

CHASQUI



REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

Informe Mac Bride Democracia y Comunicación Prensa Obrera y Sindical Agencias Noticiosas

Solé Díaz Bordenave Silva

Somavía Vargas Pasquini

1 (II época)

DIRECTOR GENERAL

DR. LUIS E. PROAÑO

CONSEJO INTERNACIONAL DE REDACCION

DR. LUIS RAMIRO BELTRAN

*Centro Internacional de Investigaciones para el
Desarroll CIID - COLOMBIA*

DR. MIGUEL DE MORAGAS SPA

*Facultad de Ciencias de la Información
Universidad Autónoma de Barcelona - ESPAÑA*

DR. JOHN T. McNELLY

Universidad de Wiscconsin - Madison

DRA. CUMANDA GAMBOA DE ZELAYA

*Decano de la Facultad de Comunicación
Universidad Estatal de Guayaquil - ECUADOR*

DR. EDUARDO CONTRERAS BUDGE

*Experto en Comunicación Social
Fundación Friedrich Ebert en CIESPAL*

DR. JOSE MARQUES DE MELO

*Instituto Metodista de Ensino Superior
BRASIL*

LIC. ALBERTO MALDONADO

*Escuela de Ciencias de la Información
Universidad Central de Quito - ECUADOR*

DR. PETER SCHENKEL

Fundación Friedrich Ebert en CIESPAL

LIC. MARCO ENCALADA

Director Técnico de CIESPAL

DR. LUIS GONZAGA MOTTA

*Experto en Comunicación Social
Fundación Friedrich Ebert en CIESPAL*

RAFAEL RONCAGLIOLO

*Director de ILET - Instituto Latinoamericano
de Estudios Transnacionales - MEXICO.*

JOSE STEINSLEGER

*Editor / Asesor
Fundación Friedrich Ebert en CIESPAL*

COMITE EDITORIAL

JOSE STEINSLEGER

Edición, Redacción y Diseño Gráfico

DR. PETER SCHENKEL

*Universidad de Sao Paulo
María Nazareth Ferreira
Escuela de Comunicaciones y Artes
Sao Paulo.*

*Universidad Federal de Pernambuco
María Luisa Nóbrega de Morais
Centro de Artes e Comunicacao
Pernambuco*

*Universidad do Vale do Río dos Sinos
Martha Aves D' Azevedo
Facultad de Comunicación de la Univ.
do Vale do Río dos Sinos UNISINOS
Sao Leopoldo - Río Grande do Sul*

MEXICO

*Universidad de Monterrey
Lic. Alejandra Flores
México*

*Universidad del Valle de Atemajac
Cesáreo Hernández Hernández
División de Ciencias Sociales y Humanidades
Guadalajara*

*Universidad Autónoma de México
Edna Ibarrodo Franco
Dpto. de Ciencias de la Comunicación
México D. F.
Universidad Veracruzana
Francisco Blanco
Facultad de Comunicación
Veracruz - México*

COLOMBIA

*Universidad Javeriana
Francisco Gil Marín
Depto. de Investigación
Bogotá.*

*Universidad de La Sabana
Martha Cortes de Barriga
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Social
Bogotá.*

LIC. MARCO ENCALADA

*Universidad Autónoma del Caribe
Ana Leticia Valle C.
Facultad de Comunicación Social
Barranquilla.*

COSTA RICA

*Universidad de Costa Rica
Lupita Flores Reyes
Escuela de Comunicación Colectiva
San Pedro - Costa Rica*

PANAMA

*Universidad de Panamá
Mélida Sepúlveda
Depto. Ciencias de la Comunicación Social
Panamá.*

REP. DOMINICANA

*Universidad Autónoma de Santo Domingo
Rafaela de los Angeles De León
Dpto. de Comunicación Social
Santo Domingo.*

CUBA

*Universidad de La Habana
Irene Trelles Rodríguez
Depto. de Periodismo - Facult. de Filología
La Habana.*

VENEZUELA

*Universidad Central de Venezuela
Enrique Abreu Sojo
Escuela de Comunicación Social
Caracas.*

ECUADOR

*Universidad Central del Ecuador
Francisco Ortega Muñoz
Escuela de Ciencias de la Información
Quito.*

CORRESPONSALES

América Latina

LA PAZ: Jaime Marcos Reyes

LIMA: María Cristina Matta

LIMA: Desiderio Blanco

SAN JOSE: Armando Vargas

PORTO ALEGRE: Sergio Caparelli

BELEM: Edson Elías Andrade

RECIFE: Carlos Borromeu Limeira

FLORIANOPOLIS: Daniel Herz

BELO HORIZONTE: Bernardo de Carvalho

RIO DE JANEIRO: Roberto Amaral

SÃO PAULO: José Marques de Melo

SANTIAGO: Marcela Gajardo

SANTO DOMINGO: Rafael Núñez Grassals

BUENOS AIRES: Enrique Pugliese

Europa

VARSOVIA: Valery Pisarek

LONDRES: Peter Louis

BELGRADO: Breda Pavlic

Estados Unidos

NORTH CAROLINA: Richard Cole

COLABORADORES

BRASIL

*Fundación Educacional BAURU
Prof. Emilio Soares
Sao Paulo*

*Universidad de Sao Paulo
Prof. Antonina Fernanda Paca de Almeida
Sao Paulo.*

*Pontificia Universidad Católica (PUC)
Angeluccia Bernardes Habert
Dpto. Comunicacao Social
Río de Janeiro*

*Montaje y Fotomecánica: Editorial "El Co-
nejo".
Impresión y Armado: Artes Gráficas
"SEÑAL".*

