



CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

DEMOCRACIA Y COMUNICACION

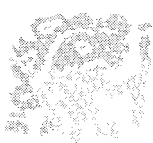
Halloran - Carnero

García Canclini

Roncagliolo - Alves

Kaplún - Fuentes





Carta de los Editores

Apreciado lector:

Para el número 7 de CHASQUI hemos elegido como tema central la candente problemática "Democracia y Comunicación". Pensamos que hoy en día en los países de América Latina, el análisis y la discusión sobre el papel que juega la comunicación tanto masiva como alternativa, horizontal como vertical, en busca de una verdadera democratización de las estructuras sociales, económicas y políticas, es más vital que nunca. El tratamiento de estos temas desde diferentes puntos de vista es imprescindible para tener una visión amplia y pormenorizada.

La entrevista exclusiva está a cargo del Profesor James D. Halloran, Presidente de la Asociación Internacional para la Investigación de la Comunicación Colectiva (AIERI). En la sección ensayos nos complace contar con colaboraciones de investigadores tan prestigiosos como Rafael Roncagliolo, Néstor García Canclini y Mario Kaplún. A la controversia contribuyeron el periodista argentino José Ricardo Eliashev y el Profesor canadiense William H. Melody.

En la sección actualidad, Germán Carnero Roque presenta la versión autorizada sobre lo que será la nueva Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (ALASEI) que próximamente iniciará sus labores desde Ciudad de México. Por la importancia del tema, en la sección documentos, incluimos los Estatutos de ALASEI.

Además, en este número iniciamos una nueva sección denominada Enseñanza de la Comunicación y donde esperamos tener contribuciones de las diferentes Escuelas y Facultades de Comunicación de América Latina y El Caribe. La sección la inaugura Raúl Fuentes Navarro, Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del ITESO en Guadalajara, México, con el trabajo sobre "Un Modelo Dinámico Curricular en Comunicación".

Presentamos, además, un interesante aporte sobre la radio escrito por Walter Ouro Alves, y otro sobre la propaganda en el Brasil, preparado por María Luisa Mendonça.

En nuestra sección noticias damos a conocer varios concursos y eventos internacionales que serán de interés para usted.

Finalmente, en la sección bibliografía y hemerografía tenemos reseñas de libros y revistas tanto de América Latina como de Europa.

Para terminar queremos reiterarle que esperamos críticas, sugerencias y comentarios para mejorar aún más los números futuros de CHASQUI.

Reciban un afectuoso saludo de

Ronald Grebe López y Jorge Mantilla J.

En este número

4 EDITORIAL

6 ENTREVISTA

12 ENSAYOS

12 Comunicación y Democracia en el Debate Internacional

Rafael Roncagliolo

18 Las Políticas Culturales y América Latina

Néstor García Canclini

28 La Teoría del Desarrollo y las Ideas Mesiánicas

Majid Tehrainian

40 La Comunicación Popular: ¿Alternativa Válida?

Mario Kaplún

44 La Mayor Pantalla del Mundo: La Radio como Vehículo Visual

Walter Ouro Alves

52 CONTROVERSIA

61 ACTUALIDAD

61 De las Contradicciones en la Comunicación Democrática

Robert A. White

70 ALASEI y la Soberanía de América Latina y el Caribe

Germán Carnero Roque

74 La Legitimación a través de la Propaganda

María Luisa Mendonça

79 COMENTARIOS SOBRE CHASQUI

80 ENSEÑANZA

80 Enseñanza de la Comunicación

81 Apuntes para un Diseño Curricular en Comunicación

Raúl Fuentes Navarro

84 COMENTARIOS

86 ACTIVIDADES DE CIESPAL

90 NOTICIAS

100 DOCUMENTOS

109 BIBLIOGRAFIA

113 HEMEROGRAFIA

118 FICHAS Y RESEÑAS

120 SECCION PORTUGUESA

121 ENGLISH SECTION



Luis Eladio Proaño

Para entender el alcance de este número de CHASQUI es menester puntualizar el sentido que damos a estos términos dentro de su amplia riqueza de interpretación.

El término *democracia* tiene connotaciones de tipo político y económico que se tornan, todavía más complejas y variadas, cuando la *democracia* se aplica a la *comunicación*. La interpretación más común de *democracia*, desde el punto de vista político, es aquella que sitúa su esencia en la capacidad que tienen los ciudadanos de un país para escoger sus gobernantes libremente, mediante la expresión del voto personal. En esta definición el pueblo es la fuente del poder que lo ejercen vicariamente los representantes que libremente hubiera escogido.

Desde el punto de vista económico, *democracia* se opone a *plutocracia*. En ésta gobiernan quienes tienen el dominio de los medios económicos y como son una minoría respecto de la población se convierten en oligarcas que velan exclusivamente por sus intereses de grupo. Por el contrario, en la *democracia*, el poder lo ostenta el pueblo a través de sus representantes que defienden los derechos y aspiraciones de las mayorías populares.

Antes de adentrarnos en el significado de *comunicación* y *democracia* descartemos un poco el verdadero sentido de *comunicación*.

Sería vano insistir en la elaboración de una definición que sea aceptada por todos. En fun-

COMUNICACIÓN

ción de los artículos de este número de CHASQUI, trataremos de llegar a una definición que sea coherente con lo planteado en ellos, partiendo de un muestreo significativo entresacado de los más destacados estudiosos de la *comunicación*.

Wilbur Schramm apunta al origen latino de la palabra *comunicación* que proviene de *communis*, común, "Cuando nos comunicamos, dice, estamos tratando de establecer algo común con alguien. Esto es, tratamos de compartir información, una idea o una actitud".

"En su definición más simple, la *comunicación* es el arte de transmitir información, ideas y sentimientos de una persona a otra", explica Edwin Emery.

Para Charles H. Cooley *comunicación* significa el mecanismo por el cual las relaciones humanas existen y se desarrollan: Todos los símbolos de la mente, conjuntamente con los medios de transmitirlos a través del espacio y de preservarlos en el tiempo. Eso incluye la expresión del rostro, actitud y gesto, los tonos de la voz, palabras, imprimir, escribir, ferrocarriles, telégrafos, teléfonos y cualquier otra cosa que pueda ser el último logro en la conquista del espacio y del tiempo".

La *comunicación*, según Robert E. Park, es un proceso o forma de interacción que es interpersonal, social en un estrecho sentido. El proceso se completa sólo cuando resulta en alguna

COMUNICACION

Y DEMOCRACIA

forma de entendimiento. En otras palabras, nunca es un mero caso de estímulo y respuesta en el sentido en el que esos términos son usados en la psicología individual. Es más bien expresión, interpretación y respuesta”.

C.I. Hovland define la comunicación como “el proceso por medio del cual el individuo (comunicador) transmite estímulos (generalmente símbolos verbales) para modificar el comportamiento de otros individuos (perceptores)”.

H.D. Lasswell establece que un acto de comunicación entre dos personas sucede cuando “estas entienden del mismo modo”.

C.E. Osgood sitúa la comunicación dentro de la teoría general de sistemas: “Tenemos comunicación, dice, siempre que un sistema influencia los estados o acciones de otros sistemas, el destinatario o receptor seleccionado entre las diversas alternativas aquellas señales que puedan ser transmitidas por el canal que los conecta. Al tratar de sistemas de comunicación humanos, generalmente nos referimos a grupos de señales en forma de mensajes, y estos son en la mayor parte de los casos, aunque no necesariamente, mensajes lingüísticos”.

“Comunicación, según C.R. Wright, es el proceso de transmitir expresiones significativas entre los hombres”.

“El concepto de comunicación, para J. Ruesch, incluiría todos aquellos procesos por los

cuales las gentes se influyen unas a otras”.

De acuerdo a estas definiciones, podríamos decir que en la comunicación se transmite, se interactúa, se comparte y se influye.

