

octubre - diciembre/87 No. 24

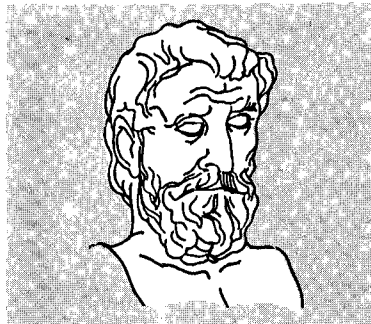
Chasqui

Los corresponsales de *Chasqui* en América Latina se reunieron a mediados de noviembre de 1987 en CIESPAL con el propósito de preparar un manual de estilo para uso de los colaboradores. Los corresponsales son en su totalidad o docentes en Centros Superiores de Comunicación Social o trabajan en Institutos especializados en medios. Moderó la reunión Antonio Rodríguez-Villar de *Clarín* de Buenos Aires y ex-editor de Selecciones del *Reader's Digest* en español, por lo que pudo aportar, a más de su experiencia, una visión "más mundana" del asunto de edición y estilo. Muy probablemente esta reunión tendrá saludables efectos en especial para las secciones de noticias, ensayo e investigación de la Revista.

A propósito de investigación, invitamos a quienes hayan escrito tesis o disertaciones para obtener títulos intermedios o terminales en comunicación social, a enviarnos un ejemplar acompañado de un resumen de unas sesenta líneas. Las tesis irán al Centro de Documentación de CIESPAL; los resúmenes, a *Chasqui*. Si el tema y su tratamiento lo ameritaran podrán aparecer como condensados en la Revista.

CIESPAL acaba de editar dos Manuales Didácticos: *Análisis de Mensajes*, recopilación de Daniel Prieto, No. 13, 400 pp., y *Manual de Comunicación Alternativa* de Jorge Merino, No. 12, 320 pp. El ensayo de H. Rodríguez Castelo sobre "Retórica y Periodismo" que aparece en este número es el núcleo de un libro que con el nombre de "Idioma y Estilo en Periodismo", No. 32, 600 pp., está por salir en la Colección Intiyán. Todavía no hay un software que nos redacte automáticamente con claridad y concisión. Por esto, en esta época de cantinflismo, estos libros de temas antiguos son todavía necesarios.

Simón Espinosa



12 Retórica en periodismo

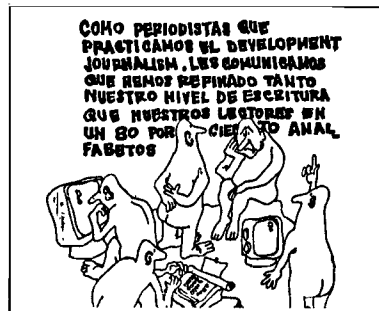
Hernán Rodríguez Castelo

Sin claridad ni concisión ni viveza nadie se comunica eficazmente. La vieja y calumniada retórica es hoy tan necesaria como antes. ¿Cuándo nació la retórica? ¿En qué consiste?

22 Exportación de telenovelas brasileñas

José Marques de Melo

Historia del más nuevo rubro de exportación brasileña: la telenovela. ¿Por qué se ha impuesto en el mercado mundial?



32 DJ: ¿Un nuevo periodismo?

Michael Kunczik

El *Development Journalism* (DJ) quiere cambiar el modo de hacer periodismo en el Tercer Mundo. La pobreza es una cultura con sus propios derechos. ¿En qué consiste el DJ?

Noticias	2	
Entrevista a Michelle y Armand Mattelart	8	
Direito A informação	20	
Actividades de Ciespal	28	
La comunicación lo mejora todo	29	<i>Julia F. Grimsditch</i>
Comunicación y derechos humanos	38	<i>Andrés León</i>
La radio popular urbana	42	<i>José Martínez Terrero</i>
De la crónica y sus alrededores	46	<i>Diego Araujo Sánchez</i>
Argentina se asoma al tema de la comunicación alternativa	52	<i>Ricardo M. Haye</i>
Comunicación-liderazgo, macro tendencias actuales	55	<i>Adolfo Herrera</i>
Reseñas	58	
Corresponsales de "Chasqui"	62	
Teleconferencia para el desarrollo	63	<i>Karen Tietje</i>

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

COMUNICACION - LIDERAZGO

MACROTENDENCIAS ACTUALES

Este trabajo propone un modo de abordar la relación comunicación - liderazgo, basado en la necesidad de abandonar los modelos autoritarios del líder hasta ahora predominantes, y asumir la invención democrática como tendencia enriquecedora en el presente y futuro. Relata aquí el autor sus experiencias educativas.

Este trabajo propone un modo de abordar la relación Comunicación - Liderazgo, basado en la necesidad de abandonar los modelos autoritarios del líder, hasta ahora predominantes en las conductas personales y sociales, y asumir la invención democrática como una tendencia enriquecedora para las comunidades presentes y futuras. Por razones profesionales, de comunicador y docente, la experiencia que asumo esta íntimamente conectada con la educación.

CRÍTICA AL AUTORITARISMO

Para iniciar esta crítica, prefiero la opción metodológica de la dialéctica de las contradicciones, aplicando el principio de "uno se divide en dos".

1. La información y el autoritarismo operan de manera lineal y poseen una contradicción intrínseca con el concepto de proceso. En tanto que el otro polo de la contradicción, la comunicación, no es un evento de exclusiva transmisión de mensajes que va de una fuente-emisor hacia un receptor. La comunicación es una relación y como proceso es un continuo, un devenir en donde hay interacción de factores determinantes y condicionantes, de referentes, de contextos, que provocan una evolución a medida que van incorporando valores. Un proceso es multidireccio-

nal y por tanto no puede ser lineal, aun cuando puede contener modelos lineales.