CHASQUI

Sumario

EDITORIAL

- 4 _____ Un nuevo CHASQUI por Luis E. Proaño

TESTIMONIOS

- 7 _____ El derecho a la información (entrevista exclusiva a Juan Somavía por Cecilia Tormo)

PERCEPCIONES TEORICAS

- 13 _____ Democratización de la Comunicación: Teoría y Práctica, por Juan E. Díaz Bordenave
22 _____ Comunicación: participación y diálogo, por Armando Vargas
29 _____ Prensa Obrera y Sindical, por Carlos Eduardo Lins da Silva

COMUNICACION ALTERNATIVA

- 36 _____ Agencias Noticiosas, por José M. Pasquini Durán

DOCUMENTOS

- 44 _____ Perú 1974: Ley de Prensa
51 _____ La Expropiación
54 _____ Perú 1980: La Devolución
59 _____ FELAP: Declaración de Principios
60 _____ FELAP: Código Latinoamericano de Ética Periodística
62 _____ FELAP: Rechazo a organismo paralelo
64 _____ Declaración de Talloires
67 _____ Solidaridad Mundial con Nicaragua
71 _____ Declaración de San José

INNOVACIONES

- 72 _____ Investigar lo alternativo, por María Cristina Mata
76 _____ Investigación - acción, por Michel Thiollent

LIBROS

- 80 _____ El Informe MacBride: entre la realidad y la utopía, por Peter Schenkel
89 _____ Propaganda y Contrapropaganda, por Bernardo de Carvalho

REVISTAS

- 96 _____ Hemerografía Europea, por Miguel de Moragas Spa

MESA DE DISCUSION

- 102 _____ El nuevo orden mundial de la información
107 _____ La libertad de expresión y el NOII, por Luis Alberto Solé
111 _____ El sitio a la libertad de prensa, por Leonard H. Marks

TELECOMUNICACION

- 114 _____ ¿Qué es la Telemática?
117 _____ Agenda Mundial de Comunicación 1981
121 _____ Publicaciones recibidas

EN ESTE NUMERO

El concurrido debate en torno al Nuevo Orden Informativo Internacional (NOII), candente, multiforme y de insospechables derivaciones en la década que se inicia no podía estar ausente en esta segunda época de CHASQUI.

Por ello, varias secciones de la revista fueron destinadas al NOII. Quienes conjeturan y diagnostican sobre el tema corroboran de hecho, la importancia meridiana que el mismo tiene en nuestros días. Se trata de personalidades que a su vez son protagonistas directos del NOII: Somavía, precisando los fundamentos de la Comisión MacBride; Schenkel, condensando críticamente el voluminoso Informe de aquel grupo y Akashi, Secretario del Comité de Información de Naciones Unidas, explicándonos en declaraciones exclusivas los conceptos del Informe que a su juicio son primordiales.

En posiciones diametralmente opuestas al NOII, la Declaración de Talloires y las opiniones de Solé y Marks, Director General de la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR) y miembro del Comité Mundial para la libertad de prensa, respectivamente, sustentan sus puntos de vista.

Naturalmente, el debate sobre el NOII conlleva implícitamente el concepto de democratización de la comunicación, como así también la importancia que reviste en el asunto el rol de las agencias noticiosas, precisamente éstos son los aspectos que abordan Bordenave, Vargas y Pasquini.

En la sección documentos creímos ineludible rendir postret homenaje a Genaro Carnero Checa, al conmemorarse el primer aniversario de su fallecimiento (12.XI.80); con esta finalidad se incluye el Acta Constitutiva de la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP) y el Código de Ética Periodística de la misma organización que nuclea al periodismo democrático del Continente. En el mismo capítulo publicamos los decretos de expropiación de los periódicos peruanos, sancionados por el General Velasco Alvarado en 1974 y los de devolución por el presidente Belaúnde Terry en 1980.

CHASQUI es un vocero de la comunicación social que CIESPAL brinda a los estudiantes y académicos de América Latina. Un crisol en donde necesariamente serán proyectadas todas las posiciones, tendencias y corrientes del pensamiento. La finalidad consiste en formar e informar en un todo dialéctico que facilite la confrontación racional y tolerante a la hora de encarar los debates. Arrojar todas las cartas sobre la mesa, evitar partir de presupuestos ideológicos y políticos que frustran el entendimiento y argumentar en la certeza de que los interlocutores saben de qué están hablando.

En nuestros días, cuando la cultura pierde paulatinamente su universalidad y adquiere un carácter polifacético, heterodoxo y patético, el ejercicio de la comunicación solo podrá alcanzar su más amplio sentido si el núcleo de todos los intereses y la concentración de todos los esfuerzos se orientan en la construcción de una humanidad liberada de miedos y prejuicios.

El Editor

Comunicación: participación y diálogo

En el ocaso del siglo XX todavía hay quienes aceptan el ideal político de la democracia, pero rechazan los ideales sociales derivados de los formidables conceptos de libertad e igualdad. Porque los valores democráticos de libertad e igualdad no son simples principios políticos: son valores que tienen vigencia en todas las esferas de la vida social (1). A quien defiende únicamente la libertad, sin sustentarla en ideales éticos y en una clara noción de justicia social, hay que responderle con una afirmación rotunda de dos valores vitales para la auténtica democracia: la igualdad y la fraternidad.

Es desde una perspectiva estrecha de la democracia que surge el concepto tradicional de la comunicación. En el ámbito de la comunicación inter-personal se entendía el concepto como una situación de interacción en la que un individuo (el comunicador) transmite estímulos (usualmente símbolos verbales) para modificar la conducta de otros individuos (receptores) en un encuentro cara a cara (2). De manera semejante, las comunicaciones sociales se percibían así: *Todo acto de comunicación de masas puede descomponerse en cinco elementos: unos comunicadores que transmiten un mensaje por intermedio de un canal a un auditorio con algún tipo de efecto* (3). Y la comunicación no verbal se define como la *transfe-*

(1) Sobre los ideales sociales de la democracia, véase: D.D. Raphael, *Democracia* (San José, Departamento de Publicaciones del Ministerio de Educación Pública, 1976, pp. 1 - 5.

