencia responde a tres necesidades. La primera es ahorrar esfuerzos y confiar en la selección previa de la información, realizada por editores de agencias y medios internacionales que están más cerca de las fuentes y poseen los recursos apropiados para explotarlos.

La segunda es la conciencia de que la competencia local tiene acceso a las mismas agencias y medios, y que ningún editor debe perderse una noticia que su competidor pueda publicar.

La tercera es la diferencia del costo entre reeditar materiales periodísticos de terceros y producirlos con recursos propios. Este costo se expresa a menudo en términos de tiempo, más que de dinero, otra manifestación de la tiranía del cierre.

El resultado de estos condicionamientos es que, en general, las noticias científicas, originadas en el mundo desarrollado y procesadas por agencias noticiosas y medios periodísticos de este, ejercen hoy un predominio cada vez mayor en la prensa de América Latina, aun

en los medios periodísticos que más cuidan la calidad de su contenido, a expensas de la información local.

La facilidad y decreciente costo de acceso a la información científica a través de las redes informáticas, y la persistente acción de *journals*, asociaciones y organismos científicos del mundo desarrollado, sin embargo, está estimulando la aparición de un nuevo "periodismo científico remoto".

Hace ya tiempo que los principales *journals* ofrecían a un número selecto de periodistas copias adelantadas (*pre-prints*) de sus principales artículos, acompañadas de comunicados de prensa explicativos que incluían nombres y teléfonos de investigadores dispuestos a responder a la prensa acerca de sus trabajos a publicar.

La difusión del fax, primero, y de las redes informáticas, después, han permitido a estos *journals* ampliar casi ilimitadamente la oferta. La originalmente rigurosa "cláusula de embargo", simultáneamente, ha comenzado a debilitarse.

El resultado es que pueden verse, en medios periodísticos latinoamericanos, "en tiempo real", reportajes sobre noticias científicas de los países desarrollados, basados en los *papers* originales publicados en los *journals* de más prestigio, apoyados en los comunicados de prensa institucionales y complementados con entrevistas telefónicas de larga distancia con los investigadores indicados en esos comunicados de prensa, todo como si el periodista hubiera reportado cara a cara al protagonista de los hechos, pero en realidad, mediado por la informática y las comunicaciones satelitales.

En este punto alguien podría preguntarse si esto es bueno o malo para el periodismo científico. En apariencia, desde cualquier rincón del planeta, un periodista que posea un adecuado dominio de la lengua inglesa, sepa manejar un computador y tenga la habilidad de obtener los números de teléfono necesarios y el acceso a los sitios requeridos de las redes informáticas, está en condiciones de hacer un reportaje científico de clase mundial.

Sin embargo, no todos los editores estamos seguros de que sea así. Es más, algunos de los medios periodísticos de más recursos en América Latina

han comenzado a emplear con mayor frecuencia colaboradores regulares, enviados especiales e incluso corresponsales permanentes con dedicación exclusiva, destinados a países del hemisferio norte, para que reporten sobre las noticias de ciencia y tecnología, directamente de las fuentes primarias.

Pero esto ciertamente es solo posible para los grandes medios de comunicación del Tercer Mundo y apenas unos pocos de América Latina, cuyos editores tienen una visión trascendente -aunque tal vez, distorsionada- de su tarea.

### **Periodismo e investigación**

Esta reacción nos acerca al segundo eje de nuestro problema: ¿cómo hacer periodismo científico de calidad, con los modestos recursos a nuestro alcance, con nuestra escasa y casi inexistente ciencia?

Un examen de las noticias sobre ciencia en los medios periodísticos de mayor prestigio internacional revela que se trata, en la mayoría de los casos, de avances en la investigación científica que representan progresos en el conocimiento.

En un segundo orden podemos observar los comentarios de científicos -investigadores- o profesionales -aplicadores de disciplinas científicas a fines prácticos- acerca de acontecimientos o polémicas de importancia, desde la erupción catastrófica de un volcán, como el Nevado del Ruiz, en Colombia, hasta el efecto indeseado de un analgésico con propiedades mutagénicas, como el paracetamol, utilizado en casi todo el Tercer Mundo, aunque proscrito en casi todo el Primero.

La discusión que sigue se basa en la convicción de que el periodismo científico -y el carozo de la divulgación de las ciencias- se basa en las noticias acerca de los avances de la investigación, y los medios por los que esta se lleva a cabo. Esto puede parecer una afirmación excesiva, pero se basa en dos observaciones.

La primera es que toda información genuina acerca de avances tecnológicos (informática, medicamentos, agricultura) o explicación de fenómenos naturales (terremotos, plagas, eclipses) depende de las fuentes científicas -los investigadores- en cada área; no de funcionarios

de gobierno, voceros de organismos no gubernamentales, o partes interesadas (empresas, etc.).

La segunda es que ninguna comprensión profunda de la ciencia puede prescindir de los procesos de creación del conocimiento. Esta observación es menos obvia pero más esencial que la anterior. Lo único que diferencia a la ciencia de las demás formas de conocimiento -la religión, las leyendas, la ficción artística, la charlatanería, la superstición, la magia, etc.- es su posibilidad de ser demostrada falsa por la vía experimental o lógica.

En el lenguaje de las escuelas de periodismo, el **cómo** de la noticia científica es lo que la hace diferente de la "información general". El **cómo** de la noticia científica remite al **cómo** de la ciencia, y su explicitación diferencia a la mera noticia ("John Smith obtuvo el Premio Nobel de Medicina por sus descubrimientos sobre el cáncer de mama"), del periodismo científico ("Examinando a 40.000 enfermeras que se sometieron a una estricta dieta alimentaria, 335 epidemiólogos estadounidenses comprobaron que el consumo de grasas no influye sobre el cáncer de mama").

En este punto es necesario introducir dos nuevos conceptos dogmáticos, por los que pido disculpas anticipadamente.

El primero es que no puede haber periodismo científico genuino sin sucesos noticiosos generados por el campo de la investigación. La información secundaria, producto de la interpretación de sucesos naturales, sociales, culturales, etc., o de carácter enciclopédico o histórico, dice poco acerca de la ciencia, aunque contribuya a la cultura científica de la sociedad.

El segundo es que sin fuentes científicas inmediatas, especialmente en la fase de formación de los periodistas científicos, no hay periodismo científico. Sin la presentación de los conceptos y procesos por los cuales los investigadores llegan a elegir sus campos de trabajo, formular -y descartar- sus hipótesis, obtener y verificar sus resultados, extraer conclusiones, y evaluar su significado, con miras a la aplicación y a la investigación futura, todo discurso periodístico acerca de la ciencia, sin estos componentes, es un discurso vacío.

El periodismo científico -como todo

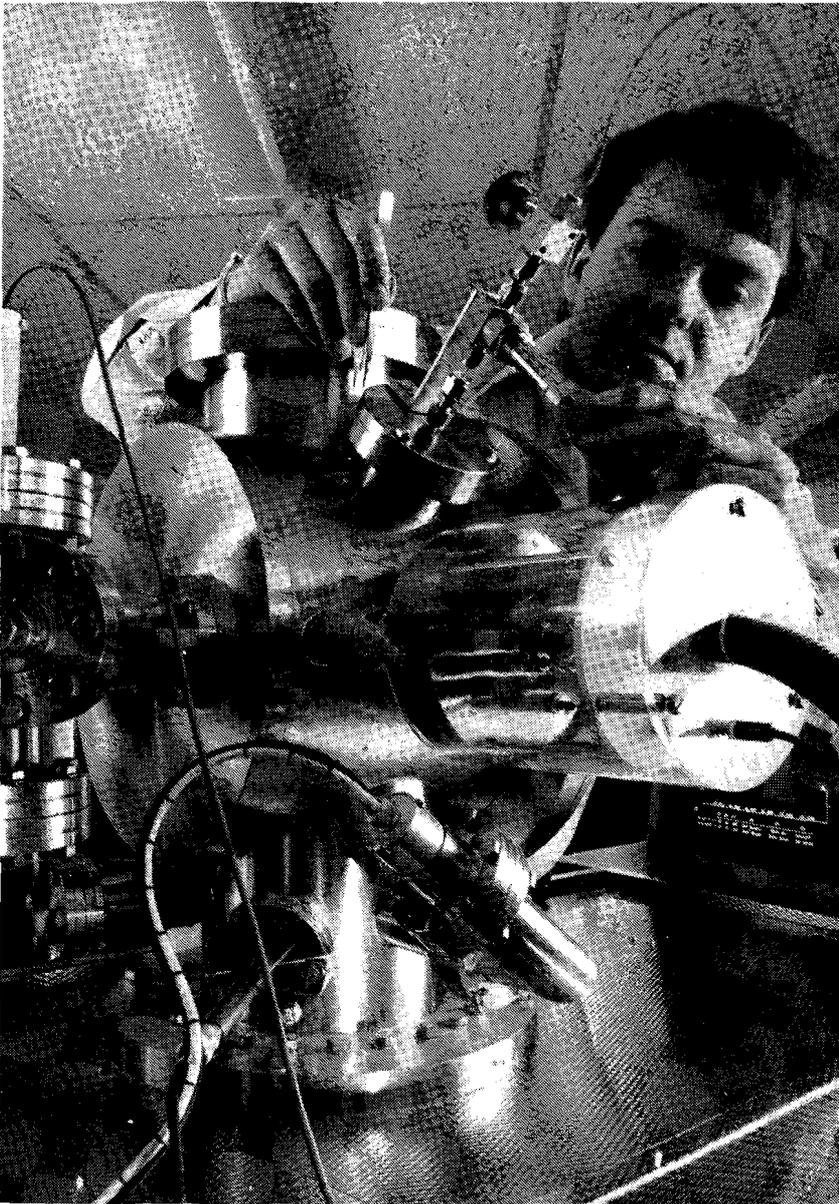
periodismo- es un relato de sucesos, aunque estos sucedan en espacios virtualmente invisibles, como el campo de un microscopio electrónico, las series que registra un especialista en poblaciones animales, o la mente de un matemático.

Sin el diálogo bidireccional entre el periodista y el investigador, sin la posibilidad de verificación y doble verificación, sin la lectura, interpretación y relectura de los *papers*, en colaboración con sus autores y sus críticos, la calidad del periodismo científico se deteriora. E, incluso, el inevitable "periodismo remoto", al que estamos muchas veces obligados los editores, se torna un mero ejercicio retórico.

### **Big science vs. "pequeña ciencia"**

¿Cómo hacer un periodismo científico de calidad en el Tercer Mundo, aceptando estas premisas y sin

**E**sto resulta en que, a pesar de la enorme masa de información original disponible en las redes informáticas, los editores siguen prefiriendo el material que les suministran las agencias de noticias y los medios periodísticos prestigiosos que venden derechos de reproducción de sus contenidos.



Un reto para los editores: "big science" vs. "pequeña ciencia".

convertirnos en cautivos de la avalancha de información que nos depara el Norte?

Este es el problema que debemos enfrentar los editores de periódicos en el Tercer Mundo, particularmente en América Latina, donde las parasitosis gana cien a uno al SIDA y la biología de los bosques tropicales sigue siendo un misterio manipulado por oscuros intereses; donde algunos gobiernos siguen sosteniendo que hacer ciencia básica es un lujo, dado que no rinde réditos inmediatos, y otros dicen que los desarrollos locales son superfluos, cuando la

tecnología se puede comprar a bajo costo en el mercado internacional.

En primer término, toca poner una señal de alarma para los editores que se sienten seducidos por el fácil acceso a la información provista por agencias internacionales, proveedores de servicios especiales y -en los últimos años- no solo texto sino, además, espectaculares fotografías y gráficos en colores.

En segundo lugar, es necesario desmitificar la *big science* al estilo de la NASA o el CERN. Nuestra "pequeña ciencia" del Tercer Mundo y América Latina no es una barrera para la compren-

sión del conocimiento científico por nuestros ciudadanos, nuestra sociedad, nuestros gobernantes. La humildad del sapo común, la levadura de la cerveza, o la bacteria intestinal -que Houssay, Le-loir y Milstein utilizaron para sus experimentos- no les impidió obtener el premio Nobel.

Pero lo relevante es que esa *big science* ocurre lejos de nosotros, y muy lejos de nuestros mejores corresponsales y editores; muy lejos de nuestra capacidad de reportar de manera directa e inmediata las noticias, y sobre todo, de evaluarlas y verificarlas, tarea que nos corresponde a todos los periodistas, sin distinción de especialidades o funciones, y que no debiéramos delegar en terceros cuyos intereses no necesariamente compartimos.

Ante el doble problema de la presión de las noticias del Primer Mundo y la endeblez de nuestra ciencia, los periodistas y editores científicos del Tercer Mundo y, en particular, de América Latina, debemos tomar decisiones difíciles. ¿Dejarnos seducir por la *big science* del Norte? ¿Aceptar la agenda de las agencias noticiosas internacionales que priorizan temas como el SIDA, la lluvia ácida, o las emisiones de dióxido de carbono, que en nuestros países no son prioritarias? ¿Entregarnos a la orgía de las tecnologías de consumo como Internet, los automóviles robotizados, o la televisión satelital? ¿Desvalorizar la labor de nuestros investigadores, simplemente porque padecen una desventaja de 10 a 1 frente a sus colegas del Norte en la publicación de sus *papers*?

Desde la perspectiva del Tercer Mundo y de América Latina, en particular, debemos reenfoquear la teoría de los llamados "valores-noticia" (*news-values*), priorizando la proximidad sobre otras categorías. Esta prioridad no responde estrictamente al concepto de cercanía física, sino a dos criterios señalados precedentemente: la relevancia de las investigaciones científicas que -aun en los campos más básicos- conciernen a los intereses de nuestro mundo; y la posibilidad de que el reportaje directo, no mediatizado unidireccionalmente por las comunicaciones, abra las puertas de la investigación científica al público general, mostrando aquello por lo que la ciencia es lo que es, y no fantasía, creencia, magia, charlatanería o religión. ●

# Nuevas tecnologías y periodismo científico

*Las nuevas tecnologías, tales como el CD-ROM, el Internet, la TV por cable, la TV interactiva, sin duda alguna cambiarán el modo en que se realiza el periodismo y la divulgación científica. Estas nuevas tecnologías ofrecen desafíos y oportunidades que el autor de este artículo plantea y sobre las cuales reflexiona, a la luz de su gran experiencia al respecto.*



Capalera No. 68

**A** finales del siglo pasado, cuando para iluminarse se utilizaban velas, Tomás Alva Edison dijo: "Haremos la electricidad tan barata que solo los ricos utilizarán velas". Su previsión se ha cumplido plenamente. Hoy podríamos decir algo similar con relación a la prensa: "Haremos la prensa electrónica tan barata que solo los ricos usarán la hecha en papel".

Suprimir las velas resultó ser una de las menores conquistas de la electricidad barata. Muchos de los grandes

avances del siglo XX han sido posibles gracias a ella. Ni Edison, ni nadie de su época fue capaz de prever el alcance de lo que estaban desarrollando. Valga esta introducción para dejar claro que con toda seguridad me voy a equivocar. No obstante, voy a intentar adentrarme en el futuro.

Edison hace hincapié en uno de los puntos esenciales: el precio. Un ejemplo de la importancia del precio es la imprenta. Antes de Gutenberg, un monje se pasaba uno o varios años haciendo manualmente la copia de un libro que, por ello, eran solo para una selecta minoría. Gutenberg inicia el proceso de abaratamiento de las copias. El libro se va haciendo accesible cada vez a mayor número de personas, con lo

que, sin duda, se inicia la revolución científica.

En mi opinión, el aspecto clave del próximo futuro es el abaratamiento de precios en tecnologías que hoy son muy caras y, por tanto, solo a disposición de una élite. Veamos algunas tecnologías emergentes y las oportunidades y desafíos que presentan para el periodismo científico.

## CD-ROM Interactivo

Este mismo año aparecerán en el mercado los llamados *Digital Video Disk* (DVD), unidades similares en tecnología y aspecto a los CD-ROM actuales, pero con capacidad de almacenamiento mucho mayor, en torno a nueve gigabytes de información, y su costo de reproduc-

FELIX ARES, español. Doctor en informática, ingeniero superior en telecomunicaciones, profesor universitario.

ción, en cantidades pequeñas, será inferior a un dólar. Si tenemos en cuenta que *El Quijote* tiene aproximadamente un millón de caracteres, estamos diciendo que por un dólar podremos conseguir una biblioteca con 9.000 volúmenes. Desde el punto de la impresión, la disminución del precio es dramática; pero no debemos olvidar que el medio papel tiene atractivos que no los tiene el DVD: se puede leer mientras se toma café en el bar o en la cama, se pueden subrayar párrafos con un rotulador, etc.

**Oportunidades.** Una de las luchas titánicas de todo divulgador es contra la escasez de espacio. Con el DVD la extensión es "ilimitada". Con la prensa clásica es casi imposible exponer las fuentes documentales, con el DVD no hay ningún problema. Recuerdo que en el año 68 escribí un artículo explicando lo que eran las fibras ópticas, con sus precedentes en los cristaleros de Murano, y la famosa observación de Tyndall

de que el rayo de sol que incidía en el fondo de un depósito de agua salía por el grifo. El trabajo constaba de texto y de unos pocos dibujos. Con el DVD hubiera sido totalmente diferente. Se podrían haber mostrado imágenes animadas en las que se vieran los "mirafiori" de Murano, y cómo al incidir la luz en la base se iluminaban las flores; un vídeo con la observación de Tyndall; imágenes de las trayectorias de la luz al transmitirse a lo largo de una fibra óptica, etc.

**Desafíos.** El artículo sobre fibras ópticas lo hice solo. Tanto el texto como los dibujos esquemáticos los realicé yo mismo. Introducir imágenes y vídeos, obliga a contar con la ayuda de otros profesionales: guionistas, artistas gráficos y programadores. Con las nuevas tecnologías, el divulgador "solitario" lo tiene muy difícil. Tendrá que trabajar en un equipo multidisciplinar, lo que encarece la producción. Otro gran reto es que debemos abandonar el modo de escritura secuencial para adentrarnos en el mundo del hipertexto (hiperenlace). La idea del hiperenlace es engañosamente sencilla. Por ejemplo, en este trabajo la palabra Edison -o el recuadro de su fotografía- podría estar en azul, indicando un hiperenlace. Cuando el lector pinchase con el ratón en la palabra, el computador le llevaría a otro sitio, en este caso podría ser a la biografía del personaje.

La idea no puede ser más sencilla, pero hace nuestro trabajo mucho más complejo. Mi experiencia como lector de multimedia me dice que un mal diseño irremediablemente hace que me extravíe. De un hiperenlace me voy a otro, y del otro a otro... y al final he perdido la noción de qué es lo que estaba intentando estudiar en primer lugar.

Volvamos al ejemplo de las fibras ópticas. Pensemos que queremos explicar cómo funcionan dichas fibras y que, para hacerlo más ameno, introducimos imágenes de los "mirafiori" venecianos y hablamos de la Venecia del siglo XVI, de la fabricación de cristales, etc. El "lector" que ha querido aprender sobre fibras ópticas podría terminar dándose un paseo por las pinturas de Tiziano, Tintoreto, Canaletto y por los mármoles y mosaicos de San Marcos. Evitar que esto ocurra exige un diseño muy cuidadoso.

El artículo de divulgación se convierte en un guión complejo donde intervienen diversos objetos —fotos, textos,

dibujos, películas, sonidos— enlazados entre sí mediante hiperenlaces que no controlan los autores sino los lectores. Ellos son quienes navegan de uno a otro lado. Lamentablemente, nadie tiene experiencia clara sobre cómo hay que exponer los índices, las referencias, las figuras, los vídeos, los sonidos, de modo que resulten atractivos para el "lector" y que no le desvíen en exceso de la ruta por la que le queremos conducir.

En un periódico cuesta mucho hacer el original y también cuesta mucho hacer cada copia. En el multimedia, el original cuesta mucho más, pero después, las copias casi son gratuitas. El precio del ejemplar multimedia viene determinado casi exclusivamente por el número de copias que se vendan.

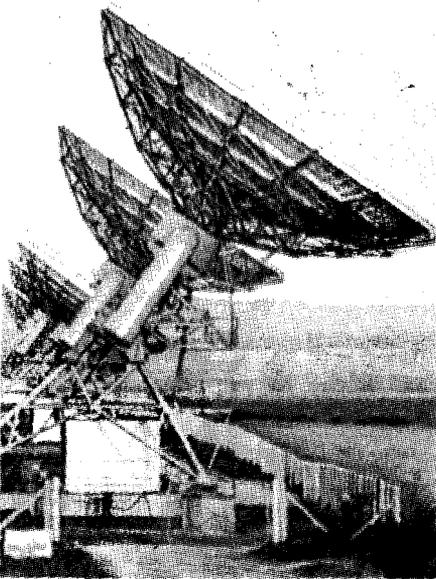
Otra desviación perversa puede ser la desaparición de los productos nacionales. Al ser el texto una pequeña parte del producto, el multimedia puede elaborarse en grandes estudios multinacionales y en cada país limitarse al "doblaje" del mismo.

### Internet

Según un informe del Banco Mundial (*The Consequences of Current Telecommunications Trends for the Competitiveness of Developing Countries*, por Simon Forge) para el año 2.005 prácticamente las comunicaciones mundiales con un gran ancho de banda serán casi gratis. Ello nos pone en una situación muy similar a lo que ocurre con los DVD: la "impresión" electrónica será muy barata; pero al igual que el DVD nadie sabe muy bien cómo manejar el nuevo medio.

A pesar del informe mencionado, la gran diferencia entre Internet y el Multimedia es el "ancho de banda". Hoy por hoy, y tal vez hasta mucho después del año 2005, el ancho de banda no será tan abundante como para poder hablar de una Internet multimedia.

Con las líneas telefónicas actuales, incluir un vídeo en una producción de Internet es impensable. A modo de ejemplo cabe mencionar que un minuto de vídeo, recibido con un módem de 28.800 baudios -uno de los más rápidos disponibles hoy en las redes telefónicas básicas- tardaría en llegar a nuestro computador, si no hay las habituales congestiones en algún sitio: ¡138 horas! Una simple fotografía, en tamaño A4 y



Estación emisora

buena resolución, tardaría 45 minutos. Un minuto de voz, con la baja calidad del teléfono tardaría ¡16 minutos! Salvo en algunas grandes ciudades, a través de la televisión por cable, es impensable que en el 2005 haya sistemas de comunicación que permitan una Internet que razonablemente podamos llamar multimedia.

Ello produce otra dificultad añadida. Debemos hacer que nuestro trabajo de divulgación *parezca* multimedia; pero la cantidad de información a enviar debe ser muy pequeña. Debe parecer mucha, pero en realidad debe ser poca. Falta experiencia. Ya conocemos algunos trucos: en vez de enviar una gran imagen para formar el fondo de la pantalla, enviamos una pequeña y la repetimos decenas de veces. Para crear una melodía, enviamos unas pocas notas musicales y el computador las repite continuamente, etc.

**Oportunidades.** Internet llega a todo el globo terráqueo. El mercado potencial es inmenso. Por suerte para los hispanohablantes, nos encontramos con una de las grandes lenguas del mundo. Por desgracia no es la *lingua franca* mundial, papel que hoy desempeña el inglés.

Hay temas cuya publicación no sería posible en una sola nación, pues los interesados no son suficientes para su justificación económica. Los costos de imprimir, enviar y -sobre todo- los de dar publicidad a la publicación pueden hacer que muchos temas minoritarios sean inviabilidades. Con Internet todo cambia, basta con que en el mundo haya un puñado de personas interesadas en una materia, para poder hacer una "publicación".

Internet introduce otra desconcertante posibilidad, la de que cada artículo, o incluso la revista entera, sea el resultado de una colaboración entre todos o muchos de los suscriptores. La labor del divulgador científico adquiere nuevas dimensiones: posibilitador de la "revista", animador, moderador, profesional que sabe dónde y cómo poner los hiperenlaces evitando que el lector se pierda, *redactor final*, etc. He puesto lo de *redactor final* con dudas, pues también existe la no menos turbadora posibilidad de que un artículo nunca se acabe, que sea algo que evoluciona continuamente. Incluso, cabe pensar en que en cierto momento se reproduzca -aparezcan dos

copias- y que cada una adquiera una vida evolutiva diferente.

La publicación electrónica y los computadores nos permiten lo que hace unos pocos meses parecía imposible: publicaciones personalizadas. Un ejemplo ya lo tenemos en el *Wall Street Journal*, que ya está preparando una edición a la carta. El suscriptor indica a la editorial los temas que prefiere y a la mañana siguiente tiene en su casa la edición electrónica adaptada a sus preferencias. La Universidad de Stanford tiene un servicio gratuito personalizado que busca en todos los foros abiertos en el mundo los temas que el suscriptor le indique y cada dos días le envía las novedades a su buzón. (<http://www.reference.com>).

La globalización también ofrece oportunidades de atender a comunidades geográficas concretas. Por ejemplo, el español que está de viaje por América, al conectarse a Internet puede recibir en su hotel la edición de *La vanguardia* o de *El País*.

**Desafíos.** Los problemas son similares a los ya dichos para el DVD. Falta de experiencias en el funcionamiento del nuevo medio, necesidad de trabajo en equipo de personas con perfiles muy diversos, falta de nuevos profesionales.

Los usuarios de Internet se están acostumbrando a que todo sea gratis, lo que produce un tremendo problema. Podemos pensar que será la publicidad quien pague, pero eso es más fácil de decir que de hacer. Para ello habrá que garantizar una cierta eficacia, cuyos sistemas de medida están por desarrollar. No basta con saber el número de computadores personales que han recibido una información determinada, hay que ver si alguien la ha leído.

A primera vista parece que las oportunidades son magníficas pues la publicidad puede ir dirigida a los segmentos muy específicos. Por ejemplo, a los clientes que lean un trabajo sobre las nuevas fibras ópticas de plástico, seguro que les gustará saber qué libros ya están publicados, o lo van a estar en un próximo futuro sobre el tema. Casi, casi, ese tipo de publicidad es una parte importantísima de la información.

Estoy seguro de que hay muchísima gente dispuesta a pagar pequeñas cantidades por recibir información ordenada y digerida sobre temas profesionales. El

dinero electrónico y los "bancos virtuales" para realizar dichos pagos ya existen.

Recientemente, tuve que dar una conferencia sobre *El futuro de las telecomunicaciones*. Tenía algunas dudas acerca del sistema europeo DECT y no sabía exactamente todos los proyectos de satélites de baja altura existentes en el mundo. Me conecté a Internet. Entré en el buscador Altavista de Digital y rápidamente disipé mis dudas sobre el DECT en el ETSI (Instituto Europeo de Normas de Telecomunicaciones). Los alumnos de la Escuela de Ingenieros de Telecomunicaciones de Valencia (España), en un trabajo de fin de curso que habían puesto a disposición de Internet, me dieron una visión detallada de los sa-

**E**n un periódico cuesta mucho hacer el original y también cuesta mucho hacer cada copia. En el multimedia, el original cuesta mucho más, pero después, las copias casi son gratuitas. El precio del ejemplar multimedia viene determinado casi exclusivamente por el número de copias que se vendan.



télites de baja altura. La publicidad (ET-SI), por un lado, y los aficionados (alumnos) por otro, me habían solucionado el problema.

¿Por qué se va a pagar a alguien si se puede tener gratis? Me atrevo a apuntar varias ideas: 1. La publicidad rara vez será neutral. 2. Los aficionados pueden hacer muy bien un tema, pero no son capaces de hacer un seguimiento sistemático de un conjunto de materias. 3. Yo tuve que ir a buscar la información, un servicio añadido puede ser enviarla a los interesados. 4. Un bajo precio es fundamental. ¿Quién no estaría dispuesto a comprar electrónicamente -instantáneamente- un artículo de una firma de prestigio por 25 centavos de dólar? La imagen de marca (por ejemplo *Scientific American*) o personal (por ejemplo Manuel Calvo Hernando) adquieren una gran relevancia. Garantizan neutralidad -ética-, continuidad en el tratamiento de los temas, un estilo, etc.

#### TV por cable, Pay Per View y TV interactiva

Ultimamente mucho hemos oído sobre estos temas como la gran oportunidad. Sin embargo, no creo demasiado en ellos, ni pienso que vayan a influir mucho en nuestra profesión.

**La TV por cable** nos permite tener algún canal más a nuestro alcance. Pero si pensamos que hoy es habitual tener diez o doce canales por vía normal, más otros treinta o cuarenta a través de satélite, no veo que la TV por cable aporte nada excesivamente novedoso. Por otro lado, el alto costo de llegar a los lugares remotos hace que sea un producto exclusivo para ciudades grandes y medias.

**Pay Per View.** Se trata de un servicio en el que se cobra por ver un programa o una película. Una pregunta: ¿qué diferencia tiene respecto a ir al videoclub y alquilarlo? Realmente poca. No aporta gran valor agregado.

**Televisión Interactiva.** Esta parece ser la última panacea. Todo el mundo habla de ella. Teóricamente los espectadores podrán intervenir en los programas, votar, comprar, etc. Soy bastante escéptico respecto a su desarrollo. Hay mucho de verdad en la frase de McLuhan "el medio es el mensaje", y creo que el medio televisivo es **pasivo**. Se puede soñar en que el espectador se ponga en una actitud activa ante el televisor, pero pienso que es eso: un sueño, una quimera. Las estadísticas de los últimos meses nos demuestran que los sistemas de televisión interactiva no están teniendo

el éxito. Por ejemplo, tras el *boom* de la novedad inicial, los compradores abandonan la telecompra o el telebanco y vuelven a los sistemas tradicionales.

#### A modo de despedida

Las nuevas tecnologías convivirán con las viejas. Al igual que la radio o la televisión no acabaron con el periódico o con el libro; los multimedia o Internet tampoco lo harán. Son medios complementarios.

Con las nuevas tecnologías tenemos muchas oportunidades y muchos retos. Sin duda cambiarán el modo en el que divulgamos la ciencia. Creo que trabajo no nos faltará. La formación permanente será una característica de nuestro próximo futuro. Muy pronto las empresas descubrirán que para explicar cómo funcionan sus productos, o una tecnología determinada, bien a sus empleados o bien a los clientes, un "texto" claro, ordenado, atractivo, con gancho, es la clave primaria del éxito. Entonces se acordarán de que esa es nuestra especialidad. No quiero acabar sin una sencilla reflexión: son las personas y no las tecnologías las que determinarán cómo será el mundo de mañana. ●

# MEDICOS Y PERIODISTAS

*El profesional de la salud, por lo general, no es experto en el uso de los medios de comunicación. Los expertos comunicadores muy rara vez tienen preparación en asuntos de salud. El periodista en salud surge, entonces, como el punto medio ideal entre estos dos extremos; pero deberá tener mucho cuidado con los tres enemigos del hombre, que también acosan al periodista: el mundo, el demonio y la carne.*



**E**n el campo de la salud, el conocimiento de la realidad y la información oportuna sobre avances y novedades tiene inmensa importancia para cualquier comunidad humana. En efecto, solamente con ese conoci-

miento y esa información se consigue que cada individuo integrante de la comunidad pueda obrar de manera acorde con sus propios intereses y los de su grupo en materia tan importante, pero también se pueda defender de impostores y **falsos profetas** que, por desgracia, no escasean y cuyo reiterado intento se caracteriza por buscar lucro median-

te la explotación habilidosa de la ignorancia, la credulidad y la esperanza de sus semejantes, a los que ofrecen milagrerías y pseudo-ciencia bajo seductores ropajes de diversa índole.

Millones de latinoamericanos de todas las edades no tienen todavía, en estos años finales del que podemos llamar "gran siglo del progreso",

idea clara sobre su propio cuerpo, como no sea la empírica y superficial que puede ofrecerles la experiencia de sus sentidos. Así, bien lo saben los profesionales en ejercicio, es muy difícil conseguir toda la colaboración por parte del enfermo y de sus parientes.

Esa ignorancia justifica o, mejor aún, exige esfuerzos especiales para vencerla como parte de todo plan de progreso nacional o regional. Pero gran parte de quienes deben recibir tales esfuerzos viven en condiciones en las que rara vez tienen contacto con los médicos y demás profesionales de quienes recibirían la educación e instrucción. Las oportunidades de información para ellos se limitan a lo que puedan ofrecer las páginas de los diarios o revistas de poco precio, programas de radio y los espacios de la televisión gratuita que alcanzan a mirar en el receptor de algún vecino-amigo algo más afortunado. Todo les parece interesante, eso sí, aunque el tema no tenga actualidad inmediata ni esté producido con refinamiento intelectual o periodístico.

Gran parte de quienes ejercen profesiones relacionadas con la salud no tienen formación en el campo de las comunicaciones masivas ni, por otra parte, posibilidad de llegar por sí mismos a los grandes conglomerados humanos que requieren sus palabras. Surge, así, imperiosa la necesidad del comunicador científico profesional, del periodista en Salud que pueda establecer el "puente" adecuado entre la **fuentes** de la noticia científica, el medio que ofrece los espacios con la condición de que se le entreguen materiales adecuados tanto en su contenido como en su forma, y los **receptores** ávidos o indiferentes a quienes de todos modos es necesario convencer de la pertinencia y utilidad de esa clase de noticia.

### Los enemigos del hombre...

Son tres, pregonaba el viejo catecismo católico antes de las modernizaciones conciliares de este siglo, y los identificaba: el demonio, el mundo y la carne. Del mismo modo, con los mismos números y nombres,

pueden identificarse hoy los enemigos del Periodismo Científico.

De las propias entrañas de la ciencia surge el **demonio**: cegados por el orgullo, empeñados en brillar a cualquier precio y ocupar lugares eminentes, algunos científicos no vacilan en mentir sobre sus trabajos y buscar así con datos falsos o deformados -que entregan al periodista con la baja intención de aprovechar su inocencia, su entusiasmo, su relativo desconocimiento de los detalles del asunto- el aplauso del público. Si llega a surgir controversia y alguien descubre la verdad, ellos mismos no vacilan en lanzar la culpa sobre el comunicador, a quien acusan de no haber entendido sus explicaciones, de haberlos interpretado mal, de haber inventado por su propia cuenta lo que aseguran no haber siquiera insinuado jamás.

Para fortuna de todos, no es muy frecuente el ataque personal de este Lucifer. Contra sus artimañas vale solamente la buena preparación del periodista, la sana costumbre de tomarlo todo "con un granito de sal" representado en una dosis prudente

de escepticismo, el cuidado en recoger los documentos, confrontarlos y conservarlos para futuros desarrollos, la búsqueda de claridad que puede llegar hasta la consulta con otros científicos respecto de las afirmaciones o datos de alguno de ellos.

En el ambiente que nos rodea vive y se nutre el **mundo**: la presión de individuos o entidades interesados en destacar y a veces en minimizar u ocultar personajes, inventos, hallazgos de la ciencia, por motivos que nada tienen que ver con ella misma. El sabio a quien su gobierno nacional quiere mal porque ha tenido determinadas actitudes políticas y que, como consecuencia, ve silenciados sus trabajos; la institución cuyas teorías se hacen resonar como verdades reveladas y cuyos logros se inflan y pregonan con bombos y platillos porque tras ellos se despliega el nombre del benefactor que puso el dinero para esos trabajos; uno y otra son ejemplos de la amenaza del mundo sobre el periodismo científico, sobre su independencia y honestidad.



Louis Pasteur

La carne, por su parte, es para infortunio **nuestra propia carne** débil de periodistas sometidos a tentación. En nuestras entrañas bulle el deseo de publicar la "chiva" o noticia singular de máxima actualidad; el sueño de obtener con algún trabajo nuestro ese esquivo premio nacional o internacional que además del honor viene dotado con sabrosa suma de dólares; el anhelo de un nombre ampliamente reconocido, de aquellos que hacen volver la cara a las gentes y suscitan susurros en los sitios públicos; y muchas veces, refrenados por la voluntad pero quizá no menos pungentes, la molestia contra el investigador que nos hizo evidente su desprecio, el afán de favorecer al que por otras causas "nos cae bien" o la posibilidad de convertir en moneda para nuestro bolsillo cierto informe o artículo siempre que lo maquillemos un poco.

Contra las amenazas del mundo y de la carne, solamente sirve el broquel de una ética profesional bien grabada en el fondo de nuestra conciencia, que se base en la sólida

certeza de que, para no traicionar su propia esencia, el ser humano en cualquier circunstancia debe obrar estrictamente de acuerdo con sus propias "tomas de posición", a las que haya llegado después de analizar el acto respectivo a la luz de los principios, las normas y las convicciones que haya adoptado para el "sentido" de su vida.

### La disposición del médico

Latinoamérica en el siglo XXI requerirá, pues, un número importante de periodistas científicos y de periodistas en salud que ayuden a crear la conciencia colectiva de lo importantes que son la ciencia, la tecnología y su uso y aplicación en forma **humana**, que es tanto como decir **para el ser humano** y en ningún caso a costa de este.

Pero desde ahora se debe señalar que, en la formación de los médicos y demás profesionales de la salud para ese futuro ya inmediato, es indispensable incluir aspectos relacionados con la comunicación con sus semejantes, tanto en forma di-

recta como a través del periodista y los medios de comunicación.

Ese "nuevo médico" debe saber cómo explicar a la persona enferma que se pone en sus manos, en el lenguaje que ella entienda, todo lo relativo al diagnóstico, pronóstico y tratamiento con los detalles necesarios para conseguir su colaboración adecuada. Debe estar convencido de que esa es parte fundamental de la atención, que los minutos invertidos jamás se pierden y dan por el contrario frutos óptimos.

Debe también perder el temor, la desconfianza ante el periodista científico y acostumbrarse a colaborar con él de manera eficiente, evitando cualquier tentación de aprovechamiento ilícito. Del trabajo conjunto saldrá una sociedad mejor informada y, por lo mismo, más dispuesta a trabajar en busca de mejores condiciones de vida y salud, empezando por presionar si fuere necesario a sus gobernantes y representantes elegidos, para que elaboren y aprueben los instrumentos legales encaminados a tan laudable fin. ♦

## ARENA journal

A twice-yearly, internationally oriented scholarly periodical, *Arena Journal* will continue a commitment of the first series of *Arena* to publishing material which reflects on a renewed left critical practice. It is a place for theoretically and ethically concerned discussion on the prospects for co-operation within contemporary life.