En el proceso comunicacional cada entidad, elemento o factor, aun cuando son en sí mismos descriptibles, se comprenden solo como partes de un todo. En conjunto son algo más que la suma de las partes y no es fácil dividirlos o subdividirlos, porque determinar donde empieza y donde termina es harto difícil.

2. La segunda contradicción es la existente entre democracia-comunicación y autoritarismo-información, que no se resuelve sin un cambio personal y social. En teoría de la información, definimos esta como una cierta cantidad de datos capaz de reducir la incertidumbre de una persona, grupo, u otro conjunto social. Pero la información en educación es generalmente homologada a una sustancia físicamente transportable y trasladable. Mientras que la comunicación en términos de Pasquali, es una relación, lo que implica ir más allá de la transmisión de información, y entender que esta última es "la concurrencia de un conjunto de estímulos discriminables", lo que privilegia a los mecanismos de la percepción.

Pero para que estos estímulos discriminables posean sentido y real significación, es necesario entenderlos como partes de un cuerpo de relaciones y de

Por Adolfo Herrera

sistemas y subsistemas. Por ello, si no tratamos adecuadamente a la información ella impulsará su tendencia natural hacia el autoritarismo, a la jerarquía, a la verticalidad, al ejercicio del poder, al individualismo. Mientras la comunicación, a pesar de que en su proceso lleva implícita cantidades de información, tiende a la democracia, porque es la participación, la condición sine qua non de la relación de las partes, y puede ir a lo colectivo aun cuando parta de la individualidad. Por ello tiende a la horizontalidad, a la cesión de poder, a compartir, a establecer una relación dialogal.

3. La contradicción cooperación-competencia no es resuelta por el autoritarismo. Preciso que cuando nos referimos a autoritarismo, no solo son los autoritarismos militares, sino los civiles. Nos referimos a los gobiernos dictatoriales y a los gobiernos democráticos de palabra, pero autoritarios en sus actuaciones. A los gerentes que toman por su sola cuenta y riesgo las decisiones. A los educadores que solo transmiten lo que creen conveniente, según su escala de principios personales. A los orientadores, quienes colocan a sus orientados en una selección de valores que consideran justos. Aquellos directores acostumbrados a dar órdenes, sin pensar por un momento que una orden, como evento social, obliga a actuar al adaptado negativo de sus dirigidos en sus versiones de sumiso y

Adolfo Herrera, Maestro en Comunicación Social por la Universidad Central de Venezuela, dirige el Departamento de Ciencias de la Comunicación de esa Universidad.

rebelde, porque la información en ese momento acciona más como una inyección, como un suceso mecánico, que como elemento del proceso comunicacional.¹

Esa contradicción no resuelta, se ve reforzada por los efectos condicionantes de las estructuras de personalidad y social, que generalmente las traduce en conductas anómicas.

4. El análisis de la contradicción entre el sujeto-emisor y el sujeto-receptor aislados. Precisamente la conceptualización lineal de la comunicación y de la información como inyección llevan necesariamente a operar con un emisor activo y un receptor pasivo. Esto debe ser cambiado por receptor, que hace más activo al otro polo comunicacional e incluye a la percepción como mecanismos de extracción y elaboración de información.

Para Everett Rogers² "la comunicación debe concebirse como un conjunto, como un proceso de participación, en el cual por lo menos dos sujetos intercambian información. Esta premisa puede ser enriquecida por la teoría de Roger Malicot³ quien considera que "la comunicación es un proceso de circulación del pensamiento en tres dimensiones: el individuo, el grupo social y el contexto". La unidimensionalidad es aquella donde participan los estados del yo de la persona y el sistema comunicacional se mantiene no solo como una dinámica neurofisiológica, sino también como una formación psicológica. La bidimensionalidad, concebida como participación del yo y el tú, está más centrada en la relación sujeto-objeto y la tridimensionalidad, que incorpora el contexto mediato e inmediato. De esta manera podemos comprender que la comunicación integra por un lado a los diálogos internos como formas de comunicación de la relación "yo-conmigo mismo" y por el otro al conjunto social.

La comunicación es, en mi opinión, un proceso participativo con una estructura tridimensional: su realidad unidimensional, la relación del yo consigo mismo. La bidimensional, conformada por la relación del yo con los demás, y la tridimensional, la relación del yo, los demás, el otro y en contexto mediato e inmediato en donde interactúan, el conjunto social⁴. Así, los canales naturales o artificiales, personales, colectivos, interpersonales, son recursos de la comunicación generalmente fundados

en los mismos principios.

Esto nos ayuda a comprender que la relación democracia-comunicación-participación es un solo proceso condicionado por la premisa de que todo individuo, por el solo hecho de su calidad como persona humana y sin consideración a sus cualidades, rangos, status, patrimonios, prestigios, debe participar en sus asuntos, en los de su comunidad, de su familia, en los problemas que le afecten, en las decisiones en las cuales está involucrado, voluntaria o involuntariamente, y en el diseño de su propio futuro. Y esto es, además, un problema ético. La educación participativa no puede dejar de asumir a la democracia y a la comunicación como opciones claves teórico-metodológicas. Vistas no solo desde ópticas decimonónicas, como el marxismo o el liberalismo, sino como teorías contemporáneas sobre las cuales hay que cabalgar.

La comunicación ofrece una metodología apropiada para que esto ocurra y la participación ofrece una tecnología para lograr eficacia en esos procedimientos para obtener convergencias o divergencias, bajo un clima y una atmósfera de tolerancia y convivencia, propios de la democracia, porque la democracia como teoría y práctica es una totalidad. Un método que produce teoría y cuyos principios involucran una determinada acción. En este tipo de reflexión, la relación teoría-práctica puede ser analizada desde el principio de que "la mejor teoría es la práctica".