Quando se habla de democratización de la comunicación estos elementos cobran un sentido nuevo. La comunicación es eminentemente dialogal y echa andar un proceso de interacción y mutua información para descubrir la realidad social, hacer su diagnóstico y sentar objetivos que satisfagan sus aspiraciones y necesidades mediante mecanismos de ejecución y control que aseguran su consecución.

La comunicación es un recurso de la sociedad para superar los obstáculos que impiden su desarrollo integral y una justa distribución de las riquezas que generan todos los individuos congregados en una nación.

A este tipo de comunicación se la llama también alternativa por ofrecer una opción diferente en cuanto al sistema de propiedad, a la forma de buscar y procesar la información, a la utilización de medios de comunicación de baja tecnología, a la elaboración y destino que se da a los mensajes.

En los artículos que siguen el lector encontrará abundante materia para la reflexión y profundización de un tópico que en la hora actual es de suma importancia en el desarrollo de América Latina.



James D. Halloran:

SOBRE COMUNICACION Y DEMOCRACIA

La última reunión de la Asociación Internacional para Investigadores de la Comunicación Colectiva (AIERI) tuvo como tema central "Comunicación y Democracia". En este importante evento, realizado en septiembre de 1982 en París, se discutió y analizó ampliamente esta temática, trascendental tanto para los países en vías de desarrollo como para las naciones industrializadas. En las plenarias de la Conferencia de París los participantes partieron de un análisis de términos, ya que por un lado existe la preocupación sobre el rol que la comunicación masiva juega en la promoción de un proceso democrático, mientras que por otro lado se piensa en el significado y la naturaleza de la democratización del propio proceso de comunicación. Ambos aspectos están interrelacionados y tienen implicaciones mutuas. También se debatió sobre la naturaleza, el acceso y la participación femenina, juvenil y familiar a las posibilidades de comunicación. Otras temáticas ampliamente discutidas fueron el rol de la comunicación alternativa y de las nuevas tecnologías, así como los problemas internacionales y transnacionales de comunicación.

Considerando la importancia de este evento internacional y sus implicaciones futuras, CHASQUI entrevistó al Presidente del AIERI, Prof. **James D. Halloran**, que aporta criterios valiosos y precisos sobre la problemática de la comunicación y la democracia.

En la entrevista exclusiva, que fue realizada a pedido de CHASQUI por **Robin McCron**, investigador asociado de la Universidad de Leicester, Gran Bretaña, se plantean criterios novedosos no sólo para los investigadores de la comunicación de nuestro continente, sino también para los estudiantes de las Escuelas de Comunicación y para los profesionales de los medios masivos.

CHASQUI: *El término "Comunicación y Democracia" está en labios de todo el mundo cuando se tratan asuntos relacionados con los medios de información y comunicación. ¿Qué significado tiene ese término para Ud.?*

James D. Halloran: Sí, en realidad es algo así como un lema y, al igual que en cualquier situación en la que la expresión "democracia" esté implicada, a

diferentes personas le significa diferentes cosas. La comunicación es inevitable, y la mayoría de la gente parece estar a favor de la democracia pese a que existen inmensas diferencias, incluyendo diferencias en las políticas y prácticas de la comunicación misma y entre las sociedades que afirman ser democráticas.

Su pregunta podría conducirme

hacia un callejón sin salida de condescendencia conmigo mismo. Mucho tiempo podría emplear en tratar de ser preciso y sin duda algo pedante respecto a conceptos y definiciones pertinentes. No estoy sugiriendo que la precisión y la claridad carezcan de importancia (la reciente conferencia de la AIERI/IAMCR* realizada en París dedicó mucho tiempo al tema), pero como aquí no estamos en ninguna confe-

rencia, propongo dar respuesta a su pregunta en la forma más sencilla posible, corriendo el riesgo de que se me acuse de estar suplicando que se me hagan más preguntas que las que puedo contestar.

Cuando escucho la frase "Comunicación y Democracia" pienso, en primer lugar, en todas las personas y en sus necesidades, y, más específicamente, en sus necesidades de comunicación, y lo que de inmediato me salta a la mente es, sencillamente ¿hasta qué punto satisfacen estas necesidades los diferentes sistemas de comunicación y los medios de información en distintas partes del mundo?

CH.: Cuando Ud. mismo se hace esa pregunta ¿qué respuesta o respuestas logra obtener?

J.H.: Bueno, obviamente no estoy al tanto de la situación en todas las par-

ciones en todo el mundo va de arriba hacia abajo, es vertical y no horizontal, es restringido y no abierto, está orientado hacia los círculos gobernantes y no es democrático, y tiene la tendencia de conservar el *status quo* en vez de optar por el cambio. Lo que es más, conforme podemos conocer por los resultados de las investigaciones, este cuadro general es válido tanto a nivel nacional como internacional.

CH.: Si su descripción es correcta ¿por qué cree Ud. que es así?

J.H.: En un plano más detallado de explicación, está claro que la situación difiere de país a país, pero estimo que sí puedo ver las similitudes y las diferencias. La comunicación es poder, y la comunicación es dinero, y en forma general quienes ostentan el poder y/o el dinero no los reparten con mucha facilidad. La mayoría de las decisiones que se toman en el mundo respecto a

**"La comunicación es poder,
y la comunicación es dinero,
y en forma general
quienes ostentan el poder
y/o el dinero no
los reparten con
mucha facilidad"**

tes del mundo, pero he tenido el privilegio, si esa es la expresión correcta, de experimentar la situación en muchos países y, corriendo otra vez el riesgo de un exceso de simplificación y un exceso de generalización, me vería compelido a contestar en forma más bien negativa. En algunos países la situación es peor que en otros pero en general no me siento muy feliz con lo que veo.

CH.: ¿Por qué dice eso?

J.H.: Me hago la pregunta: ¿por qué la comunicación debe principalmente ser un asunto de los pocos que hablan a los muchos respecto a su forma de percibir los problemas de esos muchos, pero desde el punto de vista de los pocos? Admito que esta es una aseveración bastante general, pero que de una u otra manera puede aplicarse casi universalmente. El flujo de las comunica-

políticas sobre los medios de información y la comunicación misma se podrían colocar bajo tres categorías principales: El provecho privado, la conveniencia política y la necesidad de conservar los sistemas, instituciones, organizaciones y estructuras existentes. Por cierto, estas categorías no son mutuamente excluyentes. Estas decisiones, naturalmente, no se las expone en forma cruda sino que las autoridades establecidas las explican como que son para el bien público, el bienestar, la democracia y cosas por el estilo. Lo que para el sistema es bueno es, por definición, bueno para el individuo. Pero raramente se invocan criterios independientes respecto a qué es bueno para el individuo (hasta qué punto se están satisfaciendo sus necesidades de comunicación).

CH.: ¿Podría Ud. dar un ejemplo concreto para ilustrar estas generalidades?

J.H.: Sí, muy fácilmente, y daría bastante cerca del blanco. El gobierno de mi país, Gran Bretaña, recientemente acordó que las empresas comerciales independientes podrían experimentar con la televisión por cable en una forma limitada. Esta forma limitada significaba que se exhibirían películas populares por las cuales habría que hacer pagos especiales. El éxito o el fracaso se juzgaría exclusivamente bajo el punto de vista de su rentabilidad. En forma general, además, este principio de la rentabilidad, ligeramente explicado en detalle, parece que se aplicará al más difundido desenvolvimiento de la televisión por cable que se nos promete para el futuro. Lo que quiero decir es que una nueva tecnología con apasionantes posibilidades, se está utilizando sin dar la menor consideración a sus más amplias implicaciones sociales. Pudo habérsela usado para satisfacer las necesidades de las minorías, de grupos étnicos o grupos de interés especial, a fin de posibilitar una mayor comunicación horizontal, un mayor acceso y una más amplia participación para facilitar el desarrollo de intereses comunitarios, para permitir mayor diversidad y mayor posibilidad de tomar decisiones reales, para informar, para educar, y así sucesivamente. Mas no: su uso lo determina su rentabilidad, sin tomar en consideración implicaciones y consecuencias socioculturales. Ello es un ejemplo más de una larga serie de hechos dentro del conflicto entre la creatividad y el desarrollo, por una parte, y el comercio, por la otra. Conforme yo vislumbro la situación, las necesidades básicas de comunicación, tanto a nivel nacional como internacional, probablemente no van a ser satisfechas por medio del funcionamiento libre y sin restricciones de las fuerzas del mercado.