*Arena Journal* will respond to the challenges of the last twenty years to the 'classical' accounts of social life which have emerged from theories of subjectivity and the sign, challenges which have affected the status of figures such as Marx, Weber and Durkheim, as well as post-classical theorists such as Habermas and Giddens. A central focus of the *Journal* is upon the interpretive and technical intellectual practices and their relation to the reconstruction of social processes: class relations, forms of selfhood and community life. We welcome contributions from various perspectives which engage with the *Journal's* special concerns.

### ARENA journal No. 5, 1995

#### Subscribe to *Arena Journal*

Rates (in Australian dollars please)

	1 year	2 years	3 years
Individuals	16	28	42
Organizations	25	45	65

Overseas: surface postage add \$6; air add \$14

Send to:

**Arena Journal**

**PO Box 18**

**North Carlton**

**Australia 3054**

Telephone: 61-3-4160232

Fax: 61-3-4151301

## REVISTA HOMINES

UNIVERSIDAD INTERAMERICANA DE PUERTO RICO

Vol. 17, NUM. 1 y 2

Tarifas suscripciones:

Puerto Rico US\$15 / El Caribe, EE.UU.,

Centroamérica US\$22 / Suramérica,

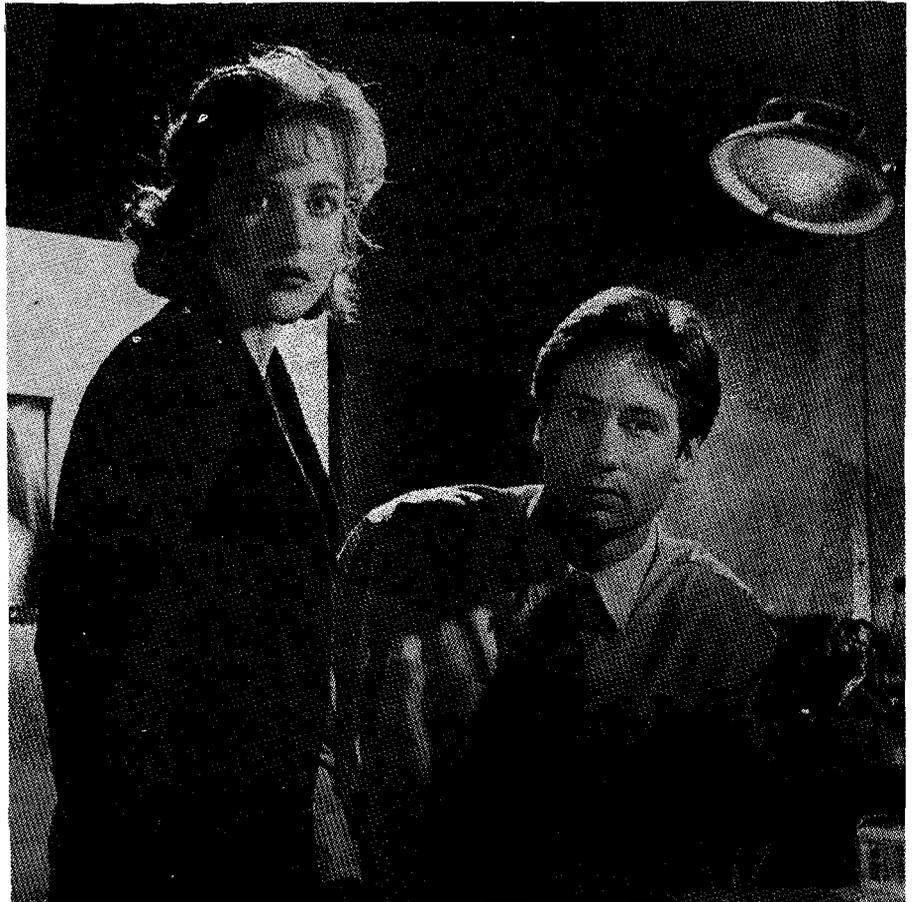
Europa, Africa, Asia US\$25 /

Muestra 1 ejemplar US\$8

Apartado 191293, Hato Rey,  
Puerto Rico 00919

# Ciencia y razón en el cine y la TV

*Una preocupante ola de lo sobrenatural y esotérico inunda hoy día a las pantallas del cine y de la TV. El mensaje es siempre el mismo: el poder de fuerzas paranormales y mágicas puede más que la ciencia y el pensamiento racional, los escépticos son unos tontos dogmáticos. Esta ola, cuya Mecca es Hollywood, representa un solapado ataque al raciocinio y al método científico, fomenta la superstición, lo irracional y representa un retroceso. El artículo de William Evans presenta la respectiva situación en los Estados Unidos, pero que no deja de repercutir en América Latina.*



"X-Files".

**E**n los programas de entretenimiento de televisión en el tiempo de mayor sintonía, ¿quién corre más peligro? ¿El policía? ¿El soldado? ¿El investigador privado? La respuesta es, ninguno de ellos. Los que más riesgo corren en estos programas son los científicos. El 10% de los

científicos en estos programas son asesinados, el 5% asesina a alguien (Gerber 1987).

Los medios han presentado a los científicos como malos y peligrosos por mucho tiempo, pero en las últimas décadas la presentación de la ciencia por parte de estos medios cambió sustancialmente, y parece que estos cambios se han incrementado en los años más recientes. La ciencia permanece peligrosa, pero cada vez más también se la presenta como incapaz para resolver

problemas. El escepticismo respecto a tesis paranormales, que es parte intrínseca del pensar científico, es interpretado como un obstáculo. Y en una buena parte de esta oferta de entretenimiento, muy notablemente los *X-Files*, a lo paranormal se lo presenta como algo normal. Los *X-Files* describen un mundo en el cual eventos fantásticos, como abducciones por parte de extraterrestres y combustiones humanas espontáneas, son ocurrencias diarias.

WILLIAM EVANS. Profesor Asistente en el Departamento de Comunicación de la Universidad Estatal de Georgia. Este artículo es tomado de *Skeptical Inquirer*, January/February 1996.

Algunos programas de TV y cine presentan a la ciencia y a la razón como herramientas inadecuadas para comprender nuestro mundo en lo que es una edad nueva de credulidad.

**TV, público, ciencia y seudociencia**

Existe una correlación entre mirar la TV de entretenimiento y la credulidad. Los televidentes habituales de este tipo de televisión (uno de cada tres adultos norteamericanos mira la TV durante más de cuatro horas, diariamente), más que los que solo la miran infrecuentemente, tienden a tener una opinión negativa de la ciencia y una opinión positiva de la seudociencia. Los televidentes habituales -más que los otros- creen que la ciencia es peligrosa, que los científicos son personas raras y excéntricas y que una carrera en las ciencias es indeseable (Gerbner 1985 y 1987). Estos resultados persisten aun tomando en cuenta factores como educación, sexo, edad y otros, los cuales -como es sabido- ejercen una influencia sobre la actitud de la gente respecto a la ciencia. Los televidentes habituales -más que los otros- también tienden a creer que la astrología es algo científico. El 37% de los adultos norteamericanos cree que la astrología es ciencia cierta (National Science Foundation, 1989), pero entre los televidentes habituales es el 55% que mantiene esta creencia. (Gerbner et al. 1985).

Si bien la evidencia existente no nos permite mantener que mirar la TV de entretenimiento crea actitudes de anti-ciencia y de pro-seudociencia, parece cierto que esta TV provee un entorno simbólico, en el cual tales actitudes se cultivan fácilmente. Nuestros medios masivos presentan una dieta constante de imágenes negativas de la ciencia y del escepticismo.

**Científicos locos y no-profesionales astutos**

Hace tiempo que la literatura occidental y los medios le otorgan al científico el papel de causa-problemas (Haynes 1994). En películas de horror, el científico loco viene en seguida después del sicópata como el causante de problemas (Haynes 1994). De hecho, los científicos locos representan un porcentaje más grande de antagonistas, en este tipo de

películas, que zombies, hombres-lobo y momias en su conjunto (Tudor 1989).

Aunque los medios sí presentaron a los científicos consistentemente como peligrosos, se produjeron importantes cambios en cuanto a la capacidad científica de resolver problemas. Tudor apunta que, entre 1951 y 1964, los científicos se presentaron a menudo en las películas tanto salvando como poniendo en peligro a la humanidad. En las películas de esta época la ciencia es peligrosa, pero también provee los medios apropiados para contrarrestar los peligros que trae la misma ciencia. Los científicos crean, por ejemplo, por equivocación a un monstruo mutante, pero los científicos también se arreglan para eliminar la amenaza que han creado. En estas películas la ciencia es peligrosa pero eficaz.

En contraste, recientes películas presentan a los científicos como incapaces para resolver problemas o eliminar peligros para la humanidad. En su lugar, son a menudo los no-profesionales los salvadores (Tudor 1989). El *know how* científico es denigrado en estas películas y hasta presentado como una desventaja. En películas de horror como *C.H.U.D.* y la reedición de *The Blob* de 1988, personas no-profesionales salvan al mundo de monstruos peligrosos, pero solo después de haber demostrado que son más listos que los científicos, los cuales o no entienden el peligro o tienen intereses en perpetuarlo. En películas como *E.T.* y *Splash*, los no-profesionales salvan las vidas de criaturas benignas e inteligentes protegiéndolos del cautiverio científico. En estas y muchas otras películas recientes, la ciencia no posee recursos para resolver problemas, más bien resulta un obstáculo (Goldman 1989, Tudor 1989).

**El peligro de ser escéptico**

Al igual que la ciencia, también el escepticismo es devaluado en el cine popular y la televisión de entrete-

**A**l igual que la ciencia, también el escepticismo es devaluado en el cine popular y la televisión de entretenimiento existente. Más aún, al escepticismo se le muestra como algo insostenible y hasta irresponsable.



nimiento existente. Más aún, al escepticismo se le muestra como algo insostenible y hasta irresponsable. Películas sobre lo paranormal a menudo presentan a un personaje ficticio escéptico que duda de la realidad de fantasmas, demonios y otros fenómenos paranormales, aunque pronto llega a ser evidente para todos los demás -los personajes de la trama y la audiencia- que hay por medio fuerzas sobrenaturales. Debido a la negación del escéptico de reconocer la realidad de lo sobrenatural, los protagonistas de la película corren peligro. Este tipo de películas usualmente incluyen una escena clave en la cual los protagonistas explícitamente rechazan al criterio escéptico. Pronto, el escéptico o es asesinado, convertido en crédulo o simplemente desaparece de la acción. En este punto de la película, el protagonista (que raramente es científico, a no ser que ya sea crédulo) logra eliminar la amenaza paranormal.

Un excelente ejemplo de este tipo de trama se encuentra en *Poltergeist III*. Allí, un sicólogo, el Dr. Seaton, testarudamente insiste que la joven Carol Anne no está perseguida por demonios, sino que sufre de algún trastorno emocional. El Dr. Seaton continúa en insistir que nada sobrenatural está pasando, a pesar de que tanto él mismo, los demás personajes importantes de la película como la audiencia han visto notorias ocurrencias de tipo sobrenatural. El diagnóstico del Dr. Seaton evidentemente es erróneo, pero como escéptico es renuente a aceptar la abundante evidencia de fuerzas sobrenaturales. Como resultado, Carol Anne sufre repetidos y aterradores encuentros con seres del otro mundo. El Dr. Seaton parece cruel y su obstinado escepticismo, en vista de la evidencia incontrovertible, parece casi patológico.

Afortunadamente para Carol Anne aparece un síquico que la salva. El síquico, llamado Tangina, se da cuenta del grave problema de la joven por medio de la telepatía y se apresura a ayudarla, pero es rechazado y hasta ridiculizado por el Dr. Seaton. Mientras que el peligro para Carol Anne y otros aumenta, el Dr. Seaton se niega a aceptar las advertencias de Tangina sobre el gran poder de las fuerzas sobrenaturales. Finalmente, Tangina insiste en que el tío y la tía (con los cuales Carol Anne vive) decidan: entre el misticismo de Tangina y el raciona-

lismo del Dr. Seaton. El tío y la tía deciden seguir las recomendaciones de Tangina. Cuando el Dr. Seaton objeta, el tío lo trata con rudeza y dice que el diagnóstico del sicólogo es "estúpido e idiota". Se supone que el resultado de esta confrontación sea agradable para la audiencia, que fue testigo de los intentos cada vez más forzados y finalmente ridículos del Dr. Seaton de encontrar explicaciones prosaicas para las ocurrencias fantásticas. Casi enseguida, un joven poseído por malos espíritus mata al Dr. Seaton. Ahora, el trabajo serio de salvar a Carol Anne puede comenzar. Por cierto, una combinación de fe y de una benévola fuerza síquica salvan a la joven y a los suyos de los malévolos espíritus.

Posiblemente la presentación del Dr. Seaton sea particularmente negativa, pero los escépticos presentados por Hollywood frecuentemente son dogmáticos, misántropos y simplemente equivocados. En películas como *Poltergeist III*, *The Entity* e, inclusive, *Ghostbusters* el escepticismo se muestra como algo tonto e ineficaz, en tanto que síquicos y parasicólogos entran para eliminar las amenazas paranormales.

Hess (1993) y Tudor (1989) identifican la transición del escepticismo a la credulidad como un tema mayúsculo y una característica distinguida de recientes películas de horror y suspenso. Las personas que viven en casas endemoniadas (*The Amityville Horror*) o encuentran que sus seres queridos son poseídos por demonios (*The Exorcist*, *Poltergeist*) o que se encuentran inmersos en conspiraciones satánicas (*Rosemary's Baby*, *The Omen*), al principio se muestran escépticos respecto a lo sobrenatural; pero su seguridad y hasta su sobrevivencia requieren que admitan la realidad de lo sobrenatural. Como miembros de la audiencia, a menudo quisiéramos que los personajes escépticos dejen su escepticismo. A menudo, un escéptico convertido tiene que trabajar para convertir a otros escépticos y hacer a otras personas reconocer la realidad y el peligro de lo sobrenatural. De nuevo, encontramos a las audiencias actuando como hinchas de una evangelización exitosa, ya que la sobrevivencia de un personaje simpático o de varios, posiblemente hasta del mundo, depende de ello. El poder persuasivo de tales historias es tal que hasta escépticos devotos a menudo se

encuentran vitoreando la conversión, cuando el personaje escéptico finalmente abraza lo sobrenatural.

### Lo paranormal llega a ser normal

Los escépticos deberían estar preocupados debido a películas que presentan la transición de escepticismo a credulidad como un asunto de vida o muerte. Pero, al menos, estas películas reconocen que el escepticismo es una primera respuesta comprensible a propuestas fantásticas y a milagrosas. En estas películas, el personaje principal típicamente considera primero una explicación prosaica, pero se convence pronto de que ocurren cosas obedeciendo a fuerzas sobrenaturales. Estas películas tratan de convencernos de que los personajes principales no están ansiosos de creer en lo sobrenatural y que son personas sensibles y naturales.

En contraste con las ofertas de los medios, en las cuales el escepticismo se presenta como una respuesta normal,

**E**xiste una correlación entre mirar la TV de entretenimiento y la credulidad. Los televidentes habituales de este tipo de televisión (uno de cada tres adultos norteamericanos mira la TV durante más de cuatro horas, diariamente), más que los que solo la miran infrecuentemente, tienden a tener una opinión negativa de la ciencia y una opinión positiva de la pseudociencia.



El primer Frankenstein

aunque insostenible a los planteos fantásticos, los *X-Files* presentan un retrato nuevo y potencialmente más pernicioso de eventos paranormales como algo enteramente normal. En los *X-Files*, los agentes del FBI, Fox Mulder y Dana Scully, investigan los fenómenos paranormales en la misma forma rutinaria ("es parte del trabajo diario") como el sargento Friday y el oficial Gannon de *Dragnet* investigaban el robo armado y el hurto. Los eventos paranormales son tratados como algo totalmente normal. Esto es lo que sugieren los *X-Files*, donde ni siquiera se justifica un escepticismo inicial que rápidamente es abandonado. El agente Mulder siempre está dispuesto (y a menudo ansioso) a considerar la posibilidad de que fuerzas paranormales expliquen los fenómenos que él está investigando, y sus conjeturas casi siempre resultan correctas. En sus conversaciones, Mulder y otros

personajes se refieren gustosa, gratuita y crédulamente, a una gran variedad de fenómenos paranormales. Emery (1995) tiene razón al identificar a estas referencias como "irrelevantes tonterías".

En los *X-Files*, la agente Scully desempeña el papel de la escéptica, pero como apunta Emery (1995), su escepticismo a menudo se presenta como un dogmatismo cerrado. Como el Dr. Seaton en *Poltergeist III*, Scully se mantiene escéptica aun después de haber sido testigo de sobresalientes e inequívocos eventos paranormales. Muy raras veces se muestra que su escepticismo resulta útil o justificado, y en los episodios más recientes ella parece mucho menos escéptica, un cambio quizá esperado, considerando la cantidad de fuerzas paranormales y seres extraterrestres con los cuales fue confrontada durante las dos primeras estaciones del show.

Los *X-Files* logran un tipo de realismo que los coloca aparte de anteriores series televisivas de ciencia ficción como *The Twilight Zone* y *The Outer Limits*. Los *X-Files* adoptan el estilo casi documental de recientes dramas policíacos de televisión, apropiándose de la autoridad y el prestigio del FBI y sugiriendo que esta serie presenta casos reales similares. Analizando las reacciones de los fanáticos de los *X-Files* en el Internet, se encuentra que la mayoría no cree que se trate de un documental, aunque algunos tienen dificultad en distinguir entre hecho y ficción. Sin embargo, muchos estiman que los casos presentados en los *X-Files* son altamente plausibles y que el FBI y otras agencias gubernamentales están activamente investigando casos similares, ya sea abierta o secretamente.

En el estilo de entretenimiento popular anterior a los *X-Files* el escepticismo era necesario, aunque solo como un obstáculo que los protagonistas debían superar. En esta serie el escepticismo resulta casi innecesario. Queda por verse si la oferta futura de los medios segui-

**C**omo cultura, hemos preferido por mucho tiempo que las historias de lo sobrenatural sean crédulas y no escépticas. A pesar de ello, es necesario ocuparse de la fabulosa celebración de lo paranormal en el cine y la televisión actual. El comprender la necesidad de la presentación del escepticismo en los medios es el primer paso urgente

rá la pauta marcada por los *X-Files*, pero no cabe duda de que la inmersión total de esta serie en lo paranormal es sumamente preocupante. La creencia que se transmite es que los eventos paranormales son comunes y que hasta personas tan simpáticas, educadas y atractivas como Mulder y Scully pueden abrazar lo sobrenatural.

### Escepticismo y Hollywood

Los escépticos han tenido algún éxito en persuadir a periodistas para que incluyan un punto de vista escéptico en noticias sobre lo paranormal, aunque -claro está- se requiere hacer más al respecto. Desafortunadamente, Hollywood no otorga a los escépticos la oportunidad de presentar su tesis en el cine y en la TV. Muchos productores sostendrían, sin duda, que sus productos solo son entretenimiento. Por lo tanto, ni las audiencias ni los investigadores deberían tomar a los *X-Files* y otras ofertas similares en serio. Pero esto no es aceptable, porque existe cada día más evidencia de que la concepción de las audiencias sobre la realidad es influenciada por la programación de los medios (Gerbner et al. 1994). Estos mismos pro-

ductores producen cada vez más documentales, shows "basados en la realidad" y otros programas que deben su éxito a la manera estratégica en que se confunde la verdad con la ficción.

En años recientes, productores de TV de Hollywood han acordado trabajar con expertos para diseñar programas que informen al televidente sobre los diversos problemas de salud y el medio ambiente. Quizá los científicos y escépticos logren reclutar a productores de cine y TV que ayuden para que el pensamiento crítico no desaparezca del entorno de los medios. Desde luego, resulta más fácil recordar a los televidentes que el sexo desprotegido es peligroso y que es posible reciclar latas de aluminio. Es otra cosa invitar a las audiencias a desarrollar hábitos de pensar en forma crítica, lo que significaría que los productores tendrían que abandonar la costumbre de presentar al escepticismo como una fuente de error y peligro.

Carl Sagan (1995) solicita a los productores de TV trabajar con científicos y escépticos para desarrollar una serie de no-ficción que mostrara cómo planteamientos fantásticos pudieran ser investi-

gados científicamente, un tipo de *Misterios Solucionados*. Una serie de esta índole, sugiere Sagan, podría alentar a los televidentes a apreciar y a cultivar el poder del pensamiento racional y de la investigación rigurosa. Lamentablemente, una serie así nunca alcanzaría audiencias acostumbradas a una televisión de tabloide, aunque otros la encontrarían valiosa. Como cultura, hemos preferido por mucho tiempo que las historias de lo sobrenatural sean crédulas y no escépticas. A pesar de ello, es necesario ocuparse de la fabulosa celebración de lo paranormal en el cine y la televisión actual. El comprender la necesidad de la presentación del escepticismo en los medios es el primer paso urgente para el cambio. Los escépticos harían bien en identificar o inventar alternativas comercialmente viables. A su vez, los productores de contenidos de entretenimiento harían bien en reconocer más a menudo en sus programas el importante papel que la ciencia y la razón desempeñan para mantener nuestra civilización. ♦

### REFERENCIAS

- Emery, C. Eugene, Jr. 1995. "Paranormal and paranoia intermingle on Fox TV's *X-Files*". In *Skeptical Inquirer*, 19 (March/April): 18-19.
- Gerbner, George, 1987. "Science on television: How it affects public conceptions". In *Issues in Science and Technology* 3 (Spring): 19-115.
- Gerbner, George, Larry Gross, Michael Morgan and Nancy Signiorelli, 1985. *Television, Entertainment and Viewers Conceptions of Science*. Unpublished manuscript.
- 1984. "Growing up with television: The cultivation perspective". In *Media Effects: Advances in Theory and Research*, ed. by Jennings Bryant and Dolf Zillman, pp. 17-41. Hillsdale, N. J.: Lawrence Erlbaum.
- Goldman, Steven L. 1989. "Images of technology in popular films: Discussion and Filmography". In *Science, Technology and Human values*, 14: 275-301.
- Haynes, Rosly D. 1994. *From Faust to Strangelove: Representation of the Scientist in Western Literature*. Baltimore, Md.: Johns Hopkins University Press.
- Hess, David J. 1993. *Science in the New Age: The Paranormal, its Defenders and Debunkers, and American Culture*. Madison, Wis.: University of Wisconsin Press.
- National Science Foundation. 1989. *Science and Engineering Indicators 1989*. Washington D.C.: U.S. Government Printing Office.
- Sagan, Carl, 1995, "What TV could do for America". In *Parade*, June 4, pp. 12-14.
- Tudor, Andrew, 1989, *Monsters and Mad Scientists: A Cultural History of the Horror Movie*. Cambridge, Mass, Basil Blackwell.



Patrick Hubenthal

# ¿Cómo escribir artículos de divulgación científica?



Además de establecer una serie de pasos para redactar un artículo de divulgación científica, la autora nos ofrece dos técnicas de verificación de la información: una es con la lista de los pronombres demostrativos (las "Wh", en inglés) y la otra es la aplicación de la teoría de las estructuras de T. Van Dijk. Estas son propuestas que los lectores pueden confrontarlas con su práctica profesional.

## 1. Rastrear la noticia

El tema surge porque lo sugiere el investigador, porque es de actualidad, porque apareció publicado en un medio masivo y su impacto ha sido relevante entre la población de lectores. A partir de estas variables, el divulgador consulta a los expertos y averigua qué se ha publicado sobre el tema en los últimos meses. Después, decide cuál es la noticia

respondiendo a las siguientes preguntas: ¿qué es noticia en ciencia?, ¿qué es noticia para quién, en qué momento y en qué lugar?, ¿qué temas científicos pueden ser de interés para los lectores?, ¿cómo se debe contar la ciencia al gran público para que la comprenda y se beneficie de ella?

Muchas de las estrategias de redacción de un artículo sobre ciencia tienen en común que parten directa o indirectamente de un *paper* (publicación de los resultados de una investigación para ser

puesta a consideración de otros investigadores). Los periodistas o divulgadores recurren a los *papers* porque les interesa el registro de un acontecimiento puntual, o la historia del desarrollo en una disciplina científica vinculada a una noticia reciente, o la descripción del estado actual de un tema o investigación. También, el periodista recurre a los *papers* para identificar la investigación; es decir, conocer los antecedentes, las hipótesis, los métodos de medición de variables y los resultados y conclusiones.

ELIZABETH BALLEEN, colombiana. Socióloga y periodista.

Otro tipo de fuentes son: 1. el retrato o perfil en forma de entrevista o búsqueda bibliográfica; 2. el registro de acontecimientos sobre ciencia como conferencias, encuentros, congresos, entre otros; 3. los ensayos en los cuales se discute la vigencia de teorías científicas, se exponen y analizan polémicas, se evalúan resultados o tendencias de la investigación.

Otra forma de iniciar un artículo de divulgación científica es cuando un periodista o divulgador formula una hipótesis y para argumentarla pide conceptos a varios expertos en el asunto. También recurre a documentos que muestran los antecedentes y características de su hipótesis.

### 2. Elaboración de fichas lexicográficas

Un *paper* arroja entre cien y doscientas fichas lexicográficas, las cuales deben ser ordenadas alfabéticamente. Posteriormente, se analiza la relación entre palabras, definiciones y conceptos. A partir de esto, se hace una nueva lectura del *paper* incluyendo las nuevas conclusiones. Se puede agregar información, palabras o expresiones. De esta lectura y de las fichas surgen las preguntas para el investigador. Es necesario estudiar el estado del problema antes de abordar al investigador.

### 3. Entrevistas al investigador o investigadores

Para aclarar términos especializados; comprender la lógica del proceso de investigación; obtener o verificar información de contexto bien sea con relación a los resultados, al objeto de estudio, a la comprobación de hipótesis, u otros aspectos que permitan reconstruir la historia interna de la investigación.

### 4. Se llenan las fichas con la información obtenida en las entrevistas

Se incluye la bibliografía y se repone toda la información que ha sido omitida o presupuesta en el *paper*. Con la entrevista al investigador se logra la comprensión de la información contenida en el *paper*, se verifican los datos, se aclara el significado de los términos especializados y la validez de los procesos.

### 5. Se reconstruye la historia de la investigación

Respondiendo las siguientes preguntas: ¿a qué necesidad responde la in-

vestigación?, ¿cómo y por qué se formularon las hipótesis y cómo se comprobaron?, ¿cómo se desarrollaron las diferentes etapas de la investigación? ¿cómo se presentaron los resultados? Es necesario tener en cuenta que los *papers* presentan los resultados que interesa publicar para defender la o las hipótesis, pero algo que es importante pero no se publica son los fracasos y las hipótesis descartadas. No hay nada más revelador que conocer los caminos equivocados, siempre y cuando el investigador lo permita.

### 6. Consultar bibliografía amplia

Como revistas, *papers* de otros investigadores que trabajan sobre el mismo objeto de estudio, manuales de referencia, enciclopedias y diccionarios -especializados o generales-, para obtener antecedentes y elementos de con-

**O**tra función del memorando es permitir otros enfoques de divulgación. Está redactado de tal manera que cualquier persona lo puede entender y utilizar como fuente. Por esto no lleva abreviaturas, ni supuestos, ni inconsistencias, ni ambigüedades.

texto. De otro lado, es necesario entrevistar fuentes independientes para verificar y evaluar la noticia. Es necesario que estas fuentes sean reconocidas públicamente y conozcan la investigación que se va a divulgar. Si se presentan discrepancias es necesario recurrir nuevamente al investigador.

### 7. La redacción de un memorando

Se inicia cuando se entra en la certeza de que todo se ha entendido. Entonces ya se puede proceder a escribir un memorando o informe donde se consigna toda la información desde lecturas, observación personal y entrevistas.

El memorando cumple varias funciones: la primera de todas es la verificación de qué sabe el divulgador y qué no sabe. El debe responder a la pregunta: ¿falta información cuando se intenta explicar algo? Es mejor detectar esta deficiencia cuando se escribe el memorando y no cuando se escribe el artículo. La consigna básica del proceso de escritura es tener un solo problema por etapa: primero comprender, luego traducir, después ordenar y finalmente editar.

Otra función del memorando es permitir otros enfoques de divulgación. Está redactado de tal manera que cualquier persona lo puede entender y utilizar como fuente. Por esto no lleva abreviaturas, ni supuestos, ni inconsistencias, ni ambigüedades. Se emplean recursos como ejemplos, analogías, metáforas e ilustraciones. El memorando no tiene estructura de artículo ni cumple con la exigencia de la brevedad del discurso periodístico.

Una función más del memorando es facilitar la colaboración entre profesionales, en el caso de la cobertura de noticias complejas y con protagonistas múltiples.

### 8. Entrevistar nuevamente al investigador

Cuando el memorando ya está elaborado se discute con el investigador para comprobar que realmente se ha comprendido la investigación y que se puede iniciar la redacción del artículo. Si es necesario se incluye o rectifica la información.

### 9. Iniciación de la redacción del artículo

Con el memorando completo se inicia la redacción del artículo de divulgación científica.

**ESTRUCTURA DEL TEXTO PERIODISTICO**

Van Dijk-Altman

**TEXTO PERIODISTICO**

**Estructura del discurso**

**SUPERESTRUCTURA SINTACTICA**  
(Estructura formal global)

**MACROESTRUCTURA SEMANTICA**  
(Estructura material global)

**Característica**

Es una estructura formal que se llena con el contenido de la estructura semántica.

La formación de esta macroestructura depende de la superestructura sintáctica.

**Orden - Jerarquía**

Categorías con cierta jerarquía: resumen, suceso principal antecedente directo, historia, antecedentes generales, contexto actual, reacciones orales, sucesos consecuentes, evaluación, expectativas.

Estructura discontinua de la noticia. Información importante puede aparecer en varios lugares del texto. La coherencia se mantiene porque los títulos y el encabezamiento orientan al lector.

**Función**

Esta superestructura es importante por razones cognitivas; organiza el proceso de lectura.

La macroestructura semántica tiene una función cognitiva y comunicativa: permiten, desde los títulos y el encabezamiento, que el lector lea y comprenda la noticia.

**ARTICULO CIENTIFICO**

**NOTICIA PERIODISTICA**

**Estructura**

Argumentativa

Relato (narración)

**Discurso**

La estructura argumentativa se desarrolla como el planteamiento de un problema que se completa con su solución. Se realiza en la secuencia: sumario, introducción, antecedentes, métodos, resultados, conclusiones y discusión.

Se descompone en un resumen y un relato, el que a la vez se integra con episodios y conclusiones.

**Ubicación de la información**

- a. Conclusión: cerca del final
- b. Antecedentes: son parte de la hipótesis y se encuentran en el encabezamiento.

- a. Adelanta conclusiones a los primeros tramos del texto.
- b. Los antecedentes del caso quedan relegados al final del texto.

**Intención comunicativa**

En el informe experimental interesan no solo las funciones argumentativas, sino también las convenciones científicas del ritual de publicación.

En el texto narrativo la intención comunicativa está dominada por factores pragmáticos como el fascinar a alguien, convencer a alguien.

### 10. El paso final de la redacción es la verificación

Es necesario verificar las citas bibliográficas o testimoniales. Dependiendo de la relación del divulgador con el investigador, este último puede hacer una última revisión final del artículo, claro que si el divulgador considera que se cumplió con el rigor anterior, este procedimiento sobra.

Hay dos técnicas para verificar que la información está bien. Una es la lista de los pronombres interrogativos (las "Wh", en inglés): **qué, cuándo, cómo, dónde, por qué, para qué**. La otra es la aplicación de la teoría de las superestructuras de T. Van Dijk.

#### El uso de las "Wh"

El doble **qué**: el **qué** de la noticia y el **qué** de la ciencia. El **qué** de la noticia es un acontecimiento como la realización de una investigación, la publicación de un *paper*, el lanzamiento de una sonda espacial, la inauguración de un telescopio; en fin, temas que se consideran de interés público. El **qué** de la ciencia es un fenómeno que ocurre en la naturaleza, la sociedad o el hombre, y del cual se ocupa la investigación.

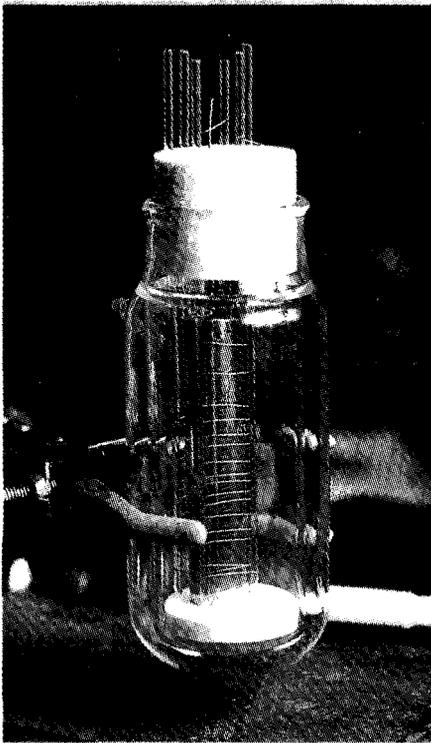
Esto hace que haya dos cadenas de "Wh". Cuando en la información se privilegia el **qué** de la noticia sobre el **qué** de la ciencia, el resultado es "información general". Cuando se privilegia el **qué** de la ciencia, el resultado es periodismo científico. Cuando en el periodismo científico se privilegia el **cómo**, el resultado es divulgación científica.

El valor especial del **cómo**, el **por qué** y el **para qué** ha sido descuidado por los medios, los periodistas e, incluso, los investigadores, pues tienen la inclinación a presentar la ciencia como el significado de los resultados obtenidos. Además, tienden a dejar de lado los métodos y el proceso de la investigación por los cuales se llegó a ellos; es decir, han descuidado la descripción del **cómo** que, también, incluye los errores y fracasos.

Dada la importancia de la metodología de la investigación -pues lo que hace que la ciencia sea ciencia es su carácter metódico- el **cómo** de la ciencia -el proceso por el cual ha sido obtenido el descubrimiento- está consignado en las secciones de "Materiales y Métodos" o

"Experimentos" de los *papers*. El desarrollo del **cómo**, en la noticia periodística de divulgación científica, es una marca de calidad porque muestra precisamente lo que hace que la ciencia se diferencie del conocimiento empírico, de las creencias, de la ficción o del fraude.

El **cómo** de la ciencia, además, es fundamental para poder construir una narración periodística de los hechos científicos. La narración es un proceso cognitivo fundamental presente en todas las culturas sin excepción, aun en las más remotas y aisladas. Chomsky y Van Dijk sostienen que la única explicación de este fenómeno es que las superestructuras narrativas están codificadas genéticamente. Es la forma más antigua y profunda que posee el hombre de transmitir información y, por consiguiente, la que más facilita ese proceso. Como tal,



entonces, la narración hace una doble contribución a la comunicación: motiva el interés del lector pues un relato bien construido invita al lector a seguirlo hasta el final, y facilita la comprensión porque ordena la información en una superestructura familiar a todos.

Las otras superestructuras textuales, como la argumentativa del *paper*, difieren de cultura en cultura. Es decir, distintas culturas se caracterizan por su uso de diferentes superestructuras textuales. No son universales y plantean problemas de aprendizaje y comprensión considerablemente mayores que la narración. En este orden de ideas, el **cómo** es lo que permite armar este tipo de relatos narrando cómo el investigador transitó hasta llegar a los resultados y conclusiones de su investigación. Los otros interrogantes, el **por qué** y el **para qué** responden al porqué surgen todos los antecedentes de la investigación, esto generalmente está consignado en la introducción del *paper*. El **para qué** responde a cuál es la necesidad de la investigación, de qué se beneficiaría la comunidad si se enterara de ella, cuáles son las consecuencias de los resultados de la investigación, sean prácticas o no. Las preguntas son muy importantes desde el punto de vista de la motivación: ¿cómo hacer para interesar y retener al lector?, ¿cuál es la fuente?

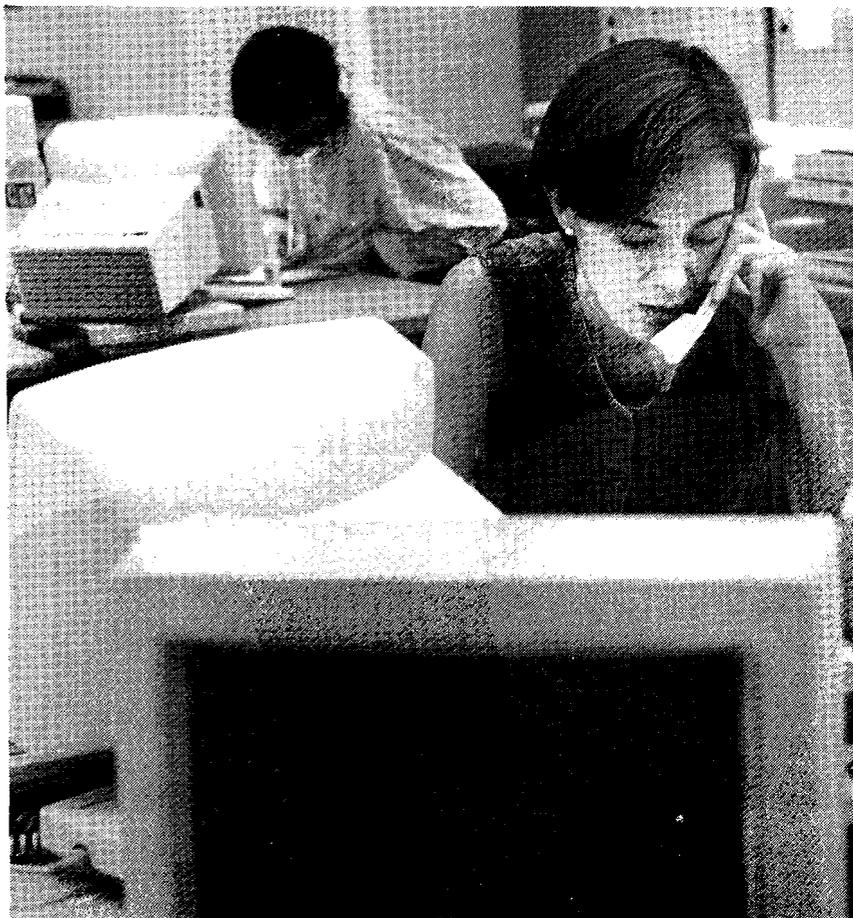
El otro factor de control y evaluación es la superestructura de la noticia. Esta constituye un molde vacío estándar que hay que llenar con la información. Se utiliza para planificar la búsqueda de información, para verificar si esta es suficiente y para planear el texto una vez que está escrito.