(2) C.I. Hovland Social Communication, en *Proceedings of the American Philosophical Society*, Vol. 92 (1948), p. 371

(3) Read H. Blake y Edwin O Haroldsen, *Taxonomía de conceptos de la comunicación* (México: Ediciones Nuevo Mar. 1977), p. 39.



ARMANDO VARGAS



rencia de significado sin intervención de sonidos simbólicos ni de representaciones de sonidos (4). Es decir, la definición tradicional concibe la comunicación como un acto o proceso de transmisión de mensajes de emisoras a receptores por el intercambio de símbolos a través de canales transportadores de señales. Según este paradigma pseudo - democrático, el objetivo principal de la comunicación es la intención del emisor de afectar en una dirección dada la conducta del receptor; producir ciertos efectos en los sentimientos, pensamiento y acciones del receptor; en una palabra, persuadir.

Este proceso tradicional de la comunicación requiere, particularmente en su modalidad masiva, un elevado grado de libertad, garantizada por el Estado. Pero la igualdad y la fraternidad resultan valores insignificantes, aunque el proceso se realice en una sociedad democrática y en nombre de la libertad. Al efecto, dice el destacado comunicólogo venezolano Antonio Pasquali:

La relación de comunicación soberana por excelencia es el diálogo; no el pseudo - diálogo entre un padre autoritario y el hijo, el verdugo y la vícti-

(4) Idem, p. 48.

ma, unanunciante de productos y el consumidor, un Jefe de Estado y los periodistas en rueda oficial de prensa, sino el verdadero diálogo inter pares; sin prevaricaciones ocultas o evidentes ni argumentos prohibidos, entre interlocutores no programados para respuestas estandarizadas, dispuestos a alcanzar dialécticamente una verdad superior a la de sus respectivos puntos de vista iniciales y en condiciones públicas o privadas elegidas sin coacciones. Sólo en el auténtico diálogo se dan las condiciones de una verdadera democracia (lo medular de un régimen verdaderamente democrático reside en el mantenimiento de un puro diálogo entre el Poder y una Opinión Pública libre, no contaminada por condicionamientos, coacciones, compulsiones o lavados de cerebro previos (5).

La concepción tradicional confunde la comunicación con la información: la primera resulta de un proceso horizontal, en tanto que la segunda responde a un modelo vertical y autoritario. *La comunicación es un proceso de doble vía, que incluye elementos emotivos y cognitivos y que se produce en forma verbal o no verbal. La información es un proceso unidireccional, orientado predominantemente hacia el conocimiento y su transmisión verbal* (6).

Desde una perspectiva democrática

(5) Antonio Pascual, *Comprender la Comunicación* (Caracas, Monte Avila Editores, 1979) p. 48. Sobre el concepto de opinión pública, véase: Alfonso Carro Zúñiga, *La Opinión Pública y los partidos políticos*, revista de ciencias jurídico sociales, 1, 2 (1957), pp. 173 - 190.

(6) Kjell Nowak, Karl Erik Rosengren y Bengt Sigurd, *Communication Privilege and the Realization of Human Values*, en *Communication, Social Organization, Human Resources* (Estocolmo: Comité for Future Oriented Research, 1977) p. 1

auténtica puede afirmarse que el modelo y la definición tradicionales de la comunicación son unilineares, postulan erróneamente una noción mecánica de comunicación como la transmisión de emisores activos a receptores pasivos. En verdad, dice el distinguido comunicólogo boliviano Luis Ramiro Beltrán, no hay tal transmisión sino un despertar de significados latentes en la persona que, al descodificar los símbolos, se incorpora activamente al proceso. Ese modelo tradicional se basa en la noción equivocada de que la comunicación es un acto, un fenómeno estático que confiere un estado de privilegio al emisor; cuando ciertamente la comunicación es un proceso en que todos los elementos operan dinámicamente. Aún más y más importante: es un caso de relación social, un fenómeno de intercambio múltiple de experiencias y no un ejercicio individual de influencia. Tal modelo lleva a confusión entre información, que puede ser un acto de transferencia unidireccional y comunicación que es una relación de doble vía que necesariamente busca por la interacción un terreno común de significados o de conciencia (7).

Dos prominentes investigadores estadounidenses, Everett M. Rogers y Harold D. Lasswell, han reconocido recientemente esta crítica al modelo pseudo-democrático de comunicación, crítica surgida en el Tercer Mundo. Rogers escribió: *Los modelos lineales implican una visión autoritaria y parcial de las relaciones humanas*, y calificó al modelo tradicional como *un paradigma moribundo* (8). Al pronosticar el futuro de la comunicación en el mundo, Lasswell señaló dos paradigmas contradicorios: *el modelo oligárquico* y *el modelo participativo*. Del primero dijo: *En la lucha por la consolidación de un orden público mundial oligárquico, los instrumentos de comunicación son utilizados para inculcar y para distraer*. Y en cuanto al modelo participativo dijo que *los medios masivos deben prestar atención a las oportunidades de generar y reeditar los mapas comunes del pasado, el presente y el futuro del hombre, así como fortalecer un sentido de identidad diferenciado, y ensanchar la definición del le-*

(7) Luis Ramiro Beltrán, *Farewell to Aristotle: Horizontal Communication* (Bogotá, 1979). Manuscrito para la revista *Communication* de Londres y para la Comisión Internacional de Comunicaciones (C.I.C.) p. 12.