CH.: ¿Es éste el único peligro que Ud. ve en las comunicaciones y en la aplicación de la nueva tecnología?

J.H.: No, no es el único, pero para gran parte del mundo es el más importante y un peligro que produce desequilibrio y desigualdad. Hace un momento me referí a la conveniencia política, y eso no se relaciona exclusivamente con los sistemas capitalistas o

* Ver sección Documentos de este número de CHASQUI.

comerciales. Según mis definiciones e interpretaciones, y a pesar de cualquier cosa que se diga al contrario, las comunicaciones en el mundo no capitalista, en general, tampoco satisfacen mis criterios democráticos.

CH.: Ud. nos está pintando un cuadro bastante deprimente. ¿Cree que todavía hay lugar para hacer algo?

J.H.: Sí, algo puede hacerse. Pero como presumiblemente se me ha pedido que conteste a sus preguntas en mi calidad de científico social e investigador de las comunicaciones y no como político (admito que podría haber mucha superposición entre estas definiciones), voy a contestarle desde el punto de vis-



ta de la investigación, al tiempo que reconozco plenamente que, como contribución, ésta es muy limitada, y que habría que tomar decisiones de índole político y económico si habrá de hacerse cambios.

Tal como veo la cosa, la tarea de las políticas críticas y de la investigación orientada hacia el enfoque de los problemas, que es por todo aquello por lo que estoy abogando, es la de

cuestionar las hipótesis básicas, poner los mitos al descubierto, examinar el **modus operandi**, comprobar y evaluar las políticas y las aseveraciones desde el punto de vista de criterios independientes, ver si se están satisfaciendo las necesidades declaradas y las no declaradas, sugerir formas alternativas para

hacer las cosas, y así sucesivamente.

Podría ser ingenuo de mi parte, pero si es que en una auténtica investigación comparativa realizada internacionalmente pudiéramos poner a los diferentes sistemas de comunicación a prueba y comparar sus resultados, desde el punto de vista de criterios internos y externos, al menos podrían dificultarse las explicaciones razonadas que recibimos y las falsas afirmaciones se corroborarían con menos facilidad. Ello sería un punto de partida, ya que en este momento a casi cualquier afirmación se la asevera en una forma tautológica e ideológica, puesto que no se la pone a prueba.

Por supuesto, tenemos que ser cautelosos y no debemos dejarnos embaucar por la forma simplista de pensar de que todo lo que hay que hacer es cambiar el sistema o las estructuras, y que hecho eso, todo estará bien. Eso no resulta: Todos los sistemas, todas las estructuras, sean antiguas o nuevas, tienen que someterse a una evaluación basada en criterios que trasciendan las estructuras y que tengan que ver con la realización de las necesidades humanas.

CH.: En su experiencia con la investigación de la comunicación colectiva ¿han mejorado en algo las cosas?

J.H.: Sí, sí han mejorado, pese a que aún queda mucho camino por recorrer. El tipo de debate, el tipo de "temario", son ahora diferentes. Aunque de vez en cuando comprensiblemente en muchas partes del mundo nos impacientemos, hoy estamos haciéndonos cuestionamientos críticos, respecto al proceso de las comunicaciones y al papel de los medios de información y las industrias de la comunicación, que hace unos veinte años ni siquiera se nos habían ocurrido.

Estos cambios y sus implicaciones están bien ilustrados por la actitud hacia lo que ha dado en llamarse la "investigación relacionada con la UNESCO" (*) durante el período en cuestión. Hasta fines de la década de 1960, la mayoría de las investigaciones sobre comunicación colectiva que estaban relacionadas con la UNESCO eran esencialmente convencionales, e implícita o explícitamente reflejaban los valores industriales de Occidente, aún con respecto a los mismos medios de

comunicación colectiva y a asuntos referentes al desarrollo del Tercer Mundo. Todo ello generaba muy poca controversia, primordialmente porque no amenazaba a las estructuras de poder de los medios de comunicación colectiva ni a los intereses creados de esa época.

Sin embargo, ciertas actividades de investigación llevadas a cabo en la década de 1970, algunas de ellas originadas en la reunión de Montreal, plantearon un reto y una amenaza a esos poderes y a esos intereses creados. Entre otras cosas, la investigación atrajo atención hacia los desequilibrios internacionales respecto a información y comunicación y hacia las desventajosas implicaciones que había para los países del Tercer Mundo debido al flujo desenfrenado, las operaciones de las agencias noticiosas convencionales y el tráfico de los medios de comunicación colectiva internacionales. La atrajo también hacia las deficiencias de los criterios utilizados para evaluar el desarrollo y el papel que los medios de comunicación colectiva desempeñan en la erosión de las culturas nacionales. La respuesta de los que se vieron amenazados tomó forma en un contra-ataque bien financiado y cuidadosamente orquestado, que aunque en ocasiones recurría a una investigación convencional como apoyo, dependía también de la propaganda crasa, de las indirectas, de la táctica difamante, del denuesto y hostilidad hacia la UNESCO y hacia quienes se consideraba que estaban asociados con la Organización.

Yo diría que ésta es bastante buena indicación de que se hacían progresos. La investigación sobre los medios de comunicación colectiva iba creciendo, y ya no estaba meramente al servi-

* Este término es ligeramente engañoso ya que los cambios en realidad emanaron de varias fuentes, algunas relacionadas, otras independientes. Se ha sugerido, no obstante, que la vertiente que dio origen al desarrollo de un "programa de acción internacional" fue una reunión de expertos convocada por la UNESCO en Montreal en 1969 "para identificar las formas en que los medios de comunicación colectiva pueden servir mejor las necesidades de la sociedad presente y futura".

cio del sistema. Debido a ello, la criticaron y atacaron quienes podían perder por los cambios que podían surgir luego de esta creciente toma de conciencia y comprensión de la naturaleza real de cómo funcionan los medios de comunicación colectiva.

CH.: Ud. es Director de un importante centro de investigación, con renombre internacional, y es Presidente de la Asociación Internacional para Investigación de la Comunicación Colectiva. Desde este punto ¿Cuáles son sus prioridades?

J.H.: Es interesante que se me haga esta pregunta, ya que en ambas calidades, como Director y Presidente, se me ha pedido recientemente que enumere mis prioridades de investigación. La lista que ahora voy a darle es ambiciosa, pero de ninguna manera es exhaustiva. Sin embargo, podrá dar una buena idea de lo que me preocupa, de lo que quisiera hacer, y de lo que espero convencer a otros que hagan. De paso, aquí estoy planteando las preguntas en relación con la introducción de la nueva tecnología en comunicaciones, pero esas preguntas podrían aplicarse y adaptarse a otras situaciones. No las presento en ningún orden específico de importancia, y verá que muchas se entrecruzan entre sí.

1.- ¿Promoverán la naturaleza y escala de la "nueva operación de comunicaciones" ciertas tendencias hacia la centralización y metropolización de las fuentes de información?

2.- ¿Estará la gente, de manera general, mejor informada?

3.- ¿Qué cambios, si los hay, ocurrirán en el comportamiento relacionado con la búsqueda de información de parte de diferentes grupos de la población? ¿Aparecerán nuevos públicos tanto para información como para entretenimiento? ¿Surgirán nuevas necesidades educacionales y, de ser así, cómo se las podrá satisfacer?