PARTICIPACION

Reconocemos que en oportunidades el ejercicio del liderazgo autoritario podría estar justificado, como el caso de aquel conjunto de operarios a quienes hay que ordenarles que "ese cable azul debe ir conectado con el otro amarillo, por razones técnicas y de seguridad", pero es imposible desconocer que las sociedades democráticas están obligadas a interesarse por estudiar y practicar la participación como la invención democrática por excelencia del futuro. Invención que debemos hacer factible, si no queremos quedarnos instalados en la incongruencia entre las palabras y los hechos, porque como bien lo dijo el Maestro Simón Rodríguez "teoría sin práctica es pura fantasía"⁵. Corremos el riesgo de colocarnos a un lado del aporte más novedoso de las modernas sociedades democráticas: la incorporación de los procesos de comunicación

e información y de acceso y participación a los diversos niveles del ejercicio de las decisiones.

Por supuesto que para ello es indispensable la formación de un nuevo liderazgo de verdad, no un viejo liderazgo con ropas nuevas, sino líderes capaces de crear un clima y una atmósfera democrática y permisiva para el ejercicio de las libertades, en donde podamos demostrarnos a nosotros mismos que nuestras propias convergencias y divergencias con los hombres y las cosas podemos aceptarlas, cambiarlas y que es necesario comenzar por cada uno de nosotros. No es ético pretender cambiar a los demás sin hacerlo consigo mismo. No es posible pretender ser un buen comunicador hacia afuera y resistirnos hacia adentro. La educación, entendida desde este punto de vista, está destinada a crear una experiencia de comunidad dedicada a estimular y apoyar el cambio de conducta y el aprendizaje a través de una comunicación abierta y libre, de confrontación y aceptación, de divergencia y convergencia, de respeto y de confianza. Debe comenzar por nosotros mismos. Si no hay padres y maestros inteligentes, no hay hijos o alumnos inteligentes, decía Simón Rodríguez.

La edu-comunicación, como muchos llaman a este proceso, considera el aprendizaje bajo la siguiente perspectiva:

a) El aprendizaje tiene que ver con la motivación interna del individuo que aprende, la dirección y los recursos para el mejoramiento personal están en manos del aprendiz y es él quien controla el proceso. Quizás, por esa razón Paulo Freire afirma que "nadie educa a nadie".

b) El aprendizaje visto como un cambio de conducta es una consecuencia de la experiencia.

c) El aprendizaje es un proceso de colaboración y cooperación, que se realiza a través de un esfuerzo conjunto donde definimos metas, planes y medios para resolver problemas.

d) El aprendizaje requiere tiempo y paciencia, porque nosotros, los seres humanos, muchas veces nos negamos a aceptar nuestras propias realidades.

e) El aprendizaje puede ser una experiencia dolorosa especialmente cuando el cambio es entendido como pérdida de algo para el logro de otras cosas.

f) Nos pasamos todo el tiempo educadores, docentes, orientadores, eva-

La educación participativa no puede prescindir de la democracia y comunicación. Sin ellas no sería ni participativa ni actual.

luando y diagnosticando a las personas y no nos damos cuenta que todo individuo tiene valor como persona, y como tal tiene el derecho democrático a mantener su respeto propio y su dignidad. Creo que juzgar el comportamiento de una persona en alguna forma implica pérdida de la objetividad.

g) Se nos olvida que somos gente con sentimientos y la mayoría de las veces enseñamos a reprimirlos. Pocas veces escuchamos a un profesor decir que los sentimientos son importantes y que deben respetarse.

h) En el aprendizaje participa la persona en su totalidad, tanto emocional

como intelectualmente. Armonía entre lo que piensa, siente y hace.

i) El diagnóstico participativo es un aprendizaje, porque puede ser una experiencia que contribuye al crecimiento de cada integrante del grupo.

El líder democrático es un vehículo de comunicación y un agente de cambio en la medida en que su acción pueda estar orientada por la democracia, la comunicación y la participación.

Un líder democrático puede promover una filosofía de su actuación basada en estos cuatro principios: a) Promueve la democracia de hechos, no de palabras. b) Facilita un ambiente cordial, respetuoso, tolerante y democrático. c) Desarrolla la horizontalidad de la comunicación. d) Impulsa las comunicaciones abiertas.

Puede tener entre otras, las siguientes aptitudes:

- Capacidad de planificación y organización, sabe dirigirse hacia un propósito específico y a una audiencia específica.

- Puede anticipar las dificultades del proceso.

- Es claro y preciso.

- Es apropiado, discreto y ajustado a las circunstancias del contexto.

- Debe querer escuchar el mensaje y poder descifrarlo (pensar, escuchar, leer).

- Establece un marco de referencia común.

- Usa signos y símbolos comprensibles.

- Ser congruente consigo mismo.

- Buena actitud hacia sí mismo: no sobre-estimarse / no sub-estimarse.

- Buena actitud hacia el receptor y la audiencia: no sub-estimar ni sobre-estimar.

- Sabe delegar responsabilidades.

- Escucha las opiniones de los demás y permite que sus subordinados o sus alumnos participen en la toma de decisiones, aceptando sus iniciativas convenientes y el trazado de metas y objetivos.

- Cuida la calidad del trabajo.

- Sabe aprender de toda interrelación, ya sea amistosa o conflictiva.

- De la peor situación puede sacar provecho.

- Actitud abierta hacia el contenido del mensaje. Tolerancia con la diferencia como natural y positiva, y con el conflicto como un factor manejable y aprovechable en términos de experiencia.

- Capacidad de empatía.

- Disposición a captar el mensaje.

- Uso del feed-back cuando se considere necesario y con el respeto debido, especialmente cuando estamos conscientes del riesgo de ser mal interpretados y tenemos la necesidad de comprobar la efectividad de la comunicación.