(8) Everett M. Rogers, *Social Structure and Communication Strategies in Rural Development*, en *Proceedings of the International Symposium on Communication Strategies for Rural Development*. (Ithaca: Cornell University, 1974, pp. 51 - 52.

gítimo interés común. (9)

En gran medida ha correspondido a comunicólogos latinoamericanos la articulación de la crítica al paradigma clásico de transmisión/persuasión en favor del status quo: la naturaleza antidemocrática de las relaciones sociales entre las naciones y dentro de ellas. Casi toda la crítica latinoamericana se puede condensar en la expresión *comunicación vertical* (10): de arriba hacia abajo, dominante, monológica y manipuladora, es decir antidemocrática.

Ahora bien, la comunicación no constituye una esfera autónoma en la sociedad (un funcionalista diría que se trata de uno de los subsistemas sociales). En la comunicación se reproducen, y muchas veces con características marcadas al extremo, los mismos patrones de autoritarismo, explotación y antidemocratismo de la sociedad global. Y estas característi-



El autor de esta nota (ext. derecha), departe con el Dr. Luis Ramiro Beltrán (traje blanco) y el Viceministro de Relaciones Exteriores de Costa Rica, Mario Fernández (al centro). Junto a ellos, Pablo Roberts, Secretario General del CETTEM y Marcia Scantlebury, Directora de Investigación e Información de CETTEM que preside Armando Vargas.

cas se mantienen, implícitas, en nombre de la libertad. Es evidente que la comunicación no es una cuestión puramente técnica que debe ser tratada separadamente de la estructura económica, política y cultural de la sociedad: es una materia política determinada en gran manera por esta estructura, la cual contribuye a perpetuar

(9) Harold D. Lasswell, *The Future of World Communication: Quality and Style of Life*. Conferencia dictada en el East - West Center de Honolulu, Hawaii, septiembre de 1972.

(10) Para una discusión sobre el significado de esta expresión, véase: Frank Gerase, *Comunicación horizontal* (Lima, Librería Studium, 1973)

En la alborada del siglo XXI se trata de encontrar una salida para ascender de la comunicación vertical/antidemocrática a la comunicación horizontal/democrática.

En el ámbito de la conceptualización, Pasquali ha hecho contribuciones importantes en su crítica a la *cultura de masas* (11), y el respetado comunicólogo paraguayo Juan Díaz Bordenave ha elaborado una serie de ideas valiosas (12) a partir de la *Pedagogía del oprimido* del brasileño Paulo Freire. En nuestro país, un educador y comunicólogo de singular inteligencia y marcada capacidad, Francisco Gutiérrez Pérez, Vice - rector de la Universidad Nacional, ha originado la *Pedagogía de la comunicación* (13)

Pasquali ha intentado una dialéctica

del progreso/regreso en las comunicaciones impuesta por el modelo tradicional. Primero, traza el perfil ideal del ser huma-

(11) Antonio Pasquali, *Comunicación y Cultura de Masas* (Caracas: Monte Avila Editores, cuarta edición, 1978).

(12) Juan Díaz Bordenave, *Aspectos políticos e implicaciones políticas de la comunicación participativa*. Documento presentado al Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participativa. Quito - Ecuador, noviembre de 1978.

(13) Hay una creciente bibliografía sobre la *Pedagogía de la Comunicación*. Véase: Francisco Gutiérrez Pérez, *Ideogenomatesis del Lenguaje Total* (San José, Centro Experimental Latinoamericano de Pedagogía del lenguaje total, 1976)

no inmerso en una auténtica relación de comunicación, en su fase o papel de receptor - sus atributos o funciones parecen ser los siguientes:

- a) ha elegido libremente ser receptor, sin verse obligado a serlo por imposibilidad de emitir (recordemos la precisa expresión de Heidegger en *Ser y Tiempo: Sólo en el genuino hablar es posible el genuino callar, pero callar no quiere decir enmudecer*);
- b) decide libremente sintonizar el mensaje a través del canal de su elección (disfruta de acceso a todos los mensajes existentes, esto es, de libertad de estar informado en condiciones igualitarias.
- c) descodifica o descifra el mensaje que recibe por los canales aferentes de la sensibilidad, vista, oído y tacto;
- d) se produce en él la comprensión del mensaje como verdadero acto de recepción, una comprensión no programada ni mecanicista, variable en el tiempo para un idéntico mensaje, dependiente de su capacidad personal de descifrar códigos, de los límites personales de comprensión, del efecto acumulativo y de su entero bagaje cultural;
- e) puede decidirse por asumir el rol de emisor cada vez que lo considere conveniente.

Luego, Pasquali aplica el anterior esquema ideal para formular el diagnóstico de una relación de comunicación degradada con el siguiente resultado:

- a) el mudo receptor maximiza el canal aferente y minimiza el eferente, por impedimentos exógenos de acceder a la emisión (acusa un bajo coeficiente de participación);
- b) sólo sintoniza el mensaje que le es impuesto por el emisor sin alternativas (acusa un bajo coeficiente de acceso);
- c) atrofia su capacidad de comprensión abierta del mensaje, por tendencia del emisor a mecanizar y condicionar la respuesta (sea la idiotización e instrumentalización del receptor).