4.- ¿Emanará de los cambios una creciente privatización y mayor concentración de actividades basadas en el hogar o en la familia?

5.- ¿Conducirán estos cambios a una reducción en las relaciones interpersonales y una mayor interacción hombre/máquina?

6.- ¿Qué cambios habrá en la relación de los medios de comunicación colectiva con otras instituciones (por ejemplo, escuelas y agencias de extensión), y cómo podrán los medios de comunicación colectiva relacionarse con las funciones complementarias de los sistemas de apoyo en lo que respecta a la educación, desarrollo, conciencia política y acción social?

7.- ¿Cómo se aplicarán los cambios con relación al desarrollo agrícola, servicios médicos y de salud, y programas de planificación familiar?

8.- ¿Aumentará o disminuirá la brecha que existe entre los ricos en comunicación e información y los pobres en comunicación e información, y la brecha entre los ricos ociosos y los pobres ociosos? ¿Habrá algo más para los que tienen ya todas las facilidades y todos los conocimientos sobre a dónde ir y qué hacer? ¿Veremos un incremento en las élites?

9.- ¿Se facilitará o reducirá aún más la tendencia general hacia la comunicación, las percepciones compartidas y la comprensión común entre diferentes sectores de la sociedad?

10.- ¿Y qué decir respecto al asunto de la dependencia? ¿Se desarrollará internacionalmente la situación en forma tal que los países del Tercer Mundo se tornen cada vez más dependientes?

11.- Las innovaciones y, de manera general, las operaciones de los medios de comunicación colectiva ¿impedirán o facilitarán la consecución de una identidad nacional y de una cultura e idioma nacionales?

12.- La relación entre la multiplicidad y la diversidad en la provisión y en el uso es de vital importancia, particularmente en vista de que algunos de los alegatos que se presentan por parte de los que favorecen a la innovación. ¿La palabra "más" significará más de la misma cosa, o habrá más variedad, más selección real?

13.- De manera similar, uno debe hacerse preguntas respecto a los cambios en posibilidad de acceso, participación, entrega, democratización, etc. Las funciones administrativas y editoriales no tienen que excluirse de este examen.

14.- ¿Conducirán las innovaciones a cambios en la identificación comunitaria, local o regional, en aspectos tanto de actitudes como de comportamiento?

15.- ¿Qué interacción ocurrirá entre la nueva tecnología y las formas tradicionales de comunicación, y cuáles serán las implicaciones para los conductores y reguladores de opinión?

16.- ¿Podrán satisfacerse mejor las necesidades individuales de las minorías y de los grupos especiales como resultado de los cambios?

17.- ¿Qué impacto tendrán las nuevas tecnologías de comunicación en las desigualdades regionales respecto a la provisión de comunicaciones entre zonas urbanas y rurales?

"Hoy estamos haciéndonos cuestionamientos críticos, respecto al proceso de las comunicaciones y al papel de los medios de información y las industrias de la comunicación, que hace unos 20 años ni siquiera se nos habían ocurrido"

18.- ¿Se facilitará un incremento del consumismo?

19.- ¿Cómo se verá influenciada la situación y el papel de la mujer?

20.- ¿Habrá algún cambio general en los valores, las creencias y formas de vida, ya sea de manera general o dentro de determinados sectores de la sociedad? Y, de ser así ¿cuáles serían las implicaciones de este cambio?

CH.: Obviamente Ud. tiene muchísima fe en la investigación, pero ¿es ello suficiente? ¿Puede la investigación por sí misma ser democrática? ¿No es que la investigación simplemente sirve al sistema dentro del cual funciona?

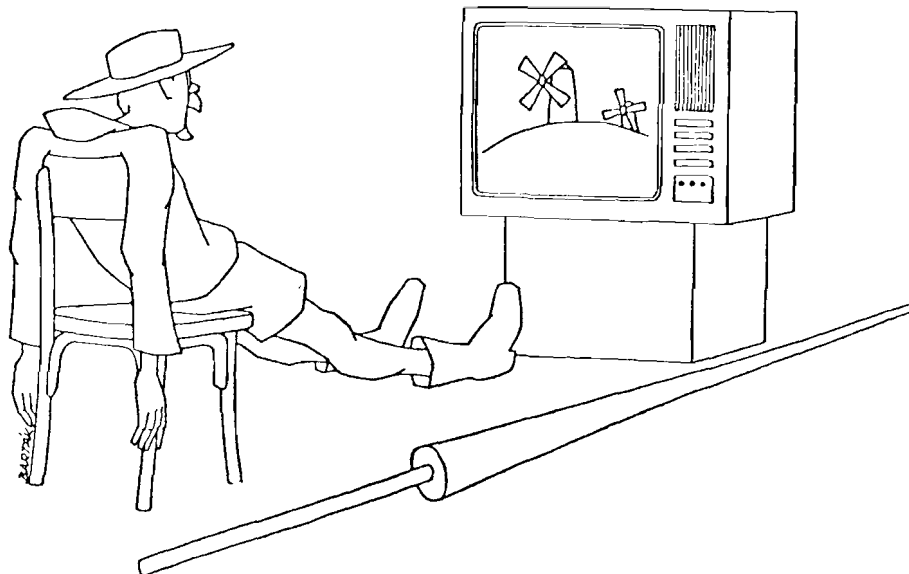
J.H.: Estas son preguntas difíciles. No, la investigación por sí misma no es

suficiente, esto lo aclaré ya, pero es el *sine qua non* de las políticas de comunicación inteligentes y esclarecidas. Como consta en un documento de la UNESCO de hace cerca de veinte años, las políticas de comunicación esclarecidas dependen de una información que únicamente puede proporcionar la investigación. Así es que, si Ud. lo prefiere, la investigación es necesaria pero no es una causa suficiente para los cambios que estamos tratando de lograr. Desgraciadamente, es posible abusar de datos válidos y sólidos, como muy a menudo ocurre.

Frecuentemente, la investigación sirve al sistema dentro del cual funciona, pero no tiene forzosamente que hacerlo (excepto, tal vez, en sociedades totalitarias extremistas). No hay nada inevitable en lo que estoy diciendo. Rehusó especular respecto a lo que es la "investigación democrática", pero estoy dispuesto a proporcionar lineamientos sobre el tipo de investigación que, creo, podría ayudarnos a lograr sistemas de comunicación más democráticos.

Mi idea "democrática" de la investigación de las comunicaciones con beneplácito acoge una amplia gama de enfoques complementarios, como la única forma provechosa de poder tratar las complejidades de las comunicaciones sociales y el funcionamiento de los medios de información colectiva. Si dentro de las ciencias naturales ha resultado imposible hasta este momento encontrar una teoría única que sea capaz de explicar "todo", ciertamente en las ciencias sociales no vamos a hallar ninguna. Ni una sola posición, ni un solo planteamiento, podrá incluirlo todo. Los que alegan que "su" planteamiento contiene la llave que abre todas las puertas y que tienen las herramientas para realizar todas las tareas, no comprenden ni la compleja naturaleza de la sociedad y sus instituciones y sus procesos, ni las limitaciones de la investigación social.

La posición por la que aquí se aboga es que mientras más complejo es el tema, más serán los aspectos que deberán ser estudiados y, por ende, ciertamente se necesitarán más planteamientos que nos ayuden a formular las muchas preguntas dentro de la investigación que una situación tan compleja exige. En la investigación sobre la comunicación colectiva, no tenemos que



pedir disculpas por adoptar un "diagnóstico de perspectiva múltiple". Lo que tenemos que tratar es de promover el eclecticismo en vez de tratar de excusarnos por ello.