Estos son algunas de las aptitudes de un líder democrático, que asume que es difícil lograr la comunicación plenaria, por cuanto lo pensado y lo experimentado siempre es mucho más de lo que se puede expresar a través del lenguaje, cualquiera que este sea. Por ello un líder democrático debe recurrir a diversas lecturas (verbales, no verbales) y a la mayor cantidad de medios (naturales y artificiales) que puedan contribuir a hacer más efectiva la comunicación.

Frecuentemente tropezamos con tres problemas: a) Cuando hay marcos de referencias diferentes es natural que no exista fluidez comunicacional si no ponemos un esfuerzo adicional en la relación. b) Muchas personas no conocen otras alternativas comunicacionales y es difícil que cambien sus patrones de comunicación. c) La jerarquía en los cargos, los roles, las profesiones tienden a cerrar el proceso comunicacional. En niveles de gerencia, a medida que se asciende se cierran las comunicaciones, por diversos factores.

"Las dos últimas décadas han sido testigo de un fenómeno histórico importante para nosotros: ¡la pérdida de la inocencia!... En la actualidad nos estamos volviendo más exigentes en nuestros diagnósticos y estamos haciendo lo posible por ser más originales en nuestro pensamiento"⁶ ■

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 1.- "Sumiso" y "rebelde" según la Teoría del Análisis Transaccional de Berne.
- 2.- Everett Rogers, Modelo Convergente de Comunicación. Síntesis de la ponencia presentada en AIERI, Caracas, 1980.
- 3.- Roger Malicot, Communication de Masses, Paris, Hachete, 1976.
- 4.- Del conjunto de conceptualizaciones, incorporo la visión de Virginia Satir acerca de los patrones de comunicación aparecidos en su texto En Contacto Intimo.
- 5.- Alfonso Rumazo González, Ideario de Simón Rodríguez, Caracas, Ediciones Centauro, 1973.
- 6.- Juan Díaz Bordenave, "Comunicación Participativa", Conferencia en el postgrado de Comunicación Social, UCV, Caracas, 1982.

MANUALES

INVESTIGACION AUDIOVISUAL

Por Julian García del Castillo, O.P. Caracas, Editorial Galac, 1987, 398 pp.

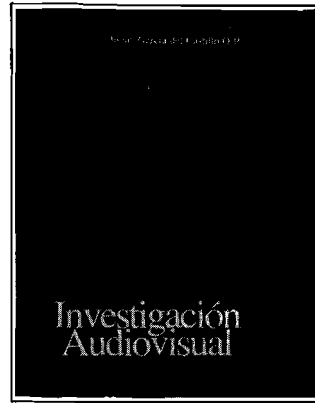
Desde que Max Weber afirmó en 1948 que "el periodista pertenecía a una especie de casta de parias", compartiendo el sino del artista en cuanto a carecer de una "clasificación fija", han pasado cuarenta años. Pero en ese lapso se ha efectuado una transformación vertiginosa tanto en el campo de la comunicación de masas, como de la capacitación de los comunicadores, progresivamente incorporados al estatus académico y profesional.

En ese salto de cualificación universitaria ha habido que pedir prestados docentes a expertos de otras especia-

lidades, recurrir a los pragmáticos de los diversos medios de comunicación, utilizar textos de otras disciplinas científicas, tantear la creación de manuales propios, pero la acumulación de esos esfuerzos está dando sus resultados.

Como ahora la Comunicación Social es más un campo profesional que una perspectiva científica requiere de una selección y adaptación de instrumentos de otras disciplinas científicas para su aplicación a los objetos que le son propios. Y en esta perspectiva es donde se sitúa el manual de *Investigación Audiovisual*, preparado por el profesor J. García del Castillo.

En él se encontrarán aportes básicos de otras ciencias humanas que permiten enmarcar el fenómeno de la comunicación audiovisual con una concepción interdiscipli-



naria.

Al comunicador, que utiliza particularmente los códigos audiovisuales, ya no se le exige simplemente el "chispazo creativo" sino la capacidad de organizar estrategias para pronosticar el impacto de un mensaje, mantener el interés, seleccionar los códigos audiovisuales más adecuados, facilitar la comprensibilidad, ponderar críticamente las distorsiones, calibrar y evaluar el conjunto del proceso comunicacional.

La consecución de estos objetivos es tarea de toda carrera y resultado de la convergencia interdisciplinaria. Pero hay hitos particulares, sobre

todo al final de la carrera, que requieren un salto cualitativo de globalización e integración de las parcelas cognitivas, y este es el caso de la investigación audiovisual.

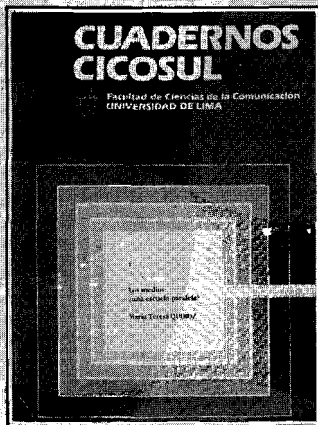
De ahí que este manual sintetiza un conjunto de conocimientos, adquiridos en la primera etapa de la carrera con particular referencia al campo audiovisual, y, desarrolla diversas clases de análisis propios de la investigación especializada.

Tal como está estructurado, en referencia a objetivos precisos, permite un uso flexible. Así pueden obviarse algunas unidades que se consideran redundantes en relación con cátedras anteriores o retomarse para un repaso, como también ahondar aspectos específicos con una profundización bibliográfica. En suma, lo fundamental es no perder la perspectiva de que se trata de un archivo de herramientas al servicio de la cátedra, en el que pueden hallarse múltiples recursos para el ejercicio de la investigación audiovisual. (Jesús María Aguirre)●

LOS MEDIOS: ¿UNA ESCUELA PARALELA?