Concluye Pasquali: *El anterior no es más que un esbozo de diagnóstico descriptivo, la puesta en evidencia de un trauma ético de consecuencias sociales. Esto parece demostrar, efectivamente, la degradación de la relación de comunicación a relación de información, del diálogo al monólogo, del mensaje a la alocución ordenadora (14).*

Los aportes de todos estos pensadores latinoamericanos se resumen adecuadamente en el paradigma horizontal pro-

puesto por Beltrán:

Comunicación es el proceso de interacción social democrática, basado en el intercambio de símbolos, por el cual los seres humanos voluntariamente comparten experiencias bajo condiciones de acceso, diálogo y participación libre e igualitaria. Toda persona tiene derecho de comunicarse para satisfacer sus necesidades de comunicación accediendo a los recursos de comunicación. Los seres humanos se comunican con propósitos múltiples: influir en la conducta de otros no constituye el propósito principal (15).

Es necesario descomponer este paradigma democrático en sus diversos elementos para una mejor comprensión.

Acceso es el ejercicio efectivo del derecho a recibir mensajes.

"... UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN HORIZONTAL BASADO EN UNA DISTRIBUCIÓN EQUITATIVA DE RECURSOS Y MEDIOS QUE PERMITEN A TODAS LAS PERSONAS ENVIAR Y RECIBIR MENSAJES..."

Diálogo es el ejercicio efectivo del derecho a recibir y emitir mensajes en forma concurrente.

Participación es el ejercicio efectivo del derecho a emitir mensajes.

Derecho de Comunicación es la facultad inherente a todo ser humano de emitir o recibir mensajes, en forma intermitente o concurrente.

Necesidad de comunicación es tanto una demanda individual como un requerimiento de existencia social para usar los recursos de comunicación con el objeto de compartir experiencias a través de la interacción mediante símbolos.

Recurso de comunicación es cual-

quier elemento material o energético cognoscitivo, afectivo o físico utilizable para hacer posible el intercambio de símbolos entre seres humanos.

Libertad es un concepto relativo. La libertad absoluta no es deseable, ni viable. La libertad de cada individuo es limitada por la libertad de los demás, siendo la restricción producto de un pacto de responsabilidad social al servicio del bien común. La libertad de cada sociedad es relativa a la libertad de las otras sociedades.

Igualdad es un concepto relativo. La igualdad absoluta es imposible. La simetría total en la distribución de oportunidades para emitir y recibir mensajes no es alcanzable. Las oportunidades comparables son posibles en tanto se puedan expandir las oportunidades de recibir y en tanto la reducción significativa de la concentración de oportunidades de emisión no sea imposible. Se pretende un balance proporcional, no una equivalencia matemática.

Ejercer influencia en la conducta de otro es un propósito lícito en comunicación, a condición de que no sea unilateral, autoritario o manipulador. Es decir, una persuasión que al menos potencialmente sea mutua y que efectivamente respete la dignidad humana no debe ser negada como objetivo de la comunicación. Empero, aún en tal caso, la persuasión es uno entre diversos objetivos de la comunicación y no debe ser considerado el más importante.

Recapitulando puede decirse que en el pasado el rol de la comunicación era percibido esencialmente como un proceso para informar e influir sobre las personas. Ahora se propone que la comunicación debe ser entendida como un proceso de interacción social a través del intercambio equilibrado de información y de experiencias. Este cambio de percepción implica el predominio del diálogo sobre el monólogo. La meta es lograr un sistema de comunicación horizontal basado en una distribución equitativa de recursos y medios que permiten a todas las personas enviar y recibir mensajes. Sólo hay verdadera comunicación en caso de auténtica acción recíproca entre agente y paciente, en que cada interlocutor habla y es escuchado, recibe y emite en condiciones de igualdad.

El acceso, el diálogo y la participación son los elementos clave en el proceso democrático de la comunicación horizontal. Hay una estrecha relación de interde-

(14) Pasquali, *Comprender ...* p. 139 - 140

(15) Beltrán, *Farewell...* pp. 28 - 30

pendencia entre los tres :

a) a mayor acceso, más altas las probabilidades del diálogo y la participación;

b) a mejor diálogo, más útil es el acceso y más grande el impacto de la participación;

c) a mayor y mejor participación, más altas las posibilidades para que se concentren el diálogo y el acceso.

En conjunto, conforme aumenten el acceso, el diálogo y la participación, se satisfarán más necesidades de la comunicación y el derecho a la comunicación será más efectivo, así como será más eficiente la utilización de los recursos de comunicación. Hace sólo tres años, un selecto grupo de expertos se reunió para analizar este modelo democrático de comunicación, alcanzando definiciones pragmáticas, aunque limitadas, que parece oportuno reseñar para una mejor fundamentación (16)

El acceso implica la capacidad de la persona para aproximarse a los sistemas de comunicación. En términos concretos, esa relación puede darse en dos niveles: el escogimiento y la retroalimentación. En el nivel de escogimiento, el acceso incluye: el derecho individual a los recursos de comunicación y el derecho individual de escuchar o ver los programas deseados, cuando la persona lo quiera; la disponibilidad más amplia de recursos y materiales, el escogimiento de los cuales es hecho por el público en vez de ser impuesto por las organizaciones de producción (materiales educativos e informativos, servicios y programas alternativos); la transmisión de materiales solicitados por el público. En el nivel de retroalimentación el acceso incluye: la interacción entre productores y receptores de mensajes; la participación directa del auditorio durante la transmisión de los programas; el derecho de comentar y de criticar; los medios para mantenerse en contacto con los procedimientos, administradores y gerentes de las organizaciones de comunicación.

El diálogo es el eje de la comunicación horizontal porque, si se va a dar una genuina interacción democrática, cada persona debe tener oportunidades comparables para emitir y recibir mensajes, así como para impedir el monopolio de la palabra por el monólogo. En esta perspecti-

va, los roles opuestos del emisor y receptor se subsumen en una doble función balanceada y constante: todos los participantes en el proceso de comunicación deben ser identificados como comunicadores.