Desgraciadamente hay los que de ambos lados, por decirlo así, explícita o implícitamente tratan de construir una realidad desde el punto de vista de la investigación que, para ellos, parece incluirlo todo, que no tolera ninguna competencia, ninguna oposición o contradicción. Lamentablemente, hay demasiados ejemplos de escuelas que se hacen la guerra y que están caracterizadas más por su dogma, por sus aseveraciones doctrinarias, su selectividad, su arrogancia e intolerancia, que por el respeto hacia la evidencia, al cuidadoso examen y la descripción, a la cautela y consideración de alternativas que, idealmente, deberíamos esperar que las ciencias sociales nos brinden. Desafortunadamente, no es difícil de hallar evidencias de que estas tendencias doctrinarias existen en la investigación sobre la comunicación colectiva, y en realidad algunas personas podrían decir que esa evidencia es más fácil de encontrar que la evidencia de que los investigadores admiten la necesidad (y la consideran seriamente) de formular paradigmas pluralistas basados en la aceptación de la necesidad de que deben haber puntos de vista y enfoques complementarios.

Los argumentos por el pluralismo y lo que debe ser complementario no deberían, sin embargo, considerarse

"Las innovaciones y, de manera general, las operaciones de los medios de comunicación colectiva ¿impedirán o facilitarán la consecución de una identidad nacional y de una cultura e idioma nacionales?"

meramente como una postura de oposición a tal dogmatismo. Menos aún, no deben considerarse como una opción blanda o una salida fácil. Lo que es más, no debería abogarse por ese argumento sin tener antes la plena comprensión de las dificultades que ello implica, especialmente cuando tiene que considerarse la integración y la coordinación de los diferentes planteamientos.

Estas dificultades representan una, y solamente una, de las razones por las que algunos investigadores parecen preferir la seguridad y la comodidad de aquel planteamiento que todo lo abarca en vez del reto de explorar, o al menos de tener la debida consideración hacia varios planteamientos, actitud que de seguro es más consistente con la curiosidad científica que cualquier forma de análisis que vaya siguiendo una sola línea.

Sugiero, pues, que debería adoptarse el enfoque pluralista y complementario desde diferentes perspectivas,

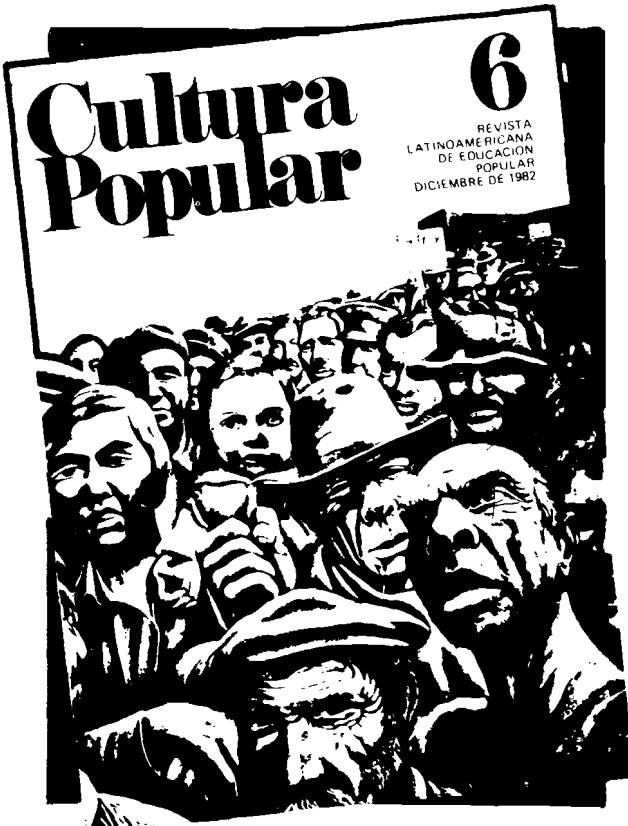
principalmente porque es el único que puede hacer justicia a los complejos procesos y multifacéticos objetivos que tratamos de explicar y comprender. Como Stefan Nowak, el sociólogo polaco, recientemente escribió "la vida real tiene muchas facetas y necesita de varias teorías y varios enfoques que deben aplicarse juntos". Luego continúa recordándonos que, pese a las posiciones monopolísticas, a la sobreestima y a las aseveraciones entusiastas y exageradas, ninguna posición está en capacidad de poder proporcionar más de la visión parcial de la realidad social que le permite su propia perspectiva y las limitaciones impuestas por su marco conceptual. Debido a su propia naturaleza, cada planteamiento deja lugar para otros planteamientos. Los diferentes fenómenos, las diferentes situaciones y las diferentes sociedades podrán comprenderse mejor si se utilizan diferentes perspectivas. Lo que es más, este mismo principio general podrá establecerse aún para el mismo fenómeno o la misma sociedad en diferentes momentos o etapas de su desarrollo.

Para mí, esta clase de pluralismo es democracia, y quizás si nosotros, como investigadores, nos hacemos más democráticos, podremos de esta manera buscar una mayor democracia para los sistemas de comunicación. En todo caso, no sería una mala idea que primero pongamos en orden nuestra propia casa.



JAMES D. HALLORAN, BSc (en Economía) y DSc, fue nombrado en 1966 Director del Centro para Investigaciones sobre Comunicación Colectiva de la Universidad de Leicester, para estudios de post-grado en investigación y enseñanza. Conferencista principal del Departamento de Educación para Adultos de la misma casa de estudios. Desde 1972 es Presidente de la Asociación Internacional para Investigaciones sobre Comunicación Colectiva (AIERI) que cuenta con más de mil miembros en sesenta y tres países diferentes, y cuya sede está situada en el Centro de Leicester. Es Director Regional de la Televisión Central Independiente, Consultor de Investigaciones para la UNESCO, Presidente del Grupo Internacional de Investigaciones "Prix Jeunesse" de Munich y miembro de la Sociedad de Medios de Información perteneciente al Instituto de Periodistas.

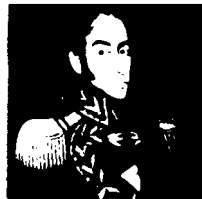
President James D. Halloran
Centre for Mass Communication Research
University of Leicester
104 Regent Road, Leicester
Administrative Office
104 Regent Road, Leicester
LE1 7LT, England -



General Garzón 2267
Lima 11 - Perú

EN NUESTROS PROXIMOS NUMEROS UN AMPLIO ANALISIS DE:

- BOLIVIA
- NICARAGUA
- AÑO BOLIVARIANO



El arte campesino
en la Revolución
Sandinista



**Y COMO
SIEMPRE:**



- APORTES TEORICOS

- METODOLOGIA Y TECNICAS DE EDUCACION POPULAR
- RECUPERACION DE EXPERIENCIAS
- DOCUMENTOS

SUSCRIBASE

COMUNICACION Y DEMOCRACIA EN EL DEBATE INTERNACIONAL

¿Cuáles son las ideologías acerca de la democracia que proponen los sistemas comunicativos? ¿Qué realidad democrática producen dichos sistemas tanto en el nivel de su discurso cuanto en el de sus efectos sobre la sociedad global? ¿Cuáles son las funciones democráticas que los medios pueden cumplir y que efectivamente cumplen? Estas son algunas de las preguntas cruciales que el título de nuestro trabajo evoca de inmediato.

No pretendemos responderlas aquí, en la medida en que ellas corresponden precisamente a los puntos de partida de un programa de investigaciones de largo aliento que nos parece viable y necesario. Tal programa, en efecto, tocaría el meollo de las relaciones entre comunicación, conocimiento y cultura, y entre comunicación y poder.

De lo que aquí se trata es de una reflexión restringida, que atiende a: (1) precisar la emergencia del tema en los debates internacionales; (2) situar la discusión en el marco teórico e histórico del devenir de las concepciones democráticas; (3) y proponer una hipótesis general sobre el lugar de las comunicaciones y de la democracia en la actual fase transnacional.