Van Dijk sostiene que la organización coherente de un texto, desde el punto de vista de la comprensión de un lector, admite la presencia de dos elementos constitutivos:

- Las macroestructuras semánticas que son las condiciones que permiten las conexiones lineales entre oraciones. Esto permite la comprensión del tema y responde a una necesidad cognitiva.
- Las superestructuras, en cambio, se comportan como estructuras sintácticas y son el esqueleto formal que se llena con el contenido de la macroestructura semántica. ●

# La formación del periodista científico, un problema prioritario

*La necesidad que la sociedad tiene de una adecuada divulgación científica para comprender de mejor manera el mundo y mejorar su calidad de vida, debe ser enfrentada desde lo más básico y elemental: la formación de comunicadores-educadores que divulguen contenidos científicos. Algunos aspectos que deben considerarse al respecto, nos ofrece la autora en este trabajo.*



Capalera No. 69

**C**onstituye un hecho especialmente notable en los medios de comunicación latinoamericanos, el incremento casi exponencial que ha registrado la información sobre ciencia y tecnología en los últimos diez años. El fenómeno ha sido explicado de diversas maneras: mien-

tras, en un extremo, pareciera obedecer tan solo a una moda, no se sabe cuán pasajera; en el otro, podría estar señalando un profundo cambio de actitud en las comunidades respecto de la ciencia y la tecnología que, como consecuencia, comienzan a demandar, también crecientemente, información.

Sea cual fuere la hipótesis más aceptable -elucidarla no es el objetivo de este trabajo- reconocer el hecho conduce al problema de qué informaciones estamos poniendo a disposición de las audiencias, qué criterios utilizamos para

elegir unos temas, hechos y problemas científicos y desechar otros, cómo construimos acontecimientos noticiables a partir de ellos, con qué modalidades e intenciones comunicativas los presentamos y, especialmente, desde cuáles ideologías profesionales y con qué configuraciones mentales construimos estas representaciones de la ciencia y la tecnología, que luego difundimos.

## **Primero la formación profesional**

Si tales cuestiones no han sido solucionadas para la comunicación general,

**AMALIA BEATRIZ DELLAMEA**, argentina. Directora del Centro de Divulgación Científica, Facultad de Farmacia y Bioquímica, U. de Buenos Aires. Presidenta de la Asociación Argentina de Divulgación Científica.

menos aún para la comunicación científica pública. Quizá, entonces, no quede otro remedio que encararlas desde su origen: la formación de los profesionales que divulgan contenidos científicos.

En la literatura corriente no suelen hallarse instancias de reflexión sobre el conjunto de contenidos conceptuales, actitudinales y procedimentales requeridos para un profesional competente que asuma el desafío de actuar como comunicador-educador a través de los medios (Dellamea y Marro, 1993). Es decir, un profesional consciente, reflexivo y crítico frente a su propio hacer comunicativo, frente a la operatoria massmediática, y frente al hacer de los productores de ciencia y tecnología, así como de las políticas que regulan su accionar.

En definitiva, comunicadores capaces de representar apropiadamente resultados y procesos científico-tecnológicos, y también de ser activos en la construcción de una base de conocimientos que exhiba a la ciencia no como un quehacer cultural exótico, sino como resultado de procesos racionales que pueden incrementar la calidad de vida de las personas y su comprensión del mundo.

Naturalmente, en ese macro-objetivo queda implícita la democratización del saber: poner los conocimientos a disposición, con estrategias comunicativas y formatos mediáticos pertinentes. Pero no cualquier información, sino aquella de naturaleza relevante, apropiada, presentada en cantidad y calidad suficientes que posibiliten la comprensión. Como correlato, habrá que generar divulgadores, cuya actitud no se rija -como hasta hoy- exclusivamente por leyes del mercado de invenciones tecnológicas y por una idea de supermercado del espectáculo que trivializa el hacer cultural de los pueblos, y del que la ciencia y la tecnología no han logrado escabullirse.

Si la problemática de la formación se presenta álgida para la comunicación general -lo evidenciaron Guillermo Orozco Gómez (1994), Raúl Fuentes Navarro (1992) y Daniel Prieto Castillo (1988)- a la hora de formar divulgadores hallamos un campo prácticamente virgen. Páramo solo incursionado por algunos exploradores pioneros, todavía aguarda a que los datos preliminares, observaciones, percepciones e hipótesis de trabajo, se

den cita en un corpus orgánico y sistematizado.

### Formar comunicadores-educadores

Verdad de Perogrullo, en la que quizá no se ha insistido lo suficiente: formar divulgadores para América Latina no puede consistir meramente en capacitar con destrezas elementales para construir noticias sobre hallazgos científicos de última hora, desde unas rutinas de producción no siempre compatibles con la divulgación científica de calidad. Ser hábil "constructor de noticias" no agota el perfil requerido para acortar la profunda brecha entre quienes producen conocimientos, y quienes solo se asoman tímidamente a ellos por esas ventanas al mundo que proporcionan los medios de comunicación.

Asumir la hipótesis de que resulta imperioso capacitar comunicadores-educadores, nos llevaría a intentar unos objetivos bastante más ambiciosos. Como ha predicho Manuel Calvo Hernando (1992), el periodista científico de fines de siglo está llamado a ejercer la función de divulgador que transmite y hace comprensibles los contenidos de la ciencia; de intérprete que precisa su significación; y de control, para vigilar que las decisiones políticas se sirvan del conocimiento científico y del desarrollo tecnológico para promover la calidad de vida y enriquecer culturalmente al pueblo.

Repensada la cuestión a partir de este encuadre -con una acción consecuente desde las ofertas educativas- posibilitaría el surgimiento de prácticas profesionales acordes con las necesidades y requerimientos de educación científica. El norte de esta brújula indica el derrotero hacia la formación paulatina de una cultura científica, que haga menos traumático el tránsito hacia un nuevo siglo pronto a irrumpir con unos esquemas radicalmente diferentes de relaciones laborales, sociales, comunicativas, para los que, decididamente, nuestras comunidades no están preparadas.

Pero también es justo situar a los medios, y dentro de ellos a los divulgadores, en el meridiano de sus reales posibilidades, evitando cargar sobre sus espaldas la responsabilidad de llevar adelante, con exclusividad, este desafío.

Otras instituciones sociales deberán asumir y cumplir su cuota en esta deuda con la sociedad.

A los científicos les cabe, a su vez, un compromiso activo en esta cruzada, apoyando las prácticas de divulgación, en sinergismo con los comunicadores o complementándolas toda vez que accedan a espacios en los medios.

Sin embargo, a lo que no podrán renunciar los medios ni los comunicadores es a oficiar de escuela sin aulas ni pupitres para quienes no han tenido posibilidades de ingresar en el sistema educativo formal, o fueron expulsados de él sin probabilidades de reinsertarse.

A este panorama, de por sí complejo, el avance vertiginoso de la ciencia suma otro reto. Aun para aquellas personas que completan la enseñanza media, los conocimientos adquiridos quedan rápi-

**E**l periodista científico de fines de siglo está llamado a ejercer la función de divulgador que transmite y hace comprensibles los contenidos de la ciencia; de intérprete que precisa su significación; y de control, para vigilar que las decisiones políticas se sirvan del conocimiento científico y del desarrollo tecnológico para promover la calidad de vida y enriquecer culturalmente al pueblo.

damente obsoletos. De nuevo aquí la información de los medios asume la función de contenido educativo, con independencia de que sus productores mediáticos la hayan concebido, producido y echado a circular con la debida conciencia. Resulta difícil imaginar con qué recursos e instrumentos podrá operar un comunicador formado exclusivamente en la doctrina de producir noticias de ciencia amenas, entretenidas, claras y en lo posible breves; de calce perfecto en las pautas de producción habituales en los medios. Dicho de otra manera, un profesional que atomiza la realidad científico-tecnológica amparado solo por el paraguas axiológico de los valores/noticia novedad, exotismo, lo insólito, lo desviado de la norma, lo espectacular. Parece insuficiente, al menos para las necesidades de grandes segmentos de la población, que aún en 1996 se enferman y mueren a causa de males erradicados hace demasiado tiempo en los países centrales, y que pueden prevenirse con vacunas de información, no necesariamente nueva, ni exótica, tampoco insólita, y muchos menos espectacular.

**Comunicadores: la divulgación llama dos veces**

Cada sociedad latinoamericana probablemente comparta la mayoría, o algunos de los problemas señalados. En el

sur de este subcontinente, la Argentina no es la excepción. Pero la particularidad argentina es que quienes se forman en carreras de Periodismo, Ciencias de la Comunicación o de la Información, no parecen del todo dispuestos a asumir estos desafíos. Las estrategias de formación que emprendemos, por ende, deben adaptarse a requerimientos de otros profesionales que adoptaron la divulgación como forma de vida, o como labor complementaria.

Cuando se analizan los grandes medios argentinos se halla que una proporción significativamente baja de comunicadores o de periodistas divulgadores integran los planteles o el cuerpo de colaboradores. En su mayoría, los divulgadores provienen de disciplinas biomédicas o exactas. Alrededor de la mitad de ellos ha realizado alguno de los cursos de divulgación ofrecidos regularmente en Buenos Aires, que duran un semestre, en promedio.

Las estadísticas de profesionales que toman cursos de divulgación científica, confirman la tendencia de los medios. Entre 1986 y 1996, tomando como base diez cursos de divulgación dictados por el Programa de Divulgación Científica y Técnica (1986-1988), la Asociación Argentina de Divulgación Científica y el Centro de Divulgación Científica de la Facultad de Farmacia y Bioquímica,

**C**omo correlato, habrá que generar divulgadores, cuya actitud no se rija -como hasta hoy- exclusivamente por leyes del mercado de invenciones tecnológicas y por una idea de supermercado del espectáculo que trivializa el hacer cultural de los pueblos, y del que la ciencia y la tecnología no han logrado escabullirse.

UBA, (1990-1996), pudo notarse la ausencia sistemática de periodistas y comunicadores sociales.

De los 159 graduados que completaron los cursos en ese período, solo un 26.3% egresó de carreras de comunicación o es periodista en actividad sin formación terciaria o universitaria. Los egresados de carreras exactas, naturales y biomédicas representan un 53.3%. La mayoría son biólogos, médicos, químicos y bioquímicos; y con menor frecuencia, físicos, ingenieros, geólogos, matemáticos, farmacéuticos y meteorólogos.

El 20,3% restante proviene de disciplinas humanísticas, en orden de frecuencia: sicología, profesorado de enseñanza media, sociología, letras, contaduría, filosofía, antropología, traductorado de idiomas y ciencias de la educación (Ratto, 1996).

Si, en cambio, se analizan datos de inscripción y asistencia al primer mes del curso, el porcentaje de comunicadores y periodistas sube al 50 y al 45 por ciento, respectivamente.



La deserción temprana de comunicadores conduce, casi en paso obligado, a que nos preguntemos sobre la formación de estos profesionales. Podemos comenzar con los motivos expresados para justificar el abandono: dificultades insalvables en la comprensión de contenidos y procesos científicos, especialmente en las disciplinas "duras"; escasa disposición a incorporar una metodología rigurosa de trabajo con las fuentes de primera mano; negativa a verificar los textos producidos con los científicos, para preservar la calidad de los contenidos divulgados; imposibilidad de acceder a las fuentes por falta de conocimientos de idiomas; todo ello sumado a un fuerte rechazo ideológico hacia la ciencia y la tecnología, que solo se conciben desde su rasgo de dominación.

Otro motivo recurrente es que los comunicadores, al encontrar negativo el balance costo-beneficio, consideran riesgoso invertir en una especialización no redituable, y con escasas perspectivas de inserción en grandes medios -al menos gráficos- que ya muestran signos de mercado en vía de saturación.

La formación de divulgadores se convierte, entonces, en tarea de naturaleza diferente cuando, además de entrenar en la metodología específica de trabajo, hay que proveer una base de

competencias sociales, comunicacionales, lingüísticas y discursivas que las carreras de origen no contemplan (quizá no tengan por qué hacerlo). Con todo, gran parte de los objetivos de formación en egresados de disciplinas exactas, biomédicas y algunas humanísticas se cumplen, probablemente debido a que desarrollaron mayor familiaridad con los formatos textuales típicos de la ciencia, muestran habilidades netamente superiores para comprender y procesar información "dura", y parecen habituados a un mayor rigor metodológico.

Profesionalizar la divulgación científica en América Latina constituye una innegable urgencia. La primera demanda es apuntalar la formación de comunicadores -provengan de la disciplina de origen que provengan- que asuman esta "delegación social de tareas" y, consecuentemente, el compromiso/contrato social en ella implicada. En ciertos países del subcontinente, como la Argentina, enfrentamos una tarea adicional: crear interés en los comunicadores en un área de conocimientos central para la vida comunitaria de este fin de siglo, y más aún del siglo entrante.

Por fortuna, comienzan a emerger signos alentadores. La creación de la Unidad de Divulgación Científica en la Facultad de Periodismo de la Universi-

dad de la Plata y un curso para graduados patrocinado en 1995, opciones que se suman a la tarea que viene desempeñando la Facultad de Ciencias de la Información de Córdoba, y unas pocas carreras que incorporaron la divulgación científica como materia de grado, permiten guardar esperanzas en la creación de conciencia respecto de un campo de trabajo de gran relevancia social, que los comunicadores parecen no haber descubierto todavía. ●

REFERENCIAS

Calvo Hernando, Manuel, "La divulgación científica en una sociedad tencológica", en *Theoria*, segunda época, vol. VII, 1992, No. 16-17-18, 645-451.

Dellamea, Amalia y Marro, Mabel, *La encrucijada del siglo XXI: Formación de un comunicador-educador, y de un educador-comunicador*, ponencia al seminario internacional "La Educación a Distancia en Iberoamérica en el umbral del siglo XXI", Buenos Aires, 23 de septiembre de 1993.

Fuentes Navarro, Raúl, *Un campo cargado de futuro*, CONEICC, México, 1992.

Orozco Gómez, Guillermo, *Al rescate de los medios*, Fundac, Manuel Buendía- Universidad Iberoamericana, México, 1994.

Prieto Castillo, Daniel, *Diseño curricular para escuelas de comunicación*, CIESPAL, Quito, 1988.

Ratto, María Cristina, *Seguimiento de Cursos de Divulgación para graduados*, documento de trabajo, Centro de Divulgación Científica, Fac. de Farmacia y Bioquímica, UBA, Buenos Aires, agosto de 1996.

**casa de las américas**

Revista trimestral de letras e ideas

Suscripción Anual

América del Sur US\$ 20 - América del Norte US\$ 25  
Europa US\$ 30 - Otros países US\$ 35

Adjunte giro postal o cheque bancario en dólares o cualquier otra moneda convertible (con excepción de bancos norteamericanos) a Casa de las Américas, Tercera y G., El Vedado, La Habana 4, CP 10400, Cuba. Telf. 323587  
Fax (537) 327272.

Suscripciones de Canadá, Estados Unidos y Puerto Rico enviar a: Publications Exchange Inc. 8306. Mills Drive, Suite 241, Miami, FL 33183

**Estudios sobre las Culturas  
Contemporáneas**

Revista semestral de investigación y análisis  
Programa Cultura - CIS - Universidad de Colima

Espacio editorial de investigación teórica y  
metodológica en relación a la cultura

**Suscripciones:**

(Incluye envío correo aéreo)

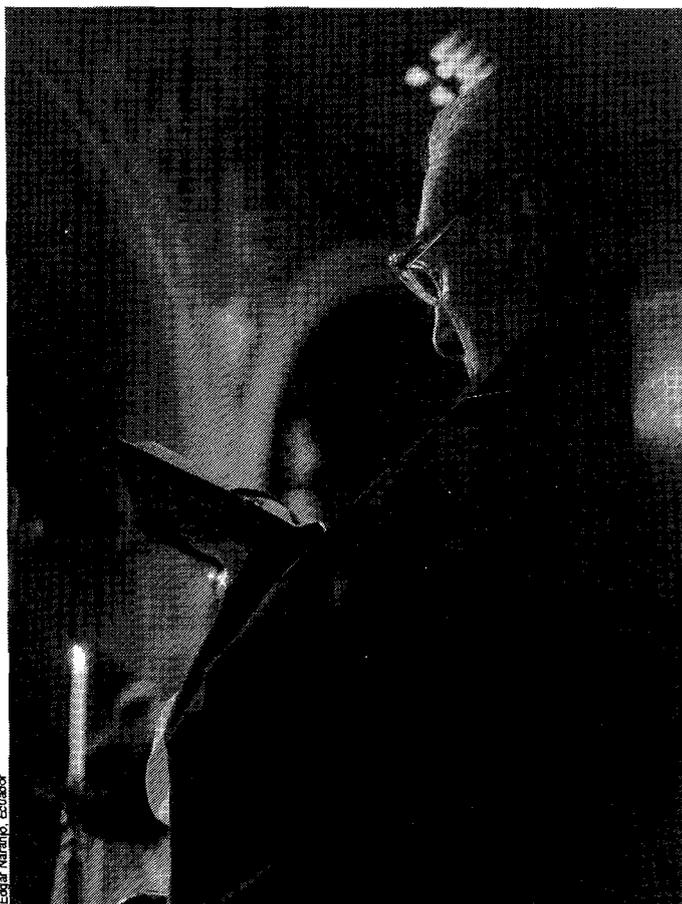
México: N\$ 80.00

Otros países: US\$ 45.00

Envíe giro postal o telegráfico a:  
Programa Cultura, Universidad de Colima  
Apdo. Postal 294, Colima 28000. Col.  
Tel. (331) 3 03 97 - Fax (331) 2 75 51  
e-mail:pcultura@volcan.ucol.mx

# ¿Cultura literaria... o cultura científica?

*José Martí amó las ciencias y defendió la necesidad de una cultura integral. Para el héroe nacional de Cuba, la cultura fue un concepto abarcador de lo artístico-literario y lo científico-técnico. Sin términos medios ni ambigüedades. El autor nos adentra en la concepción de este poeta mayor de Hispanoamérica sobre la cultura y la ciencia.*



Edgar Naranjo, Ecuador

¿Cómo definir un hombre culto?, ¿solo el cono-  
cedor de obras artísticas y literarias? La ten-  
dencia moderna en la intelectualidad parece  
ser esa. Héroes añorados, recordados y ad-  
mirados de nuestro tiempo son cantantes, ci-  
neastas, escritores, pintores... ¿Quién puede  
precar de culto en nuestros días si desconoce a Caruso o  
Plácido Domingo, Kurosawa o Spielberg, Shakespeare o Gar-  
cía Márquez, Goya o Guayasamín? No importa si los nombres  
de los grandes de las ciencias sean tan ajenos como las estre-  
llas.

## ¿Ciencia vs. cultura?

Un agudo observador de las contradicciones de la humani-  
dad moderna, el británico Bertrand Russel, expresó al recibir  
el Premio Kalinga, de la UNESCO, en 1958: "En mi propio país  
y, en menor grado, en otros países de Occidente, se concep-  
túa en particular la cultura -por un infortunado empobrecimien-  
to de la tradición renacentista- como algo que se refiere  
primordialmente a la literatura, a la historia y al arte. No se  
considera que un hombre es inculto si nada sabe de la obra de  
Galileo, Descartes y sus sucesores... El divorcio entre la cien-  
cia y la cultura es un fenómeno moderno. Platón y Aristóteles  
sentían un profundo respeto por todo lo que se conocía de la  
ciencia en su época. El Renacimiento no solo se apasionó por  
el arte y la literatura sino también por el florecimiento de la  
ciencia. Leonardo da Vinci se consagró más a la ciencia que a  
la pintura." (*El Correo de la UNESCO*, febrero 1996, pág. 50).

Con genial visión, setenta y seis años antes, un grande de  
América -el cubano José Martí- ofrecía su valoración acerca  
del tema a propósito de la reseña de cierto libro: "Entre los que  
se ocupan de los adelantos de la ciencia moderna, ansiosa de  
explicarse el misterio de la vida, y que rechaza con buen  
acuerdo todo medio extranatural o sobrenatural para examinar

**ALEXIS SCHLACHTER ANTOLIN**, cubano. Periodista, especializado en la temática científica del diario *Granma* y *Radio Habana Cuba*.

la naturaleza -nadie desconoce el nombre meritorio del profesor Huxley-. Huxley anda a la par de Darwin y de Haeckel... sobresale el discurso del profesor Huxley sobre 'La ciencia y la cultura', en la que el profesor discute y fija cuál ha de ser la cultura de estos tiempos y cuál es su objeto, y si ha de ser principalmente literaria o principalmente científica. De gran aplicación sería ese discurso en nuestras tierras, cuyos mayores males vienen tal vez de que la masa de hombres inteligentes, llamados a dirigir, reciben una educación, no solo principalmente, sino exclusivamente literaria. Por descontado, Huxley rompe lanzas con aquellos ingleses que creen que para ser hombre culto no es necesario estudiar más que bellas letras... y ven con malos ojos, y como de superior a inferior, a uno que sabe de física, y de historia natural, y de industrias, y de agricultura, y de comercio, y de mecánica, y de toda la varonil y magnífica poesía que cabe entre ellas... ¡Razón de sobra tiene en su campaña el profesor Huxley! Un hombre de estos tiempos nutrido exclusivamente de conocimientos literarios, es como un mendigo flaco y hambriento, cubierto con un manto esmaltado de joyas, de riquísima púrpura. A Neso lo devoró su túnica; y a nosotros, este manto esmaltado de joyas..."(Martí, José, *Obras Completas*, Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 1975, Tomo 23, págs. 301, 302).

No son estas palabras solitarias, ni pensamientos aislados de José Martí sobre el tema cultura, de singular importancia por provenir de uno de los más destacados intelectuales de Latinoamérica del siglo XIX, bardo singular y amante de las artes y las bellas letras, aparentemente sin relación alguna con las ciencias y las tecnologías.

Sin embargo... a la hora de señalar el rumbo necesario de la educación -pilar de la cultura humana- el cubano fue tajante: "A las aves, alas; a los peces, aletas; a los hombres que viven en naturaleza, el conocimiento de la naturaleza; esas son sus alas. Y el medio único de ponérselas es hacer que el elemento científico sea como el hueso del sistema de educación pública. Que la enseñanza científica vaya, como la savia en los árboles, de la raíz al tope de la educación pública..." (O. C., T. 8, pág. 277-278).

Evidentemente, para Martí... "en nuestros países ha de hacerse una revolución radical en la educación, si no se les quiere ver siempre, como aún se ve ahora a algunos, irregulares, atrofiados y deformes, como el monstruo de Horacio: colosal la cabeza, inmenso el corazón, arrastrando los pies flojos, secos y casi en hueso los brazos..." (O. C., T. 8, pág. 279).

Ese monstruo de Horacio citado por Martí... ¿no es análogo al "mendigo flaco y hambriento..."? En ambos casos hay una cultura exclusivamente literaria que deforma y tara.

La solución martiana al problema pasa por una educación científica de base, igual idea sustenta respecto a la enseñanza universitaria, precisamente donde se forja la intelectualidad. "Al mundo nuevo corresponde la Universidad nueva. A nuevas ciencias que todo lo invaden, reforman y minan, nuevas cátedras. Es criminal el divorcio entre la educación que se recibe en una época, y la época... En tiempos tecnológicos, universidad tecnológica. En tiempos científicos, universidad científica..." (O. C., T. 8., pág. 281).

Examinemos el tipo de universidad que Martí promueve para un mundo nuevo donde, con toda lógica, debemos esperar una cultura diferente. ¿Será acaso una universidad científica que derribe las literarias? ¿una cultura científica que prevalezca sobre la cultura artística-literaria? La respuesta de Martí es precisa e impide errores conceptuales: "no está la reforma en añadir cursos aislados de enseñanza científica a las universidades literarias; sino en crear universidades científicas sin derribar por eso jamás las literarias; en llevar el amor a lo útil y la abominación de lo inútil a las escuelas de letras; en enseñar todos los aspectos del pensamiento humano en cada problema y no, -con lo que se comete alevosa traición-, un solo aspecto; en llevar solidez científica, solemnidad artística, majestad y precisión arquitecturales a la literatura... La literatura de nuestros tiempos es ineficaz, porque no es la expresión de nuestros tiempos... Hay que llevar sangre nueva a la literatura" (O. C., T. 8., págs. 281, 282).

De la mano de Martí llegamos a su concepción cultural sobre lo que debe ser la literatura... ¿y qué sugiere el maestro cubano en tal dirección?

"Nada sugiere tanta y tan hermosa literatura como un párrafo de ciencia. Asombran las correspondencias y relaciones entre el mundo meramente natural y extrahumano y las cosas del espíritu del hombre, tanto que un axioma científico viene a ser una forma eminentemente gráfica y poética de un axioma de la vida humana, ¿qué mayor poesía que la que, a manera de selva amazónica, va surgiendo ante los ojos a la lectura de un libro científico, en que se revela la grandiosidad, armonía y espíritu de la naturaleza?... Fundar la literatura en la ciencia. Lo que no quiere decir introducir el estilo y lenguaje científico en la literatura, que es una forma de la verdad distinta de la ciencia, sino en comparar, imaginar, aludir y deducir de modo que lo que se escribe permanezca, por estar de acuerdo con los hechos constantes y reales. Así la literatura no perecerá con sus nuevos vestidos y expresiones, como no perecen los árboles porque se les caigan las hojas; así perdurará la expresión, por la virtud de la verdad con que se exprese..." (O. C., T. 22, pág. 141).

El pensador romano Marco Tulio Cicerón fue el primer autor de la historia en utilizar la palabra cultura como sinónimo exclusivo del desarrollo intelectual o artístico del hombre. Lo hizo en el tratado filosófico denominado *Disputas Tusculanas*, cuando en el Libro primero de esta obra y bajo el título *Del desprecio de la muerte* escribió: "Los griegos hacían consistir gran parte de la cultura en el canto y la música... se dice que existen ya muchos libros latinos compuestos por varones excelentes pero no muy eruditos. Bien puede suceder que aun pensando bien no se acierte a expresar con elegancia y cultura lo que se piensa..." (Cicerón, Marco Tulio, *Obras Completas*, Ediciones Anaconda, Buenos Aires, Tomo II, págs. 254, 255).

A partir de ese momento, gradualmente fue quedando en el olvido el origen del vocablo cultura, que proviene de la palabra cultivar, término agrotécnico, de la ciencia agrícola.

José Martí acusó recibo de esa realidad histórica. Y nunca olvidó que la palabra cultura siempre y para siempre se escribirá y escribirá con la c de las ciencias. ●



prehispánicos tenían una cosmovisión muy elaborada. Baste solo con recordar el gran desarrollo de la matemática y la astronomía por los mayas y el preciso conocimiento que del medio natural tenían los grupos mesoamericanos que habitaban el territorio antes de la llegada de los conquistadores, y que les permitió el desarrollo de la agricultura y una estrecha relación con la naturaleza y su manejo. Todo este acervo cultural, acumulado por siglos, fue eliminado con la llegada de los españoles, quienes estaban convencidos de que su religión y conocimiento eran los verdaderos, lo que les impidió entender la cosmovisión de los habitantes del nuevo mundo, y la comunicación entre estas culturas nunca ocurrió, y por lo tanto la generación de una nueva visión en armonía con el ambiente fue imposible.

El problema es que la elaboración de la historia occidental ha planteado que los países del Tercer Mundo tienen que abandonar sus supersticiones y recibir el conocimiento de la ciencia moderna que es, de acuerdo a este esquema, superior. Esta formulación implica que ciencia y tecnología se desarrollan por ellos mismos, independientemente de condiciones naturales, históricas y sociales, descrita siempre de manera independiente de la cultura, como si tuviera su propia lógica. En este contexto, la tecnología es vista como una forma de resolver problemas, de proveer bienestar y como una fuerza para progresar.

El problema se agrava porque la mayoría de los científicos del Tercer Mundo difícilmente establecen una comunicación real con expertos en otras áreas, para examinar un problema científico. Se les considera especialistas en un campo particular del conocimiento, y sus decisiones no deben ser refutadas por otros, particularmente por los simples ciudadanos. La falta de comunicación entre científicos y ciudadanos es considerada normal.

### Divulgación de la ciencia

En nuestro país hay una gran diversidad de grupos étnicos, formados en su mayoría por personas pobres, con un bajo nivel educativo, y que son gobernadas por una élite educada, en muchos casos en otros países, y que ejerce un fuerte control informativo a través de los medios. Las ideas de los grupos del po-

der no necesariamente se ajustan a la realidad del país, y sin embargo son aceptadas debido a la poca información.

La sociedad actual, en buena medida, depende de los medios para obtener información oportuna sobre ciencia y tecnología. Sin embargo, y desgraciadamente, hay límites a lo que la prensa ofrece, y la imagen que puede quedar en la mente de las personas es que los científicos hacen solo aquello que los medios de comunicación resaltan en momentos específicos, ya sea a través de la prensa escrita o de la televisión. Pero no se trata solo de informar sobre nuevos descubrimientos o difundir aspectos aislados del conocimiento, la principal tarea de la divulgación consiste en dar a conocer cómo se lleva a cabo el quehacer científico, cuáles son sus métodos, en qué forma se llega a un descubrimiento, qué importancia tiene un determinado avance de la ciencia para la sociedad y de qué manera se diferencia la ciencia de otras formas de conocimiento.

En un país como México, finalmente, significa información que permita al ciu-

dadano opinar, formarse un criterio y tomar decisiones. Desgraciadamente, la divulgación que se hace en México, aunque ha avanzado en la última década, en su mayor parte se efectúa sin tomar en cuenta el vasto pasado histórico y cultural del país. El esquema que muchos de los divulgadores han tenido en mente, ha sido casi siempre el que corresponde a la investigación científica, es decir, lo que se ha hecho es dar a conocer simplemente la información de lo que podría considerarse "descubrimientos científicos". Tal estilo de comunicación sugiere que la ciencia debería hacerse en la misma forma que en los países desarrollados para poder ser exitosa.

### Divulgadores y proyectos actuales

En general, los científicos mexicanos juegan el papel de comunicadores de la ciencia. Se involucran en proyectos para escribir libros, artículos en revistas, asesoran salas de museos o conceden entrevistas. Este trabajo lo consideran más una labor social a la que destinan generalmente solo su poco tiempo libre, y



*"La divulgación es vista como secundaria ante la investigación"*

Capitular No. 69

desgraciadamente muchos de ellos consideran que son los únicos capaces de hablar de ciencia, y la labor de divulgación es vista como secundaria ante la investigación, o menos valiosa. Por lo tanto, su trabajo no incluye los elementos que, por ejemplo los comunicadores o periodistas tienen. Debido a lo anterior, casi no hay profesionales de la divulgación de la ciencia, y muy pocas personas se han dedicado a este campo. Solo recientemente se inauguró un diplomado universitario cuyo objetivo es preparar divulgadores y gracias al interés de algunos diarios, básicamente de la capital del país, se han abierto pequeñas secciones de ciencia en forma semanal. La aparente contradicción entre científicos y periodistas, expresada en muchos países, ni siquiera ha llegado a tomar forma en un país como el nuestro, debido a la escasa existencia de profesionales en este campo.

Además, para los típicos funcionarios de la cultura en México, la ciencia como parte de la cultura no existe. El tiempo y el espacio otorgados a la comunicación de la ciencia en los medios es mínimo, a

lo que se suma el que aquellos que controlan el dinero para los proyectos científicos consideran que la ciencia y la tecnología solo son valiosas si resultan en una aplicación. Para muchos de ellos la divulgación de la ciencia es inútil en un país donde la mayor parte de los productos científicos vienen del extranjero.

Puede decirse que en nuestro país, los proyectos de divulgación se han ido consolidando apenas en los últimos veinte años y corresponden a publicaciones, radio, TV, video, redes y computadoras, museos y centros de ciencia.

En México, como en la mayoría de los países del mundo, se producen publicaciones científicas de diversos tipos: libros, revistas y boletines de investigación, de difusión y de divulgación. Las publicaciones periódicas son sin duda la forma más desarrollada de divulgación de la ciencia. Ya para los años 60 surgieron las primeras revistas, asociadas en la mayoría de los casos a las instituciones educativas, universidades y centros de investigación. El Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), dependencia gubernamental

La divulgación que se hace en México, en su mayor parte se efectúa sin tomar en cuenta el pasado histórico y cultural del país. Lo que se ha hecho es dar a conocer lo que podría considerarse "descubrimientos científicos". Tal estilo de comunicación sugiere que la ciencia debería hacerse en la misma forma que en los países desarrollados para poder ser exitosa.

encargada de patrocinar la ciencia en el país edita, desde los años setenta, dos revistas. Algunas de las publicaciones universitarias de divulgación han alcanzado una alta calidad tanto en contenido como en presentación; sin embargo, si se piensa en la gran proporción de jóvenes, en un país como México, se esperarí que los proyectos de este tipo se multiplicaran. La única revista de ciencia para niños se fundó en 1980 y hasta la fecha se sigue editando.

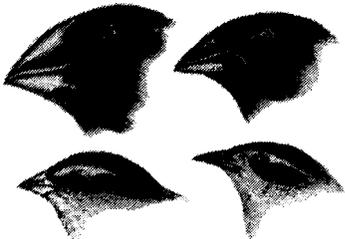
Como ya se mencionó, una serie de periódicos, algunos de circulación nacional, han incluido una sección de ciencia o un suplemento. Esto es indudablemente un avance, ya que normalmente son publicaciones de acceso a un público amplio; sin embargo, en muchos de los casos las temáticas abordadas y el número de colaboradores son escasos.

En cuanto al rubro de los libros es importante mencionar el trabajo del Fondo de Cultura Económica, editorial conocida en buena parte de Latinoamérica, que de 1986 a la fecha ha editado más de 280 títulos sobre ciencia entre los que se destacan los de la serie "La ciencia desde México", con títulos que han rebasado el tiraje de 30.000 ejemplares y

núm. 42 ABRIL JUNIO 1996

---

# La teoría de la evolución en la biología mexicana:



## una hipótesis nula

## La divulgación de la ciencia en México

1. Deberá permitir al público tener una visión integrada de cómo se relaciona la ciencia con los problemas naturales y sociales. Esta visión deberá surgir de los diversos puntos de vista de los profesionales, científicos o periodistas, en todas las ramas del conocimiento.
2. Deberá proveer al público general de información suficiente para realizar un análisis de una situación, normar su criterio, opinar y así acortar el abismo entre los expertos y el resto de la población.
3. Deberá presentar una descripción del desarrollo científico y tecnológico dentro de un contexto social. Esta descripción podría incluir el impacto de la ciencia en la cultura de los diferentes grupos que conforman nuestro país.
4. Deberá presentar un análisis crítico acerca de las implicaciones éticas, políticas y sociales de la introducción de nuevas tecnologías.
5. Deberá contribuir con elementos conceptuales básicos en la educación de los jóvenes, como es el caso de las teorías evolutivas, origen de la vida, cosmología, etc.
6. Deberá reforzar la imagen de los comunicadores de la ciencia como elementos importantes en la vida cultural del país.

que han tenido un gran éxito entre adolescentes y jóvenes.

Un aspecto que se debe mencionar es que hay una escasa tradición de lectura. Se calcula que en México existen alrededor de 400 librerías para servir a una población de más de 80 millones de mexicanos, y que el mexicano lee en promedio medio libro al año. Así, el panorama no es demasiado halagüeño.

Al igual que otros medios, la mayoría de las radiodifusoras no incluyen temas de ciencia en su programación habitual,

salvo las emisoras consideradas culturales, es decir con apoyo gubernamental o asociadas a las instituciones educativas, y aun ellas tienen espacios pequeños destinados a la divulgación científica.

En los años setenta, con apoyo del Conacyt se inició el trabajo televisivo en el campo de la divulgación. Sin embargo, debido a los costos y a los aspectos mayoritariamente comerciales de la programación, los espacios son escasos y sobre todo son pocos los elaborados en el país.

La producción de cine y video científico se hace generalmente en instituciones del gobierno y en las de educación superior del país y es muy reducida por los problemas de financiamiento.

Alrededor de los grupos preocupados por la divulgación científica en México se inició el impulso a proyectos de centros de ciencia y museos interactivos. Actualmente, en la ciudad de México existen dos importantes museos y en el interior del país se ha iniciado la creación de otros más en alrededor de 10 ciudades. Esta actividad ha mostrado una amplia aceptación, sobre todo por el público infantil, que siempre está ávido de conferencias, pláticas y actividades lúdicas.

### REFERENCIAS

Habermas, J., 1968, *La ciencia y la técnica como ideología*.

Pacey, A., 1990, *La cultura de la tecnología*, Fondo de Cultura Económica.

Magaña, P., et al., 1994, "The challenge of science communication in Mexico", en: *World Survey of Scientific Culture*, Bernard Schiele (Ed.), Editions MultiMondes, University of Ottawa Press.

Magaña, P. et al., 1995, "Divulgación de la ciencia en los medios escritos en México", en: *Publicaciones científicas en América Latina (Scientific Publications in Latin America)*, Ana María Cetto y Kai Inge Hillerud (Eds.), Fondo de Cultura Económica.

Roqueplo, P., 1983, *El reparto del saber, ciencia, cultura, divulgación*, Edt. Gedisa.

Zamarrón, G., 1994, *La divulgación de la ciencia en México, una aproximación*, Somedicyt, México, D.F., México.

# CONSIGNAS

MEDIOS & COMUNICACION

LA UNICA REVISTA SOBRE  
MEDIOS & COMUNICACIÓN DE LA ARGENTINA

Suscripción  
por 5 números: u\$S 40

CUCHA CUCHA 5, 9° "A". (1405) CAPITAL, REP. ARGENTINA.  
TE/FAX: 00-54-1-432-1618

# La ciudad es un libro abierto

*A nivel urbano se producen cambios en la relación comunicación y ciudad que se expresan en las nuevas formas de articulación interurbana, población-ciudad, gobierno local-sociedad y redes sociales. Fernando Carrión señala las características que hacen de la ciudad un medio de comunicación y enfatiza la necesidad de que los municipios trabajen por el fortalecimiento de la articulación social y de mediación de lo público*



Caracas, Venezuela

La tecnología y los medios de comunicación progresan a niveles asombrosos, con lo cual las distancias sociales, cronológicas e históricas se reducen. De esta manera, el tiempo y el espacio asumen nuevas connotaciones, redefiniendo las condiciones de vida de la población urbana.