La participación implica involucrar al público en la producción y en la conducción de los sistemas de comunicación. También opera en distintos niveles: la producción, la toma de decisiones y la planificación. En el nivel de la producción la participación incluye: oportunidades irrestrictas para que el público (individuos y grupos) produzcan programas y tengan acceso al asesoramiento profesional; poner a disposición del público materiales técnicos y recursos de producción. En el nivel de adopción de decisiones la participación incluye involucrar al público en la programación (contenido y duración de los programas, fijación del tiempo de transmisión); así como en la

conducción, administración y financiamiento de las organizaciones de comunicación. En el nivel de la planificación la participación incluye el derecho del público a contribuir en la formulación de políticas y planes de las organizaciones de comunicación; la definición de objetivos, de los principios de conducción y de la programación futura; así como en la formulación de planes de comunicación locales, regionales y nacionales.

Conceptualmente la comunicación horizontal es exactamente lo opuesto a la comunicación vertical. En términos reales, sin embargo, no puede concebirse la comunicación horizontal como alternativa absoluta para la comunicación vertical. Si la comunicación vertical ha de permanecer, debería decidirse que no sea manipuladora, engañosa, explotadora y coercitiva.

La práctica democrática de la comunicación horizontal parece menos difícil en el caso de formatos interpersonales (in-



(16) UNESCO, Meeting on self management, Access and Participation in Communication, Final Report, pp. 3 - 4 Belgrado, 18 - 21 Octubre de 1977.

dividuos y grupos) que en el caso de formatos impersonales (medios masivos). Una explicación técnica es la dificultad intrínseca de alcanzar una retroalimentación adecuada en la comunicación de masas. La radiodifusión, por ejemplo, es comúnmente considerada como un típico medio para la distribución masiva y unidireccional de mensajes. Empero Bertold Brecht, hace casi medio siglo, previó un futuro distinto. Escribió el dramaturgo alemán:

La radio debe cambiar de medio de distribución a medio de comunicación. La radio sería el más maravilloso medio de comunicación en la vida pública: un enorme sistema interconectado - es decir, podría serlo si tuviera capacidad no sólo de transmitir sino también de recibir, de permitir al oyente no sólo escuchar sino también de hablar, si pudiera ser un medio no para aislar al oyente sino para ponerlo en contacto con otras personas (17).

La principal dificultad para lograr la comunicación horizontal es política: el hecho de que los medios de comunicación masiva, en su mayoría, son herramientas de las conservadoras fuerzas mercantilistas que controlan los medios de producción nacional e internacionalmente. D.F. Parkhill, experto asesor de la Comisión Internacional de Comunicaciones, ha escrito:

Debería ser un fundamental principio de política de una sociedad libre el esfuerzo constante por maximizar la participación y la diversidad, así como por oponerse con fuerza a cualquier cosa que favorezca la concentración del control. Porque parece obvio que tal control de los medios electrónicos, por parte del Estado o de intereses privados, representaría una seria amenaza a la libertad de expresión que es la sangre vital para una comunidad democrática (18).

Desilusionados con el capitalismo y sin esperanzas en el comunismo, en América Latina algunos comunicadores observan recelosos el avance conceptual y las experiencias limitadas con el modelo democrático. Díaz Bordenave ha dicho:

Comprendemos que, dentro del sistema capitalista, es imposible democratizar verdaderamente los medios

para ponerlos al servicio del pueblo. Bajo el capitalismo, la mayoría de los sistemas de comunicación - a pesar de las afirmaciones en sentido contrario de la Sociedad Interamericana de Prensa - son los vehículos principales de la persuasión masiva para el mantenimiento de un sistema económico ya anacrónico, cuya legitimidad es fuertemente cuestionada. Es cierto que la manipulación de los sistemas de comunicación no es exclusividad de las sociedades capitalistas. Su rol verdadero, sin embargo, debe ser desenmascarado porque en estas sociedades los medios comerciales se presentan como campeones de la libre expresión democrática, cuando en verdad los medios son maestros en la distorsión de la comunicación (19).

Pero el mismo Díaz Bordenave propone acciones encaminadas a sacar beneficio del modelo democrático, desde una perspectiva latinoamericana realista. Por ejemplo sugiere:

"... LOS VIEJOS MOLDES MENTALES RESULTAN INADECUADOS PARA APREHENDER EL AVANCE PORTENTOSO DE LAS TELECOMUNICACIONES..."

- Abandonar la idea de que la comunicación participativa puede ser practicada independientemente de la lucha por la transformación de la estructura social y aparte del movimiento político orientado hacia de redistribución del poder en la sociedad.

- Superar la idea de que la comunicación participativa es una herramienta que puede utilizarse única o mayormente como una metodología en la realización de proyectos de desarrollo y que, por lo tanto, debe ser preocupación académica, tecnológica y profesional, en vez de ser una cuestión ideológica y política.

- Promover un proceso sistemático de concientización de comunicadores y educadores sobre la necesidad de poner la comunicación y la educación al servicio

de los esfuerzos por la liberación del pueblo.

- Ejercer presión sobre los actuales sistemas nacionales de comunicación para abrirlos al acceso, la participación y la autogestión del pueblo, refrenando la utilización de los sistemas de comunicación como fuente de lucro y poder de grupos económicos privilegiados.

- Sobre todo, dar personalmente el ejemplo de comunicación participativa en nuestra propia conducta personal y profesional, adoptando el diálogo y la interacción democrática en nuestras relaciones con otras personas, como manifestación externa de la entrega de nuestras vidas a la transformación de nuestro mundo en un campo de libertad donde todos participemos juntos en la construcción de una sociedad más feliz (20).