Por María Teresa Quiroz, Cuadernos CICOSUL, 1, Universidad de Lima, 100pp.

Es un documento que contiene un informe preliminar sobre consumo de televisión,



radio, cine, periódicos e historietas por parte de 1567 alumnos encuestados, pertenecientes al primer año de secundaria diurna de cuarenta colegios de Lima Metropolitana. La autora emplea las categorías de disponibilidad, acceso y consumo. Las entiende como en qué medida los escolares disponen de un aparato de televisión en su hogar, en qué sentido las diferencias socio-económicas determinan una mayor o menor disponibilidad de éste. El acceso guarda relación con la posibilidad de elegir programas, ubicación del aparato en casa y papel que la familia cumple como mediadora de los mensajes televisivos. El consumo se refiere a la frecuencia del uso y a las características de los mensajes consumidos. Lo propio respecto

CONFIRMACIONES

de los aparatos de radio y sus mensajes, de los periódicos, el cine y las historietas.

La investigación parte del presupuesto de que la tecnología ha inaugurado una era de vinculaciones estrechas entre comunicación y educación. Esta era se caracteriza porque la educación formal ha perdido su monopolio, y los medios son ellos mismos un tema de educación y vienen a ser mecanismos a través de los cuales se proponen valores, estereotipos y expectativas sociales.

Los objetivos de esta investigación fueron recoger datos sobre disponibilidad, acceso y uso de los medios; examinar su importancia; hacer un pri-

mer sondeo sobre hábitos de lectura e influjo de los medios, y sobre percepción de la realidad nacional por parte de los escolares estudiados al iniciar la secundaria.

Concluye la autora que la disponibilidad, acceso y consumo es notable en todos los estratos socioeconómicos de esa población estudiantil. Concluye también que el entretenimiento se ha constituido en un modo de educarse, que la familia cumple una función mediadora en el consumo de los medios, en especial de la televisión y de los periódicos, y que los medios crean, conforman y producen una imagen de la realidad social. (Ruperto García S.)●

AQUI BOLIVIA

VEINTE AÑOS DE ERBOL

Por Ronald Grebe López
La Paz, Edición de Aniversario, CATEP, 1987, 88 pp.

La Secretaría Ejecutiva de ERBOL, Educación Radiofónica de Bolivia, cumplió veinte años el 18 de julio de 1987. Con este motivo editó una revista ad hoc que da cuenta de la extraordinaria actividad de la Asociación en estos cuatro intensos lustros en toda Bolivia y en particular entre las clases popular y campesina.

Al presentar este memorial, dice Ronald Grebe:

"Las catorce afiliadas de ERBOL, que trabajan en siete de los nueve departamentos, acompañan diariamente a los pobladores quechuas, aymaras y guaraníes llevando una voz de aliento y esperanza a través de nuestras radioemisoras. La alegría que se expresa en la música y las

tradiciones milenarias de nuestro pueblo también forman parte importante de nuestras programaciones radiales.

Esta labor, que comenzó con la simple alfabetización por radio y hoy día se expresa en programas de educación integral, comunicación participativa y apoyo a las organizaciones populares, sigue los lineamientos de la Iglesia Católica expresados en los documentos de Medellín y Puebla para América Latina y de la Conferencia Episcopal para Bolivia.

La experiencia en cada una de nuestras afiliadas ha



sido muy particular, porque las necesidades y requerimientos de las diferentes zonas donde estamos presentes son especiales. En todo momento hemos adecuado nuestro trabajo a las circunstancias coyunturales por las que atravesó el país y a los pedidos y requerimientos de las poblaciones con las que se coopera.

Como se verá en los artículos preparados por cada una de las afiliadas en ningún momento se perdió el aliento y el deseo de compartir cristianamente con todos los sectores de la población boliviana, pese a que en determinadas épocas la represión o las amenazas silenciaron nuestras radioemisoras. El apoyo solidario y decidido de los propios campesinos, mineros, amas de casa y jóvenes hizo que en corto tiempo volvieran al éter las radios de ERBOL, porque la gente siente que son parte importante de sus vidas y en la mayoría de los casos son además el único medio de comunicación con que cuentan en sus zonas.

Nuestros objetivos de "coadyuvar en el cambio de las estructuras económicas, sociales, políticas y culturales para lograr una sociedad justa, fraterna y participativa" y además "apoyar a las organizaciones populares para que participen en la toma de decisiones que afectan a sus intereses", están siempre presentes en el trabajo de los 300 trabajadores de las 14 afiliadas de ERBOL.

El camino ha sido complicado como complicada es la topografía del territorio boliviano, pero el acompañamiento informativo, educativo y cultural a las mayorías nacionales construyendo un país donde todos pueden tener la opción de pedir vivienda, salud y alimentación seguirá siendo prioritario en nuestro diario caminar.

Chasqui felicita a ERBOL y le desea una labor cada vez más fecunda y encarnada en la realidad de ese maravilloso país del corazón de Sur América. (Wilman Sánchez)●

DOS DIARIOS DOMINICANOS

LA PRENSA EN REPUBLICA DOMINICANA. IDEOLOGIA INFORMACION Y NOTICIAS

Por Alberto Malagón

Santo Domingo, Colección Comunicación y Sociedad, Ed. Universitaria, 1986.

Valiéndose de dos de los principales diarios dominicanos, Alberto Malagón pasa revista a la prensa dominicana a partir de su carácter comercial e ideológico.