## El libro y la ciudad como textos

Así como una página de un diario tiene como destino fijo su lectura, la ciudad también tiene una nomenclatura que obliga a ser leída. Los dos tienen un conjunto de símbolos y códigos, reconocibles y descifrables, que permiten aproximarse a sus formas y contenidos. Pero también ellos tienen un material a través del cual se expresan: el papel o la piedra, respectivamente.

Ya Victor Hugo, en el Siglo XIX, nos indicaba que "París no solo era una bella ciudad; era una ciudad homogénea, un producto arquitectónico e histórico de la Edad Media, una **crónica pétrea**."

Mientras un libro se compone de palabras, secciones y columnas, una urbe tiene una serie de imágenes provenientes de las características de sus barrios, vías, monumentos, infraestructuras y gentes; cada una de las cuales permite construir expresiones generales como por ejemplo: un libro de literatura o un diario de opinión; una ciudad comercial, una urbe amable, símbolo de modernidad o expresión de algún orden.

Pero así como comparten similitudes, en cuanto medios de comunicación colectiva, también el libro y la ciudad compiten entre sí. El pregonero público de las termas o los pórticos, propios de Grecia y Roma, fueron superados por

FERNANDO CARRION M., ecuatoriano. Arquitecto, director de FLACSO-Ecuador, editorialista del diario Hoy.

los periódicos. El balcón de antaño, que servía para la arenga política cede ante la imagen de la televisión. El chasqui interurbano es reemplazado por el internet...

Víctor Hugo es más explícito cuando describe que "A partir del descubrimiento de la imprenta, la arquitectura se va secando poco a poco, se atrofia y se desnuda. A esta decadencia se ha llamado Renacimiento. Decadencia magnífica, no obstante, porque el viejo genio gótico, ese sol que se pone tras la gigantesca prensa de Maguncia, penetra todavía durante algún tiempo con sus últimos rayos sobre ese amontonamiento híbrido de arcos latinos y de columnas corintias. Ese sol poniente representa una aurora."

Sin embargo, la ciudad y la arquitectura han resistido ante la competencia de otros medios de comunicación y, en cierto sentido, lo han hecho gracias a que los ha concentrado en su seno, a que los ha cooptado. La ciudad es un foro de comunicación e información, porque en ella confluyen la mayor densidad de medios de comunicación y usuarios (telefonía, radio, televisión, correos, cine, teatro, escuelas); abarca la mayor concentración de lugares de socialización (espacios públicos, cívicos, barrios); posee el mayor cúmulo de información concentrada (bibliotecas, archivos, edificios) y tiene acumuladas la mayor cantidad de manifestaciones simbólicas (iglesias, monumentos).

### Las lecturas de la ciudad

Pero también porque una ciudad es como un libro, induce a la lectura gracias al orden explícito que tiene. De allí que una ciudad con una buena estructuración y con uno o varios órdenes claros permitirá una mejor y más fácil lectura. Orientarse en una ciudad es una buena forma de leerla y, por tanto, de percibirla; es una manera particular de interpretar la información contenida en el medio circundante. La anomia en la ciudad produce una imagen con mensajes confusos, lo cual complica los desplazamientos y también genera problemas de identidad, desorganiza la actividad y disminuye el conocimiento urbano.

Por eso la importancia que le asigna la gente, a través del uso de la propia ciudad, a los nombres de calles, plazas,



Oscar Bonilla, Uruguay

Santiago de Chile

barrios, monumentos, etc. La nomenclatura de una ciudad sirve no solo para ubicarse o para leerla, sino también para explicitar el o los órdenes en los cuales se sustenta. Sus códigos nacen en la cotidianidad (calle de las carnicerías), siguen con el criterio conmemorativo (Plaza de la Independencia) y hoy nos encontramos bajo el influjo de la informatización (alfanumérico).

Es interesante evidenciar que la ubicación de la señalización y la nomenclatura se da predominantemente en las partes comerciales de la ciudad. El resto de la ciudad es anónima y es, en sus dos acepciones, innombrable. Los barrios atractivos para la publicidad y la nomenclatura son aquellos lugares donde la población va, no donde la población de bajos ingresos reside. Esta ciudad, más bien, debe ser escondida, no debe tener nombre.

### Medio de comunicación especial

La ciudad es una estructura simbólica, compuesta por un conjunto de signos que facilitan y permiten el establecimiento de contactos entre la sociedad y el espacio que la contiene, así como la apertura de ámbitos de relación entre la cultura y la naturaleza.

De allí que el plano de una ciudad no sea otra cosa que el inconsciente colectivo de una ciudad. En él se expresa, por ejemplo, el fraccionamiento urbano a través de un centro que tiene un cúmulo de información y una periferia que incluso es anónima, que carece de nomenclatura. Es que la ciudad es portadora de una mezcla de mensajes difíciles de decodificar: la simbología propia de la segregación urbana entre el centro y la periferia, entre el norte y el sur, entre las zonas comerciales y las residenciales, es evidente.

En ese sentido se puede decir que la ciudad -como cualquier medio de comunicación- también tiene espacios con mayor o menor *rating* de sintonía; lo cual exige políticas urbanas distintas según el lugar y el tipo de intervención que se realice. Por eso, una intervención en la zona central -por ser un foco de comunicación social- puede suscitar la reconstitución de una unidad social, si se lo asume como un elemento integrador.

La ciudad es un medio de comunicación especial y un notable centro de información. Sin embargo, por la restrictiva concepción de la comunicación como si fuera un "medio formal institucionalizado" y no como una relación social, la ciudad no ha sido entendida como tal. Así, mientras la comunicación es una relación social, la ciudad es un escenario de relaciones sociales múltiples. De allí que la ciudad sea un medio de comunicación que tiene peculiaridades propias, entre las cuales se puede mencionar las siguientes.

En primer lugar, porque emite mensajes "atemporales", en el sentido de que su lectura se la hace a partir de símbolos construidos en un momento de la historia pero que, gracias al paso del tiempo, su percepción cambia; no por que se los construya nuevamente, sino porque el proceso de decodificación que se realiza permite reconocer lo ocurrido a lo largo de las épocas de origen y desarrollo del conjunto o las partes urbanas. Por ejemplo, una pileta de agua, que en sus orígenes tenía una funcionalidad muy clara como fuente de abastecimiento del líquido vital y de lugar público de encuentro de la población, en la actualidad asume una función y simbología de orden estético diametralmente distinta, porque ahora el agua se distribuye directamente a los domicilios.

En segundo lugar, porque la ciudadanía a la par que produce y reproduce la ciudad, también la percibe. En este proceso, se desarrolla una apropiación social de la ciudad que tiene connotaciones públicas, no monopólicas. Ello significa que es un medio de comunicación formidable, que se caracteriza por la ausencia de un control monopólico, como ocurre con la televisión, la prensa y la radio, por ser el espacio de lo público por excelencia. Este carácter le permite potenciar su condición de medio de comunicación y sus cualidades como espacio

de socialización, lugar de mediación de lo público y formación de múltiples identidades.

En tercer lugar, porque su esencia proviene de la condición de medio de comunicación que contiene a todos los otros, porque no tiene una diferenciación tajante entre receptor y emisor, y porque es a la vez multiemisor y polirreceptor.

#### Las políticas urbanas y de comunicación.

Tal situación nos debe llevar a concluir que la ciudad, como medio de comunicación especial, requiere de políticas urbanas que la incorpore entre sus variables principales. Pero también, hoy más que nunca, la política urbana debe tener en cuenta a la comunicación como parte de sus propuestas, en vista de que se dirigen fundamentalmente a una ciudad existente. Es decir, la obra o la actuación urbana se inscribe en un contexto urbano previamente producido.

Parecería procedente, para una política municipal sobre el tema, trabajar bajo dos líneas interrelacionadas: por un lado, la **comunicación social** propiamente dicha, que tendría que ver con las necesidades de vinculación y proximidad de la población a sus instituciones fundamentales. En este caso, la comunicación aparecería como un medio o canal a partir del cual la participación, representación y legitimidad se desarrollarían.

Y, por otro lado, a través de la redefinición del sentido y contenido de las **relaciones públicas** tradicionales, en cuanto expresaría el requerimiento urbano para construir espacios de encuentro tendientes a fortalecer lo público, auspiciar las posibilidades de socialización, desarrollar las múltiples identidades y potenciar lo cultural. Debe tender a romper el tradicional esquema vertical emisor-receptor por una relación de carácter público que construya un orgullo y sentido de pertenencia.

En este caso, siendo el municipio el propietario fundamental del medio de comunicación de masas más extraordinario: la ciudad, debería tener una propuesta de política urbana que incluya la comunicación y las relaciones públicas. Esta proposición supone que la ciudad sea considerada, redefinida y refuncionalizada como un medio de comunicación especial.

**L**a ciudad es un foro de comunicación e información, porque en ella confluyen la mayor densidad de medios de comunicación y usuarios; abarca la mayor concentración de lugares de socialización; posee el mayor cúmulo de información concentrada y tiene acumuladas la mayor cantidad de manifestaciones simbólicas.

En la actualidad, las estrategias de desarrollo urbano se realizan sobre escenarios previamente producidos y en ciudades ya existentes, lo cual exige considerar estrategias adicionales de comunicación y relaciones públicas. Por ejemplo, las obras de rehabilitación urbana, la introducción de inversiones en tráfico y transporte, o la renovación de las infraestructuras, exigen procesos de comunicación y de relaciones públicas especiales. Muchas veces, una buena propuesta de política urbana se ha detenido por problemas de información, falta de coordinación, o inexistencia de una estrategia explícita de comunicación social.

Un municipio que al ejecutar su plan de inversiones no actúa sobre la simbología existente en la ciudad pierde legitimidad. Las obras en construcción deben tener en cuenta esta condición urbana previa, para (re)construir una nueva simbología. Tiene que hacer obra no solo

para resolver los problemas de las demandas explícitas e inmediatas, sino también para transmitir en ellas una intencionalidad y un mensaje explícitos. Ello supone diseñar una política urbana que asuma la comunicación como uno de sus componentes fundamentales.

Es más importante esta vinculación, si partimos del carácter de la obra municipal, en tanto se trata de una modalidad principalmente física, inmueble, visible, dispersa y puntual, lo cual introduce algunos problemas y ventajas. Si bien tiende a resolver ciertos problemas, una vez que cumple su cometido es absorbida o mimetizada por la cotidianidad e incorporada "al paisaje", perdiendo temporalidad y trascendencia. La obra y su ubicación deben ser una solución múltiple a los diversos problemas sentidos por la población, una estrategia frente al escenario urbano construido y,

además, transmitir un mensaje con intencionalidad clara.

En este caso, la comunicación social debe dirigirse a trascender el tiempo y el espacio. Es decir, que la población de la ciudad tome conciencia del carácter de la obra y permanezca el mayor tiempo posible en la memoria social. Esto permitirá una doble percepción: debe ser una actuación que tienda a superar el ámbito local del municipio y proyectar su identidad en el tiempo. Ello supone la existencia de equidad en la distribución socio-territorial de la inversión y la satisfacción de reales demandas sociales. Pero también un seguimiento y control de la inversión por parte de la población.

Los municipios deben asumir la condición de canal de comunicación y medio de relaciones públicas que es la ciudad. Pero, además, deben reconsiderar a los tradicionales medios de comunicación

como la radio, la televisión y la prensa, superando el mal uso que se les ha dado y encontrando formas más creativas de comunicación<sup>1</sup>. En este caso, la concepción que está detrás del medio hace que se reduzcan a una condición de prensa marginal y a fábricas de boletines de prensa, folletos inocuos, programas de radio aislados, etc., librados a la buena intención de algún funcionario.

Y lo más grave es que la propia función es considerada de menor cuantía frente a las obras de inversión en servicios. Es interesante ver cómo se cuestionan las inversiones que una administración realiza en estas actividades. Generalmente no justifican esta línea de actuación municipal, porque la ven como un despilfarro de recursos dedicados a promover a la autoridad de turno (lo cual no está del todo alejado de la verdad) y a distraer recursos que deberían dedicarse a resolver "necesidades urgentes". Tras de sí hay una concepción de lo municipal reduccionista, desgraciadamente hoy vigente.

Se requiere una propuesta que busque ampliar la solidaridad en el mundo del individualismo, fortalecer las múltiples identidades, promover órganos legítimos en un contexto de crisis, fortalecer el orgullo y sentido de pertenencia, auspiciar la ilusión movilizadora de asumir un proyecto social<sup>2</sup>, promover una cultura de planificación, entre otros.

Por eso, una acción en la ciudad debe contener tres elementos de relaciones públicas, entendidas como fortalecimiento de la articulación social y de mediación de lo público: una **propaganda político-cultural** que genere identidades y legitimidades, una **publicidad comercial** que organice el mercado, y una **comunicación social** que permita la participación y orientación de la población en su ambiente urbano. ●



Quito, Ecuador

NOTAS

1. El ejemplo de Evaristo, creado en la administración municipal del alcalde Rodrigo Paz, 1988-1992, en Quito, es un caso único y excepcional que todavía no ha sido suficientemente analizado.
2. Es interesante analizar la ilusión creada alrededor de la feria en Sevilla o del vaso de leche en Lima. Los dos casos, con lo diferentes que son, generaron resultados que aún asombran a la humanidad, en cuanto movilización de la población y realización de un proyecto de ciudad.



Carlos Amégo, Uruguay

Montevideo, Uruguay

# Comunicación y genealogía urbana

*Este ensayo nos adentra en un viaje hacia la palabra y la arquitectura del pensamiento. Desde el animal nómada, cazador y recolector, pasa por el animal político, el animal tipográfico, hasta el animal electrónico, nómada y sedentario a la vez.*

**E**l animal humano, compulsivo consumidor de tecnologías y consecuentemente compulsivo producto de las tecnologías, ha transitado, a lo largo de sus historias, por un múltiple escenario en el que los libretos han sido escritos y abandonados antes de concluirlos. Es que este animal charlatán se caracteriza por transformar al universo que habita, y por lo tanto a sí mismo, en un texto a interpretar en una suerte de hermenéutica siempre incon-

clusa. Si todo animal es en definitiva tecnológico (ya que se relaciona con su territorio a partir de una *tékhnee* específica destinada a la sobrevivencia), el humano lo es aún más desde que su experiencia vital se define a partir de un despliegue tecnológico múltiple y en permanente cambio. Constantemente inaugura nuevas formas de relacionamiento técnico y desecha otras. De este modo produce los territorios por los que transita y (esto es fundamental) a los habitantes de los territorios así construidos (es decir, a sí mismo). Tal vez su tecnología específica sea la palabra, esa curiosa obsesión por nombrar las cosas y, al ha-

cerlo, crearlas como tales a través de un proceso de sobrecodificación que se desprende a partir del ejercicio de un orden lingüístico particular. Así, el animal charlatán más que hablar es hablado por una tecnología que va mucho más allá de lo que a primera vista se percibe como un inocente vehículo de la comunicación. Esto es algo menor, pues desde la tecnología (en este caso la palabra, pero la afirmación es válida para los otros despliegues de las *tékhnee*) el animal humano se constituye en tal, y desde ella define las fronteras de los territorios que habita. Dicho de otra manera; es posible construir una cartografía del

**GABRIEL EIRA**, uruguayo. Psicólogo, investigador y docente del área de psicología de la Universidad de la República.

animal humano a partir del estudio de los diversos despliegues técnicos que lo diagraman. Despliegues técnicos en constante proceso de transformación (la noción de cambio inherente a la de proceso), despliegues que se traducen en constantes transformaciones de este curioso animalito, sujeto y objeto de los mismos.

Así, el animal parlante se relaciona con el mundo a partir de tecnologías que se constituyen a ambos extremos de dicha relación, en un perpetuo y conflictivo *affaire* existencialista. El animal es en función de la tecnología que ejerce tanto sobre su territorio como sobre sí. El universo, de este modo, se constituye en un texto del cual este pequeño ser es tan escritor, como lector y personaje.

Alvin y Heidi Toffler interpretan toda la historia humana a partir de oleadas "civilizadoras" en las que -a partir de un cambio tecnológico fundante- se redefine toda la infraestructura económica y, consecuentemente, la "superestructura"; tanto los relacionamientos colectivos como la batería epistémica de las sociedades, serían las consecuencias de estas oleadas tecnológicas. La "*primera ola*", para estos autores, seguiría a la implantación de la agricultura (sociedades rurales de producción agrícola), la "*segunda ola*" a la revolución industrial (sociedades urbanas de producción industrial), y la "*tercera ola*" sucedería a la revolución informática (sociedades de servicios). Más allá de esta obsesión simplista por taxonomizar las cosas en una captura de rasgo infantiloides, es indudable que todo agenciamiento (es decir, una alianza con nuevos dispositivos tecnológicos) se traduce en la producción de nuevas territorialidades. Así, es evidente que la producción de una *tékhné* tan específicamente fundante como la agricultura debe haber impuesto un nuevo orden de realidades, produciendo un nuevo territorio y, en consecuencia, un nuevo animal: su habitante.

### De nómada a sedentario

El animal parlanchín, inquieto, nómada, cazador y recolector, tras el agenciamiento resultante del despliegue de las técnicas agrícolas debió abandonar su territorio nómada para territorializar la sedentaridad. En este proceso se inscribe la defunción del nómada para certificar el nacimiento del sedentario.

Desterritorialización-territorialización; el animal abandona el tránsito de la migración para plantar la bandera de la aldea sedentaria.

La territorialización de la aldea, es decir, la materialización de las tecnologías sedentarias, condujo al despliegue de nuevas técnicas. Se produce así el orden de la geo-política, las técnicas de administración territorial, el oficio de gobernar (y ser gobernado). Dicho despliegue se hace posible gracias al desarrollo del arte de las taxonomías. Es que la búsqueda de definiciones categoriales obedece, en definitiva, a una necesidad de gobierno; se taxonomiza, se divide al territorio en categorías y se producen saberes sobre las mismas en función de una necesidad de racionalización administrativa. El "dividir para gobernar" no obedece tanto a la necesidad de generar enfrentamientos entre los gobernados como a la de generar taxonomías (categorías, subdivisiones, "provincias" en el territorio) que posibiliten el despliegue de las tecnologías de gobierno. En otras palabras, la taxonomía es una estrategia

**L**os paradigmas colectivos, las prácticas colectivas, las utopías colectivas, van desdibujándose junto con el colectivo mismo, que insiste en transformarse en muchedumbre. Es la era de la dispersión y, paradójicamente, la era del conformismo generalizado.

que posibilita la gobernabilidad. El animal de aldea, por tanto, se construye a sí mismo como sedentariamente axiomático; captura al territorio y a sus habitantes en un sistema de categorías pues esta es la forma tecnológica que ha definido para construir su relacionamiento con el mundo.

### La comunicación oral en la polis

Así nace el animal político, el habitante de la *polis*. Si bien nuestras modernas urbes son, de alguna manera, herederas de aquella forma de administración territorial que se desarrolló en torno al Egeo, poco ha sobrevivido desde entonces, más allá de una idealización (o -en su defecto- descalificación) mítica.

Ante todo, la identificación entre *polis* y ciudad no es lo conceptualmente adecuada que el hablar consensual pretende, al menos no en su totalidad. La categoría griega designa a una forma particular de administración territorial (de un territorio predominantemente rural con las tecnologías productivas que le competen) que pivotea en torno a un centro de relativo desarrollo urbano. Dicho centro despliega a partir de un dispositivo fundamental; el *ágora*, es decir, la plaza pública. El animal de la *polis* lo era en tanto que animal de *ágora*, el *ágora* era su órgano cardinal. Un animal colectivo, que ponía en juego su cualidad de tal en plaza pública. Por ello era un animal político (*politikós*), pues en el escenario de la multiplicidad del *ágora* se desplegaba la tecnología administrativa de su *polis*. La *polis* griega (como el *polys*) refería eminentemente al colectivo, a la multiplicidad (a diferencia de lo plural, lo múltiple refiere a un colectivo que se articula en una trama que, como tal, es monal). En este escenario, la corporalidad del colectivo (el *demós*) cimentó el paradigma mítico de nuestro vigente arte gubernamental: la democracia. Como animal político intervenía en un juego en el que cada ciudadano -en tanto propietario de una parte del territorio colectivo- ejercía el papel que le correspondía en el escenario de la plaza pública.

En este orden de cosas, este animal se constituía a partir del despliegue de la oralidad discursiva, la naturaleza del *ágora* imponía una estrategia de comunicación oral. Tenemos así un animal

fascinado por la retórica y las artes del buen orador. Si hay algo que caracteriza a la cultura del Egeo, esto es la comunicación oral, el despliegue de los intersticios de la retórica; el orador dirigiéndose al colectivo bajo el sol de la plaza pública. El animal charlatán se regodeaba en su discurso. Disfrutando, bien con el reflejo de su exhibicionismo en el espejo de la multitud, bien con el goce *voyeur* de admirar la exhibición del orador. Una cultura predominantemente oral, una comunicación hegemónicamente oral, y colectiva.

### El animal tipográfico

Mucho tiempo después, un nuevo dispositivo técnico inaugura el despliegue de un nuevo agenciamiento, generando un nuevo orden de territorialidad. La invención de la imprenta nos introduce en el territorio del animal tipográfico, el "*hombre tipográfico*", como diría Mc Luhan. Mucha agua ha corrido bajo los puentes desde los discursos en el *ágora* hasta las biblias de Gutenberg. Desde que en 1455 este ingenioso germano imprime las 42 líneas de la Biblia Mazarino (el primer libro impreso) la na-

turalidad del animal parlante ha cambiado radicalmente. Las ciudades ya no son solo lo que eran; la *polis* ha desaparecido definitivamente. Progresivamente, en un proceso que terminará por despegar hacia fines del siglo XVII, se va construyendo el diagrama de la vida urbana tal cual hoy la conocemos. Si en el lapso medieval la comunicación seguía siendo predominantemente oral -en un mundo caracterizado por la producción y el modo de vida rural-, a partir de la invención de Gutenberg las cosas comienzan a cambiar.

Se inaugura el animal tipográfico. Si bien durante la hegemonía monástica se desplegaba una técnica de relacionamiento con el libro, de características casi fetichistas, el libro recién comienza a adquirir la cualidad de dispositivo (despliegue técnico responsable de la diagramación de la subjetividad) a partir de la invención de la imprenta. Anteriormente, la relación con la letra impresa se caracterizaba por el dogmatismo autoritario de la hermenéutica medieval. El dogma no solo designaba aquello que podía ser escrito y aquello que podía ser leído, sino también la forma en que se debía ha-

cerlo; es decir; se reglamentaban los caminos de la interpretación, se imponía la senda de la correcta lecto-escritura. De este modo, se desplegaba el látigo disciplinario de la hermenéutica. El período medieval continuaba caracterizándose por tecnologías de relacionamiento de fuerte impronta colectiva; si bien el ejercicio del *demós* en el *ágora* había sido extinguido, el animal continuaba diagramando la bandera de su sedentaridad a partir de prácticas colectivas de sobrecodificación. Los designios del dogma imponían ciertos consensos, de emergencia soberana (¿las sociedades de "soberanía" de Foucault?) que se materializaban en una forma particular de ser en el colectivo.

Pero el desarrollo de nuevas *tékhné*, la consolidación de los *burgos* (sucesores de las *polis*), territorializaron nuevos territorios y nuevos habitantes de los mismos. Nace entonces -en un proceso en el cual la Reforma no es para nada ajena- la noción de individuo y, por tanto, el *Individuo* como tal.

En este escenario, la invención de Gutenberg no fue, en absoluto, azarosa. La tipografía sentó las bases que posibilitaron el acceso masivo al libro. De allí a la interpretación personal ("individual") del texto apenas un paso. Aún más: la lectura exige una racionalidad lineal que permita seguir la sucesión de signos en el papel, de izquierda a derecha, lo cual se traduce en una forma particular de pensar (se). Dicho de otro modo; se diagraman los vectores de una forma particular de subjetividad; nace el libro como dispositivo. Paradojalmente, el acceso masivo a la letra impresa fortalece la naturalización de la noción de *Individuo* que comienza a contraponerse a la de *Colectivo*; si yo puedo interpretar ("de acuerdo a mi leal saber y entender") lo que yo quiera de un texto, es que existe un "yo", único e irrepetible, independiente de los demás, un *Individuo*. De este modo, una abstracción teórica (*Individuo*) tan completa pasa a naturalizarse en el orden de las cosas concretas. Aún hoy (tal vez con más razón) resulta difícil conceptualizar al sujeto humano como un nudo en una trama colectiva ("un pliegue del adentro en el afuera", diría Foucault al hablar de subjetividad). En este orden de territorialidad, de corte predominantemente urbano y militantemente individualista, la



Imprenta del siglo XVI

palabra impresa se constituyó en el vehículo privilegiado de la utopía liberal, la forma jerarquizada de difusión de ideas y, finalmente, el modelo urbano de comunicación masiva. Si bien sobrevivieron ciertas fórmulas de la vieja *ágora* (el discurso en la plaza, las movilizaciones callejeras...), el modo privilegiado de comunicación social pasó a ser la letra impresa. Claro que, como en todo proceso, las cosas han seguido cambiando. Nuevos agenciamientos, nuevas territorialidades..., el animal tipográfico ha ido desdibujándose.

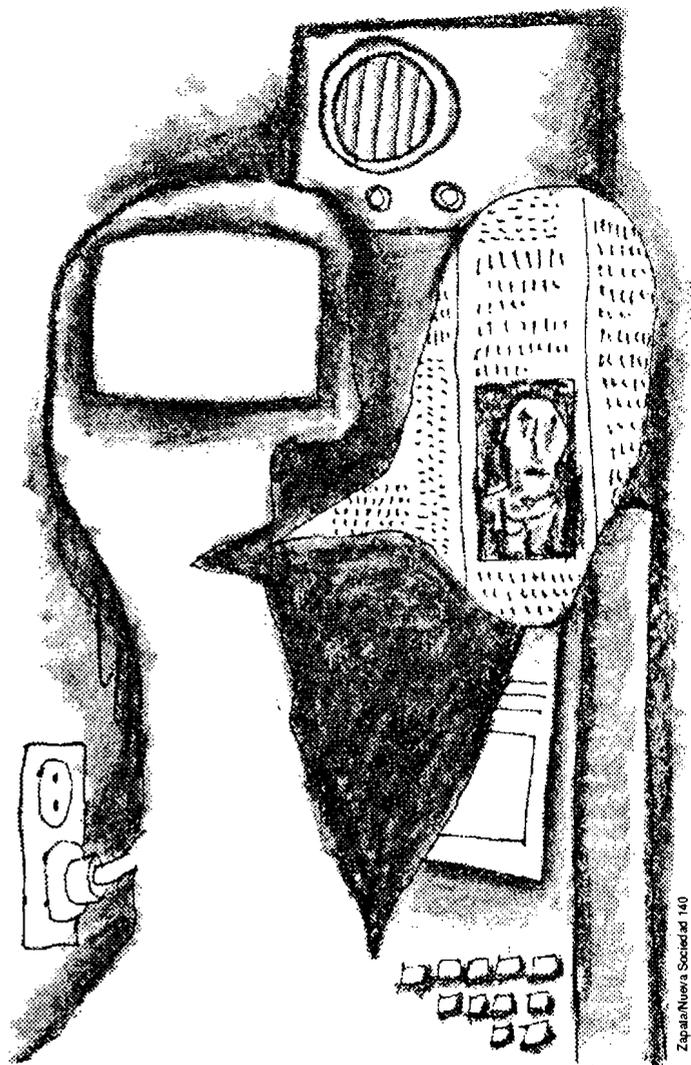
### El texto se desintegra

Por un lado se está construyendo un animal cada vez más aislado y, con aparente paradoja, un animal cada vez más urbanizado, pavimentado tras la diagramática de las megalópolis, o bien desclasado tras la miseria del Cuarto Mundo. Nos toca hoy asistir a la era de la dispersión y, al decir de Castoriadis, la "era del conformismo generalizado". Es que la emergencia del *Individuo*, la utopía del liberalismo (nacida a partir de las vicisitudes de la Reforma) ha progresado a un extremo tal que el animal humano se ha transformado en el animal solitario. "Le tengo miedo al negro ataúd, a ese S.O.S. ahogado en la multitud" grita Tabaré Rivero (un músico de rock de mi país). Los paradigmas colectivos, las prácticas colectivas, las utopías colectivas, van desdibujándose junto con el colectivo mismo, que insiste en transformarse en muchedumbre. Es la era de la dispersión y, paradójicamente, la era "del conformismo generalizado". No hay mayor conformismo, en la era de la dispersión, que la ausencia de una esperanza de cambio con cierto rasgo de credibilidad; el animal solitario se ahoga en la libre empresa del capitalismo salvaje, en el fratricidio de la competencia microempresarial, en la asepsia fagocitante de la ley de mercado. Citando a Lipovetsky, las ideas se suceden y descartan con la misma facilidad que un *kleenex*, siguiendo la dinámica del marketing de la moda.

Por otro lado, el animal solitario de la urbe es también un animal electrónico, nómada y sedentario a la vez. Sedentizado frente a la pantalla del televisor o el computador, nómada en el universo virtual de Internet, los flashes de la *CNN*, la *MTV*, el ambulatismo microempresarial

de la economía informal o la navegación por el dial de las FM. La tecnología comunicacional es predominantemente audiovisual, delegando la tipografía a un honroso plano secundario. La racionalidad lineal del texto se desintegra tras la trama múltiple de la imagen y el sonido. El medio electrónico es el compañero perpetuo -en una relación binaria- del animal solitario de la multitud. El espacio público se transforma en privado, invadiendo el territorio personal del animal a través de las ventanas de los *mass media*, único vínculo sobreviviendo con los otros-de-allá-afuera. Este animal se ahoga, muy ocupado en ello carece de la posibilidad de atender a otros ahogos. Por ello no escucha; quiere ser escuchado. En función de esto, los medios que abren sus micrófonos a la participación del público (fundamentalmente emisoras

AM) se ven desbordados por intervenciones que poco o nada tienen que ver con las problemáticas planteadas; la consigna es hacerse oír, capturar alguna escucha que anestesie la ausencia de interlocutores cercanos. Se suceden, unas tras otras, innumerables botellas al mar; por Internet, por las radios piratas, por las publicaciones subterráneas..., denunciando la soledad y el abandono del animal del fin de milenio. Poco tiempo atrás, un compañero me contaba sobre una experiencia de degustación de un producto en un supermercado de una zona residencial de Montevideo; los consumidores insistían en repetir la experiencia, no por las bondades del producto, sino por la salvadora excusa de ser escuchados por alguien, aunque sea la profesional sonrisa de una promotora de campaña publicitaria. ●



# La ciudad como proceso de comunicación

*Al final del siglo XX, el principal espacio donde se concentra la población de América Latina y del resto del planeta es en las ciudades, por lo que estamos obligados a retomar la realidad comunicación-ciudad como una prioridad por analizar y transformar dentro del ámbito de las políticas nacionales de comunicación. El autor presenta algunos elementos que ayudarán a la comprensión del fenómeno comunicación-ciudad en los tiempos de la modernidad latinoamericana.*



Alexis Pérez-Luna, Venezuela

**L**a ciudad y sus derivados urbanos son una poderosísima fuerza que actúa sobre nuestro acontecer diario, influyendo en nuestra forma de pensar, sentir, actuar, imaginar, vestir, trabajar, descansar, vincularnos con la naturaleza, divertirnos, etc.; es decir, sobre nuestra forma y calidad de vida. Así, la ciudad aparece

como algo más que un simple espacio territorial que cobija a los ciudadanos dentro de sus fronteras urbanas.

Bajo esta perspectiva, podemos decir que "la ciudad da que sentir y lo que sentimos es una cierta organización del espacio, espacios llenos o vacíos... El aspecto formal es su manera de expresión, la forma cómo se nos manifiesta está intrínsecamente unida a la materialidad del lugar. Pero, sin duda, todos estos espacios dan qué sentir gracias a nuestra corporalidad. La simbólica de la ciudad está íntimamente ligada a nues-

**JAVIER ESTEINOU MADRID**, mexicano. Profesor-investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.

tro cuerpo. El cuerpo es lugar primordial de comunicación, de apertura al mundo, a los otros, a la historia, y a la cultura".

### El capital como arquitecto de las ciudades

El diseño y construcción de las grandes y modernas ciudades latinoamericanas ha sido realizado fundamentalmente a base de la operatividad de las dinámicas económicas de acumulación de capital, pero nunca han sido planificadas centralmente como espacios de comunicación humana. Los criterios de funcionalidad económica al más bajo costo, no solo han producido fenómenos de carácter financiero, político, social, demográfico, ecológico, energético, etc., en las urbes, sino también comunicativos, desde el momento en que la construcción de los entornos físicos edificados no solo tienen un impacto material, sobre los seres humanos que los habitan, sino también fuertemente cultural.

Es decir, los contextos espaciales elaborados no nos determinan únicamente de manera económica y social, sino también mental, desde el momento en que los individuos nos relacionamos, pensamos, sentimos, imaginamos, movemos, amamos, interactuamos, etc., humanamente dentro de estas coberturas físicas.

### La concentración de las comunicaciones

La ciudad se ha convertido en un espacio privilegiado del cruce y concentración de las comunicaciones tecnológicas. Así observamos, por ejemplo, que en las metrópolis se encuentran reunidos el mayor porcentaje de teléfonos, fax, telecomunicaciones, fibras ópticas, terminales satelitales, bases de datos, redes de computadoras, conexiones coaxiales, medios interactivos, etc. Esta realidad ha convertido a las zonas urbanas de Latinoamérica en territorios de mayor calidad de comunicación tecnológico-instrumental que otras regiones rurales de nuestros países.

### La deshumanización de las urbes

Los entornos urbanos latinoamericanos no se han diseñado para satisfacer los requisitos de una calidad de vida superior, sino de consolidación de los procesos industriales; así, ha sido mayoritariamente la evolución de la acu-

mulación material lo que ha definido la naturaleza de nuestras ciudades. En el terreno espiritual de las urbes hemos observado el surgimiento de un paisaje urbano-comunicativo cada vez más inhóspito e inhumano, pues los espacios de vida y convivencia son planeados básicamente para generar productividad rápida, abundante, eficiente y competitiva; y no para incitar la convivencia, el encuentro, el diálogo, para comunicarnos y humanizarnos.

### La comunicación urbana como negocio

Esta dinámica de la expansión del capital en todas las áreas de la vida ha introducido en nuestras estructuras mentales de países en vías de crecimiento, la concepción mercantilista de que, por encima de todo, la comunicación urbana debe ser un negocio. En consecuencia, los espacios de comunicación pública se han privatizado convirtiéndose en zonas de lucrativas ganancias económicas. El mercado define el sentido, la dinámica y la forma de las ciudades y no las necesidades mayoritarias del desarrollo social. Con ello, el espacio de encuentro público se convierte en un ámbito comercial, como sucede con los *malls*, los centros comerciales, los supermercados, etc., y no como un espacio de reencuentro con lo público.

### El surgimiento de la video-vida

Dentro de la tendencia urbano-mercantil que ha seguido el proceso de producción y reproducción de las sociedades latinoamericanas se ha difundido rápidamente la mentalidad de que para que todo espacio público de comunicación sea moderno debe estar atravesado por el complejo audiovisual, pues de lo contrario será atrasado o anacrónico. Así, ha surgido en las principales ciudades de América Latina la "video-vida" como fenómeno cultural que ha atravesado todas las actividades de nuestra existencia.

La propuesta modernizante de los "comunicadores profesionales" ha sido dar el tiro de gracia a los pocos espacios de diálogo, reunión y encuentro personal, para convertirlos en zonas de pasatiempo posmodernas. Así, hemos transformado la taquería en "video taco", el bar en "video bar", la pizzería en "video pizza", la discoteca en "video disco-

teca", etc., propiciando una vez más la distancia y el desencuentro entre las personas.

Esta concepción "moderna de la comunicación" ha avanzado tanto que, por ejemplo, en México, algunos de los principales jardines del Distrito Federal se han convertido en video-jardines para ver a través de pantallas gigantes de televisión eventos como la pelea del Macho Camacho, el concurso Miss México, los debates políticos entre los diversos candidatos a la presidencia de la República, etc., restándoles su carácter de zonas de tranquilidad y de armonía con la naturaleza.

De esta forma, la relación con el complejo del video en las ciudades sustituye el espacio de encuentro y contacto de la plaza pública, del jardín, de la alameda, del quiosco, etc., produciendo la "video-vida". Intentando producir dinámicas de comunicación con el arsenal de tecnologías informativas con que conta-

**E**l diseño y construcción de las grandes y modernas ciudades latinoamericanas ha sido realizado fundamentalmente a base de la operatividad de las dinámicas económicas de acumulación de capital, pero nunca han sido planificadas centralmente como espacios de comunicación humana.

mos al terminar este siglo, esta práctica urbana posmoderna, ha transformado dichos espacios en áreas de incomunicación humana, al suprimirles su ambiente de privacía y de individualización que les son propios, para convertirlos en otros aparatos más de la ideologización del dinero y del poder.

### El derrumbe de las relaciones humanas

En las ciudades latinoamericanas, especialmente en las más "desarrolladas", se ha producido un derrumbe de las relaciones humanas de comunión y un debilitamiento de los canales interpersonales de comunicación. El ritmo de sobrevivencia urbana nos ha llevado a sustituir cada vez más nuestra familia sanguínea por los lazos de una débil familia ampliada proveniente del mundo del trabajo. El nivel de aislamiento humano ha provocado el apareamiento de anuncios en los principales periódicos y revistas de personas que expresan sus medidas corporales, características físicas, modos de pensar, datos personales, etc., buscando "amigos", "esposos" o "compañeros" que mitiguen su soledad. Cada vez más tenemos en las metrópolis menos parques, jardines, rincónes, calles empedradas, fuentes, etc., donde podamos dialogar para descubrirnos los unos a los otros, y estas son sustituidas por carpetas de asfalto, avenidas de cemento y ejes viales para los automóviles. La relación elemental del juego corporal entre padres e hijos crecientemente es sustituida por la vinculación electrónica que se da entre estos a través de la pantalla con el Nintendo, el Atari y las nuevas generaciones de videojuegos que se introducen con las modernas tecnologías de información. Cada vez más, nuestros ancianos estorban al mundo moderno del "progreso urbano" al ya no ser eficientes o productivos y, por consiguiente, son intensivamente abandonados frente al televisor o en los asilos. Las personas morimos solos en los panteones, pues la vida "desarrollada" y "productiva" de las urbes modernas ya no nos da tiempo para acompañar a nuestros muertos a su último adiós, etc.