1.- EL DEBATE INTERNACIONAL SOBRE LAS COMUNICACIONES

Este debate se desató durante la Conferencia Cumbre del Movimiento de Países No Alineados, realizada en Argel en 1973. Ahí se denunció por vez primera a nivel gubernamental el “colonia-

lismo informativo”. Toda la doctrina liberal de la información, consagrada por la UNESCO desde 1948, descansaba sobre la idea del “libre flujo internacional de noticias”; en nombre de este principio “democrático” más del 90 por ciento de las noticias que llegaban al público latinoamericano, por ejemplo, provenían de cuatro transnacionales de noticias ubicadas en Nueva York, Londres y París. Frente al “libre flujo” los países del Sur empezaron a hablar del “flujo libre y equilibrado”. El problema eran entonces las noticias internacionales y particularmente los silencios y distorsiones que éstas desparramaban a propósito de los países del Tercer Mundo.

Poco después, cobró relevancia en la agenda de la UNESCO la cuestión de las políticas nacionales de comunicación. El tratamiento mercantil de las noticias, de los medios masivos y de los mismos públicos, empezó a ser cuestionado en este segundo momento. A la “noticia como mercancía” se opuso la noción de “la información como bien social”. El concepto de las comunicaciones como “servicio público”, análogo a la definición corriente de la educación o de la salud, empezó a cobrar cuerpo y ganar adherentes. La Conferencia Regional de la UNESCO en San José de Costa Rica, en 1976, puso de manifiesto que el mundo transnacional estaba decidido a cuestionar a fondo esta discusión internacional.

Fue tal la algarabía producida por los medios de comunicación occidentales, y tal la solidez y constancia de los

El tema posee la novedad y los riesgos de toda moda, pero a la vez es un tema de profunda relevancia, susceptible de alimentar una fecunda agenda de investigaciones empíricas.

Por
RAFAEL RONCAGLIOLO

No Alineados en plantear el tema, que la UNESCO optó por crear una comisión especial para discutirlo. Surgió así la Comisión MacBride, cuyo Informe final fue discutido en 1980 por la Conferencia General de la UNESCO reunida en Belgrado. A partir de entonces, el Informe MacBride es un hito en la historia del Nuevo Orden Internacional de la Información. Uno de los méritos claves de la Comisión y de su Informe consiste en una nueva ampliación de la polémica. No se trata ya sólo de las noticias y las comunicaciones masivas; aspectos de la mayor trascendencia, como la publicidad y la tecnología, hacen ahora su ingreso legítimo en la arena intergubernamental.

En este tercer momento, una palabra utilizada y desarrollada en más de una sección del Informe MacBride empieza a adquirir resonancia y numerosos ecos: comunicaciones democráticas, democratización de las comunicaciones. Dice literalmente el Informe:

"La reivindicación de una democratización de la comunicación tiene múltiples connotaciones, muchas más de las que se suele creer. Comprende evidentemente el suministro de medios más numerosos y más variados a un mayor número de personas, pero no puede reducirse simplemente a unos aspectos cuantitativos y a un suplemento de material. Implica un acceso mayor del públi-

co a los medios de comunicación existentes; pero el acceso no es sino uno de los aspectos de la democratización. Significa también unas posibilidades mayores -para las naciones, las fuerzas políticas, las comunidades culturales, las entidades económicas y los grupos sociales- de intercambiar informaciones en un mayor plano de igualdad, sin una dominación de los elementos más débiles y sin discriminaciones contra nadie. En otras palabras, implica un cambio de perspectiva. Se requiere indudablemente una información más abundante, procedente de una pluralidad de fuentes pero, si no hay posibilidad de reciprocidad, la comunicación no será realmente democrática. Sin una circulación de doble sentido entre los participantes, sin la existencia de múltiples fuentes de información que permitan una mayor selección, sin un desarrollo de las oportunidades de cada individuo de tomar unas decisiones basadas en un conocimiento completo de unos hechos heteróclitos y de unos puntos de vista divergentes, sin una mayor participación de los sectores, los espectadores, y los oyentes en la adopción de decisiones y en la constitución de los programas de los medios de comunicación social, la verdadera democratización no llegaría a ser una realidad" (1).

Así planteado el campo de la democratización de las comunicaciones, aparece claro que ella es antagónica respecto tanto a los autoritarismos políticos, de los regímenes militares latinoamericanos por ejemplo, como a los autoritarismos comerciales y económicos derivados del control que las empresas transnacionales, las clases dominantes locales y los grandes anunciadores ejercen con frecuencia sobre los sistemas de comunicación.

Desde el punto de vista latinoamericano, la cuestión de las comunicaciones se inscribe en una preocupación más vasta: se trata de volver a discutir desde el principio la problemática de la democracia y la manera cómo nuestras formaciones políticas y nuestros intelectuales dieron cuenta de este asunto. Andamos en tren de reformular ciertos temas -la democracia, la cuestión nacional, la noción de hegemonía- y en este proceso nos encontramos con que las comunicaciones han adquirido una relevancia extraordinaria, de la cual hay que tomar registro y a partir de la cual hay que pensar perspectivas de investigación y de acción.

Por eso, el binomio comunicación y democracia hay que abordarlo partiendo

de la democracia, que es el objetivo, para entender y ubicar dentro de ella a los instrumentos comunicacionales.

2.- UNA VIEJA POLEMICA

La primera cuestión a dilucidar corresponde a la pregunta: ¿de qué estamos hablando cuando utilizamos el vocablo 'democracia'? Hay al respecto abismales diferencias ideológicas que se traducen, cómo no, en concepciones teóricas y en perspectivas analíticas con frecuencia incompatibles. En este cuadro, el ejercicio consiste apenas en recuperar la discusión occidental sobre el contenido y los alcances de la democracia. Aún prescindiendo de esta manera de la compleja realidad del campo socialista, el panorama es harto diversificado y hasta confuso.

Hay un punto de partida, sin embargo, que parece indiscutible: la revolución democrática emergió frente al antiguo régimen como proceso de laicización de la autoridad, antes pre-constituida por la ley de Dios, y como proceso de legitimación de la voluntad popular y nacional en reemplazo de la voluntad divina, antes definida como *voluntas superioris* en relación a la cual la voluntad del pueblo y la del gobernante eran ambas *causa secunda*. La democracia sustituye a Dios por el pueblo como fuente de poder. La revolución democrática es en este sentido una irrupción exitosa del pueblo como sujeto histórico.

Pero esta gestión, cuyo punto máximo de heroísmo fue la Revolución Francesa, contuvo desde el principio dos concepciones muy distintas a propósito de la recién nacida. Si bien estas dos concepciones se expresan en la antítesis entre democracia directa y democracia indirecta, su eficacia conceptual e histórica va mucho más allá de esta distinción. Se trata, en rigor, de dos tendencias básicas que subsisten hasta hoy y que permiten hablar de adhesiones no democráticas al discurso democrático, frente al entendimiento de la democracia como un proceso inacabado, dentro del cual uno puede distinguir por lo menos dos etapas previas, caracterizadas ambas por la tensión entre estas dos concepciones, pero diferenciadas en razón de los retrocesos que una de ellas experimenta y de los avances que la otra consigue.

La primera vertiente fue consagrada jurídicamente en la figura del voto cen-



sitaire y fue expresada a cabalidad en la obra de Constant y Guizot, entre otros. Para ellos, la voluntad popular fundaba una verdad de razón, es decir, un medio adecuado para administrar la cosa común; en esta perspectiva, la democracia resulta apenas una forma práctica de gobierno, lo que recupera el entendimiento de la política como mera técnica, tan caro a Maquiavelo y a Hobbes, y lo que convierte la representación en verdadera sustitución de los representantes por los gobernantes; como lo señala Cerroni, a quien estamos repitiendo en este punto, se trata de una posición iluminista o elitista, que restringe el sufragio a la vez que restringe la idea democrática al estrecho ámbito de la administración pública, despolitizando conceptualmente a la sociedad civil, a la economía y a los hombres concretos, y privatizando, en consecuencia, los procesos de toma de decisión sobre el mayor número de aspectos de la vida en sociedad.