III

Esta concepción democrática de la comunicación responde a cambios de enorme significado y repercusión gigantesca en el mundo de las telecomunicaciones. La nuestra es verdaderamente la era de las comunicaciones. En la época moderna se ha presenciado el desarrollo acelerado de nuevos recursos, técnicas y aparatos de comunicación, particularmente para la transmisión y recepción de mensajes. Un descubrimiento sigue al otro con pasmosa rapidez.

El fonógrafo fue descubierto por Edison a mediados del siglo pasado. La telegrafía fue inventada en 1840 por Sir Charles Wheatstone y Samuel Morse. El primer mensaje telegráfico fué transmitido públicamente en 1844; en 1876 Bell envió el primer mensaje telefónico por cable. Alrededor de 1895, Marconi y Popoff tuvieron éxito separadamente, en transmitir y recibir mensajes inalámbricos. En 1906, Fessenger transmitió la voz humana por radio. En 1839 Daguerre diseñó un método práctico de fotografía. El primer film fué proyectado en 1894. Ya en 1904 las primeras fotografías fueron transmitidas por aparatos fotoeléctricos (el sistema Belin), en tanto que la primera imagen fue televisada en 1923. Las primeras cadenas de radiodifusión se instalaron hace 40 años, las transmisiones de televisión comenzaron en los años '30 y la transmisión regular a color empezó en 1954.

Las comunicaciones intercontinentales rápidas se iniciaron con el cable sub-

(17) Bertold Brecht, Theory of Radio, Gesammelte, Werke, Band VIII, 1932, p. 129.

(18) D.F. Parkhill, Communication Technologies in the 1980's (I): The Future of Computer Communication, C.I.C. document No. 81.

(19) Juan Díaz Bordenave, Participation in Communication Systems for Development, Rio de Janeiro, 18 mayo 1980, pp. 10 - 15

(20) Idem, pp. 21 - 24

marino tendido entre Europa y los Estados Unidos en 1857. Las primeras llamadas telefónicas transatlánticas por cable se realizaron en 1956, pero los primeros sistemas de radioteléfono y radiotelégrafo funcionaban regularmente en los años 20. Los teleimpresores ya habían comenzado en 1930. Early Bird, el primer satélite comercial de comunicaciones, fué lanzado en 1962. Las fibras ópticas en experimentación y las fichas electrónicas representan un salto cualitativo inimaginable hace poco en la capacidad tecnológica de la comunicación.

Súbitamente, se comprende que la comunicación desempeña un rol esencial en la sociedad. Los viejos moldes mentales resultan inadecuados para aprehender el avance portentoso de las telecomunicaciones. Porque la comunicación es inherente al ser humano que vive en comunidad y en comunión, pero esta repentina transformación de las posibilidades de comunicación sacuden desde sus cimientos a toda la sociedad que demanda nuevos principios para afrontar esta explosión. Por eso ha surgido la demanda de un nuevo derecho humano universal: el derecho a la comunicación (21), garantía del modelo democrático de comunicación horizontal.

En la época del ágora y del foro, cuando la comunicación era directa e interpersonal, emergió un derecho que es la raíz de toda civilización: la libertad de opinión. La naciente libertad de opinión tuvo que abrirse campo entre diversas fuerzas sociales, religiosas y políticas, como lo atestigua la historia de inquisiciones, martirios y persecuciones. Lentamente, la libertad de opinión llegó a ser aceptada como componente básico de la vida social hasta constituir, en el Renacimiento y la Reforma, una de las demandas en las luchas contra los poderosos. Es la forma más antigua del derecho a la comunicación.

El advenimiento de la imprenta, primero de los medios masivos, dió origen a un corolario que se agita hoy como bandera de civilización: la libertad de expresión. Este nuevo concepto nació en lucha

contra las prerrogativas religiosas y políticas de los reyes para controlar lo que entraba a la mente de las personas. En un tiempo menor - los tres siglos que separan a Gutemberg de los filósofos de la Ilustración - la libertad de expresión fue reconocida hasta obtener su justo lugar, como una formulación más elaborada del derecho a la comunicación, en la Primera Declaración de los Derechos del Hombre.

El siglo XIX, que vió el extraordinario desarrollo de la prensa de circulación masiva, fue marcado por constantes luchas para ganar la libertad de prensa. Entre barricadas y revoluciones, la humanidad avanzó por la senda de la civilización hasta que los pueblos se impusieron a los poderosos y sobre todo tipo de censura.

La llegada sucesiva de otros medios masivos - el film, la radio y la televisión - y el recurso abusivo a todas las formas de propaganda en vísperas de la anterior guerra mundial, demostraron la necesidad de reconocer un derecho humano más específico pero más amplio, a saber, el derecho de *investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirla sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión*. Apenas unos treinta años separan la aparición de estos nuevos medios y la proclamación del nuevo derecho humano, el derecho de informar y ser informado, inscrito en la Declaración Universal de 1948.

Hoy parece posible un nuevo paso adelante: el reconocimiento del derecho humano a la comunicación, derivado de las más recientes victorias sobre el tiempo y el espacio, y de la mayor conciencia sobre el fenómeno de la comunicación. Desde el comienzo, este derecho fundamental estuvo implícito en el substrato de las libertades que se han conquistado sucesivamente: la libertad de opinión, la libertad de expresión, la libertad de prensa y la libertad de información. El advenimiento de las máquinas, interpuestas entre las personas, hizo que se olvidara su existencia. Ahora está claro que incluye todas esas libertades pero las enriquece, tanto en el ámbito individual como social, con los conceptos democráticos de acceso, diálogo y participación, los cuales son vitales para el desarrollo armonioso del hombre y de la humanidad. ●

(21) Sobre el concepto de derecho a la comunicación, véase: Jean D'arcy, *The Right to Communicate*, C.I.C. document No. 36: D'Arcy, *Communications as a Right, Unfrocking the Magicians*, Intermedia, International Institute of Communications, No. 5. London, UNESCO, *Towards a Definition of the Right to Communicate, An experts Meeting, CC/78/CONF. 630/2, París, 1978.*

ARMANDO VARGAS

Comunicador costarricense. Director del Centro de Telecomunicaciones para el Tercer Mundo (CETTEM).



tecnológicas

ONDAS MILIMÉTRICAS

En pocos años más comenzarán a utilizarse las ondas milimétricas, señales de radio de alta frecuencia que vibran mil veces más rápido que las de la televisión.