En este sentido, observamos que "mientras más grande es una ciudad, se vuelve más fragmentada, compleja e incomunicada, dificultando el encuentro

entre amigos y familiares. La familia misma pierde hoy su poder de convocatoria y se refuerza en su núcleo central: padres e hijos. Así, se diseña en las ciudades latinoamericanas la familia-individuo que deja de ver y visitar a los otros miembros (abuelos, tíos, primos, etc.) y a otros amigos queridos.<sup>2</sup>

Los "especialistas de la comunicación" construimos currículos académicos que estudian la teoría de mercado, las campañas políticas, las culturas populares, las nuevas tecnologías, los métodos de investigación, las técnicas publicitarias, la producción de contenidos televisivos, los lenguajes de la radio, la estética cinematográfica, la información en el siglo XXI, las herramientas semiológicas, la realidad virtual, etc.; pero casi nunca abordamos el proceso humano de la comunicación, especialmente interpersonal, que es la base central de donde parte y en donde aterriza todo el fenómeno anterior.

### La reproducción espiritual urbana

Considerando la dinámica de existencia moderna, observamos que el ciclo de la vida cotidiana de la población latinoamericana en las ciudades tiene cuatro fases: 1. la fase del sueño, donde los individuos recuperamos todas las energías físicas perdidas durante la jornada laboral para poderlas volver a invertir al día siguiente en la esfera de la producción. 2. la fase del trabajo, donde lo único que cuenta es que se realice la lógica de la producción, y por lo tanto lo más importante es ser eficiente. 3. la fase de la reproducción de la infraestructura cotidiana de vida, donde lo que hay que efectuar es el arreglo del hogar, la compra de los alimentos, la realización de los servicios básicos de la vida cotidiana, etc., para sobrevivir. 4. la fase del esparcimiento, donde es el único espacio que tenemos los latinoamericanos para descansar mentalmente, esto es, para vivir el placer, para reinventarnos como seres humanos o, lo que es igual, para recrearnos de manera distinta, para dejar de repetirnos en el terreno de la producción económica, todo lo cual significa, imaginarnos a nosotros mismos de manera nueva y crecer.

Los espacios de áreas verdes en las metrópolis se han reducido drásticamente, se ha estrechado el tamaño de la vivienda, se ha incrementado la

inseguridad de las ciudades para salir a pasear y han aumentado los costos del esparcimiento extra-hogareño; los habitantes ciudadanos de América Latina crecientemente tendemos a canalizar el tiempo de nuestro esparcimiento dentro del complejo audiovisual que ofrece la televisión. Así, vemos que, cada vez más, los latinoamericanos urbanos estamos más expuestos a la televisión y otros medios de comunicación, se incrementa el consumo de *videohomes*, se eleva el tiempo de exposición a la televisión, y aumenta el porcentaje del juego familiar que cruza por la pantalla a través de los ataris, los nintendos y otros videojuegos.

Todo ello significa que cada vez más en las ciudades la reproducción espiritual de los individuos, es decir, el horizonte de imaginación desde donde se reinventan, proviene de los medios de información, especialmente de la televisión.

### El hombre fuera de los estudios de la comunicación urbana

Para el modelo central de comunicación urbana que hemos construido en estos años, todo ha sido importante considerar excepto nosotros, como seres humanos. Nosotros no hemos sido importantes para nosotros mismos, pues no hemos colocado al fenómeno humano en el centro de la reflexión, la discusión y la acción comunicativa; sino que nos hemos enredado en el tratamiento y la supervaloración de otras mediaciones tecnológicas más sofisticadas, situándolas como el fin último de nuestro quehacer profesional y no como meros apoyos materiales para alcanzar otras metas superiores. Esto es, el sujeto de nuestra comunicación ha sido el manejo de las técnicas informativas y no la transformación de los seres humanos.

La relación que hemos construido con nosotros mismos y con la sociedad a través de la comunicación, especialmente urbana, nos ha llevado a un estado de incomunicación y, por lo tanto, de pérdida de nosotros mismos como personas, como familia, como barrio, como comunidad, como región y como país. Esto es, la comunicación que hoy practicamos es un mero artificio más sobre la superficie de la sociedad y de nuestras existencias, pues no va al fondo de las necesidades profundas del hombre.



Oscar Bonilla, Uruguay

"La deshumanización de las ciudades"

Ante ello, nos preguntamos ¿para qué queremos las máquinas de difusión de la quinta generación y los trillones de bits de información que nos ofrece la modernidad; si hoy en las urbes entre los seres humanos nos es progresivamente más difícil comunicarnos de mirada a mirada, de corazón a corazón, de centro a centro?

De aquí, la importancia de colaborar desde todos los frentes políticos, sociales y mentales a crear otro proyecto de comunicación, de cultura y de espiritualidad urbanas que partan de las necesidades de crecimiento y humanización del hombre, y no de los simples requerimientos dominantes de la voraz y salvaje acumulación económica a nivel planetario.

### Políticas de desarrollo cultural

En respuesta a la deshumanización alcanzada por las principales ciudades latinoamericanas, sugerimos la aplicación de las siguientes políticas.

1. Es necesario que el análisis y la transformación de la relación comunica-

ción-ciudad se asuma en su sentido global y sea retomado dentro de las políticas, programas y planes de desarrollo regional de los estados latinoamericanos.

2. Las constituciones legislativas de los estados latinoamericanos deben incluir el "Derecho Ciudadano a la Apropiación a la Ciudad" dentro de la declaración de sus garantías individuales mínimas.

3. Las sociedades civiles de América Latina deben trabajar por conseguir un "Derecho a la Comunicación Urbana" democrática, eficiente, útil y participativa que permita la gestión de la población en el diseño y organización de sus ciudades.

4. Dentro de estas políticas, es urgente que las escuelas de comunicación y cultura latinoamericanas incluyan en sus planes de investigación y estudio el examen del fenómeno comunicación-ciudad como un eje central de su trabajo y reflexión, para colaborar desde estos a producir horizontes urbanos más humanos que los que ahora nos rodean.

Pensamos que con la consideración y aplicación de estas políticas, y otras más, se podrá producir contextos metropolitanos más humanos que los que ahora nos enmarcan en la región; ya que de no transformar esta tendencia, para el próximo siglo tendremos en América Latina centros urbanos más interrelacionados con la globalización, con más máquinas inteligentes, con más centros de información, con más carreteras, con más edificios modernos, con más automóviles, con más supercarreteras, etc., pero también tendremos conglomerados de ciudades, ecologías e individuos destruidos en proporción geométricamente mayor, a los que ahora conocemos. ☛

### NOTAS

1. Jaime Rubio Angulo, "La Ciudad: lugar y símbolo de la comunicación", en *Signo y Pensamiento* no. 22, Facultad de Comunicación Social, Pontificia Universidad Javeriana, primer semestre de 1993, Colombia, páginas 15 y 16.
2. Declaración de Rosario "Por el Derecho a la Ciudad", agosto de 1992, página 1.



# El graffiti: spray, paredes y algo más...

*El graffiti no es una voz aislada: es opinión pública, mitin poético, sarcasmo en pastillas que no destruyen la fachada de una casa sino que minan por dentro las entrañas. Su lenguaje es creativo y con una alta dosis de símbolos. Aborda el contexto social pero se permite, como un torero elegante, hacer una verónica y volverse lúdico.*

**E**l graffiti, en parte, es único en cada país; en parte gitana: va de pared en pared, con ligeras variantes, leyendo la mano de los pueblos. Las circunstancias son tan parecidas y ellos, los mortales que se piensan inmortales, también.

Somos y no somos originales. Pero antes que indagar la paternidad de un graffiti -el graffiti es un testimonio anóni-

**PATRICIO FALCONI**, ecuatoriano. Escritor y abogado. Autor de dos libros de análisis sobre el fenómeno del graffiti en Ecuador: *Censura de prensa y libertad de Graffiti y Esa maldita pared*.

mo y popular- conviene valorar la intencionalidad política, el sentido de la oportunidad, la irreverencia, el riesgo. Un graffiti que en el Ecuador alguien lo garrapatea en la noche, sin mayores problemas, exige casi una operación militar, para pintarlo, en Nicaragua. El trago del texto cambia de sabor según la copa del contexto.

El graffiti en Quito, en los tres últimos años, ya no es el mismo: se ha renovado. Hay ahora un graffiti distinto que, sin embargo, no niega al anterior: lo contiene. Al graffiti político le disputa paredes el graffiti de corte personal y a veces

intimista. Seductor, irónico y tempestuoso:

*Arriba las minifaldas  
Abajo Bucaram*

El graffiti, por su origen y su naturaleza, no puede ser complaciente: es un chúcaro que está permanentemente provocando, desde distintas facetas de la vida, al orden establecido. Tiene brío polémico. El graffiti, que no es sino un mensaje garrapateado en un muro, con spray o con brocha, es casi siempre conciso, humorístico y sugerente. Para decirlo gastronómicamente, el graffiti es como el ají, picante pero sabroso. Ade-

más, cualquier estudioso del tema sabe que el graffiti no solo está en las paredes y baños; un travesti, el dibujo de Madonna decorando un convento de monjas, un virus que invade vía en el ancho y veloz mundo de la electrónica, son graffiti, sostiene el experto colombiano Armando Silva.

Hay que distinguir, eso sí, entre el slogan político y el graffiti. El primero, el slogan, es uniforme: representa a un grupo, insinúa un programa de gobierno, busca clausurar un debate, no inaugurarlos. El slogan, además, tiene una limitación inevitable: se dirige exclusivamente a los miembros del equipo, a los suyos, en su código.

El graffiti, en cambio, es más conversacional, no representa a un partido o a un programa: representa más bien una inquietud existencial. Donde el slogan coloca la afirmación rotunda, el graffiti ubica el pensamiento o incluso una duda. Esa es su pedagogía. El graffiti va suelto, libre. No está, como el slogan, fletado por nadie. Esa es la regla.

### Miel y veneno

Pero el graffiti político, el que gangrena famas y reputaciones, no solo es sal, no solo es plantillada. Viéndolo a ojo clínico, ese graffiti es cruel: si hubiera que comparar al graffiti político -el de spray y pared- con las muestras del reino zoológico, debería decirse que es un cruce entre abeja y alacrán, miel y veneno. De la abeja tiene el graffiti la capacidad de producir miel: miel para el graffitero... y para los zánganos -nacionales y turistas- que se deleitan con el mensaje. Del alacrán posee la uña envenenada que causa alergia adentro de la epidermis de la

víctima. Con más exactitud podría decirse que unos ven, en el graffiti, solo el lado amable, dulce: la abeja. Las víctimas, con razón, solo llegan a descubrir el lado pánico: el alacrán que hiere.

Ningún ser humano, eso sí, mucho menos un personaje público, soporta un tratamiento de ridículo como el que brinda gratuitamente un buen graffiti. Con una ducha de ridículo no se es cadáver: se es gusano, cosa grave.

Un poco de historia nos puede ilustrar cómo y por qué una ciudad (Quito) que antiguamente era descrita como un internado de monjas y de curas, que pregonaba la moral judeo-cristiana y condenaba los goces naturales de la vida, preña de pronto sus paredes, en un breve lapso, con estas criaturas de miel y de veneno.

El graffiti ha tenido en los últimos tiempos, según los expertos, tres grandes etapas: en 1968, en Francia, hubo un graffiti utópico, preocupado por el mundo y por la libertad, quería barrer "principios obsoletos" y tiranos. En New York, después, se escribe otra gran jornada de **subversión en paz**: los negros y los marginados irrumpen en el metro con un graffiti menos soñador que el francés, más preocupado por el ghetto y por su vida, no por el mundo. En América Latina, donde el fenómeno es más reciente, se le mete al graffiti un poco de ambas cosas, de "ambas modalidades". Pero pronto evoluciona: con la pérdida de credibilidad de la democracia y el "desencanto utópico" adquiere cédula de ciudadanía "un graffiti burlón y cínico..." Es el graffiti **jodón errante**: recorre ciudades, visita países, se apropia de paredes.

En Quito, el graffiti es hijo de su "sal": alegre, divertido, plantillón. Se ríe lo mismo de lo propio que de lo ajeno. De lo político que de lo sexual. Se preocupa igual del chiquito destino individual que del grande espacio de la utopía social. Se ríe de lo público y de lo privado y a veces se ríe más de lo propio que de lo ajeno. En el graffiti quiteño, lo dicho: se juntan concepto y afecto. O para decirlo de otro modo, hay tres aspectos diferenciables, pero no separables: lo utópico, lo político y lo sexual. Los tres unidos y empacados en humor.

El analista sabe, además, que el graffiti conceptual ayudado por la irreverencia popular, no pierde su personalidad: la adquiere. El graffiti se humaniza: vive lo cotidiano y se libra -Dios mío- de pontificar, de celebrar misa. Pero el graffiti es algo más. El fax, un fax que se envía, puede convertirse en un mortal graffiti; esto se vio en Guatemala cuando Jorge Elías Serrano quiso proclamarse dictador, censuró a la prensa: no pudo con la ironía y sarcasmos de los fax.

Maradona, el mejor futbolista del mundo, el hombre de la gambeta electrificante, el mimado, en tanto drogado y travesti, con panties, colorete en sus mejillas y un rojo intenso en los labios, es un graffiti-ambulante: "es un disturbio, una alteración del orden, no una crítica... Es una tentativa, quimérica sin duda, por escapar de este mundo y colocarse al margen de la sociedad".

La idea "foránea" de crear una zona de tolerancia para el graffiti, no va con el graffiti: lo niega. El graffiti necesita com-pinchar con lo prohibido, invadir paredes. Un muro gratis, no lo alimenta: lo oficializa y mata. ●



# COMUNICACION MUNICIPAL, *un aporte a la democracia*

*La comunicación municipal es un tema emergente. Sin embargo, existen muchos distritos o comunas urbanas donde el tema aún "no prende", seguramente porque viven una realidad de gobernabilidad y administración local tradicional. Este artículo analiza cómo avanzar hacia una nueva política municipal con miras a democratizar la gestión de los gobiernos locales y así lograr el desarrollo humano e integral en la comuna a través de la comunicación.*



**L**a comunicación municipal se refiere a la existencia, calidad e intensidad de un vínculo o relación de intercambio de mensajes entre la institución municipal y la comunidad que habita, transita y ocupa el territorio comunal.

## ¿A quién le importa?

Todos conocemos del desapego que la mayoría de los ciudadanos tiene respecto a su municipio, al que solo concurren para obtener un permiso o cancelar

una obligación. Las acciones municipales les son indiferentes -excepto a los más pobres, que obtienen subsidios sociales del Estado a través de ellos-; se acuerdan de los servicios solo cuando fallan y raramente cuando progresan o satisfacen una necesidad.

Si preguntamos a los jóvenes por su municipio, sus respuestas estarán marcadas por la indiferencia y la ironía que acompaña actitudes de escepticismo a todo lo que huele a "oficial". Por su parte, ¿qué responderían los ancianos, los microempresarios, las jefas de hogar, los deportistas y otros tantos sectores de la vida comunitaria actual?

Hay, en cambio, una minoría comu-

nal activa a quienes el municipio sí les importa: dirigentes y líderes vecinales inquietos por los asuntos públicos. A ellos les toca lidiar en el municipio con mentes entusiastas -directivos y funcionarios partidarios del alcalde de turno- y con otras más escépticas -funcionarios a secas- cuando no son detractores silenciosos de la gestión por motivos políticos u otros.

## El desarrollo local

El vínculo comunicacional entre el municipio y los ciudadanos se concreta en la atención al público, la información y la señalética de los edificios, los medios de comunicación internos y externos, las campañas municipales, las

FERNANDO OSSANDON C., chileno. Sociólogo y comunicador social, Director de Desarrollo Comunitario de la Municipalidad de Conchalí, Chile.

audiencias alcaldicias y las visitas a terreno, los diagnósticos participativos y consultas a los vecinos sobre prioridades de inversión, la difusión de los programas sociales y de los servicios municipales, el apoyo a las actividades culturales comunales, entre otros.

Una mayor y mejor comunicación municipal es una exigencia de "la modernidad", sobre todo en ambientes urbanos y con alta concentración de pobres. En un contexto de acendrados cambios tecnológicos y sociales, de globalización de las economías y de las culturas, lo local reaparece como un refugio para las personas y como una oportunidad para el desarrollo humano e integral. En toda América Latina se ensayan propuestas de descentralización administrativa y, en algunos casos, se busca que sean los gobiernos locales el pivote de las acciones de desarrollo que "tocan" directamente a la gente.

La democratización de los espacios locales tiende a imponerse como un proceso imperfecto y lleno de limitaciones. Mientras el Estado central disminuye el volumen de sus atribuciones, recursos y organismos que lo componen, con los municipios sucede lo contrario. En Chile, por ejemplo, el presupuesto comunal promedio de las 335 comunas del país equivale a 80 veces el que había en los años setenta. Además, en los últimos quince años se les ha asignado nuevas e importantes funciones: salud primaria, educación básica y media, programas de atención de menores y, ahora último, el cuidado del medio ambiente. También aumenta progresivamente el número de profesionales y técnicos en las plantas municipales. Se trata, pues, de una realidad en constante evolución y cambio.

Por otra parte, el Estado tiende a precisar sus otrora amplias políticas sociales, obligado por la disminución de recursos y el surgimiento de nuevas visiones y enfoques participativos. Se focalizan los subsidios estatales a los más pobres, con el fin de hacer llegar los recursos efectivamente a quienes más los necesitan. Se promueven inversiones en obras con financiamiento compartido, y con un mayor compromiso de los propios afectados. En casos de gran innovación, por ejemplo los de "vivienda progresiva", la asignación de subsidios a individuos deja paso a una postulación grupal, los que incluso deben compro-

meter su participación ejecutando privadamente el programa de vivienda. Se multiplican los organismos privados a nivel local y sectorial que administran políticas sociales públicas, constituyendo un verdadero y competitivo "mercado social", aunque hasta los empresarios se resisten a invertir significativamente en él.

### El poder local y la gente

Estas nuevas relaciones entre el poder local y la gente se procesan de manera contradictoria: autoridades populistas, gerenciales o participativas; esquemas de gestión partidistas, cortoplacistas u orientados hacia el desarrollo sostenido; enfoques comunicacionales propagandísticos, informativos o educativos, de interacción y diálogo; percepciones comunitarias de indiferencia, colaboración o autonomía y autogestión.

En Chile, la democratización del poder local es reciente y aún no se transforma el rígido modelo de administración jerárquico y dependiente del gobierno central. Predomina una visión práctica de las comunicaciones municipales restringidas a labores de relaciones públi-

**E**n un contexto de acendrados cambios tecnológicos y sociales, de globalización de las economías y de las culturas, lo local reaparece como un refugio para las personas y como una oportunidad para el desarrollo humano e integral.



*Cuando el municipio es un lugar amigable, se desata la real comunicación*

cas, es decir, de promoción de la imagen del alcalde y de las obras municipales en la opinión pública.

Un estudio reciente de las capacidades de comunicación en 23 comunas urbanas de Santiago revela que las tareas más frecuentes en las oficinas de Relaciones Públicas, Prensa y/o Comunicaciones son las relacionadas con "ceremonial y protocolo" e "imagen corporativa de la municipalidad y del alcalde" (78% de los casos). Le siguen el "acceso a medios de prensa", "la producción de eventos" e "información a la comunidad" (74%). La "atención al público" aparece como una tarea menos importante (65%).

Otro problema importante es la excesiva politización y el clientelismo que caracteriza las relaciones tradicionales entre municipio y comunidad. Predomina la idea -entre funcionarios y la propia gente- que a los servicios y a los puestos de trabajo municipales se accede solo mediante un sistema de pago de favores y de lealtades partidarias. También se reproduce el clientelismo entre quienes aspiran a subsistir mediante las ayudas asistenciales y de emergencia municipales. Ambas realidades brindan réditos en votos al momento de las elecciones, pero obstaculizan seriamente la acción municipal orientada al desarrollo comunal y, por cierto, el surgimiento de una ciudadanía activa, participativa y plural, sujeto de derechos y deberes para con la comunidad y las instituciones estatales.

En los años recientes, se ha producido "la apertura" comunicacional de los municipios a la comunidad. Atrás quedaron los días de las puertas enrejadas y la exigencia de cédula de identidad para entrar a los edificios. Se dispone de más tiempo para las audiencias y sin discriminación política. Se planifican visitas regulares del alcalde a terreno, aunque estas tiendan a disminuir luego de iniciada la nueva gestión. Se conocen más de cerca los anhelos de la comunidad organizada mediante encuentros y contactos periódicos, sobrepasando la institución formal creada a este efecto -el Consejo Económico Social Comunal, CESCO-.

Además, se exploran formas positivas de información a la gente como "el Municipio en Tu Barrio", "el Munimóvil",

## Hacia una nueva política

La comunicación municipal puede contribuir a mejorar y democratizar la gestión de los gobiernos locales y el logro del desarrollo humano e integral en la comuna. Exploremos algunos caminos:

1) Concebir la comuna como un espacio donde surjan y participen diferentes actores sociales, étnicos, religiosos, políticos e institucionales, comprometidos con una tarea en común, pero abiertos a la diversidad y el pluralismo. El desarrollo humano será siempre el resultado de la legítima negociación de intereses, expresados en la existencia de actores sociales diversos, siendo el municipio el llamado a interrelacionar y articular esos "proyectos".

2) Diseñar políticas de comunicación municipal adecuadas y explícitas. Conviene generar orientaciones amplias, válidas para todo el municipio -piénsese, por ejemplo, en el significado de que el personal use o no uniforme, la señalética, los lemas de interés comunal, etc. Y, de otro lado, diseñar acciones específicas de comunicación impulsadas por personal profesional, destinadas a informar, escuchar, educar y dialogar con la comunidad o segmentos de esta.

3) Valorar la existencia del "otro" en la comunicación. Por eso la mayor parte de las iniciativas comunicacionales locales establecen puentes entre la comunidad y las autoridades y entre los diversos actores locales. En el ámbito nacional se han impuesto, por ejemplo, los sondeos de opinión pública como una herramienta indispensable en la toma de decisiones de la vida política cotidiana. ¿Qué se espera para reproducirlos con igual utilidad en el espacio local?

4) El apoyo a una comunicación local y regional independiente o cogestionada son dos modelos "alternativos" a seguir en lo que se refiere al desarrollo de medios: radios comunitarias, equipos de video de base, televisión comunitarias, boletines y revistas comunales, medios educativos que acompañen programas de desarrollo comunitarios específicos.

5) Finalmente, ¡invertir en comunicación! Dotar de recursos humanos y materiales los diferentes programas de desarrollo y apoyar las iniciativas de otros, comprando sus servicios o produciendo canjes de beneficio compartido.

En general, y en particular, las comunicaciones municipales están surgiendo como una herramienta sistemática de gestión municipal, en manos de alcaldes y alcaldesas dispuestos a apostar por la gente y que confían en los beneficios de su activa participación. Sin su respaldo, cualquier innovación corre peligro de estancarse, dado el peso histórico y jurídico de "la autoridad política" en la administración del poder local.

los "Cabildos" para diseñar el Plan de Desarrollo Comunal, el uso del video y de programas de radio, entre otras. También se ensayan formas participativas de gestión de los recursos municipales de inversión: "Consultas y Plebiscitos", "Programa FONDEVE, Fondo de Desarrollo Vecinal", "Proyectos Educativos" en colegios municipalizados.

Sin embargo, el predominio de una gestión tradicional queda comprobado en el atraso relativo a otras instituciones estatales, en mejorar la atención oportuna y rápida al público, en la cantidad de demandas sociales que permanecen in-

satisfechas por escasez de recursos, y en la tendencia de los municipios a confiar en sus propias acciones antes que en la autonomía de la comunidad organizada, etc.

Ello se traduce en fenómenos comunicacionales complejos: baja credibilidad en el aparato municipal, junto a una mayor tolerancia hacia la autoridad municipal. La población percibe al municipio como un lugar importante de corrupción, aunque en menor medida que el poder judicial; al mismo tiempo, lo califica como el poder de estado más cercano a la gente. ●

# En Caracas UNA RADIO SIN ANTENA



Jose Tomás Angola, Venezuela

*Desde hace dos años, Radio Parque Central está llevando adelante una experiencia comunitaria única en Venezuela. Fundida con uno de los complejos urbanísticos más impresionantes de Caracas, esta radio es una voz, la voz de la comunidad que se expresa por sobre la técnica, la economía y la ley.*

**E**nclavado en medio de la moderna capital de Venezuela se encuentra el Parque Central, imponente desarrollo urbanístico donde habitan decenas de miles de personas.

JOSE TOMAS ANGOLA, venezolano. Periodista y escritor.

Construido en el tiempo en que Venezuela aún no había sufrido la debacle económica que hoy frena su progreso, el Parque Central es quizá la prueba más irrefutable de una "política de concreto" que buscó situar al país en la vanguardia del adelanto social. Dos etapas, siete majestuosas edificaciones entre las que se cuentan las dos más altas de la re-

gión y cientos de espacios comerciales podrían ser un resumen de lo que es el Parque Central. Sin embargo, esto dejaría fuera la verdadera importancia: más de 80.000 personas viven, trabajan o al menos transitan diariamente por una micro-urbe plagada de ministerios, museos, cines, teatros, tiendas y oficinas. Allí viven 12.500 personas, se movilizan

400.000 a la semana y 1.600.000 al mes. Estas cifras explican por sí mismas la necesidad de un medio de comunicación al servicio de este centro humano.

### Amplificadores y parlantes

En 1994 apareció *Radio Parque Central*. Creada inicialmente como un sistema de seguridad y publicidad que englobara todas las áreas del complejo, la radio surgió por iniciativa de la Asociación de Vecinos de la Etapa 1.

Al ser Parque Central un espacio que no superaba los cuatro kilómetros cuadrados, instalar una emisora con transmisor y antena, que respondiera a las exigencias de la comunidad era algo por demás descabellado y costoso, por lo tanto se decidió por un sistema cableado de amplificadores y parlantes que, ubicados en las áreas comunes y los pasillos de los edificios, llegara a todos: 150 altavoces en la etapa 1 y 200 en la etapa 2 fue el resultado de dicho razonamiento.

Sin embargo, entre la idea inicial, un medio que solo anunciara publicidad y se encargara de dar avisos de seguridad, y lo que es hoy, una radio comunitaria, existe un hombre que aportó la nueva valoración. Gregorio Montiel Culpello es el director y concesionario de la estación. Periodista de larga trayectoria en *Radio Cultural* y, además, habitante de Parque Central, Gregorio intuyó las posibilidades comunitarias y de comunicación de un medio como este. "La Asociación de Vecinos me entregó la radio en concesión por un tiempo limitado. Yo tenía una inquietud: devolver a Parque Central lo que me había dado. Se presentó la ocasión de estructurar un medio de comunicación, darle una personalidad, organizar un equipo y dejarlo formado. Era algo que le debía a la comunidad como miembro y como periodista".

Actualmente, el personal de la emisora está conformado por dos operadores, cuatro locutores y una ejecutiva de mercadeo. Montiel es director, pero además cumple funciones como locutor, operador y técnico.

Comentarios para hacer más humana la vida en un grupo de edificaciones como este, noticias comunitarias, avisos de seguridad, operativos de interés social que han dado como resultado en-

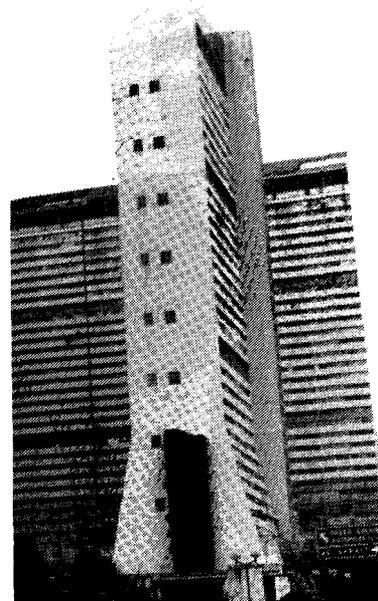
contrar 20 niños perdidos, mensajes publicitarios, información comunal en forma de editoriales o de boletines de la Asociación de Vecinos, son parte de la programación que está destinada a crear un ambiente de serenidad en un conglomerado humano que se mueve vertiginosamente.

Junto a esto, la música juega una responsabilidad de primer orden y el criterio de musicalización cuenta con una premisa loable: dar una atmósfera de paz sin acorralar al oyente, un oyente que al estar de paso percibe más intensamente los estímulos auditivos en contraposición a una ciudad agresiva, violenta y ruidosa. Rubén Blades, Simón Díaz, Bach, Los Beatles, Mercedes Sosa, Sergio Méndez, Pablo Milanés, Louis Armstrong, Mozart, Frank Sinatra o Carlos Santana. Los autores y los títulos son variados y allí precisamente radica parte del éxito. Gregorio, con un hablar efusivo, amplía este detalle: "En Parque Central vive muchísima gente, ancianos, niños, adultos, jóvenes. Debemos complacer todos los gustos y eso es lo que hacemos. La música es una compañía. No puede ser algo escandaloso o frenético, sino algo que acompaña en el tránsito por los pasillos y los ascensores".

### Sin cambiar el dial

Uno de los escollos más difíciles de salvar fue el de los volúmenes de los altavoces. En Parque Central existen distintas realidades dependiendo de la hora: a las siete de la mañana la cantidad de transeúntes por los pasillos es menor que a las doce del día. "Uno de los grandes problemas fue determinar el volumen. Eso fue días de caminar y oír quejas. Verdaderamente me iba volviendo loco. Influye la brillantez del piso o la altura del techo, además había pasillos más ruidosos que otros. Tuvimos que contratar técnicos y recorrer los pasillos. Ahora tras todo aquello hemos encontrado un volumen promedio. Incluso llegamos a tener problemas con los niveles entre la voz y la música. A veces se escuchaba el tema muy bien pero no se entendía al locutor".

Este problema del volumen nos lleva a una realidad propia de este medio: la omnipresencia. Al transmitir la radio por parlantes, el oyente no tiene control sobre cuándo oír y cuándo no. En una ópti-



**A**l ser Parque Central un espacio que no superaba los cuatro kilómetros cuadrados, instalar una emisora con transmisor y antena, que respondiera a las exigencias de la comunidad era algo por demás descabellado y costoso, por lo tanto se decidió por un sistema cableado de amplificadores y parlantes.

ca muy general, *Radio Parque Central* es el sueño de cualquier medio de comunicación: la imposición del mensaje. "Eso tiene sus ventajas y sus desventajas. Evidentemente, la gente está todo el tiempo escuchando lo que transmitimos. Aquí el oyente no puede bajar el volumen o cambiar el dial. Está *Radio Parque Central*, gústelo o no a la gente. Pero eso mismo nos ha obligado a estar más pendientes de lo que hacemos. Siempre estamos escuchando lo que la gente dice, lo que opina, y en función de eso hacemos los cambios pertinentes".

**Servicio comunitario**

Una de las grandes iniciativas llevadas a cabo por la radio ocurrió durante el último proceso electoral acontecido en Venezuela. Al ser *Parque Central* centro de votación para casi 4.000 electores, la emisora estuvo transmitiendo informaciones y resultados, además de realizar una campaña para incentivar a las personas a que asistan a votar. Gregorio destaca la acción comunal: "Yo creo que la radio cumple una labor social muy importante. Los bomberos, por ejemplo, tienen aquí un espacio sobre consejos en caso de desastres. Algo que me gus-

ta mencionar es que la etapa 1, donde se escucha la radio, está hoy en día mucho más limpia que los restantes edificios. Eso significa que nuestros mensajes han llegado, que hemos calado en el oyente y que hay un cambio de actitud". *Radio Parque Central* está en el aire de lunes a viernes, de 7 de la mañana a 8 de la noche, e incluso trabaja durante fechas festivas.

Sin embargo, ante todo este cúmulo de características positivas, siempre queda la realidad de su instalación técnica. La radio se mantiene en un espacio físico abierto, sin el control del oyente, sin que su voluntad prive. Quizá sea eso su principal problema para ser más ambiciosa en la programación. Montiel Cupello comenta: "Cuando empezamos, esto era pura música y alguno que otro mensaje. La experiencia nos ha permitido crecer en lo que hacemos. Sin embargo, no creo que podamos llegar a producir programas como tales por la misma limitación de la radio. Ahora bien, este es apenas el comienzo, solo el tiempo dirá si el sistema de cables, parlantes y amplificadores permite producción radial completa".

*Radio Parque Central* es un puente de la comunidad, una voz en el sentido social. Montiel Cupello está muy claro en su misión. "Yo procuro que las fuerzas vivas tengan su representación, ser el eco, el difusor, estar abiertos a todas las actividades artísticas, culturales, infantiles y deportivas que se realizan en *Parque Central* y sus alrededores, a las críticas y las protestas, más no creo que se pueda. Siempre hemos sido muy amplios".

Quizá otra gran victoria de la estación sea que al no estar dentro de los patrones Transmisor-Antena-Receptor, no se encuentra regulada por ninguna ley. Gregorio lo sabe y lo defiende. "Nadie puede venir a controlar lo que hacemos. Somos el medio de comunicación más libre del país. No usamos ninguna de las categorías de transmisión que cubre la Ley de Radiodifusión y por lo tanto no nos regimos por nada. Para el fin comunitario de la emisora, eso es un triunfo".

Compromiso, esfuerzo, romanticismo y comunidad, cuatro palabras que se conjugan con Gregorio Montiel Cupello y la *Radio Parque Central*, una verdadera experiencia de radio comunitaria. ●

# PERFILES LIBERALES

*La Revista Política para toda América Latina.*

Dirija sus pedidos al Apartado 102 330 Bogotá, Colombia • Tels: (571) 215 5780, 215 5840, 236 6783  
Fax: (571) 215 5801 • E-Mail: 73050.1240@compuserve.com •

# Periodismo urbano: hacia una nueva generación de periodistas

*El pasado 9 de septiembre inició actividades la especialización en Periodismo Urbano, un programa conjunto de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín (Colombia) y la Consejería Regional en Comunicación para América Latina de la UNESCO (Quito).*

*Quince estudiantes colombianos conforman la que dentro de un año será la primera generación de periodistas especializados en el cubrimiento y análisis de las realidades urbanas.*



Carlos Amérgo, Uruguay

**C**on un denso currículo y una audaz planta de profesores nacionales e internacionales, este programa piloto en América Latina tiene una apuesta fundamental: contribuir al incremento en la calidad de los contenidos periodísticos sobre lo urbano. ¿Las razones? La pérdida de sentido de la realidad social en los medios de comunicación, el distanciamiento entre medios y comunidades, la necesidad urgente de pensar en la ciudad desde la información y la comunicación y lo inaplazable de la especialización de los periodistas.

**ANA MARIA MIRALLES**, colombiana. Coordinadora, Universidad Pontificia Bolivariana.

La obnubilación de la vocación comunicativa de las ciudades es indudablemente uno de los elementos fundamentales de la crisis de las ciudades contemporáneas, en las que el sentido de comunidad y de los valores compartidos parecen haber cedido su lugar a tendencias que reflejan la fragmentación y la insularidad, al tiempo que promueven el anonimato y la reclusión en la supuesta tranquilidad de la vida doméstica, en detrimento de las actividades públicas. A esta realidad se superponen los relatos de los medios de comunicación que son una potente fuente de creación de las imágenes de ciudad en las que lo inhóspito es un sello característico que tiende a volver más

complejas las relaciones entre lo público y lo privado.

Por ello, esta especialización busca aportar los elementos teórico-conceptuales para la comprensión de la ciudad como un ámbito de comunicación en el que son fundamentales las interacciones de sentido y de bienes, abrir posibilidades para que el periodista sea un agente crítico y activo del desarrollo urbano e interlocutor comprometido en el diálogo por la gestión de las ciudades, y auspiciar procesos de reflexión y acción en los cuales la ciudad se entienda, en el marco de la ética, como el lugar de realización de los valores ciudadanos que fundamentan el sentido de comunidad.

Si consideramos que, según cifras de las Naciones Unidas, hacia el año 2000 el 75% de la población latinoamericana habitará en las ciudades, es preciso entender que este fenómeno ha dejado de ser, entonces, una cuestión de preferencias de los medios de comunicación, para convertirse en asunto prioritario. Tal como lo afirma, palabras más, palabras menos, uno de los líderes del "periodismo cívico" en Estados Unidos, Jay Rosen: "sin recuperar el tejido social, el futuro de los medios de comunicación está incluso en tela de juicio".

### Buscando un perfil

El programa se ofrece exclusivamente para periodistas. Esta determinación se tomó pensando en la seria necesidad de proporcionar a los alumnos los elementos periodísticos de avanzada sin tener que afrontar cursos nivelatorios para profesionales de otras áreas, cuestión que nunca ha sido bien resuelta en los posgrados: es imposible resumir en un par de meses los conocimientos de pregrado en periodismo.

**A**sumir los medios de comunicación como escenarios privilegiados de lo público en las sociedades contemporáneas es un campo de estudio interdisciplinario que subyace a toda la propuesta de esta especialización y que incluso le ha dado origen.

El reto fundamental del pénsium consistió en contestar de la manera más adecuada a la siguiente pregunta: ¿cuál debe ser el perfil del periodista urbano? Responder con el pénsium fue una tarea que tomó alrededor de dos años de investigación y de diálogos con expertos. Para lograr el resultado esperado fue preciso concentrarse en dos dimensiones: la conceptual y la profesionalizante. Brindar elementos conceptuales para entender las fuerzas profundas que mueven a las ciudades y también sus rasgos más evidentes, supuso luchar contra la dispersión que podría suponer hacer un *collage* de disciplinas y vencer la tentación de grandes recorridos históricos, marcados por una mirada académica que tendría pocas posibilidades de dar conocimientos útiles a los periodistas.

Desde el punto de vista de la formación profesionalizante, el reto consistió fundamentalmente en pensar el periodismo de prensa, radio y televisión con un acertado sentido de futuro. En un campo en el que los avances están a los ojos de todo el mundo, pero especialmente de los mismos periodistas, el mayor esfuerzo se hizo en la búsqueda de corrientes y metodologías de avanzada en torno al periodismo cívico, la nueva narrativa latinoamericana e investigación.

En este sentido, los rasgos de este nuevo periodista avezado en el cubrimiento y análisis de lo urbano, deberían concentrarse en torno a las siguientes ideas: ser lector de hechos sociales, traductor de un sistema cultural a otro, constructor de puentes entre diferentes grupos sociales, ser intérprete de hechos y especialmente de procesos, cuestionar los códigos y lenguajes arraigados en el uso social y que no hacen justicia a las situaciones. (Reguillo, septiembre de 1996).