Esta doble reducción de la democracia a la política y de ésta al sufragio, se practica en nombre del mismo argumento de la capacidad y de la preparación que hoy se esgrime a propósito de las comunicaciones. Sin embargo, la naturaleza de tal argumento se devela cuando se encuentra que dicha capacidad se reducía nada menos que a la propiedad privada.

Llamamos a este pensamiento liberal una adhesión no democrática al discurso político, por cuanto se sustenta sobre una ficción. Consiste ésta en superponer la aparente igualdad entre los ciudadanos abstractos a la real desigualdad entre los hombres concretos. Los atributos igualitarios de aquéllos enmascaran así las situaciones desiguales de estos últimos. Concomitantemente, se produce un hiato entre lo social (concreto y sustancial) y lo político (abstracto y formal), que, en opinión de Georges Burdeau a quien seguimos aquí puntualmente, "fue la regla de oro de la época liberal". A tenor de esta ficción, el concepto de democracia sólo existe para el amputado terreno de la política. De esta manera, el "hombre" en general enmascara al *homme situé* y el pueblo-nación al *peuple défini*. La democracia que resulta de todo ello es una democracia devaluada, una democracia gobernante mas no gobernada ni gobernable popularmente.

El concepto de libertad que tal concepción promueve es la libertad-autono-

mía, que atomiza, mas no la libertad-participación, que integra. En la terminología de Erich Fromm o de Xavier Zubiri, se trata de una "libertad de" sin "libertad para".

Más aún: esta "libertad de" se afirma de modo casi exclusivo frente al Estado. De ahí que los mitos liberales no se arguyan con relación a los grandes poderes económicos y privados. Tal ocurre con la ya contumaz reducción de la democratización de las comunicaciones al mito de la libertad de prensa, y a su no menos mítico corolario del "libre flujo internacional de noticias". La irrealidad de tal libertad ha sido señalada, incluso por autores insospechables de filiación subversiva, como Servan-Schreiber (2) y, en América Latina, tal libertad encubre sólidos monopolios de clase y de empresas transnacionales, junto con una veloz y, ésta sí universal, concentración antidemocrática en la

"El binomio comunicación y democracia hay que abordarlo partiendo de la democracia, que es el objetivo, para entender y ubicar dentro de ella, a los instrumentos comunicacionales"

propiedad de las empresas comunicativas.

La disociación fundacional del liberalismo se traduce, cómo no, en el abismo existente entre los textos jurídicos y las realidades tangibles, abismo tan bien estudiado, entre tantos otros por Miliband. Pues bien, si es que efectivamente puede hablarse de un enmascaramiento (sin que el término presuponga maquiavelismo alguno), tal enmascaramiento pasa por la tendencia sostenida a reducir todo mecanismo de participación política al acto de la votación, aún cuando este acto es, en sí mismo, expresión imprescindible en cualquier proceso democrático.

De todo lo anterior puede desprenderse que los mecanismos de dominación en el capitalismo contemporáneo se fundaron sobre una disociación y un enmascaramiento básicos: la disociación

entre la política y la economía (y entre la sociedad política y la sociedad civil), y el enmascaramiento (o desplazamiento) del hombre por el ciudadano.

Una segunda concepción de la democracia, menos instrumental, se insinuó desde Rousseau y se vino a desarrollar y fortalecer durante el siglo pasado europeo, hasta adquirir amplio reconocimiento. A tenor de este segundo acercamiento, el recurso a la voluntad popular no procura una verdad de pura razón sino una verdad de consenso, es decir, de mediación entre los intereses reales de los gobernados. La democracia es así vinculación antes que sustitución y, a la vez, propuesta válida para el conjunto de las actividades sociales y, sobre todo, para la vida económica, en la que se gestan y se oponen parte muy importante de los intereses concretos de los hombres. Política y economía aparecen integradas, no divorciadas. Esta segunda concepción se abre paso a través primero de movimientos sociales y luego de transformaciones jurídicas que corresponden a los avances de dichos movimientos. Se abre paso no sin contradicciones.

Dicho directamente: en la revolución democrática coexisten dos ideales. Por un lado, el ideal de la burguesía, que corresponde históricamente a las democracias restringidas, las mismas que hoy, no por casualidad, quieren resucitar las empresas transnacionales y los gobiernos militares de América Latina. Por el otro lado, el ideal popular que lleva a la conquista de formas democráticas amplias que fueron resultantes, aún inconclusas, de la articulación entre las movilizaciones de la clase obrera en torno a sus reivindicaciones inmediatas y su gradual unificación política junto con la demanda de universalización del sufragio. Esta articulación empuja el tránsito de la primera a la segunda etapa de la vida republicana.

Por lo tanto, el concepto común de democracia que hoy manejamos es, en parte importante, heredero y tributario de la organización y las movilizaciones de las clases subordinadas. Es una conquista de ellas, aunque incompleta, y no un bastión o propiedad privada del pensamiento liberal decimonónico.

Con lo cual, lógicamente, la idea y las formas reales de la democracia se han vuelto también un escenario de contradicciones en el que las clases y naciones

subordinadas presionan por la ampliación democrática y las clases y naciones dominantes por las formas más variadas de autoritarismo, o al menos, por recorrer los alcances del discurso democrático. No es por gusto que "la ingobernabilidad de las democracias" es uno de los temas preferidos de la célebre "Comisión Trilateral".

Y, en este mismo sentido, la propuesta de un Nuevo Orden Internacional de la Información forma parte de una vasta propuesta de democratización de las relaciones internacionales, lanzada en primer lugar por el Movimiento de Países No Alineados.

Se entiende así que esta propuesta nazca hermanada a la del Nuevo Orden Económico Internacional. En rigor, uno puede considerar la irrupción histórica del Tercer Mundo como un proceso de ampliación creciente en la demanda de independencia y soberanía: en las décadas de los 40 y 50, se trató sobre todo de la independencia política; en los años 60 la demanda se amplió para abarcar la soberanía económica, y lo que marca a los años 70 es que el movimiento accede, finalmente, también al terreno de la cultura y las comunicaciones. En este proceso las comunicaciones vienen simplemente a contribuir a la democratización del poder internacional.

Por lo que el NOII resulta una suerte de defensa del Tercer Mundo (y no sólo del Tercer Mundo) frente a la expansión colonial y encarna, por eso mismo, una voluntad democrática ajena en sí misma a todo controlismo gubernamental, tanto como a la censura y manipulación compulsivas que los monopolios ejercen sobre sus propios medios de comunicación llamados "libres".

3.- DE LA DEMOCRACIA A LAS COMUNICACIONES

Pensamos que esta vieja polémica entre la concepción liberal y la concepción social de la democracia funciona como piedra angular de las discusiones de hoy acerca de las relaciones entre comunicación y democracia. En efecto, una perspectiva liberal reduce estas relaciones al problema de la libertad de prensa y de la no interferencia del Estado en los negocios comunicacionales (como lo hace la célebre Declaración de Talloires), mientras que una afirmación social de la democracia, como la que aquí sostenemos procura descubrir en el

funcionamiento intrínseco de los sistemas comunicativos, así como en sus efectos sociales, el carácter democrático o no de dichos sistemas.

Por lo mismo, tales relaciones mal podrían limitarse a la mera declaración o recetario de buenas intenciones a propósito de la necesidad de fortalecer el acceso y participación en los medios, de consagrar jurídicamente el derecho a la información o de democratizar las comunicaciones en sí mismas, como pareciera desprenderse de la definición proporcionada por el Informe MacBride, que a la letra dice:

"Cabe definir la democratización diciendo que es el proceso mediante el cual: i) el individuo pasa a ser un elemento activo, y no un simple objeto de la comunicación; ii) aumenta constantemente la variedad de mensajes intercambiados; iii) aumenta también el grado y

El NOII resulta una suerte de defensa del Tercer Mundo frente a la expansión colonial y encarna, por eso mismo, una voluntad democrática ajena en sí misma a todo control gubernamental"

la calidad de la representación social en la comunicación o la participación" (3).