En teoría, las ondas - que pueden comenzar a funcionar en el radar, las comunicaciones y la energía atómica - cuentan con más ventajas que las micro - ondas y las ligeras. Hasta hoy, las ondas milimétricas no fueron prácticas debido a que las técnicas para la fabricación de equipos que puedan generarlas y detectarlas, son muy complejas. Las nuevas tecnologías han atenuado esas dificultades.

Se piensa que las ondas milimétricas podrían, en un futuro cercano, guiar a los proyectiles de mortero hacia sus objetivos con la misma precisión que un cohete teledirigido, o ayudar a evitar el congestionamiento de las ondas de radio que son ya muy graves.

Igualmente, las ondas pueden perfeccionar el radar al punto de permitir que un avión distinga desde el aire, a miles de metros de altura, si un transporte terrestre lleva soldados o carga.

El aumento de popularidad de suscribirse a determinados canales de TV, permitiendo que un gran número de ellos reboten de un techo al otro directamente en las casas, sin el costo de los cables, es otra de las múltiples posibilidades de la innovación radial.

El término de onda milimétrica es usado para referirse a un gama de señales de radio, cuya longitud de onda es entre

un centímetro o cuya frecuencia se da entre los 30 Gighagertz y 300 GHZ. La habilidad de una señal para transformar información es proporcional a su frecuencia. En el caso de las ondas, su frecuencia es tan grande que pueden transportar más información que todas las otras bandas de radio combinadas.

EL TOCADISCOS SIN AGUJA

Si Ud. acaba de desembolsar entre 600 y 800 dólares y se siente enorgullecido de su Betamax y algunos video - cassettes, comprobará en los próximos meses que se trata de un aparato anacrónico. En efecto, los ingentes esfuerzos de los fabricantes por convertir a las residencias privadas en el eje absorbente del entretenimiento doméstico, ha dado inicio a la batalla por la industria del videodisco.

A finales de marzo pasado, la RCA Corp. presentó en más de cinco mil puestos de venta de los Estados Unidos, su propia versión del video - disco, tras invertir 20 millones de dólares y 20 años de investigación.

El sistema de la RCA, conocido como Selectavisión es consecuencia directa de los altos costos de la gasolina, las comidas en los restaurantes y los espectáculos en las salas comerciales, factores que han incidido paulatinamente en la producción de video-cassettes, juegos por computadoras, pantallas de televisión y sistemas de cablevisión.

Pero ¿qué es el video - disco? Su diferencia con el video - cassette consiste en su flexibilidad. El video - disco es una variable del tocadisco, pero visual, un aparato que interpreta discos para proyectar imágenes en la pantalla del telereceptor.

Los orígenes del video - disco encuentran su lugar de nacimiento en Europa Occidental, cuando en 1970, la Telefunken de Alemania Federal y Decca, de Inglaterra, lanzaron a TED, un disco flexible que se insertaba en un tocadiscos compacto y reproducía imágenes de alta fidelidad.

Otras corporaciones, naturalmente, no se quedaron a la zaga. Así, la Phillips de Holanda, principal transnacional de telecomunicación en el mundo y la compañía MCA de California avanzaron a partir de 1972 por caminos paralelos a la Telefunken y Decca.

Phillips y MCA son propietarias de los estudios cinematográficos de Universal Pictures entre otras empresas y fueron las primeras en introducir el rayo laser en el video - disco. Hacia finales de la década pasada, entró en la competencia del mismo producto la Japan Victor Company (JVC), subsidiaria de la Matsushita.

El video - disco Laser - Visión es un disco plateado, emparedado entre capas de vinilo transparente, en las cuales las señales de video han sido codificadas sobre la superficie. Pero no hay aquí aguja lectora sino un brazo del cual surge el laser que puede decodificar la imagen impresa en el disco, mismo que nunca es tocado y por lo tanto nunca se raya o se desgasta. Por otro lado, el sonido del sistema es estereofónico. La ventaja del video - disco sobre el video - cassette salta a la vista. La caja que contiene la cinta del video - cassette se reduce en el caso del video - disco a una película delgada que no se desgasta o deteriora.

La fascinante y alucinante carrera tecnológica sin embargo, no acaba ahí. Una tercera tecnología desarrollada por la JVC ya está por lanzarse al mercado: es también un video - disco, pero sin los surcos tradicionales que tienen los discos. En lugar de protagonizar los saltos entre surco y surco para producir el movimiento de la aguja que crea corriente eléctrica, el modelo genera un movimiento arriba - abajo que va modificando la intensidad de una corriente existente, mantenida constantemente del disco a la aguja. El sistema reposa sobre una propiedad eléctrica, capacitancia, y se vale de un electrodo adjunto a la aguja que decodifica los cambios en la intensidad de la corriente y produce de ese modo la señal de video.

Quienes ven el futuro cargado de nubarrones son los empresarios de cine. Norman Levy, presidente de la Convención de "marketing" de la Twentieth Century Fox, aseguró en Singapur (marzo) que el enemigo del denominado séptimo arte es el video - disco antes que el video - cassette.



Querido Harold: a la hora que veas este video -cassette yo estaré lejos, muy lejos.