Al asumir a *Listín Diario* (el de mayor circulación en Dominicana), y *El Caribe* (de gran tradición periodística), como ejemplos medulares de la prensa dominicana, el profesor universitario, periodista y uno de los más reconocidos investigadores dominicanos, extiende sus reflexiones hacia todo el panorama de la prensa mundial, desarrollando ejemplos numerosos para avalar su crítica percepción del asunto.

El texto se ocupa de la ideología de la prensa libre, la selección de noticias, los vehículos de propaganda comercial, la noticia, la comunicación y esquemas de los procesos de comunicación y otros aspectos colaterales. Contiene también un

apéndice compuesto por distintos documentos y artículos de conocidos teóricos de la comunicación y las ciencias sociales.

El autor establece en el prólogo que "La investigación científica de la comunicación de masas es la identificación y el análisis-síntesis de los temas, problemas y objetos en 1) el nivel de producción industrial de mensajes de la comunicación colectiva; 2) en el nivel de los instrumentos, soportes y lenguajes utilizados para realizar los mensajes de la comunicación colectiva, y 3) en el nivel de las condiciones y relaciones establecidas entre los poseedores, productores, difusores y receptores de los mensajes de la comunicación de masas en la historia y en la sociedad".

A este respecto, el autor afirma "Este es un libro sobre la prensa y la manipulación de la gente". Desde esa óptica Alberto Malagón se aproxima a la estructura económico-social e ideológica que signa a los medios de comunicación desde sus perspectivas de actuantes en el juego de poder y dominación.

El autor considera que la cultura es un espejo social que se constituye en instrumento de control social, que pasa por los diferentes modos de hacer y recibir comunicación.

La Prensa en República Dominicana es un libro que pretende ofrecer respuesta a las condiciones bajo las cuales circula la información escrita, la noticia, en en dicha isla. (Onofre de la Rosa)●

UNA VOZ POTENTE

INTRODUCCION AL CONOCIMIENTO Y PRACTICA DE LA RADIO

Por María Cristiana Romo Gil
México, ITESO, Diana, 120pp.

Apreciada y reconocida en México y América Latina por su incansable labor en los principales organismos académicos del campo de la comunicación, Cristiana Romo de Rosell ve publicado ahora un libro en que se vierte buena parte de su larga y fructífera experiencia como profesora de radio.

Es necesario destacar que, además de haber practicado profesionalmente la producción radiofónica, Cristina Romo ha impartido cursos universitarios sobre la radio desde hace veinte años, sobre todo en la Escuela de Ciencias de la Comunicación del ITESO en Guadalajara, donde actualmente dirige el Departamento de Extensión Universitaria sin abandonar la docencia. Esta experiencia avala su *Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio* y el probado valor didáctico de su contenido, construido, revisado y consolidado semestre tras semestre con sus ya incontables alumnos.

El libro está estructurado en seis capítulos que siguen una secuencia lógica y exponen con toda claridad los elementos principales que un estudiante o profesional deberá conocer y practicar para poder contribuir a la realización de todas las posibilidades de comunicación social que la radio ofrece y que difícilmente pueden considerarse agotadas en alguna parte. El conformismo con las prácticas predominantes en la radiodifusión, con la reducción de sus recursos a los modelos y funciones más trillados comercialmente, están radicalmente desterrados desde el principio en este texto. Pero también la exigencia idealista y el dogmatismo inmovilizador que subyacen en tantos discursos "de denuncia" sobre los medios electrónicos. Cristina Romo adopta —y expone a lo largo de su libro— una postura académica equilibrada y crítica que puede sintetizarse como lo hace Carlos Luna en el prólogo de la obra: "Tan inútil es, socialmente, un ejercicio profesional que, por más eficiencia técnica que

demuestre, no sea capaz de reflexionar sobre su propia actividad y cuestionar el sentido de su inserción social, como aquel imposibilitado para realizar en el manejo de un oficio y de un saber práctico concretos, el mejor y más formulado proyecto de transformación social".

Desde los primeros tres capítulos, que tratan respectivamente de la radio como medio de comunicación, su historia y su código, los conceptos teóricos y los datos y ejemplos empíricos que los ilustran, se despliegan con sencillez y una clara intención de destacar los aspectos comunicacionales de la radio; no los tecnológicos, organizacionales, sociológicos o semióticos también presentes. Esta es una gran ventaja del libro, escrito teniendo en mente su empleo por comunicadores, y propuesto mucho más como un apoyo al aprendizaje que como despliegue erudito de referencias o especulaciones.

Los capítulos dedicados al guión radiofónico y al periodismo radiofónico son quizá la muestra más palpable de la utilidad práctica del libro. En ellos Cristina Romo aporta, con gran

sistematicidad pero sin la rigidez que suelen tener los manuales técnicos, una guía de procedimientos para la producción radiofónica que pone en evidencia que sólo a través de la operación inteligente e imaginativa de los recursos de la radio, podrá caracterizarse como auténtico medio de comunicación social.

Por último, el libro explicita y desarrolla el interés principal de la autora, al explorar en el último capítulo, las relaciones entre radio y educación. La radio educativa es un campo abierto en América Latina, ya que a pesar de las múltiples y variadas experiencias de las últimas cuatro décadas, la potencialidad educativa del medio ha sido explotada muy limitadamente. Cristina Romo sostiene que "se cuestiona con frecuencia que la radio pueda servir para educar; sin embargo, hay experiencias múltiples que pueden demostrar su eficiencia. Tal vez una de las razones de ese cuestionamiento sea que quiere entenderse la educación a través de la radio como una radio escuela y no se concibe como una educación más ampliamente entendida". Desde ese marco, la autora aporta claves muy sugerentes y propuestas concretas para la elaboración de series educativas. (Raúl Fuentes Navarro)●

LA ENTREVISTA

EN EL SURCO QUE TRAZA EL OTRO. Teoría y Práctica de la Entrevista.