Asimismo, fue crucial determinar la mejor manera en que podría motivarse una discusión entre periodistas en torno al poder que tienen los medios para definir versiones y visiones de la realidad. Esta labor hermenéutica que apenas está comenzando, tradicionalmente no ha sido del gusto de los periodistas, a quienes a veces parece importarles más la acumulación de destrezas del oficio, que la reflexión acerca del saber que está circulando en los medios de comunicación y del que ellos son los principales

## Un pénsium flexible

La especialización en Periodismo Urbano está diseñada para cuatro trimestres que se cursan a lo largo de un año. El pénsium está estructurado en cuatro ejes:

### Conceptual

Cursos: Lo público y lo privado, Lo institucional y lo emergente, Lo tradicional-moderno, local, nacional, global, y Las relaciones de inclusión y exclusión.

### Actualidad

Cursos: Debates urbanos I, II y III. El periodista y la ciudad.

### Lenguaje

Cursos: Hermenéutica del periodismo, Nuevos lenguajes de información, Lenguajes e identidades urbanas, Actores, discursos y prácticas en comunicación.

### Metodológico

Cursos: Metodología de la investigación periodística, Reporte avanzado de la ciudad I y II, Proyectos de información y comunicación urbana.

artífices. El discurso de los medios sobre los asuntos urbanos y los imaginarios que invocan, son elementos capitales para empezar a explorar epistemológicamente las ideas y los métodos periodísticos: la transformación solo se puede lograr luego de esta reflexión sobre los resortes del oficio.

Asumir los medios de comunicación como escenarios privilegiados de lo público en las sociedades contemporáneas es un campo de estudio interdisciplinario que subyace a toda la propuesta de esta especialización y que incluso le ha dado origen. Esta dimensión de escenarios de lo público ha rebasado los límites de las responsabilidades ético-profesionales para trascender al campo de la ética cívica de corte secular, cuyos soportes y valores concretos deben ser objeto de construcción colectiva. ●



# Por una ciudad comunicable y comunicadora

Jesús Carlos/Imagen Latina, Brasil

*Los habitantes de las ciudades latinoamericanas casi no nos comunicamos, las ciudades se han deshumanizado.*

*Como un aporte a la solución de tal incomunicación la UNESCO, a través de la Oficina de su Consejero Regional en Comunicación para América Latina, ejecuta un programa denominado "Comunicación para el desarrollo urbano y el mejoramiento de la calidad de vida en la ciudad". A continuación se presentan los principales objetivos y lineamientos de esta iniciativa.*

Una de las dramáticas manifestaciones de la crisis urbana de este fin de siglo, especialmente en las regiones subdesarrolladas, pero también en las megalópolis industrializadas, es la pérdida de la capacidad histórica de las ciudades para favorecer, promover y facilitar la comunicación y la amistad cívica entre sus habitantes, visto tal espacio "como un entorno que trasciende su paisaje, su clima, sus problemas, para situarse en el campo de lo simbólico y de los valores individuales" (Fernández Salinas). Específicamente en América Latina, una aparente opulencia en recursos de comunicación (prensa, radio, TV, agencias de noticias, TV cable, centros y redes de datos, sistemas para las telecomunicaciones, etc.) contrasta fuertemente con altos y reales déficit de comunicación en términos

ALEJANDRO ALFONZO, venezolano. Consejero Regional en Comunicación para América Latina de la UNESCO. Este artículo fue originalmente publicado en la edición No. 42 de la revista *Habitar*, Quito, julio de 1996.

ciudadano-ciudadano y de estos con su entorno físico, cultural y político.

De hecho, se ha producido una fractura en la misma raíz histórico-cultural que unía a la persona con su hábitat urbano y se dio paso a un proceso que, como bien señala Jesús Martín B., "erosiona las identidades colectivas, las obtura, y esa erosión nos roba el piso cultural, nos arroja al vacío". En efecto, el ciudadano carece de una actitud amable hacia su medio ambiente y los recursos naturales que lo rodean. Las condiciones para la coexistencia y la comunicación entre las personas están profundamente afectadas. Más aún, el espacio urbano envía permanentemente mensajes negativos, hostiles, tanto verbales como no verbales, a las personas, lo cual naturalmente tiene sus efectos en las relaciones humanas y en los lazos de la población con su entorno. Ello incluso daña el ejercicio político pues "la gente que no puede moverse alrededor de la ciudad o comunicarse entre sí no puede ejercer completamente sus derechos o responsabilidades".

### La fractura entre la persona y la ciudad

Otra calamidad comunicacional citadina es la creciente dificultad que tienen las personas para disponer de y acceder a los espacios públicos, lo que afecta especialmente a la convivencia, el disfrute del tiempo libre, el derecho a un medio ambiente digno y saludable, y la creación artística. Es un hecho que "cada ciudad necesita un centro" una plaza, un parque o espacios verdes que constituyan puntos de referencia geográfica y foco de la vida civil<sup>2</sup>. A esta poco feliz situación se debe agregar el caos urbanístico y arquitectónico producto de experimentos, de la planificación en función del hormigón, la plusvalía del suelo urbano, el clientelismo político y la demostración de una falsa modernidad que enmudecieron y deshumanizaron a la ciudad racional y amable; este es un proceso dramáticamente descrito por Fernández-Alba cuando menciona que "aquella utopía moderna, primera aurora de la razón entre brumas, postuló un proyecto para la ciudad del siglo XX, reductiva en sus elementos expresivos, amputada de recuerdos, cautiva y prisionera de la idea. Inauguró, eso sí, la nueva dimensión del tiempo y se transformó

en utopía negativa, en lugar sin residencia apacible, mitificó la máquina, deificándola como abstracta mediación para habitar y comunicarse. Nunca sabremos a qué se llamó la ciudad moderna".

Y es que la estructura; la vialidad; las señalizaciones; el centro urbano, la distribución de las zonas comerciales, dependencias oficiales, vivienda, museos y teatros; las unidades para el deporte; los cafés y esquinas forman parte del contenido de ese espacio para la comunicación que es la ciudad. Las ciudades hablan el lenguaje de sus diseñadores y de su arquitectura (K. K. Tehranian). Así, a mayor deshumanización, irracionalidad y desorden de estos símbolos, efectos y mecanismos arquitectónicos mayor será su entropía y disfuncionalidad comunicativa. A esto se debe añadir la contaminación, la violencia y la pobreza crítica física y moral que no solo degradan la dignidad humana sino que reducen la capacidad del ser para comunicarse en el medio que habita. Aquí radica, en definitiva, parte de la crisis cuyo origen está en la fractura entre persona y medio urbano (Fernández Alba); crisis de nuestro tiempo que bien definía el venerable Alcalde de Florencia, Giorgio La Pira, "como el desmembramiento de la persona del conjunto orgánico de la ciudad".

### Desarrollo urbano y comunicación

Ante esta incomunicación, la UNESCO desarrolla el programa "Comunicación para el desarrollo urbano y el mejoramiento de la calidad de vida en la ciudad". Los principales objetivos son:

1. Promover y favorecer el conocimiento, comprensión, estudio y análisis de los procesos y factores de comunicación que se hacen presentes de manera cotidiana en la dinámica de la ciudad; para su aprovechamiento eficaz en favor del mejoramiento de la calidad de vida. Sobre esta base complementar con la sensibilización, por un lado, de los dirigentes del gobierno local e instituciones políticas, económicas y técnicas; y, por el otro, de la sociedad civil para que recupere y ejerza su derecho responsable a la ciudad.

2. Estimular acciones dirigidas a identificar y reconocer a la ciudad como un ámbito humano, geográfico, físico, espiritual y cultural especial y permanente de comunicación. Se propone en

particular la búsqueda de mecanismos y fórmulas para que la comunicación se incorpore al diseño y ejecución de las políticas de desarrollo urbano. Ello implica, entre otras acciones, que se considere la dimensión comunicacional en función del mejoramiento de los niveles y calidad de vida, y como apoyo a los programas especiales (educación, salud, transporte, servicios públicos, etc.).

También esta dimensión debe conectarse con los aspectos inherentes a los espacios públicos, gestión del suelo urbano y sistemas de telecomunicaciones e informática, así como una mayor integración del patrimonio con la cultura viva, la creatividad y la vida económica, social y cultural de la ciudad. Los procesos de comunicación e información juegan un importante papel en la planificación del desarrollo urbano. De allí la importancia de fortalecer las políticas y actividades de comunicación que contribuyan al cumplimiento de esa tarea. Adicionalmente, en esta línea se deben promover o fortalecer los programas de información y comunicación administrativas; es decir, los que median y soportan la relación cotidiana entre el gobierno local y la ciudadanía; relación que por lo general está caracterizada por conflictos y tensiones, acaso por la ausencia precisamente de una buena y fluida gestión comunicacional. Por lo demás, este es un claro principio democrático, base de la transparencia en la gestión de los asuntos públicos y factor de primer orden para la toma de decisiones de las personas frente a la administración y para que esta conozca las opiniones y necesidades de aquellas.

3. Promover y motivar un mayor uso de los medios de comunicación en favor del desarrollo de la ciudad y el tratamiento de esta como ámbito de la vida y asiento de un patrimonio artístico, cultural e histórico que requiere ser conocido, disfrutado, protegido y conservado. De igual manera, estimular a los medios para que, como línea editorial, estrategia de programación y vocación, dediquen mayor trabajo al quehacer de la ciudad y sus habitantes. Es mucho lo que pueden hacer al tratar con énfasis la cotidianidad local, sin dejar por ello la correlación país-región-mundo. Esta priorización temática de por sí marca una importante diferencia en pro de una relación positiva "con mi ciudad".

4. Estimular la participación ciudadana en la vida activa de la ciudad y en la búsqueda de soluciones a sus complejos y múltiples problemas. Para ello resulta crucial que la información objetiva, auténtica y oportuna fluya libremente y que las fuentes y los canales de comunicación sean conocidos y accesibles para la población. En ambos casos se busca no solo posibilitar sino también estimular la participación de la sociedad en la causa

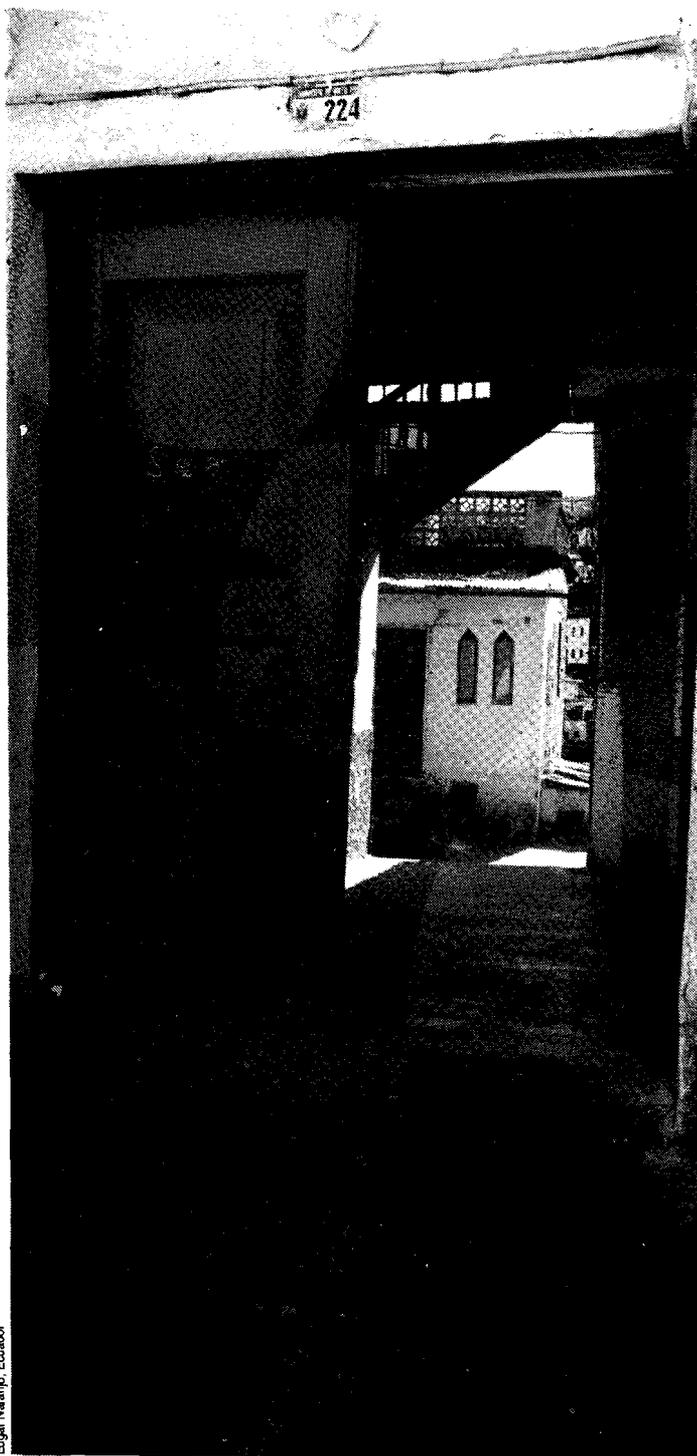
por una ciudad solidaria y a escala humana. La responsabilidad de este objetivo en buena parte está en los gobiernos locales, los medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil. Esta acción implica básicamente motivar el ejercicio de la ciudadanía, lo que supone un nivel de participación con propiedad en las decisiones públicas y en el proceso social y político que solo puede lograrse mediante la incorporación masiva de las nuevas técnicas de comunicación e información, la capacitación para su uso y la educación para que el ciudadano asuma tal ejercicio como un derecho.

### Principales actividades y proyectos

Para cumplir con los objetivos propuestos y enriquecer los conceptos mismos de este programa de comunicación y ciudad, así como para abrir la discusión del tema y recoger nuevos criterios que lo fortalezcan, la UNESCO anima y presta cooperación técnica y financiera a varias e importantes actividades y proyectos en la región en investigación, formación, producción, asesoramiento en la formulación de proyectos y cooperación técnica. Todas ellas están especialmente dirigidas, por una parte, a fortalecer la capacidad gerencial de las alcaldías para la formulación de políticas de comunicación para el desarrollo urbano; y, por la otra, conscientizar a los ciudadanos para reivindicar su derecho a la ciudad. En este marco se han realizado cuatro seminarios: Rosario (1992), Cuenca (1993), Asunción (1994) y Medellín (1995). Cada uno de estos foros ha discutido y aprobado declaraciones que han aportado valiosas ideas y propuestas. En esta misma línea están la planificación de dos eventos: uno en Lima (1996), y el otro Guadalajara (1997). Por otra parte, se han ejecutado proyectos en Uruguay y Argentina, ambos con ingredientes importantes de investigación, capacitación y producción. Para este año están planteados el inicio de un curso de especialización a periodistas (Medellín-Colombia) y un seminario-taller (conjuntamente con FLACSO/Ecuador) para periodistas de diarios de seis países de América Latina. También están planteadas dos acciones: una serie de publicaciones sobre la temática comunicación y ciudad, y el diseño y ejecución de una investigación regional que sirva para orientar y establecer prioridades en el tratamiento futuro del tema por parte de la organización, gobiernos locales, universidades, especialistas en desarrollo urbano y medios de comunicación social. Esta es la vocación de la UNESCO en un área nueva pero que incide en una problemática vieja y urgida de solución. ❁

### REFERENCIAS

1. Doc. A/CONF. 165/PC.2/3, p. 9 (versión en inglés).
2. Newsweek, mayo 15 de 1995, p. 52



Edgar Naranjo, Ecuador

# Periodismo urbano y calidad de vida

*Del 12 al 13 de septiembre de 1996 se realizó en Quito la Reunión Técnica Latinoamericana "Periodismo urbano y calidad de vida en la ciudad" convocada por la UNESCO y la FLACSO-sede Ecuador. El texto que se presenta a continuación es una parte de la versión provisional del informe y propuesta del plan de acción discutido en esta reunión. No obstante el carácter provisional de este documento, por la relevancia de su contenido, Chasqui lo pone a consideración de sus lectores.*



Luis Mejía, Ecuador

**L**os principales ejes temáticos discutidos fueron: a) el programa regional de la UNESCO en el área de la comunicación para el desarrollo urbano y el mejoramiento de la calidad de vida de la ciudad y sus resultados; b) las propuestas de la FLACSO para profundizar y ampliar la reflexión sobre los procesos urbanos y la crisis de la ciudad latinoamericana; c) dificultades, limitaciones y posibilidades en la relación gobiernos locales/alcaides y los ciudadanos en el espacio urbano; d) principales aspectos del diseño, organización, ejecución y evaluación de políticas de comunicación de los municipios de Quito, Chacao y Guayaquil; e) los problemas y las posibles soluciones rela-

cionados con la población y el crecimiento urbano en América Latina; f) principales experiencias en la investigación, tratamiento, presentación y difusión de las informaciones y de los temas relacionados con varias dimensiones de la ciudad.

## Conclusiones

La problemática, aportes y posibilidades del periodismo urbano, según lo visto y analizado, se resumen a continuación:

a) Las ciudades tienen un peso secundario dentro de la prensa nacional, lo cual tiende a recluirlas en una escena local sin proyección nacional y en espacios secundarios dentro de los periódicos.

b) Se percibe una centralización de la información en tanto las grandes ciudades concentran los temas y las fuentes de información fundamentales además de que, en sí mismas, son noticia. Por otro lado, las ciudades intermedias y pequeñas solo hacen noticia cuando en ellas se produce un desastre de proporciones.

c) Generalmente, la presentación de la información periodística es fragmentada, tanto por el peso de una concepción de ciudad en términos de patologías como de la utilización fundamental de fuentes formales oficiales.

d) Existe gran flexibilidad en los medios impresos de información que se expresa, por ejemplo, en la permanente innovación tecnológica, rediseño, bús-

queda de fuentes, etc. En este contexto de cambio hay un proceso de urbanización de los medios que se manifiesta en el mayor espacio que se asigna a las ciudades, en su conversión en un actor relevante del desarrollo urbano y en la potenciación de la ciudad como medio de comunicación.

e) El fortalecimiento de los municipios como poder local ha llevado a redefinir las funciones de las tradicionales relaciones públicas institucionales. En la actualidad, la comunicación es una nueva actividad que tiene que ver con el rescate de la proximidad del municipio con la población y de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

f) Las actividades de investigación sobre los procesos de comunicación en la ciudad deberían incrementarse no solamente por parte de los medios de comunicación sino de los organismos especializados de los gobiernos locales, las universidades y los institutos privados que trabajan el tema urbano y las agencias internacionales. Uno de los puntos de partida pudiera ser una visión integral de la comunicación en el espacio de la ciudad donde se manejen distintas variables y no solo la de los medios de comunicación social. Estos estudios pudieran ser ejecutados y desarrollados con una aproximación interdisciplinaria.

La necesidad de elaborar, planificar y ejecutar un plan de acción a mediano plazo que, como resultado de las discusiones, propuestas y sugerencias que surgieron a lo largo de las jornadas, permita avanzar en el tema que nos ocupa y alcanzar los objetivos propuestos en la convocatoria de la reunión que fueron perfeccionados y enriquecidos en los debates. Entre las ideas surgidas destacaron:

a) Organizar y desarrollar una red informal cuyo núcleo inicial estaría constituido por los diarios latinoamericanos invitados a la reunión técnica.

b) Analizar los planes estratégicos urbanos elaborados por los gobiernos locales para determinar la presencia o no de políticas de comunicación.

c) Establecer e identificar nuevas y alternativas fuentes de información en función de los trabajos periodísticos sobre la ciudad, que realizan los diarios. De igual forma, se propuso incorporar

nuevos actores sociales, políticos, culturales, técnicos y económicos a la pauta noticiosa sobre lo urbano.

d) Como mecanismo de *feed back* y, por tanto, de uso interno, diseñar, planificar y llevar a cabo periódicamente análisis de contenido de los diarios participantes en la red con el objetivo de establecer cuantitativa y cualitativamente el tratamiento que se da a la ciudad y a lo urbano.

e) El intercambio sistemático de artículos, informaciones, reportajes, datos estadísticos e indicadores y demás experiencias periodísticas sobre el tema ciudad, entre los medios miembros de la red.

f) Promover y organizar programas de alto nivel para la formación profesional de los comunicadores sociales, tanto en el ámbito del periodismo para la ciudad propiamente dicha, como en el tema de lo urbano como proceso político, social, cultural, técnico y económico.

g) Motivar a las redacciones de los diarios para que se consolide la especialización en periodismo urbano como género y actividad profesional con las consideraciones de estabilidad, continuidad, apoyo institucional e importancia debidas. Ello no solo en beneficio del medio en sí mismo sino fundamentalmente en el del lector ciudadano.

h) Estudiar la posibilidad de editar y distribuir periódicamente, entre los miembros de la red, una suerte de documento o boletín que recoja los reportajes y noticias publicados por los diarios involucrados.

i) Intercambiar a corto plazo, entre los diarios involucrados, informaciones sobre los procedimientos, técnicas y mecanismos empleados por cada uno de los periodistas para el tratamiento del tema ciudad en sus respectivos periódicos.

j) Incorporar a los estudiantes y profesores de las facultades/escuelas de comunicación social a esta iniciativa y preocupación sobre el periodismo urbano. A tal efecto se señaló que dentro del programa de la UNESCO se contempla un trabajo sistemático con la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) y el curso de especialización que sobre periodismo urbano desarrolla la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, con el apoyo de la UNESCO.

k) Que la FLACSO y la UNESCO convoquen, dentro de un año, a una nueva reunión técnica para evaluar la ejecución del plan de acción y el desarrollo de la red, ambos productos derivados de este encuentro en Quito. A tal fin se solicitó a las dos entidades referidas que exploren las posibilidades para que el anfitrión de ese encuentro sea uno de los diarios involucrados, con la participación del respectivo gobierno local y otras entidades de comunicación nacionales e internacionales.

### Plan de acción

a) En el área del desarrollo organizativo.

- Proponer la organización de una red para el tratamiento sistemático del periodismo urbano. El núcleo inicial de esta figura estaría conformado por los diarios participantes en el encuentro de Quito. Los objetivos generales de esta red serían:
- Mantener y desarrollar la red mediante actividades y proyectos relacionados con la investigación, documentación, tratamiento y publicación de los temas relativos a la ciudad y los procesos urbanos en general de las ciudades de los países de América Latina.
- Intercambiar, de forma planificada y sistemática, informaciones, noticias y otros materiales periodísticos sobre la ciudad y el entorno urbano para su posible difusión a través de los diarios afiliados según los criterios, te-



Alonso Pérez-Luna, Venezuela

máticas, pautas y modalidades acordados por los miembros de la red, quienes, a tal efecto, utilizarán el o los sistemas técnicos convenidos y su propia capacidad instalada.

- Promover, desde su ámbito de especialización y en torno al tema de periodismo urbano, el mejoramiento constante técnico y profesional de los miembros de la red.
- Contribuir con sus actividades a la promoción y fortalecimiento de las condiciones que coadyuvan a elevar la calidad de vida de las ciudades de América Latina y mejorar la capacidad relacionadora y comunicadora del espacio urbano. De igual forma, contribuir a la integración cultural, social e informativa de la región.

b) En el área de la formación profesional.

Diseñar, planificar y ejecutar un primer e intensivo curso de especialización de alto nivel sobre periodismo, ciudad y procesos urbanos al cual asistirían los periodistas participantes en la reunión de Quito, así como los de otros diarios de ciudades de la región que convengan

con los fines de esta iniciativa. Se solicitó en particular a la UNESCO que elabore un perfil de proyecto en el cual se concrete la idea, el programa académico, la bibliografía y otros aspectos; a la vez que permita la búsqueda de los recursos económicos necesarios. Inicialmente se propuso que el curso se lleve a cabo en marzo o abril de 1997 y se desarrolle en dos semanas.

c) En el área de la investigación y los estudios.

- Diseñar, planificar y ejecutar un análisis de contenido de las primeras páginas de los siete diarios involucrados, con el objeto de establecer la frecuencia, características, temas y género periodístico de las informaciones publicadas, en tales privilegiados espacios, sobre la ciudad y asuntos urbanos. Como período de estudio se señalaron los meses de octubre a diciembre de 1996. Se solicitó a la UNESCO la cooperación para llevar a cabo esta tarea. Por su parte, los medios participantes asumirían la responsabilidad de enviar el material base del análisis de manera

periódica a la oficina regional de la UNESCO en Quito.

- Realizar un estudio piloto sobre los contenidos de comunicación y bases para el diseño y ejecución de políticas de comunicación para el desarrollo de la ciudad, presentes en al menos tres planes estratégicos urbanos de igual número de alcaldías de América Latina. Se sugirieron los municipios de Quito, Chacao, Santiago, Río de Janeiro y Cartagena.

d) En el área de la producción.

Una vez que medien las consultas internas dentro de cada una de las redacciones, planificar y coordinar un trabajo editorial entre octubre y diciembre, para que los periodistas involucrados aborden, mediante artículos y/o reportajes individuales, al menos tres temas, cuya publicación se haría de manera mensual y de forma simultánea en los respectivos diarios. Los temas sugeridos fueron: la ciudad como ámbito de comunicación, los gobiernos municipales de las capitales nacionales de la región y la apropiación del espacio público de la ciudad por parte del ciudadano. ❁

# Romper lanzas por la onda corta tradicional



*La radiodifusión tradicional, en especial en ondas cortas, debe enfrentar el tremendo reto que representa el extraordinario desarrollo tecnológico de los medios de telecomunicaciones. ¿Qué hacer para mantener y perfeccionar la onda corta tradicional? El autor reflexiona a partir de lo analizado en el Simposio Internacional que sobre el tema se realizó en La Habana, del 24 al 26 de abril pasado, con motivo del 35º aniversario de Radio Habana.*

**E**ste simposio, que trató fundamentalmente sobre la vigencia de las transmisiones tradicionales por ondas cortas, contó con la participación de numerosos periodistas y representantes de radioemisoras internacionales. Son de destacar las ponencias presentadas por el periodista español Marino Pliego y el profesor de comunicación de la Universi-

dad de La Habana, Enrique González-Manet. Ambos coinciden en la necesidad que tienen los pueblos de los países subdesarrollados de enfrentar con realismo y optimismo las grandes transformaciones tecnológicas que nos depara el futuro de las telecomunicaciones.

El tema, a partir de lo expuesto por ambos especialistas y por su interés y actualidad, requiere de una reflexión seria y pragmática si deseamos mantener la comunicación con millones de personas que, en las próximas décadas, no

tendrían la posibilidad de llegar a este mundo espectacular de las nuevas tecnologías.

### La revolución tecnológica

El tránsito del sistema analógico al digital, la integración en muy alta escala de componentes electrónicos y la transmisión masiva e inmediata por fibra óptica, han producido más cambios en la comunicación, en los últimos 20 años, que en todo el período que media desde la invención de la imprenta.

IGNACIO CANEL BRAVO, cubano. Periodista, director de programación de Radio Habana.

Esa revolución tecnológica es considerada por algunos como fundamento de la sociedad informatizada del presente y del futuro. Otros dicen que es una multiplicación cualitativa del saber y del conocimiento mediante un procesamiento masivo de datos almacenados en gigantescas memorias magnéticas. Existen otros más que se refieren al surgimiento de un nuevo estadio de civilización basado en la automatización de la inteligencia.

Actualmente, las nuevas tecnologías de información y sus procesos asociados modifican las estructuras económicas, el contexto social y la vida misma. Puede hablarse de una nueva forma de civilización capaz de conducir a una mayor libertad individual.

Las transmisiones por satélite, el cable de fibras ópticas y las técnicas de compresión digital han unificado tres sistemas de comunicación hasta ahora independientes: la televisión, el teléfono y las computadoras.

Esta convergencia de funciones y servicios hace posible todo tipo de operaciones en el nuevo mundo electrónico, desde transacciones financieras y comerciales instantáneas, hasta el intercambio de información sin limitaciones de tiempo y distancia.

Este fabuloso mercado, antes imaginado pero nunca hecho realidad, deslumbra a millones de personas ávidas de la distracción, pero atrae también a los grandes grupos financieros porque puede concentrar las estructuras de poder y la capacidad de decisión.

Sin duda, el mundo entra en un distinto ritmo de vida. Se modifican las formas de hacer y la naturaleza de gran parte de los servicios. Los nuevos modos de procesar y transportar la información tienen enormes consecuencias para la radiodifusión, debido a la creación de los sistemas integrados de redes digitales, una de cuyas manifestaciones es la gigantesca red de redes -INTERNET- hoy con más de 50 millones de clientes y un crecimiento mensual de otros 2 millones, según datos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones. También la transmisión directa por satélite se ampliará a límites insospechados con la entrada en funcionamiento de una estación multisatélite para el año 2000.

#### La vigencia de la onda corta

En esta situación, ¿vale la pena romper lanzas en favor de la onda corta tradicional?... Creemos que sí por muchos motivos.

El papel múltiple de la onda corta podría verse sepultado por el alud informativo de las nuevas tecnologías. Hay una especie de encrucijada múltiple en la que la onda corta tiene todas las de perder, y debe hasta desaparecer. Estos nuevos caminos tan complejos y de indudable riqueza tecnológica no significan que se haga prescindible la función de la onda corta, ni que se le reste importancia a esta manera de hacer radio.

Si tomamos un mapa del mundo comprobamos la cantidad de países, situaciones y niveles de desarrollo que hacen perentoriamente necesaria la onda corta tradicional, pese a todos los avances técnicos de vanguardia.

Sigue teniendo vigencia el deseo de mantener un contacto radiofónico inmediato con sus países de origen, por parte de quienes se encuentran fuera y que suman muchos millones en todo el planeta, aunque algunos no reconozcan abiertamente ese interés. Hay otro grupo de millones de turistas que desean escuchar, en los lugares donde estén de vacaciones, las transmisiones directas de sus respectivos países. Hay, además, millones de personas que quieren y necesitan estar bien informadas y actualizadas sobre lo que ocurre en el mundo.

La movilidad de la comunicación por onda corta NO tiene competencia. Ningún otro medio permite tal grado de comunicación directa entre el emisor y el receptor en cualquier lugar del mundo. Con un pequeño radiorreceptor, de muy bajo costo y que se lleva hasta en un bolsillo, podemos escuchar al país que se desee sin mayores complicaciones técnicas.

Para los países subdesarrollados, la onda corta tradicional sigue y seguirá siendo importantísimo medio de comunicación, con costos proporcionalmente pequeños, para llegar a una gran masa de oyentes. La inmediatez, la rapidez informativa estricta y la posibilidad de comparar la información que posee la onda corta, quedó demostrada en la llamada Guerra del Golfo, con un aumento del 54% de audiencia en todo el mundo, en especial en los Estados Unidos y en Canadá, donde se agotaron en el mercado los radiorreceptores de onda corta, y en países de Europa, donde las ventas de esos equipos llegaron al 300% de lo habitual.



Tenemos también que, aún en las próximas décadas, muchos países, en especial los de menor desarrollo y entre ellos los de América Latina, no estarán en condiciones de hacer frente a los costos que implicarían la instalación y puesta en funcionamiento de las modernas técnicas que lleva adelante el mundo desarrollado, así como la renovación TOTAL de los casi 2.000 millones de radioreceptores que poseen los oyentes.

Desde su aparición en la década de 1920, la radiodifusión ha sido parte importante del flujo de información, en particular de las transmisiones internacionales. En los últimos 25 años, las transmisiones por onda corta en la forma tradicional se han quintuplicado. De unos 385 transmisores en 1950, a finales de la década de 1980 la cifra ascendía a más de 3.000, con un aumento de decenas de millones de oyentes.

Igualmente, el número de horas de transmisión en ondas cortas aumentó hasta llegar a más de 20.000, a principios de los años 1990. Estos crecimientos se vieron en particular en países de Asia, Medio Oriente, África y América Latina, precisamente los de menor desarrollo económico.

Podemos afirmar que los sistemas de onda corta tradicional coexistirán durante un buen tiempo como demuestran las tendencias de crecimiento apuntadas anteriormente y lo que indican las en-

cuestas realizadas por organismos especializados, sobre todo en áreas de hostilidad, beligerancia y tensiones internacionales.

La onda corta es un reflejo de la sociedad y tiene que ir amoldándose para sobrevivir y seguir ganando audiencia. Esta onda corta como manera particular de hacer radio tiene que llegar al oyente sin perder su carácter peculiar, llegar a la clientela con repeticiones escalonadas, con noticias de última hora, con análisis de las realidades del mundo actual; tiene que brindar la oportunidad de ser escuchada a diversas horas y teniendo en cuenta los cambios de horarios, según el punto del planeta hacia el cual se dirige la señal.

Si pueden ponerse en uso medios técnicos de avanzada, pues tanto mejor. Sin embargo, estos cambios tecnológicos encuentran en América Latina a una región desguarnecida, carente de políticas de información y comunicación, declinante en materia de servicios públicos y con un régimen de propiedad privada dominante en los medios de difusión.

Pese a todo esto y a la explosión de las redes de distribución por cable y las antenas parabólicas orientadas al entretenimiento y la vulgarización de la cultura, la radio latinoamericana es aún, y lo será por mucho tiempo, el medio que más y mejor refleja las realidades y problemas de la comunidad.

Tenemos la seguridad de que las mejoras técnicas no harán obsoletos ni la función ni el complejo e importante papel de la onda corta. Habría que marcar rumbos a tiempo y tomar decisiones. También hacer inversiones para mejorar la calidad de recepción de la onda corta, de ello somos responsables todos los profesionales de la radio.

La onda corta por su manera de informar y sus objetivos sigue y seguirá siendo difícilmente sustituible. Es hora de apreciar lo que significa la radio, en especial en nuestra América Latina, si queremos que este medio sea socialmente útil, que contribuya a la comunicación entre los pueblos y que ayude a preservar la identidad cultural.

Ante los cambios presentes, debemos afrontar con éxito la coyuntura tecnológica, ver qué nos toca hacer para asumir la necesaria modernización, tomar decisiones audaces y pragmáticas, garantizando la intercomunicación y la creatividad de nuestras costumbres, tradiciones y formas de vivir.

De cara al tercer milenio, en los albores del siglo XXI, la onda corta seguirá contando por largo tiempo con una audiencia segura de millones de personas en todo el mundo. Los adelantos técnicos son bien acogidos y sin dudas necesarios en el mundo moderno, pero dado el papel que ha demostrado cumplir la onda corta NO hay razón para abandonarla. ●

## **culturelink**

Publicación del Instituto para el Desarrollo y las Relaciones Internacionales. Institución de investigación en Ciencias Sociales, sin fines de lucro, afiliada a la Universidad de Zagreb en Croacia.

Trabaja con 120 redes y 3.125 instituciones de 81 países. Cuenta con una base de datos sobre temas de la cultura y las Ciencias Sociales. La revista Culturelink informa sobre actividades, proyectos, conferencias y documentación.

**Dirección:** P.O. Box 303. 41000 Zagreb, Croatia,  
**Teléfono** (041) 454-522 y 444-417, Fax: 444-059

## **UNIFEM NEWS**

Bulletin du Fonds de Développement  
des Nations Unies pour la Femme  
(UNIFEM)

**Rédactrice en chef:**

Marilyn Carr / Beti Astolfi

Pour plus ample information, s'adresser à:  
UNIFEM News, 304 East 45th Street, 6th floor,  
New York, NY 10017, USA  
Telf. (212) 906-6400  
Télécopieur: (212) 906-6705

# NEOFRIVOLIZACION EN LA PRENSA

*En su afán por competir con la TV, algunos diarios de Estados Unidos comenzaron a pasar de la información al efectismo, al infontainment, al periodismo light, al periodismo corrongo, palabra costarricense que significa "bonito, simpático" y comporta un cierto tono despectivo. Pero lo grave del fenómeno es que de allí se está pasando a un periodismo de albañal, donde la caja registradora funge de directora editorial de lo que también se ha llamado "la TV sobre papel".*



**E**n los últimos años de la década anterior (1988 aproximadamente) comenzaron a repercutir en los diarios costarricenses una serie de prácticas periodísticas que ya venían siendo moda en publicaciones de los Estados Unidos. En la búsqueda de fórmulas nuevas para competir mejor con la aplastante y colorida red televisiva, los diarios estadounidenses comenzaron por acortar sus títulos y darle un mayor despliegue a la nota de interés

CARLOS MORALES, costarricense. Escritor y periodista, director de *Radio Universidad de Costa Rica*

humano, a la vez que resumir en gráficos lo que antes era texto informativo.

## El infontainment

Al priorizar los valores de atracción y entretenimiento sobre los de información y profundidad, los títulos tradicionales del periodismo informativo pasaron a ser etiquetas llamativas de palabras efectistas, muchas de las cuales se extrajeron de los estudios de diferencial semántico iniciados por Osgood y cuya eficacia en los lectores había sido comprobada. A su vez, la nota de interés humano saltó de las páginas sociales y deportivas

-donde había nacido- a la primera plana, y los gráficos -conocidos hoy como infografía- reemplazaron a muchas noticias y reportajes. Comenzaba así una moda de transformación del estilo periodístico que luego se conocería como el *infontainment* (*information & entertainment*); es decir, un intento por brindar las noticias de manera entretenida para competir con la TV.

Es necesario aclarar que no se trata del tradicional "periodismo rosa", empleado desde hace décadas por las revistas del corazón, ni tampoco del amarillismo usado por la prensa escan-



dalosa. Más bien tiene que ver con un estilo liviano de la información que está suplantando el lugar y la forma que ocuparon siempre el lenguaje directo y la pirámide invertida. O sea, hay un efecto de expropiación del valor trascendencia, pues se le rinde lugar prioritario al estilo acaramelado y al suceso nimio, en detrimento de los valores objetivos de la noticia. Así, por ejemplo, el matrimonio de un futbolista o un concurso de "rey feo", pueden despojar de la portada del diario al último índice de inflación o algún fracaso en las exportaciones.

No habrá que investigar mucho para deducir que este proceso se ajusta bien a la llamada era posmoderna y a la vez implica una depauperización de la capacidad crítica de los lectores.