Por José Luis Orellana Perdomo
México, Edicom, CONEICC, 1987,
99pp.

En 1986 el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) convocó por primera vez un Premio Nacional de Trabajos Receptivos Escritos en Comunicación, buscando fomentar la calidad académica en las tesis profesionales y equivalentes, elaboradas en las escuelas mexicanas de comunicación. Los resultados de este primer certamen fueron tan satisfactorios que CONEICC decidió institucionalizar el premio y convocar el concurso cada año. A esta decisión contribuyeron dos elementos de juicio principales: el elevado número de trabajos participantes, enviados de todo el país,

y la calidad de la obra a la que el jurado otorgó unánimemente el primer lugar.

Gracias al convenio de coediciones firmado entre el CONEICC y Ediciones de Comunicación, la tesis premiada se convirtió muy pronto en libro y José Luis Perdomo Orellana, autor del trabajo en la Escuela Nacional de Estudios Profesionales (ENEP) Aragón de la UNAM, en un centro de atención entre la comunidad académica de la comunicación en México. El jurado que premió a *En el surco que traza el otro. Teoría y Práctica de la Entrevista* estuvo formado por Miguel Ángel Granados Chapa, Raúl Trejo Delarbre, Antonio Paoli Bolio, Javier Esteinou Madrid y Fátima Fernández Christlieb, quien en el prólogo del libro expresa a nombre de todos ellos la convicción de que "las escuelas de periodismo y comunicación pueden hacer un esfuerzo por fomentar trabajos que combinen la frescura con la profundidad y

ONDAS MORTALES

TELEVISION Y DESNACIONALIZACION

Por María Antonieta Rebeil Corella, Alberto Martín Montoya del Campo, compiladores

Colima, AMIC, Universidad de Colima, 1987, 130pp.

Este libro editado por la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) con la colaboración de la Universidad de Colima, reúne cuatro informes de investigación que, además de la solidez metodológica de los trabajos incluidos y las aportaciones concretas al conocimiento de las funciones que desempeña la televisión en la sociedad mexicana actual que en ellos están contenidos, pueden proponerse como un ejemplo de seriedad y solidez en el trabajo académico.

En "Televisión y Cultura en dos comunidades purepechas", Ramón Gil Olivo analiza el impacto de la televisión comercial entre los jóvenes de Ichán y Tarecuato, en el estado de Michoacán. Una de sus conclusiones es que los jóvenes purepechas, a pesar de vivir en el contexto de culturas que se distinguen por su resistencia a la invasión cultural y por su cohesión social, son particularmente vulnerables a la influencia de la televisión y que "la imitación de esquemas contenidos en ella se manifiesta en el 90 por ciento de los individuos entrevistados".

María Antonieta Rebeil y Alberto Montoya titulan su informe "Los adolescentes frente a las representaciones de la televisión", y en él constatan el carácter extranjerizante de la programación televisiva, al motivar en los estudiantes deseos de vivir en los Estados Unidos y aprobar la idea de que se establezca en todo el mundo el modo de vida de los norteamericanos. También queda en claro que los programas de noticias, en particular los de Televisa, provocan la desinformación de los jóvenes acerca de la realidad nacional. Esta investigación se realizó con una muestra de estudiantes del

Sistema Nacional de Telesecundaria.

Por su parte, Carlos Maya y María Inés Silva presentan un informe parcial sobre "Los medios de comunicación y los estudiantes de educación básica del Distrito Federal", en que detectan que la programación extranjera y las telenovelas de la televisión comercial ocupan preferentemente el tiempo libre de los estudiantes, y que los procesos de socialización de estos jóvenes con la familia, la escuela y el grupo de amigos tienen en la televisión privada un importante modelo.

Por último, en "Televisión, Socialización y Educación Informal en Guadalajara", Enrique Sánchez Ruiz da cuenta de la importancia que tiene la televisión para niños de sexto grado, quienes le adjudican la máxima credibilidad al medio televisivo, le dedican un alto porcentaje de su tiempo diariamente y consideran que algunos géneros de su programación reflejan fielmente la realidad.

El título del libro, *Televisión y Desnacionalización*, resalta una de las dimensiones del impacto social de la televisión sobre la que coinciden los resultados de las investigaciones referidas y muchos otros, pero quizá ubica erróneamente el carácter de los textos en la afortunadamente superada crítica "apocalíptica" de los medios. El prólogo de los compiladores es muy claro: explica con detenimiento el desarrollo de los marcos teórico-metodológicos empleados en el estudio del impacto social de la televisión para ubicar las aportaciones de los trabajos incluidos en el libro, y enfatiza el papel que la "sociedad receptora" ha de tener para contrarrestar y reorientar tal impacto.

Son notables también, por oponerse al "ensayismo" y el centralismo imperantes hasta hace poco en la investigación mexicana de la comunicación, los afanes de comprobación empírica de hipótesis rigurosas y la consideración de muestras de la población nacional fuera del área metropolitana de la ciudad de México, que quedan manifiestos en este libro. (Raúl Fuentes Navarro)●

la innovación con el conocimiento acumulado, tal como se logró en este libro".

El propio dictamen del jurado, presentado en la ceremonia de premiación el 24 de octubre de 1986, distinguió la obra de Perdomo "por su ágil manejo del lenguaje, su exposición didáctica, su pertinente relación entre teoría y práctica, su excelente aportación al género periodístico, su delimitación precisa del fenómeno y su especial grado de originalidad". Todas estas virtudes se despliegan en cinco concisos pero elocuentes capítulos: el primero ubica los antecedentes históricos de la entrevista, "tan antigua como el lenguaje". El segundo, mediante una imbricada colección de citas, tipifica los conceptos y justificaciones diversos que constituyen lo que puede

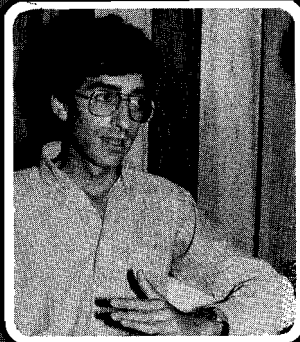
considerarse teoría básica de la entrevista. El tercer capítulo se dedica a las técnicas, contrastando "las recetas" que ofrecen algunos autores, con los "consejos coherentes" de otros. El cuarto completa las consideraciones teóricas revisando lo que, en el entrevistador y el entrevistado, genera "los problemas de la entrevista".

El propio autor se propuso como principal objetivo "el confrontar la teoría (adecuada e inadecuada) con la práctica de la entrevista", y por ello el quinto capítulo, que consiste en cuatro entrevistas realizadas y comentadas por Perdomo, lleva por título "Por supuesto, la práctica". Con esto el autor puede concluir: "creo que he mostrado cómo la práctica —incluso aquella que emplea un simple principiante guiado por una teoría elemen-

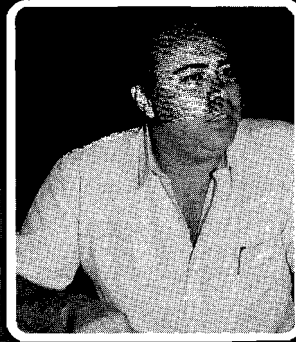
tal pero correcta— hace posible obtener entrevistas cada vez más coherentes y ágiles, susceptibles de ser publicadas y —más importantes aún— leídas. Cualquier estudiante o egresado de Periodismo y Comunicación Colectiva podrá obtener mejores resultados practicando los capítulos pertinentes de esta tesis. Y yo habré pagado así, por añadidura, parte de la deuda que todo alumno contrae con la universidad que lo nutrió".

Ante la escasez de bibliografía adecuada y de aprendizaje práctico que, entre otros problemas, aquejan a las escuelas de periodismo y comunicación, no puede sino coincidir con José Luis Perdomo y buscar la utilización extensa de su libro, que ojalá pronto sea superado. (Raúl Fuentes Navarro)■

CORRESPONSABLES DE "CHASQUI"



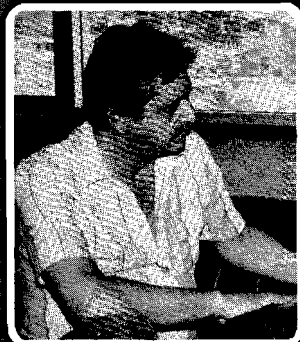
CARLOS CORTES S.
COLOMBIA



ANTONIO DE JESUS
BRASIL



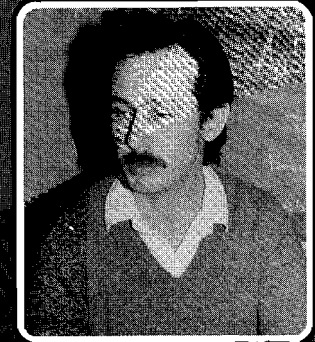
A. RODRIGUEZ - VILLAR
ARGENTINA



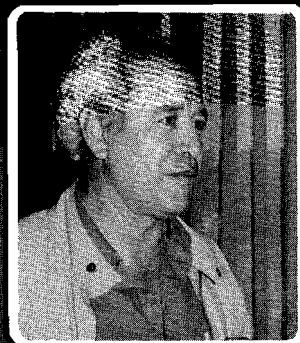
ADOLFO HERRERA
VENEZUELA



MARIO ZELEDON
COSTA RICA

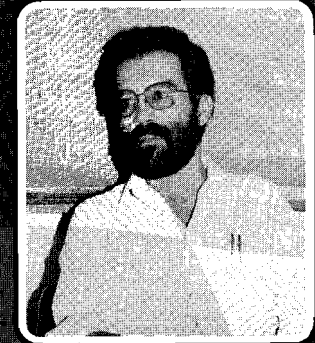


ADOLFO NEGROTTO
ARGENTINA

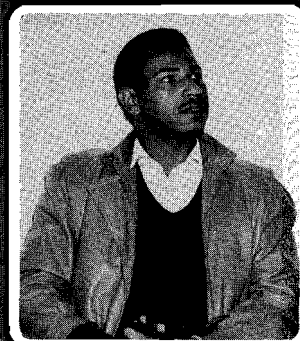


MARIO RAZZETO
PERU

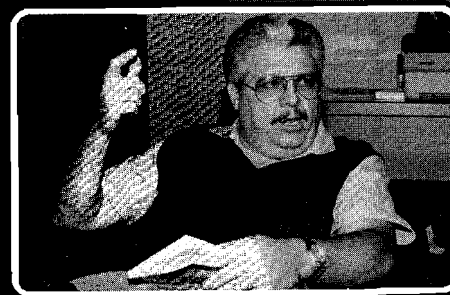
Es nuestro interés ampliar la cobertura sobre los problemas comunicacionales en América Latina. Destacados periodistas y comunicadores contribuyen desde ahora a esa noble causa



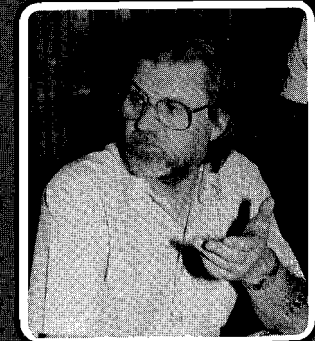
RAUL FUENTES N.
MEXICO



ONOFRE DE LA ROSA
REP. DOMINICANA



FEDERICO IGLESIAS
PUERTO RICO



VALERIO FUENZALIDA
CHILE