### La república publicitaria

La culminación del fenómeno, en Costa Rica, ha derivado en un novedoso estilo de redacción periodística que, pretendiendo "literaturizar" la noticia, introduce sensaciones táctiles, olfativas, sentimentales en general, cargando de

subjetividad el discurso y distorsionando la realidad con no pocos efectos cursis. Así, por ejemplo, el diario *La Nación* informa sobre los bailes de moda en la primera página de su revista diaria *Viva* (4-9-90): "Divertirse en un baile no depende solo de la destreza para 'mover la colita', sino también de saber 'bailar' los ojos... Esos pequeños, pero tan valiosos órganos visuales, habitantes del condominio facial -en el piso intermedio entre las cejas y la nariz- pueden ayudarle a disfrutar mucho más de las veladas bailables. Mantenerlos tan abiertos como un par de guayabas le permitirán comprobar que incluso sobre las pistas 'cada quien tiene su manera de matar pulgas'".

La cursilería, lo ridículo y las frases trilladas no requieren subrayado. Esta fórmula estilística ha ido tomando fuerza por casi todas las secciones de ese diario y así la encontraremos en las noticias de cultura, de deporte, de economía y hasta de política.

Pero está claro que el fenómeno no es local. En Alemania, las más célebres

revistas de Berlín y Bonn han entrado en una lucha desgarradora por capturar el mercado publicitario y en esa lid van desperdigando los jirones de un periodismo corrongo que devino ya en falaz, mediocre y sucio; a imagen y semejanza de su progenitora: la televisión.

El periodista Cordt Schnibben, del *Spiegel*, ha denunciado tal debate intelectual y ética en una obra colectiva que se titula *La república publicitaria - noticias extrañas sobre la situación del cuarto poder*, donde censura "una forma degradada de hacer periodismo que juega con aproximaciones y falsificaciones de la verdad inspiradas en los *reality shows* y otros trucos televisivos".

El fenómeno de un periodismo *light*, que comenzó juguetón e inocente tal como se describió al principio, avanzó ahora hacia una alcantarilla pública, en donde la llamada libre competencia -o, acaso, aquel libre flujo que imploraron los anti NOMIC- permite todos los libertinajes que querían los empresarios, y ya nadie está a salvo de la maledicencia re-

porteril mercantilista. Ni siquiera los honrados.

La vieja confrontación entre los partidarios del NOMIC, que pretendían regulaciones a la prensa, y los magnates de los medios, que la querían libérrima, se despejó en Alemania con un brote de cuerpos y letras putrefactas que tienen como única justificación vender ejemplares. No importa a costa de qué, ni de quién.

Como la ley de la selva no tiene límites, las revistas alemanas de nuevo cuño no tienen contemplaciones para denigrar a las personas, para inventar historias que conmuevan o para distorsionar la realidad a su antojo.

### "El texto es despreciable"

De aquellos títulos llamativos, sentimentales y textos superficiales que tipificaban al periodismo corrongo, se ha



decantado un reportero vil que aboga por la supresión del texto: todo tiene que expresarse en fotos y cuadros que se entiendan en un cuarto de segundo. Es la herencia de la televisión, una especie de televisión impresa.

El magazine *Tango*, que comenzó a circular en Alemania en septiembre de 1994, no tiene interés en las noticias, no tiene corresponsables en ninguna parte del mundo, todo lo investiga en los computadores de su oficina en Bonn y parece un "zapping impreso", según declara -sin rubores- su jefe de redacción Hanz Tiedje. Los títulos de la publicación tienen el aire de un refrito intrascendente. Veamos algunos: "Alquile un rasta en Jamaica", "Escenas de caza en Londres", "Cómo meterle mano a un Kennedy" y sus secciones regulares son: Sexo, Dinero, Estrellas, Mercado y Política.

La nueva onda de periodismo depravado comenzó hace año y medio, cuando una de estas publicaciones "descubrió" el diario de Hitler, un cuaderno de puño y letra del Führer, que luego de publicarse por varias semanas, resultó ser un invento de la revista para vender ejemplares. Lo mismo se ha hecho con los políticos, con las estrellas del cine y con cualquier sujeto o materia que se ponga a mano para el escándalo. No sobra decir que en las portadas no puede faltar algún desnudo: hombre, mujer, gay o andrógino.

La revista *Focus*, de Munich, estima que su público está compuesto por personas que no tienen tiempo de leer, por lo que todo debe ser expresado en gráficos y fotos. "El texto es despreciable", admite su redactor Helmut Markwort, quien al mismo tiempo razona: si la TV y los anuncios pueden levantar audiencia con su semi-periodismo, ¿para qué vamos a gastar dinero haciendo periodismo? Sale muy caro. Mejor hacemos televisión sobre papel. Querer satisfacer al público, ya enervado y embrutecido por la TV, con más de lo mismo, es como ofrecerle varios kilos de azúcar a un diabético, comenta Schnibben, autor del libro mencionado, en un resumen que publicó *Courrier International* en París.

Lo que habíamos definido como periodismo "gringo light", devenido en corrongo para Costa Rica, es ahora, en Alemania, un periodismo chabacano, grotesco y descerebrado.

### Cuando la caja registradora edita

Los parámetros latinoamericanos no andan tan lejos. Uno de estos días vimos en televisión a un falso fakir mexicano que sacaba su lengüeta a los televidentes para cruzarla con una aguja de zapatero ante los estímulos de un pobre sujeto disléxico que la gente supone periodista y que hace estas diabluras, a menudo, en un canal llamado popular.

También en Costa Rica, el periódico más influyente del país declaró "personaje del año 1994" a un prisionero de cuello blanco que llevó a la quiebra el banco más antiguo del país, con pérdidas por 200 millones de dólares y gran escándalo internacional. Ese diario le dedicó seis páginas completas en una entrevista que, tal vez por vergüenza propia, nadie se animó a firmar y lo situó, ante los lectores, como gran mago de las finanzas, sin la más mínima referencia a su condición de apostador ilegal de los bienes ajenos.

Por ese camino de lo frívolo se puede llegar a lo trágico, pues la línea que separa lo ridículo de lo sublime sigue siendo muy frágil y cuando los ingresos publicitarios determinan los contenidos periodísticos, la prensa puede acabar en un albañal de mentiras, superficialidades y modas, aunque se disfracen de colorido y magnífica calidad de impresión.

Como bien lo señala Cordt Schnibben, los dueños del nuevo periodismo del deprave son los gerentes y a ellos les importa la caja registradora, no la ética ni la verdad. Por eso, la profesión declina, galopante, hacia un subproducto de la industria de la diversión.

La gente no quiere leer, la gente quiere escándalo y diversión, argumentan los innovadores alemanes. Para qué vamos a invertir en investigación y periodismo, si con un poco de sexo, un *reality show* y este mini periodismo tvimpreso, tenemos más ventas, alegan.

La única manera de detener este divorcio del periodismo actual con las neuronas cerebrales, es denunciando a los cuatro vientos su penetración en todos los flancos. Detectar sus avances sutiles y sus trucos disfrazados. Exigir una información más profunda y apegada a la realidad, aunque no nos divierta tanto. De por sí, para entretención, ya tenemos todos los otros géneros de la comunicación. ●

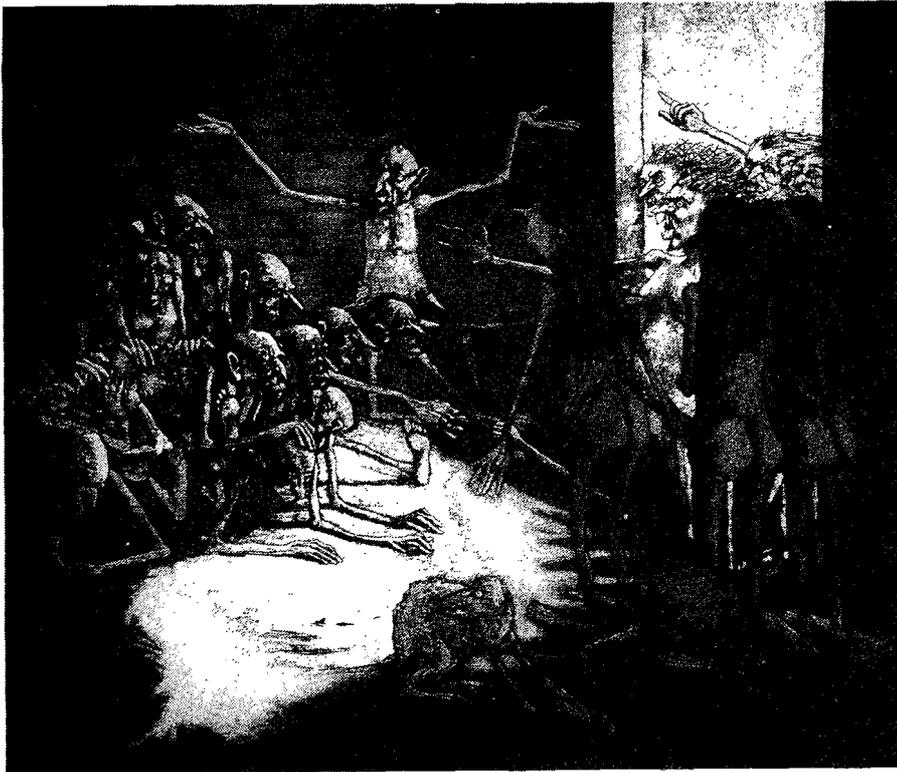
# El cartero siniestro

## Theodore Kaczynski, matemático

¿Franciscano, iluminado, *rara avis* o trastornado? Theodore Kaczynski es alguien que renunció a vivir en sociedad. La reticencia no excluye la animosidad: de vez en vez, una vez por año y a lo largo de diecisiete años, Kaczynski se convirtió en el cartero siniestro de ciertos científicos y de altos ejecutivos. Con los años devino una de las presas más codiciadas por el FBI, por cuya cabeza se ofreció un millón de dólares y cuya caza consumió cincuenta de los grandes. La redada más cara en la historia del FBI. El tipo sanguíneo del hombre es raro, cruza inusual de viejo de la montaña y de anarcoterrorista con causa antiindustrial.

Alguien que se proponga la tarea de levantar los cimientos de hierro de la modernidad ha de ser por fuerza un hércules, un profeta o un loco. Tres hilos centenarios que han hilvanado violencia política, santidad, visiones negativas del futuro y maximalismo ideológico en una costura tan irregular como tirante. El embrollo no se desovilla únicamente por las puntas de la locura ideológica y la excentricidad biográfica. No sorprende -es un tic, es una política- que el periodismo global haya carneado solo en los "detalles" y cotilleado sobre lo espectacular y absurdo de los blancos de Kaczynski, pero asombra que hayan sustraído sus ideas si se piensa que toda la bambolla sobre el asunto comenzó a emerger a partir del pedido de publicación de su manifiesto en el *Washington Post* y en *The New York Times*.

El hombre es un caso: no hay tradición de eremitas violentos. Los retirados del mundo suelen llevarse sus palabras, porque el voto de silencio es la verdad lingüística que se corresponde con el desapego. Zaratustra vacilante, Kaczynski al fin lanza su mensaje sobre la mejilla del mundo en un típico libelo esparcido en doscientos catorce párrafos y algu-



Luigi Stornello, Ecuador

*Durante 17 años, Theodore Kaczynski (alias Unabomber) preparó artesanalmente cartas explosivas que dejaba caer, preferentemente, en el buzón de científicos y ejecutivos. Sin embargo, la genealogía de este ascético y contemporáneo anarcoterrorista, la presa más codiciada del FBI, se remonta al 12 de abril de 1811 cuando los ludditas, en Inglaterra, iniciaron la primera revolución social de la era moderna al luchar contra la violencia de la técnica que la ideología del progreso disimulaba. Aunque no es correcto clasificar a Kacsynski entre los ludditas, su parentesco es evidente. Esta es, al menos, la conclusión que nos propone el autor de este artículo.*

nas notas al pie, obsequiado por la gran prensa a sus lectores a modo de librito. Un diario mantiene contactos con avisadores, con personeros gubernamentales, con fuentes generalmente bien informadas, con lobbies; en suma: con el poder. Difícilmente la carta de un lector merece la primera plana. Pero una carta-bomba puede trastocar el cierre de redacción: todo atentado se anuncia en primera página. Lógicamente, Unabomber reclamó la publicación de su larguísimo manifiesto a cambio de suspender su peculiar correspondencia. ¿Chantaje? ¿Pulseada? Un hombre solitario pone en tensión la ideología de la "circulación de la información", mostrando que la pregunta por el tipo de material que los medios están dispuestos a imprimir o exhibir en su era de la comunicabilidad total no carece de pertinencia, como tampoco la que inquiere sobre las relaciones ambiguas que unen a refractarios y periodistas.

Pero el hombre anónimo siempre ha de sospechar de la escritura: la tipografía es una huella digital tan buena como cualquier otra, especialmente en una época en la cual los críticos literarios de la policía son hermeneutas bastante más capaces que sus parientes de la academia o del periodismo ilustrado. La crítica familiar es aún más feroz: la esposa de su hermano, filósofa, barruntó la identidad del terrorista. El cerco se estrechaba y su hermano, trabajador social, acabó de anudarlo. Unabomber es el alias, pero Kaczynski firmó su manifiesto libertario como FC (*Freedom Club*). El Director del FBI se llama Louis Freeh y Jim Freeman el encargado de las operaciones en su contra. Truco y retruco. A Orwell le hubiera encantado. Y la panoplia policial usada para cazarlo no le habría sorprendido del todo: rayos infrarrojos, rastreo satelital de la cabaña, sensores y micrófonos injertados en la arboleda cercana. Buscaban a un asesino por naturaleza pero se encontraron con un matemático artesano y retirado a la vida natural: limaba hasta la última de las tuercas y potenciaba el conjunto explosivo con astillas de madera.

En fin, las personas que recorren el dominio de la verdad pura no pueden ser buenos vecinos. Las figuras del genio y del científico "loco" habitan ese perímetro pero no es difícil amontonar allí al profeta y al mártir político. Si bien cada cual se confina en su identidad y

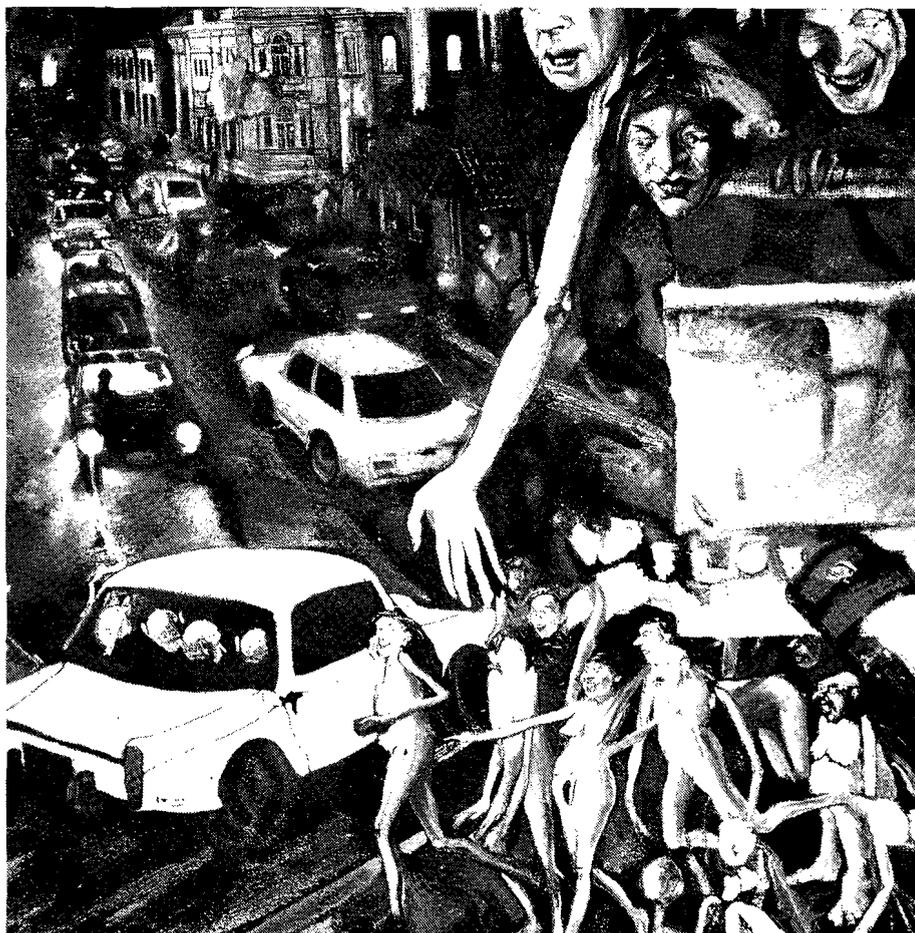
tarea, no se descartan las transfiguraciones ni la tentación de atar los cabos sueltos.

Si la correspondencia entre vida ascética y violencia política es tan conocida como inquietante, menos evidente es el troquel donde se encastran las matemáticas y la ideología libertaria. La matemática -como la física, como la música, como las ideas anarquistas- es uno de esos dominios donde solo operan las fuerzas puras de la "verdad". A veces unas se precipitan sobre las otras, despeñadas por el deslizamiento moral hacia lo siniestro, la excentricidad pura y llana, la angustia metafísico-política o alguna otra variante de la indefinición humana. No es claro cuál de ellas llevó a Theodore Kaczynski a abandonar un futuro seguro y a retraerse en el silencio absoluto hasta que inicia su cruzada unipersonal contra la modernidad tecnológica. Pero, para quien orbita a la belleza científica o ideológica, la imperfección del mundo se hace demasiado patente. Insoportable.

### Ned Ludd, destructor de máquinas

La genealogía de Unabomber se remonta al 12 de abril de 1811. Ese día, 350 hombres, mujeres y niños arremetieron contra una fábrica de hilados de Leicester destruyendo los grandes telares a golpes de martillo y prendiendo fuego a las instalaciones. El incendio y el haz de mazas se desplazó luego hacia los condados vecinos de Derby y Nottingham, corazón de la Inglaterra de principios del siglo XIX y centro de gravedad de la Revolución Industrial. A este inédito estallido de furia popular se lo conoció como la rebelión luddita, por el nombre de un personaje fantasmal e inexistente -Ned Ludd-, pergeñado por los sediciosos para desorientar a las autoridades y para reconocerse entre ellos.

A los acontecimientos que durante un par de años tuvieron en vilo al país y al rey se los devoró el incinerador de la historia. Los hechos son escasamente conocidos porque aún se mantienen, en buena medida, en estado desconocido. Apenas quedaron testimonios: algunas



Luigi Semerak, Euzaco

canciones, actas de juicios, noticias periodísticas, una sesión del Parlamento, poco más. Y los hechos: un año de lucha social violenta, mil cien máquinas destruidas, doce mil soldados enviados a "pacificar" las regiones sublevadas, cinco o seis fábricas quemadas, quince ludditas muertos, trece confinados en Australia, otros catorce ahorcados ante las murallas del Castillo de York, y algunos coletazos finales. Tanta furia está condensada en un breve pie de página en los manuales de historia de las revoluciones populares. Son estampas de una guerra a la cual, de vez en vez, tecnócratas, economistas e historiadores progresistas rescatan y exhiben como muestra ejemplar del absurdo político. ¿Reivindicaciones reaccionarias, etapa artesanal de la conciencia, revuelta obrera empañada por tintes campesinos? Nada de eso. Fue la primera rebelión social moderna: los ludditas percibieron la catástrofe moral que se cernía sobre el país y decidieron resistirla.

Entonces, como ahora, una estrategia de recambio y aceleración tecnológicas y de realineamiento forzado de las poblaciones retorció los paisajes. El ingreso inconsulto de nueva maquinaria a gran escala, la evicción semiobligada de las aldeas, la extensión del principio del lucro indiscriminado y el violento descentramiento de las costumbres fueron caldo de cultivo de la rebelión. Pero el lugar común no existió: los ludditas no renegaban de toda la tecnología, sino de aquella que representaba un daño moral al común; y su violencia estuvo dirigida no contra las máquinas en sí mismas (obvio: no rompían sus propias maquinarias) sino contra los artefactos simbólicos de la nueva economía política triunfante (concentración en fábricas urbanas, maquinaria imposible de administrar por las comunidades).

Del mismo modo, la bomba anarquista que en 1902 estalló cerca del Observatorio de Greenwich no fue tanto una desmesura nihilista como una bofetada apuntada a uno de los emblemas simbólicos de la ciencia. El luddismo percibió agudamente el inicio de la era de la técnica, la cual nos enfrenta con problemas desmesurados que se descargan constantemente en todo el planeta y ante los cuales no hay respuestas. Los hombres solo cuentan aquí como lubricante. Y co-

mo la historia de las víctimas de la técnica es una historia anónima solo rastreable en los accidentes laborales o de tránsito recopilados en páginas interiores del diario, la violencia sufrida se disuelve rotativamente. De allí que a las raíces de la actual transformación tecnológica haya que buscarlas en la Revolución Industrial. En ese tiempo, los Ludds no se enfrentaron solamente a codiciosos fabricantes de tejidos pertrechados con maquinaria "moderna" sino a la violencia técnica que la ideología del progreso disimulaba. Futuro anterior: pensaron la modernidad tecnológica por adelantado.

### Unabomber, ideólogo

Los fuegos ludditas habían sido olvidados hasta que Kaczynski publica su evangelio antiindustrial en el *Washington Post*. No es correcto clasificarlo entre los ludditas: la guerra de un solo hombre no equivale a una rebelión social. Pero no es menos cierto que la "sensibilidad" luddita se ha encarnado de vez en vez en huelgas salvajes, en el sabotaje y el boycott, y en las propuestas maximalistas de reorganizar la cultura economicista de la fábrica sobre principios de justicia debatidos en común.

La fibra de odio que atraviesa su manifiesto (por lo demás, aplastantemente lógico) trae a memoria el eco de la "propaganda por el hecho" anarquista. En la tradición anarcoindividualista, el atentado tenía una función "terapéutica": el mecanismo de relojería de la bomba es el reloj despertador de los oprimidos. El "atentador" suponía que a la violencia de clase propietaria, "cotidiana" y "domesticadora", había que oponer una violencia "espectacular" y "aleccionadora". La mayor parte de los atentados individualistas fueron perpetrados en persona y a cara descubierta, pero los hechos violentos que dieron renombre a Unabomber estaban monitoreados a distancia. Como Noé después del naufragio moral de la sociedad y como Cortés luego de quemar los barcos, Kaczynski ha sido su propio juez y su propio estado mayor de ejército. Las palomas mensajeras que enviaba de vez en cuando llevaban declaraciones de guerra. Pero las justificaciones morales con las que explica sus hechos en el manifiesto son más que endebles.

Aunque la asunción de la violencia cometida es distinta, el tipo de exigencia



Luigi Stamatov, Ecuador

política de los viejos anarcoindividualistas y de Unabomber es similar: la rendición incondicional de la sociedad mundial. Menos recalcitrante, una corriente de ideas actual, llamada "Neoludita", propone volver la ciencia y la técnica hacia un horizonte comunitario. En Inglaterra y en Estados Unidos ya no pretenden "destruir" a la sociedad industrial como reorientar radicalmente su sensibilidad y su mentalidad tecnológicas. El paraíso tecnológico prometido se sostiene sobre la ideología del confort individual y del progreso social; y como el porvenir cobra dividendos por adelantado, solo puede justificar el sufrimiento presente publicitando una fuga alucinada hacia el más allá.

Theodore Kaczynski quiso entorpecer la huida. Pero, su manifiesto resultó ser una mezcla tan ingenua como aguda compuesta por partes iguales de aver-

sión a la tecnología, verdades tan incontestables como imposibles de concretar y críticas impiadosas a marxistas, ecologistas y feministas que han de haber aturrido al 99% de los lectores. Para Kaczynski, la sociedad industrial es caja de Pandora y los males aventados han sido la degradación ambientalista, la destrucción del mundo simbólico de las comunidades pequeñas, la disolución de la cultura familiar, el surgimiento de nuevas técnicas psicológicas, tecnológicas y neurobiológicas de control del comportamiento, la adecuación excesiva a creencias sociales, el aislamiento del hombre de la naturaleza, el hacinamiento urbano, la incontrolabilidad del cambio social y la mengua de los espacios de libertad causada por la acción del proceso tecnológico. Y todo ello es efecto de la mentalidad tecno-científica y de la sociedad industrial-tecnológica. ¿Cuánto hay de paranoia en Unabomber y cuánto de lucidez?

Los temas no son inocentes ni improcedentes. Pero no hay oídos para ellos en un mundo donde la única violencia legítima permitida es prerrogativa estatal y donde cualquier otra violencia solo puede ser mostrada como espectáculo. La violencia técnica que se descarga cotidianamente sobre el cuerpo en las ciudades pasa desapercibida. Y adolece de redentores. Cuando ocurre una desgracia urbana solo los tontos piden inútilmente responsabilidades porque el *deus-ex-machina* que dispone sobre el teatro de operaciones es anónimo, ilocalizable, burocrático, indiferente e irresponsable, y jugando su solitario elige al azar la docena de víctimas diarias que hay que asentar en el balance municipal al final del día. Un accidente de tránsito, un accidente laboral, el desgaste final del cuerpo luego de 35 años de trabajo, son explicados por los tecnócratas como casos individuales o incidentes aislados. Dicen: "es preciso olvidar a las víctimas de las industrializaciones aceleradas, de los planes de ajuste de cuentas, de las renovaciones tecnológicas en las fábricas". Y agregan: "hay que mirar para adelante". Pero ni siquiera la burocracia o la casta política pueden hacer algo. Los cimientos de la mentalidad tecnológica están tan enraizados que levantarlos retorcería las mentes y desviaría el curso de la historia humana. Y en nuestros días pensar la historia está estricta-

mente prohibido, porque pensarla es pensar el poder.

En Argentina, y en otras capitales de Latinoamérica, por añadidura, un rampante snobismo tecnológico se monta sobre la agresividad típica con que el país asume y cumple los ucases del Zar. Y estos no son atributos folklóricos de la nación: son su moral y su contenido. Súmeles la disolución de la memoria histórica: a juzgar por sus inquietudes, el drama constitutivo de la historia política contemporánea de los argentinos que azuza y espanta cotidianamente a sus conciencias se llama "hiperinflación". Poco se puede hacer contra eso.

### El Estado, verdugo

La horca es, desde muy antiguo, un castigo infamante. La generosa Inglaterra de comienzos del siglo XIX convidaba con ella a todo tipo de delincuentes. Pero, aún faltaba incluir en el nomenclátor de faltas gravísimas a los delitos contra la maquinaria industrial. Un día memorable de marzo de 1812 se reunió el parlamento inglés para votar una ley que adjuntaba el inciso faltante a la Pena Capital. Cuatrocientos loores levantan la mano a favor y solo uno en contra. Es Lord Byron, quien concurre a la sala magna por primera y última vez con el fin de abogar por los ludditas. A la ley se la conoció como "Frame-breaking bill": por cada golpe dado con el martillo a una máquina con ánimos de destrucción habría de quebrarse una nuca. A catorce se les dobló la cerviz por la fuerza. Fue un día simbólico en la historia del capitalismo. Habría que declararlo feriado. Ludds y anarcoindividualistas son hoy olvido. Y en el caso de Unabomber, siendo historia periodística, su fecha de caducidad está incluso antedatada. A Theodore Kaczynski le espera probablemente la desolación del pasillo que conduce a la silla eléctrica. En 1812, sus ancestros ya habían aprendido lo que significa recorrer una avenida de cadalsos. La historia de Kaczynski será injertada en el árbol de los excéntricos porque un hombre solo jamás puede transformarse en contrapeso de una época. Un pueblo podría, aun cuando el éxito le estuviera negado de entrada. De todos modos, no es por el folklore por lo que habría que recordar a los ludditas, sino porque auguraron e inauguraron el problema, nuestro problema. ●

**D**ifícilmente la carta de un lector merece la primera plana. Pero una carta-bomba puede trastocar el cierre de redacción: todo atentado se anuncia en primera página. Lógicamente, Unabomber reclamó la publicación de su larguísimo manifiesto a cambio de suspender su peculiar correspondencia.



# Otras huellas de Félix B. Caignet

*Sus ojos lo delatan. Algo que estalla al fondo de sus pupilas acaba de desencadenar el instinto del investigador. No más le dije: "¿Cómo era Félix B. Caignet, el padre de la radionovela...?". Y lo mismo que en las buenas novelas policiales, Oscar Luis López asumió el protagonismo detectivesco a que le autoriza haber escrito un libro fabuloso titulado *La radio en Cuba*. Su enorme ventaja, para escribir dicho libro, está en que Oscar contribuyó a hacer esa historia, y, para hablarnos de Caignet, en que fue uno de los actores preferidos de él. En esta entrevista, Oscar nos da a conocer facetas inéditas de ese brillante radioapasionado que fue el autor de *El derecho de nacer*, una historia incontablemente difundida como radionovela y como telenovela en el mundo entero.*



Félix B. Caignet

**E**n 1933, Oscar Luis López fundó un trío musical: el Sibanicú, con Candito Ruiz y Juan Sánchez. "Entre un número y otro me dedicaba a hacer imitaciones. Hablaba como un niño, un italiano, un chino. La gente se moría de risa, escuchándome".

## **Chang Li Pó, primera radionovela**

En sus inicios, la radio cubana transitó de la recitación al *skecht* y, por último,

al teatro radial. "En ningún periódico, en ninguna revista cubana, hasta el año 38, aparece la palabra radionovela. Lo que sí existía entonces, única y exclusivamente, es el teatro radial o radioteatro. Pero, la novela jamás se utilizó. Fue con *Chang Li Pó* que surgió la radionovela".

En el 37, Caignet viene a La Habana. Aquí propone a empresarios radiales su serie *Chang Li Pó*, una atractiva trama policíaca. Tiene el encanto de protagonizarla un detective chino. Pero nadie la quiere contratar. "Hasta que encuentra en *Radiodifusión Ochí* a personas que se interesan en la propuesta. Le ofrecen hacer una prueba."

JOAQUIN G. SANTANA, cubano. Poeta, novelista y periodista.

Siete meses se mantuvo en el aire. De 8h00 a 20h30 la capital cubana se paralizaba, solo se escuchaba la transmisión radial de *Chang Li Pó*. No existían entonces las modernas muestras de audiencia, pero se calcula que esa transmisión fue la más escuchada de todos los tiempos en Cuba. El detective lo encarnaba un actor cubano (Aníbal de Mar) al que muchos creían un actor importado de China. Su éxito fue apoteósico.

Oscar Luis López, taquígrafo y mecanógrafo, es también un asiduo radioyente. Reproduce íntegramente los libretos de *Chang Li Pó*. Se especializa en imitar al detective chino. "La gente no concebía cómo yo podía imitarlo con tanta exactitud. Me decían: 'Caignet tiene que oírte'. Y yo estaba dispuesto a que me oyera pero no me atrevía a ir a conocerlo. Un buen día un amigo decidió por mí. Me conminó: 'Yo te voy a llevar'. Y acepté".

### El primer encuentro

Félix B. Caignet se quedó observando atentamente a los dos jóvenes que habían solicitado verlo en la emisora. Uno de ellos dijo que el otro podía hablar como el actor que habían contratado en China.

"¿Usted imita voces?", le preguntó a Oscar. Y Oscar dijo que sí. "¿Y cómo habla mi detective chino?", insistió el escritor. Oscar sacó el libreto que tenía copiado y dio inicio a su demostración. "Vi en su rostro la impresión del impacto. Me pidió que esperara un momento. Salí corriendo hacia el interior de la emisora. Volvió con el dueño, y me ordenó: ¡Repítelo! El dueño comentó: 'Es idéntico, Caignet', entonces, me llevó a una oficina. Dijo que quería hacerme una proposición. Se iba por un año a la Argentina. '¿Cuando yo regrese a Cuba estarías dispuesto a interpretar a Chang Li Pó?'. Yo no entendía. Alegué que Chang Li Pó tenía ya su actor... Pero, él insistió en saber si yo estaba de acuerdo. Le dije que sí. Anotó mi teléfono. Prometió llamarme a su regreso. Y me pidió que no le contara a nadie esta conversación. Ese fue mi primer encuentro con Félix B. Caignet. Ocurrió en el año 37".

Oscar Luis López se guardó el secreto. Siguió con su trío, imitando voces y haciendo hincapié en su versión de

Chang Li Pó. Al mismo tiempo, comenzó a invadirle el escepticismo. Pasaban los meses y Caignet no regresaba a Cuba. Tal vez no iba a regresar jamás. Casi un año después, inesperadamente, sonó el timbre de su teléfono. Del otro lado de la línea escuchó la voz del escritor. Y le pidió que fuera, de inmediato, al hotel en que estaba hospedado.

"Me preguntó mucho si yo había comentado el compromiso nuestro con alguien. Yo le decía que no y él volvía a preguntarme. Comentaba: 'Vamos a dar un palo. Verás lo que vamos a hacer'. Ya tenía contrato con la firma Sabatés, que fabricaba el jabón Llave, y me dijo que *Chang Li Pó* se iba a transmitir a través de la emisora *COCO*. Me aclaró que yo sería su intérprete pero, en principio, no se daría mi nombre. Quería que el público pensara que lo seguía encarnando Aníbal de Mar. Yo no entendía nada. No comprendía por qué Caignet estaba disgustado con Aníbal. Yo tenía apenas 21 años. Me veía bien. Me tomaron fotografías atléticas. Fuimos a Sabatés y firmé un contrato. Y Caignet me informó: 'Oscar, nos estamos jugando el todo por el todo, Aníbal de Mar va a salir por la *CMQ* interpretando a un chino que le va a escribir José Angel Buesa, un tremendo escritor y poeta. Pero, él no podrá decir que su personaje es Chang Li Pó porque ese personaje es, legalmente, mío".

### El duelo a muerte

El mismo día en que Oscar Luis López debutó en la *COCO* comenzó Aníbal de Mar a encarnar a Mr. Chang (la mitad del nombre del detective chino) en la *CMQ*. Caignet lo denunció. "Y cuando me di cuenta de lo que estaba ocurriendo, enfrentándome a Aníbal, me sentí vencido de antemano. Sin embargo, reflexioné: El Chino de Aníbal es estático. No tiene transiciones. Es demasiado pa-rejo. Si consigo imponerle la transición al mío voy a llamar la atención del radioyente. Y así lo hice". Los periódicos atizaron la rivalidad entre las dos transmisiones. El público quería saber quién era el Chang Li Pó de Caignet... "Pero, Félix dijo que no. Se negó a que, en el reparto, se dijera mi nombre. Insistió en mantenerme incógnito. Pasaron dos, tres, cuatro meses. Me sentía cada vez más seguro. A esa altura ya había que matarme; también había comenzado

a jugarme el todo por el todo. Y del otro lado se agotó la resistencia. El duelo estaba llegando a su final: de pronto, *CMQ* sacó su espectáculo del aire. Nos quedamos solos e, inmediatamente, Caignet anunció que todo el que escribiera recibiría, a vuelta de correo, una foto dedicada por 'el nuevo Chang Li Pó'. Aquello fue arrollador. Llegué a ser conocido como el Errol Flynn cubano. Las muchachas coleccionaban mis fotos. Así empezó mi contacto directo con Félix B. Caignet".

Oscar Luis López, a los 80 años de edad, aún se mantiene lúcido y activo. Continúa investigando sin cesar y se desempeña como profesor-consultor de la cátedra de Radio, Cine y Televisión, del Instituto Superior de Arte en La Habana. Acaba de concluir una rigurosa investigación titulada *Alejo Carpentier y la radio*. Una de sus obsesiones actuales es ver satisfecha la necesidad de que se escriba un libro en torno a la obra de Fé-

**C**aignet escuchó en ellas (radios de EE.UU.) un programa llamado Charlie Chang que era monotemático. De ahí surgió su idea de hacer un chino para transmitirlo en episodios. A los efectos nuestros con una innovación: utiliza el narrador como parte de la estructura del programa, su narrador es prácticamente un actor...

lix B. Caignet. "Un libro único y exclusivo sobre él. Hasta el momento lo único que se ha escrito de él, en una forma más o menos extensa, es lo que yo escribí en *La Radio en Cuba*". Fuera de eso, algunas conferencias que he impartido..."

Este investigador incansable no duda que a Caignet se le debe la paternidad de la radionovela, y de la telenovela como un producto derivado de aquella. En 1931, en Santiago de Cuba, Caignet dirigía en la radio un espectáculo de 5 minutos titulado *Chilín y Bebita*. "Caignet es el que inicia la transmisión en forma episódica en la radio cubana. Los espectáculos de *Chilín y Bebita* los transmitió como Episodio número 1, Episodio número 2... A Santiago, por aquellos tiempos, entraban las emisoras radiales norteamericanas. Caignet escuchó en ellas un programa llamado Charlie Chang que era monotemático. De ahí surgió su idea de hacer un chino para transmitirlo en episodios. A los efectos nuestros con una innovación: utiliza el narrador como parte de la estructura del programa, su narrador es prácticamente un actor..."

### Una fecha crucial: 1 de julio de 1948

"Hay que hablar de Luis Aragón, un publicista que en los años 30 inauguró una hora radial dedicada al teatro. Aragón fue el iniciador en la radio cubana del teatro del primer acto, el segundo, el tercero. Se dio el lujo de hacer una radionovela, con José A. Buesa, que yo diría que era una sinopsis. El género lo inició Caignet. Pero, el primero que pronunció la palabra radionovela fue Luis Aragón. Y también la llamó novela radial. Ese año le recomendó a López del Rincón, un escritor que acababa de publicar *Por la ciudad rueda un grito*, que convirtiera el libro en una radionovela. López del Rincón se entusiasmó y realizó la adaptación de su novela original".

En 1941 Félix escribió su primera novela radial amorosa. La audiencia era multitudinaria, Oscar no precisa si la primera novela radial de amor que escribió Caignet se tituló *Peor que las víboras*. Pero, recuerda que fue de un impacto tremendo. "Caignet escribió muy contadas novelas de amor. Mientras todo el mundo se lanzó a escribir radionovelas él iba lento, muy lento... Siguió explo-

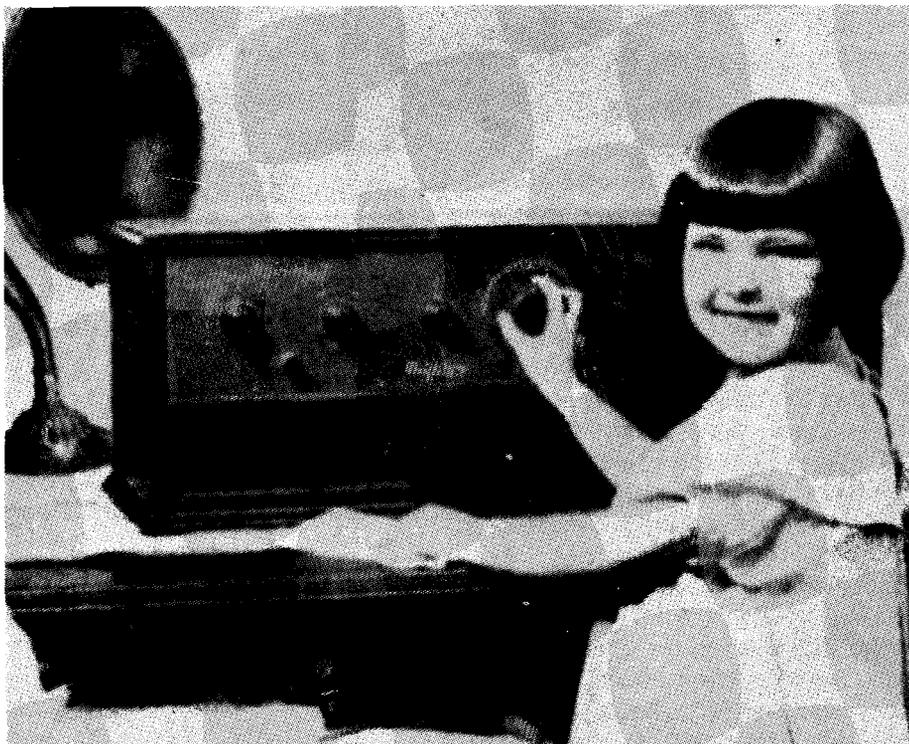
tando la popularidad de su *Chang Li Pó* y alternó esto con una u otra novela de amor. Hasta 1948, en que decide romper su inercia y lanza al aire *El Derecho de Nacer*. Esa radionovela tuvo, en su época, un promedio de 50,63% de audiencia, que significaba una captación millonaria. Se calcula que, en todo el planeta, no ha habido una radionovela que haya alcanzado tal audiencia. Sucedió lo mismo que con *Chan Li Pó*. Pero con esta no se pudo medir. Con *El Derecho de Nacer*, sí. O sea, que las dos etapas de audiencias de millones se las debemos a Caignet."

Caignet era un prodigio; no conocía una sola nota musical pero componía números muy populares. "Todo era de oído. Tarareaba su música y había que copiársela". Al final de su vida, Caignet se consagró a la música. No quiso escribir más novelas. Sin embargo, fueron sus novelas radiales las que le enriquecieron económicamente. La casa que construyó en Cuba, en los 50, le costó 100 mil dólares. Era un palacio impresionante. "El tenía conciencia de lo que había hecho. Pero, estaba dolido, muy dolido. Me decía: En esta etapa de mi vejez, cuando más necesito el calor de la gente, nadie me llama. Caignet vivía muy solo. Apenas unos pocos iban a verlo."

Oscar Luis López no cesa de afirmar que Félix B. Caignet fue un caso único: "Primero, por las cosas que impuso. Como el suspenso y el falso suspenso. Por otra parte, sus finales rotundos, cerrados. También fue un magnífico periodista. ¿Y qué decir de su música maravillosa? Además, a los efectos de lo que llevo investigado, resulta que la primera canción infantil de protesta que se compuso en Cuba también la escribió Caignet. La tituló 'El ratoncito Miguel'. La transmitió en plena dictadura de Gerardo Machado (1926-1933) y lo arrestaron durante 3 días en Santiago de Cuba." ❁

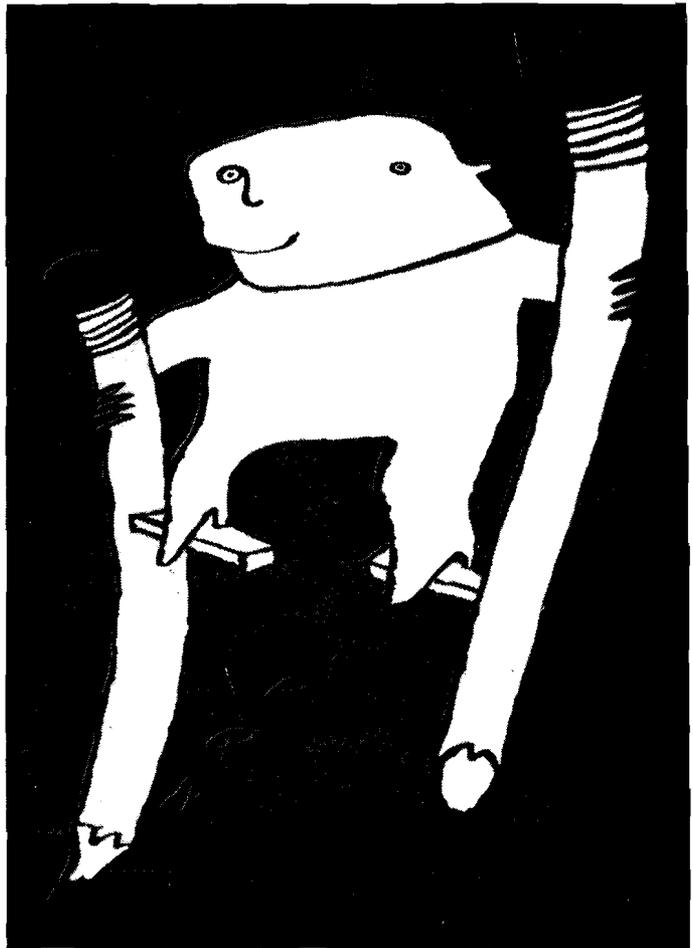
#### NOTAS:

1. *La Radio en Cuba* es la más completa y documentada historia del medio realizada en la isla. Su única edición, en los años ochenta, constituyó un suceso editorial. Sus ejemplares se cotizan a un precio muy alto por coleccionistas y lectores curiosos. Las carencias del Período Especial que atraviesa Cuba, desde 1990, ha hecho imposible la reedición de esta voluminosa obra.



# El periodista y el gerundio

*El gerundio es una de las piezas del sistema de la lengua. Como todas ellas, indispensable e inevitable: no se puede hablar y menos escribir sin gerundios. Pero es una pieza que ofrece una curiosa peculiaridad: la gran mayoría de los que atienden al buen uso de la lengua siempre le están echando miradas suspicaces. Y hasta hay didactas que la presentan como algo tan riesgoso que mejor resulta evitarla.*



**E**l *Manual de Redacción de El Tiempo* de Bogotá -todo un libro- dedica al gerundio esto: "El uso del gerundio tiene algunas dificultades. Por eso hay que evitarlo si no se está seguro de las reglas que lo rigen" (3.01.23.).

Esto asusta, sin duda, al profano -entre los cuales han de contarse, casi sin excepción, los periodistas de las nuevas hornadas-. Con razón puede pensar: "Bueno, esas reglas deben ser tan difíciles que, en lugar de intentar darlas, se acude a tan intimidante aviso".

HERNAN RODRIGUEZ CASTELO, ecuatoriano. Escritor y periodista, miembro de la Academia Ecuatoriana de la Lengua.

## Esas reglas

Y, sin embargo, esas reglas, que ese *Manual* tiene por difíciles, no pueden ser más simples, tanto que cabe reducirlas, holgadamente, a dos:

1. El gerundio debe relacionarse con un verbo principal;

2. Las acciones del verbo principal y el gerundio deben suceder al mismo tiempo (o casi).

Véanse las dos funcionando en este caso: "El boxeador arrinconó a su rival golpeándolo con ganchos de izquierda y derecha". El gerundio **golpeando** se relaciona con un verbo principal: **arrinconó**. Y, por supuesto, las dos acciones -la de golpear y la de arrinconar- se dan simultáneamente: a golpes lo arrinconó;

lo golpeaba y, con esos golpes, lo arrinconaba. Si analizamos la relación entre el verbo principal y el gerundio vemos que es de modo: el gerundio dice el modo como se realizó la acción del verbo principal.

Hallamos, pues, que el gerundio hace de adverbio. Y es la función que adjudicó al gerundio el genial Bello: "El gerundio -escribió en su *Gramática*- es un derivado verbal que hace el oficio de adverbio" (N: 442).

Pero advierto que en la oración de anuncio del caso pugilístico yo usé gerundio: **funcionando**. ¿También cumple las reglas? El caso no parece tan sencillo como el de los boxeadores. Porque la relación del gerundio con un verbo prin-

**¿Y** cómo reconocer estos gerundios adjetivos, cuando ocurren medio disimulados? Pues sencillo: si usted advierte que en lugar de ese gerundio -raro, dudoso, por decir lo menos- quedaba perfecto un adjetivo, estamos ante un gerundio adjetivo.



Capalera No. 69

cial no es aquí tan directa como en **arrinconó - golpeando**.

En mi caso el gerundio se relaciona con un verbo **vean - funcionando**; pero parece relacionarse también con un sustantivo: **reglas - funcionando**. He pedido a mi lector que vea esas reglas funcionando.

#### Eso del gerundio con sustantivo

Esto nos enfrenta con la que acaso sea la mayor complejidad del gerundio español: en casos la relación verbo principal-gerundio establecida en la primera regla no parece tan directa y simple:

"véanse las dos (reglas) **funcionando**"

"filmó a la gente **saliendo** del estadio"

Estos dos gerundios son impecables, y en ambos el gerundio tiene una innegable relación con un sustantivo: funcionando con reglas; saliendo con gente. (Y es caso que ocurre con frecuencia en textos periodísticos).

¿Qué pensar del gerundio relacionado con sustantivo? Un gran gramático colombiano, José Eusebio Caro, escribió todo un libro contrario a la concepción de Bello del gerundio como adverbio. Y lo llamó, significativamente, *Tratado del participio*. ¿La fecha? Me levanto y tomo de la estantería en que he dado lugar a los mayores gramáticos de la lengua, el *Tratado*. Una joyita. Y hallo que me ha costado 12 sucres. (En una de esas ricas librerías anticuarias que había antes en Quito y ahora han desaparecido casi por completo). Es de 1910. Pero el texto se había publicado antes, en 1870, en el tomo III de los *Anales de la Universidad*. Y al lado está una edición más asequible: Bogotá, Instituto Caro y Cuervo, 1976.

Caro rompió lanzas contra Bello y sentó nada menos que esto: "Nuestra forma verbal **amando** ejerce como principal y más general oficio el de participio activo" (N. 12). Estos son los dos casos -de los analizados por Caro- en que más claramente aparece el gerundio funcionando como funcionaba en latín el participio:

1. En el sujeto. (O, como dicen actualmente los lingüistas, en el "sintagma nominal"): "El ama... imaginando que de aquella consulta había de salir la resolución de su tercera salida... se fue a bus-

car al bachiller Sansón Carrasco" (Quijote, II, 7). El **ama imaginando** equivale a **el ama, que imaginaba**.

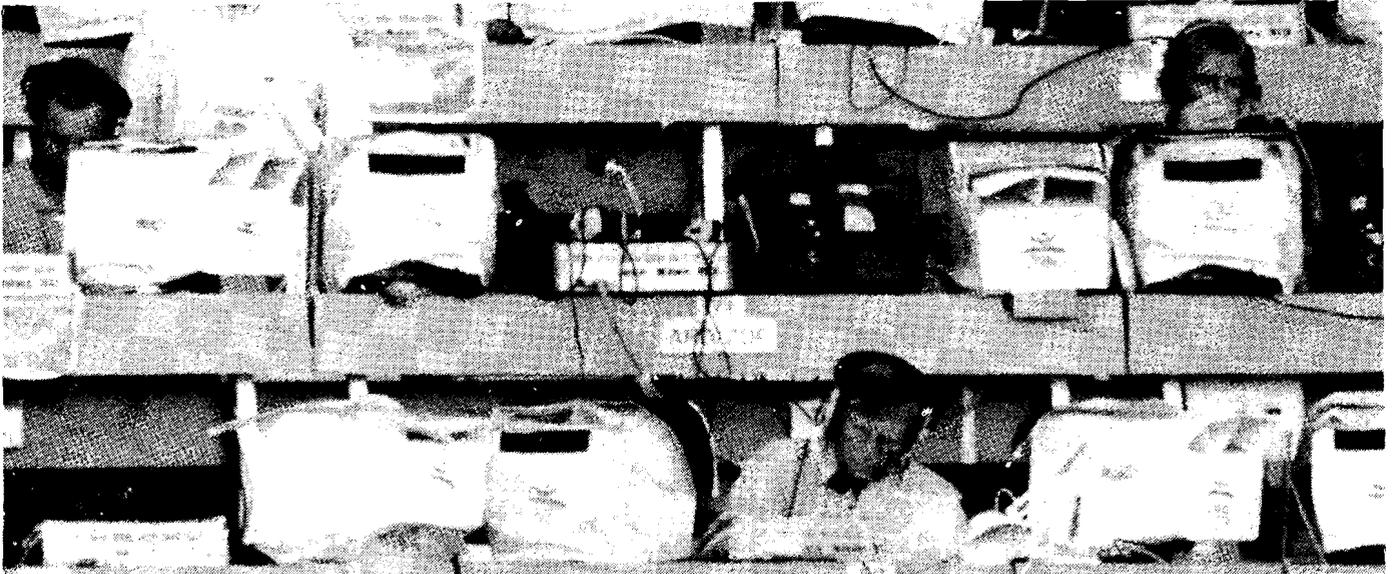
2. En el complemento directo: "Vi a una muchacha cogiendo manzanas". **Muchacha cogiendo** equivale a **muchacha que cogía**. (Caso que también puede hallarse en el Quijote: "Hay sabio de estos que **coge** a un **caballero** andante **durmiendo** en su cama, y sin saber cómo o en qué manera, amanece a otro día más de mil leguas de donde anocheció").

Son fascinantes estas disputas gramaticales -aun más que una partida de ajedrez, de las brillantes, porque calan más hondo y cuentan más para la praxis de la vida-, pero para el que tiene tiempo y paciencia, cosas ambas de que anda siempre escaso el periodista contemporáneo. Y, claro, hacen falta también saber leer y tener alguna familiaridad con la gramática, otro par de condiciones no tan corrientes entre comunicadores como sería de desear. Así que mejor ven-gamos a los resultados de aquella famosa disputa.

Elo es que saltó a la liza un mediador, de talla no menor a los ilustres contendientes: Rufino José Cuervo. En las "Notas" que puso a la *Gramática* de Bello -en la edición de 1874- dedicó la 72 al gerundio. En tan luminoso texto puede leerse este párrafo, que zanja la discusión: "Por estos pasos ha venido el gerundio a asumir carácter participial; pero a causa de su origen adverbial y de la relación que guarda con el verbo... no es tan lato en su uso como los participios de griegos y latinos, pues que rechaza el apegarse al sustantivo especificándolo, y cuando lo explica o lo lleva por sujeto, siempre la frase en que figura se refiere al verbo de la sentencia a manera de modificación adverbial".

Cabría resumir así esta solución: aun en los casos en que guarda relación con el sustantivo, el gerundio se refiere al verbo principal.

E importa advertir que ya lo había dicho el propio Bello, en otra parte de la *Gramática*, la dedicada a "usos notables de los derivados verbales". En el número 1128 -de letra menuda- salió al paso de cuanto le objetaría Caro: "A veces parece el gerundio construirse con el sujeto de la proposición modificándolo; y pudiera dudarse si conserva o no el carácter



de adverbio: 'El ama imaginando que de aquella consulta había de salir la resolución de la tercera salida, toda llena de congoja y pesadumbre se fue a buscar al bachiller Sanson Carrasco' (Cervantes). Yo creo, con todo, que la cláusula de gerundio es aun en casos como este una frase adverbial..."

Volvemos a lo mismo: el gerundio, úsese como se use, guarda relación con un verbo principal. Que es nuestra regla 1.

El gerundio que modifica sin más a un sustantivo ha sido rechazado constantemente por los mayores conocedores de la lengua:

"envío cuatro fardos conteniendo veinte piezas de paño" (Lo rechazaron Bello y Salvá)

"hay hombres creyendo en brujas" (Lo rechazó Caro)

Gerundios como estos: **fardos conteniendo, hombres creyendo** no son buen español; o, dicho de otro modo, no funcionan bien en español. Se los llama **gerundios adjetivos**.

Casos de estos gerundios en nuestros medios: Según la AFP, Vargas Llosa decidió abandonar por un tiempo la literatura "para consagrarme al enderezamiento de mi país, desangrándose, para evitarle el caos..." (Lima, 27 de julio, 1988).

Jamás he hallado en obras del peruano un gerundio adjetivo tan crudo:

**país desangrándose**. AFP lo dio entre comillas, como cosa de Vargas. ¿Lo fue?

"La cola de refugiados huyendo de la capital chechena por el único corredor provisto por las tropas rusas era ayer de 6 kilómetros" (Despacho de Alvaro Sierra desde Moscú, *EL COMERCIO*, Quito, 22 de agosto, 1996): **refugiados huyendo**.

¿Y cómo reconocer estos gerundios adjetivos, cuando ocurren medio disimulados? Pues sencillo: si usted advierte que en lugar de ese gerundio -raro, dudoso, por decir lo menos- quedaba perfecto un adjetivo, estamos ante un gerundio adjetivo. Véase este caso: "Pero es inadmisibles el que por temor a ser acusados por la 'madre' Elsie Monge o por el doctor Prado Vallejo, se abandone una lucha que se puede elogiar como produciendo sanos frutos..." (Alejandro Carrión, "Terrorismo, narcotráfico y nuevo régimen", *EL COMERCIO*, Quito, 8 de junio, 1988), **produciendo sanos frutos** funciona como adjetivo de **lucha**.

Es como si se dijese: "Te elogio como buen ciudadano". Habría sido agramatical reemplazar "buen ciudadano" por un gerundio.

Para terminar con el **gerundio adjetivo** hay que decir que el español ha consagrado dos casos: hirviendo y ardiendo. Son español normal "Tráeme un caldero de agua hirviendo" o "Eché a su

hijo en un horno ardiendo" (Este segundo caso es de un gran clásico español, el P. Pedro Rivadeneira, jesuita).

### El otro gerundio malo

Estos malos gerundios tienen que ver con la primera regla dada: les falla la indispensable relación con el verbo principal, que da al gerundio (aunque esté en otra oración) carácter adverbial.

Otros gerundios inaceptables fallan en la segunda regla; es decir en la relación temporal. La regla que hemos puesto como segunda (y última), la tiene así Bello: "El tiempo significado por el gerundio coexiste con el del verbo a que se refiere, o es inmediatamente anterior a él" (446). El gerundio que han rechazado siempre los conocedores de la lengua es el llamado **gerundio de posterioridad**.

Comencemos por anotar que entre el gerundio y el verbo principal -si el gerundio está bien usado- se da una relación temporal directa.

En una desastrosa notita (remitido pago, seguramente) se leía que un señor Luis Pacheco, propietario del calzado "El Mundo", "llegó de la República Federal Alemana participando con más de 80 países expositores del mundo", **llegó- participando**. Esto no es español. Entre la acción de llegar y la de participar no se da esa relación temporal directa que es lo que el gerundio espa-

## IDIOMA Y ESTILO

fiol expresa. Si se quiere establecer una relación temporal, hay que situar esa participación como algo anterior, y decir-la, por ejemplo, así: "llegó tras haber participado".

Pero son muchos los periodistas que **se muestran tan incompetentes como ese zapatero próspero**: "El triunfo le da ocho puntos a Nacional, manteniendo la primera opción de clasificar a la segunda ronda de la Copa..." (*EXPRESO*, Guayaquil, 20 de julio, 1985). Entre haber obtenido ocho puntos y mantener la primera opción de clasificar no hay la relación temporal que el gerundio dice: hay una relación lógica, de hecho y consecuencias. (Y la consecuencia es, por supuesto, posterior al hecho).

La cosa pudo haberse dicho bien de muchas maneras (¡el español es lengua rica!). "El triunfo le da ocho puntos a Nacional; con ello mantiene...". "El triunfo le dio a Nacional los ocho puntos que le permiten mantener...". "El triunfo le da ocho puntos a Nacional, que mantiene..."

En este otro caso tampoco hay esa relación de contigüidad temporal propia del gerundio español: "Tras el gol, Green Cross acrecentó su dominio teniendo va-

rias ocasiones de gol que no fueron aprovechadas por sus delanteros..." (Rodolfo Mazur Oyola, *HOY*, Quito, 28 de agosto, 1995).

Otra vez la relación es otra: el haber tenido ocasiones de gol fue fruto o **manifestación de ese dominio**. En la misma nota de este periodista hay un gerundio en que la relación temporal se cumple:

"...Byron Tenorio, que llegó arremetiendo...". Perfecto: el llegar y el arremeter ocurren casi como en una misma acción; arremeter dice el modo como fue ese llegar.

Pero hay también otro jueguito de-sastroso de gerundios, que el lector ya puede decir por qué son tan malos: "Por su parte, José Valencia fue más ambicioso **planteando** a su equipo **siendo** más ofensivo que su rival..." ¡Antológico!. En virtud de la segunda regla, el gerundio no puede decir algo muy anterior ni algo claramente posterior a la acción del verbo principal.

Este gerundio dice algo posterior y no funciona: "Los acongojados padres retiraron el cuerpo de su hija y lo llevaron hasta su casa para el velatorio respectivo, **siendo** colocado en el interior de

una caja de cartón..." (*EXTRA*, Guayaquil, 30 de enero, 1996). El colocar el cuerpo en la caja es posterior al haberlo llevado a la casa.

Si en el caso de estos gerundios o desconectados o claramente posteriores el periodista quiere una manera sencilla y práctica de reconocerlos, téngala: una el verbo principal al gerundio, si no hay relación temporal estricta o es posterior, la anomalía saltará a la vista: lo **llevaron - siendo** colocado.

Y otra vez, como en el artículo anterior, el espacio nos quedó corto. Hay aún algunas cosas interesantes y útiles que decir sobre el gerundio y el periodista que -como se echa de ver por los casos acá traídos, tan corrientes en redacción periodística- es hombre de gerundios. Será otra vez. Para cerrar la presente, resumamos: el gerundio español no es el intimidante fantasma que algunos pretenden. Su uso -se lo ha mostrado- se resume en dos reglas elementalísimas. ¡A dominarlas, pues, y disfrutar de pieza tan expresiva y tan afín a formas tan dinámicas de periodismo, como el deportivo y el de crónica roja! ●



Distribución y suscripciones:  
Av. 12 de Octubre y Carrión, Ed. 12 de Octubre, of. 3094  
Fax: 545-094 P.O.Box 17-21-1743 Quito-Ecuador

La leerá siempre... y con todos los sentidos

● artesanal

● abierto

● caliente

FM 88.7 MHz  
**LA TRIBU**

un atentado cultural en los '90

FM LA TRIBU • 88.7 MHz  
Lambaré 873 (1185) Buenos Aires  
Argentina • Tel/Fax: (54-1) 865-7554

## Revista *hombres de maíz*

La única revista centroamericana especializada en el desarrollo humano.

### Suscripción por un año: 12 números

Centroamérica	\$40
América Latina	\$60
USA	\$70
Europa	\$80
Otros países	\$90

Envíe su cheque a la orden de Asociación Hombres de Maíz. Apdo. 317-10002, Paseo Estudiantes, San José, Costa Rica; o deposite giro bancario en la cuenta del Banco Nacional de Costa Rica No. 0605723-6.

Mayor información:

Costa Rica. Telf. (506) 222-96-58 / 257 80 53

Fax: (506) 257 80 63 Apdo. Postal: 317 1002 paseo Estudiantes, San José, Costa Rica.

## NUEVA SOCIEDAD

Director: Heidulf Schmidt

Jefe de Redacción: S. Cheifec

SUSCRIPCIONES	ANUAL (6 núms.)	BIENAL (12 núms.)
América Latina	US\$ 50	US\$ 85
Resto del mundo	US\$ 80	US\$ 140
Venezuela	Bs. 2.800	Bs. 5.200

PAGOS: Cheque en dólares a nombre de NUEVA SOCIEDAD. Apartado 61.712-Chacao-Caracas 1060-A. Venezuela. Telf. 267.31.89  
Rogamos no efectuar transferencias bancarias para cancelar suscripciones.

## STUDIES IN LATIN AMERICAN POPULAR CULTURE

### SUBSCRIPTIONS

Individual US\$ 15;

libraries and other institutions US\$ 45;

patrons US\$ 60.

Make checks payable to: Studies in Latin American Popular Culture and send to:

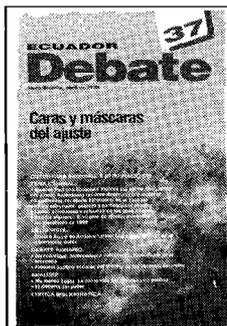
Charles M. Tatum; Editor

Department of Spanish and

Portuguese University of Arizona at

Tucson

Arizona 85 721, USA



## ECUADOR Debate

Publicación Cuatrimestral del  
Centro Andino de Acción Popular  
Suscripción anual EXTERIOR US\$ 18

ECUADOR S/. 21.000

Diego Martín de Utreras 733 y

Selva Alegre. Telf. 522763

Apartado aéreo 17-15-00173 - B

Quito - Ecuador

**RADIO**  
**SUR**  
90.1 F.M.

PASAJE 12 No. 5320  
VILLA EL LIBERTADOR  
TELEFAX (051) 94 - 1747

C O R D O B A  
A R G E N T I N A

## CANDELA

Revista Iberoamericana de la Comunicación. Director fundador: Prof. José Luis Vera.

Auspiciada por la Asociación Uruguaya de Investigadores de la Comunicación (AUIC).

**Periodismo Científico - Investigación - Ecología - Integración - Ética - Verdad - Cultura**

Calle Santiago de Chile 1180 Esc. 301, C.P. 11.200, Montevideo, Uruguay. Tel.: 91 14 06 - Fax (0598-2) 96 22 19

# CURSO A DISTANCIA EN COMUNICACION IMPRESA



*En el mundo actual, la educación en todos los niveles, incluido el universitario, presentan una amplia complejidad especialmente frente a las exigencias cada vez mayores, tanto en extensión como en profundidad, que deben tener los métodos de estudio. Precisamente, la UCLAP, junto con OCIC-AL y UNDA-AL, han buscado responder a esos desafíos educativos actuales, en el campo de la comunicación, y lo han hecho con la metodología de la educación a distancia. Ya realizaron una primera experiencia exitosa en producción radiofónica (véase Chasqui 51). Hoy la retoman e inician el curso a distancia en comunicación impresa. Este curso, como aquel, se basa en una propuesta pedagógica que tiene como eje la experiencia y realidad de los interlocutores, por medio de un diálogo permanente con quienes participan en estos cursos, de allí que se combinen procesos de autoformación individual, de reflexión grupal y prácticas presenciales. Este nuevo proyecto también contará con 4 módulos cuya redacción está a cargo de reconocidos profesionales en la materia. Con los dos primeros módulos que están en circulación, y que a continuación reseñamos, ya se encuentran trabajando 350 personas, organizadas en 70 grupos, en 12 países de Latinoamérica.*

## **PALABRAS E IMAGENES PARA LA COMUNICACION IMPRESA**

**DANIEL PRIETO CASTILLO**

UCLAP

Quito, febrero de 1996

El autor, con su conocida calidad, define el contenido del texto al afirmar que "Este libro habla de la comunicación por impresos, habla de la palabra y de la imagen, de la manera en que seres humanos de tantas sociedades y países se dedican con tenacidad a expresarse por medio de ese espacio de dos dimensiones". Para posibilitar que el lector se introduzca en ese mundo de la palabra y de la imagen, el autor divide su trabajo en 7 unidades temáticas que diseñan el amplio paisaje de la comunicación impresa y hacen posible su interpretación, permiten aprender a usarla y hacer de ella un instrumento activo y vital.

Para lograr su objetivo, Prieto parte del estudio de la palabra escrita, como elemento de relación entre el periodista y el lector, lo cual permite transitar por los "infinitos senderos de la creatividad y de ansias de comunicar". Se revaloriza, entonces, las posibilidades del texto impreso, el valor de la letra, la calidad de la redacción, la maravilla de la imagen y, por cierto, se encuentra que nuestra vocación de seres racionalmente capaces de comunicarnos puede lograr expresiones superiores.

Las propuestas del autor para desarrollar el tema expresan por sí solas la importancia del texto estudiado: comunicar es ejercer la calidad de seres humanos, es expresarse, es relacionarse, es gozar, es proyectarse, es afirmarse en el propio ser, es sentirse y sentir a los demás, es abrirse al mundo, es apropiarse de uno mismo. Por lo tanto, comunicarse es un proceso de realización integral, como personas, dentro de un mundo de seres en relación.

Pero, si cada uno está en la capacidad, necesidad y obligación de comunicarse, el texto nos enseña la posibilidad de hacerlo al interior de las organizaciones y desde estas hacia la sociedad, lo cual significa un proceso de reflexión para conocer a cabalidad lo que es cada institución, sus valores, falencias y posibilidades. El autor, a más de guiarnos a esta reflexión, enfoca las formas para conocer al interlocutor, es decir al público, con su capacidad de percepción y sus expectativas.

En una época en que lo audiovisual ha logrado un desarrollo privilegiado, Daniel Prieto actualiza la trascendencia de la comunicación impresa y enseña a analizar los materiales que recibimos de la sociedad y que producimos. A partir de este análisis, explica algunos elementos de esta forma de comunicación y los diferentes géneros periodísticos que pueden ser utilizados en el periodismo cotidiano, para concluir detallando las clases de impresos más comunes en nuestras sociedades.

## **ESCRITURAS DESDE LA LECTURA**

**BART VAN DER BIJL**

UCLAP

Quito, junio de 1996

Este autor holandés, residente en Ecuador, ha asimilado la cultura latinoamericana, lo cual significa que se ha introducido en el ser continental y que sus propuestas están íntimamente ligadas a los objetivos de los comunicadores de esta parte del mundo, ya que como él mismo lo afirma "En estos 10 años he trabajado en varias instituciones locales, sobre todo en la formación de educadores y comunicadores. Un trabajo que me ha dado la oportunidad de conocer más de cerca las prácticas de la comunicación y educación en comunidades rurales, organizaciones campesinas, grupos barriales,

grupos de mujeres y jóvenes. Un trabajo también que me ha enseñado mucho sobre la vida de las mayorías, tan diferente a lo que conozco de Holanda”.

Todos quienes tenemos acceso a este módulo y, especialmente, los alumnos del curso a distancia, encontrarán reflejada esa verdad, esos conocimientos y esa óptica, y justificarán plenamente a este autor, ahora ya conocido e identificado desde nuestras propuestas más sentidas, lo cual lo demuestra al iniciar su trabajo con un análisis de lecturas de textos escogidos, para ensayar una propuesta de lectura crítica de mensajes impresos.

El autor considera que “la lectura y la escritura forman una pareja inseparable”, por lo cual la capacidad de escribir estará basada en la capacidad de leer y solo conociendo cómo escriben los periodistas podremos aprender a escribir para la prensa artículos estructurados con las categorías principales que deben tener: resumen, sucesos, explicación, consecuencias y comentarios; pero que además sean legibles, estén redactados con un buen lenguaje y cumplan con las reglas propias de la gramática, la ortografía y la puntuación.

Van Der Bijl va más allá de la legitimidad estructural de los escritos y dedica una unidad temática al estudio de lo que él denomina el placer de los textos; es decir, a estudiar la forma cómo el periodista debe diseñar sus artículos en base a la utilización de un

lenguaje expresivo, al uso oportuno de recursos como metáforas, exageraciones, juegos de palabras, ejemplos y testimonios, ambientación y todo aquello que, en razón de la creatividad de quien escribe, permita obtener lecturas gratas para el público. Por cierto, la importancia de estas habilidades y las transcripciones ejemplarizadoras que enriquecen la unidad 5, tienen como objetivo formar periodistas capaces de escribir bien, con atractivo, con gracia, para evitar las tediosas columnas de letras que hacen que el lector abandone la lectura de un artículo apenas comenzado.

Este, como el primer módulo, se presenta con un diseño ágil, con apartes y menciones, con textos de otros autores y ejemplos tomados de la cotidianidad, con caricaturas y dibujos que alegran la presentación y, especialmente, con recuadros que bajo el título de “para practicar” ponen la nota sobresaliente al curso a distancia, ya que permiten que el alumno no solo conozca teóricamente, no solo se recree con lo que otros hicieron antes que él, sino que tenga la oportunidad de trabajar directamente, de hacer su propio curso, de entrar en situación para lograr su objetivo formativo.

*El curso sigue adelante. Los dos módulos siguientes son: Lectura y escritura de imágenes, de Gabriel Gómez (diciembre, 1996), y Mercadeo, validación, evaluación: con el lector hasta el final, de Alfredo Astorga (marzo,*

*1997). Si continúan con la misma calidad que los dos primeros, valdrá la pena estudiarlos, formarse en ellos y compartirlos. No solo los alumnos, sino los profesionales de la comunicación, tienen en este curso un excelente instrumento para ser cada vez mejores. Para mayor información, comunicarse con: UCLAP, Alpallana 581 y Whimper, Ap. Postal 17-21-178, Telfs. (593-2) 548046/501654 Fax 501658. E-mail: scc@seccom.ecx.ec*

ANDRES LEON



## LEA, PIENSE Y... ¡ESCRIBA!

RODRIGO VILLACÍS MOLINA  
CIESPAL

Quito, agosto de 1996

La colección Intiyán de CIESPAL se enriquece con este volumen titulado LEA, PIENSE Y... ¡ESCRIBA!, del periodista y escritor ecuatoriano Rodrigo Villacís Molina. Es un libro nacido de su práctica cotidiana de la escritura y de su experiencia de “enseñador” de lo mismo. Trata de lo que él llama “la carpintería” (Daniel Cassany habla de “la cocina”) del oficio; esto es, de los recursos y de las herramientas cuyo manejo -más allá de la gramática- se necesita aprender para redactar un tex-

to, correctamente y de manera atractiva, que no es lo mismo.

¿A quién está dirigido este libro?, “lo preparé pensando en todos”, dice Villacís Molina; aunque hay un capítulo específicamente dedicado a los periodistas interesados en escribir como escritores.

“El autor lleva de la mano al aspirante a través de un camino rico en ayudas” afirma, a propósito de esta obra, otro destacado periodista y escritor, el Dr. Simón Espinosa, quien añade: “de los libros que conozco sobre esta materia, este me parece el más adecuado, el que puede convertirse en un *vademécum*, un compañero inseparable en el camino hacia el arte de escribir bien”.

**LA CIUDAD BAJO SOSPECHA**

**Comunicación y protesta urbana**

**ALICIA ENTEL**

Paidós Estudios de Comunicación  
Buenos Aires, 1996



Este trabajo es un excelente aporte conceptual y metodológico para la comprensión de la comunicación y su relación con las ciudades. Analiza las nuevas prácticas políticas y sociales que se desarrollaron ante el paulatino debilitamiento del poder del Estado, así como los modos expresivos de las protestas que surgieron ante los cambios experimentados en los últimos años en la sociedad argentina, "...las luchas entre pobres, la desesperación por mantener el empleo, la aceptación del trabajo flexibilizando, obturando y desarticulando desde adentro los logros históricos de los trabajadores, son pruebas cotidianas de esta profunda y a la vez invisible transformación".

La vida urbana es la gente que vive en y de la ciudad, los servicios, espacios, posibilidades laborales, modos de ser y manifestar el ocio, el esparcimiento, la cotidianidad, lo público y lo privado. Las ciudades son cristalizaciones de procesos políticos, históricos y culturales donde la gente y su hábitat son producidos y se producen mutuamente. Y, dentro de este contexto, "lo

comunicacional" se inserta en el estudio de las ciudades en la medida en que en ellas existe un modo de construirse y materializarse la comunicación social como una pluralidad de prácticas que hacen coherente la convivencia grupal y, también, al mundo de significaciones e imaginarios que dan sentido a la vida de una comunidad.

Este riguroso estudio indaga sobre las transformaciones de la ciudad en torno a las privatizaciones; las protestas que han adoptado diversas formas desde el "silencio hasta la pantomima o la batucada" y su relación con los medios. Se presenta una importante síntesis teórica sobre las ciudades, la protesta urbana, los medios de comunicación, los movimientos sociales y logra, a partir de esta, un entendimiento de las protestas registradas desde 1991 a 1995. Finalmente, nos adentra en importantes cuestionamientos y proposiciones sobre la comunicación, las ciencias sociales y el fin de siglo.

MARTHA RODRIGUEZ J.

**Piercing Social Analysis**

Some behaviors scream. But what do people hear? How do they judge? What's real? In other words, how do stereotypes and language skills affect perceptions of intelligence, social class and behavior? We make snap judgements all the time. But, if you're looking for penetrating insights about everyday life, individuals and societies large and small around the globe, there are two places to start.

**Sociological Abstracts (SA) and Social Planning/Policy & Development Abstracts (SOPODA)**

Our data are drawn from more than 2,000 serials from 35 countries, along with books, conference papers, book and other media reviews and dissertations.

You'll find the piercing social analysis that gets beneath the fashion and under the skin.

**sociological abstracts**

P.O. Box 22206 San Diego, CA 92192-0206  
619/695-8803 Fax 695-0416  
Internet: socio@cerfnet.com  
User Assistance: 800/752-3945

The SAI family of services: Sociological Abstracts (SA) • Social Planning/Policy & Development Abstracts (SOPODA) • socialis (SA and SOPODA on CD-ROM) • Products are available in print, online from Knight Ridder, DIALOG, OCIC, and On3 or CD-ROM from SilverPlatter, EBSCO and On3, on magnetic tape via SAI direct. Document delivery available via SOCIOLOGY Express 800/313-9966; 415/259-5013. Fax 415/259-5638 email: socabs@ebiscodoc.com

**UCLAP**  
**Unión Católica Latinoamericana de Prensa**

Porque lo escrito, escrito está... y si quieres...

*Pónle la firma*

**II CURSO A DISTANCIA EN COMUNICACION IMPRESA**

Destinado a mujeres y hombres vinculados a una experiencia de trabajo organizado.

**USD\$80**

Si tienes estudios primarios y produces, cualquier material impreso, estás invitado a participar en esta aventura impresa, durante 18 meses.

Si te seduce esta locura.....  
llámanos al (593-2) 548046 - 501654, escribenos a nuestra casilla postal 17-21-178 o viajamos en la Alpallana 581 y Whimper correo electrónico: soc@eocom.ec.ec - Quito-Ecuador

**SERVICIO CONJUNTO DE COMUNICACION OCIC-AL - UCLAP - Unda-AL**