Sin duda que esta definición atiende bien al aspecto intrínsecamente comunicacional de la democratización, y sin duda el Informe en su conjunto cumple una función política positiva y relevante para los países del Tercer Mundo. Pero el problema teórico y analítico de la relación umbilical entre la democracia y las comunicaciones desborda ampliamente lo que un informe de esta naturaleza podía pretender.

Es en términos de las disociaciones y los enmascaramientos fundacionales propios de la sociedad burguesa, así como de los antagonismos que tales disociaciones provocan, que uno puede adentrarse mejor en la problemática de los vínculos entre comunicación y democracia. De hecho, puede plantearse la hipótesis general de que estos víncu-

los incluyen nuevas disociaciones, nuevos enmascaramientos y nuevos antagonismos, elementos todos éstos que aparecen tanto a nivel de las naciones como en la esfera internacional.

Se trata primero de la disociación entre el hombre y el receptor y del enmascaramiento producido por la ilusión de participación que puede producir en el receptor el hecho de ser víctima del bombardeo de informaciones fragmentadas que caracteriza a los medios contemporáneos. El acto cotidiano de mirar la televisión, como relajo después de una agotadora jornada, es en este sentido análogo pero más eficaz que el acto infrecuente de la votación. La ideología del "receptor-hombre bien informado" apunta en esta dirección.

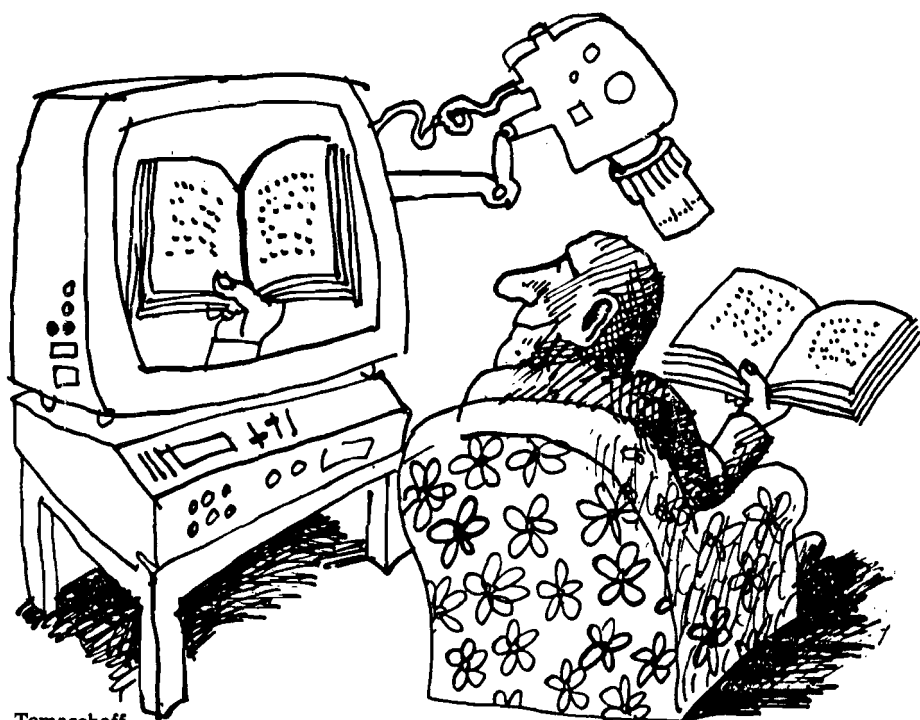
La opulencia informativa, tanto como su contraparte tercermundista de miseria de información, apuntan ambas a lo que Vázquez Montalbán denomina la "desorientación histórica del receptor de mensajes" (4).

Peor quizás no sean esta disociación y este enmascaramiento los más definitorios de la relación estructural e ideológica entre los sistemas de comunicación social y la realidad de la democracia. Stuart Ewen ha demostrado cómo, en la historia de los Estados Unidos, el consumismo y la publicidad sirvieron para sustituir las demandas de igualdad y las crecientes reivindicaciones en las esferas de la producción y el poder, por aspiraciones de consumo. En este marco, el desarrollo de los sistemas comunicativos corresponde a los cambios requeridos en los mecanismos y en las formas de ejercicio de la hegemonía y de conquista de la legitimación del **statu quo**.

Siguiendo a Ewen, es quizás la construcción ideológica del "consumidor" la que mejor cumple hoy día, en la tercera etapa de las democracias capitalistas, la función que ayer inició el ciudadano. El enmascaramiento aquí no se da ni siquiera en el acto de comprar. Es suficiente el momento del deseo, la ilusión de la compra y de la adquisición del "status" que dicha compra proporcionaría. Y en este sentido, los atributos del consumidor son análogos, por lo abstracto, a los del ciudadano. No es que tenga libertad para comprar sino que tiene libertad de comprar. El Estado no le prohíbe comprar; incluso lo estimula a hacerlo.

En síntesis, si las ideas democráticas originales fueron primero confinadas al área de la política, hoy parece proponerse una nueva des-semantización de la palabra democracia. No se trata ya ni siquiera de la pura democracia política sino que se reemplaza a ésta por la “democracia del consumo” (y por la “democracia de la información”). Es decir, por las ilusiones de un consumo igualitario y de una participación informativa.

Precisemos: no se trata de que el receptor y el consumidor reemplacen al ciudadano o sean categorías ideológicas del mismo nivel que esta última. No. La ficción del ciudadano obviamente subsiste, pero se ve complementada, apoyada, por estas nuevas ficciones. Por lo demás, también es relevante la diferencia de regiones ideológicas en que se colocan el ciudadano de un lado y el receptor y el consumidor del otro. Aquél es una representación de naturaleza política, mientras que éstas son representa-



Tomaschoff

“Es relevante la diferencia de regiones ideológicas en que se colocan al ciudadano de un lado y el receptor y el consumidor del otro”

ciones comunicacionales. Ha ocurrido pues que la construcción política ha ido cediendo a los embates democráticos del movimiento popular y ya no se basta. Y ha ocurrido también que las instancias de legitimación del *statu quo*, y el peso del aparato de hegemonía político parecen haber cedido algún lugar a las instancias de legitimación y al aparato de hegemonía comunicativo.

De esta manera, los sistemas de comunicación se definen con relación a la democracia, no tanto por el número de receptores o la pluralidad teórica de los mensajes permisibles, sino por la función concreta y material que cumplen en términos de la reproducción de las relaciones de producción. Y a este respecto, el lugar preponderante adquirido por la publicidad (vehículo principal de la ideología del “consumidor”) y por las tecnologías contemporáneas (vehículo principal de la ideología del “receptor bien informado”) en el conjunto de los sistemas de comunicación, hacen de am-

bas “palabras culturales dominantes”, prototipos de la nueva dominación.

Lo cual apunta en una dirección de mayor envergadura teórica: todo hace pensar que hemos entrado en una nueva fase del capitalismo (que es también la tercera etapa de estas repúblicas democráticas). Se trata de la fase transnacional, definible en términos económicos, políticos y también ideológico-culturales. Esta fase transnacional se expresa en el autoritarismo o totalitarismo capitalista que proclama la “ingobernabilidad de las democracias” y se caracteriza culturalmente, entre otras cosas, por el lugar prominente que los sistemas de comunicación social adquieren en los procesos de socialización de las personas y de reproducción de las relaciones de producción.

A estas alturas es posible hipotetizar algunas de las características principales de la fase transnacional de la cultura y las comunicaciones, características cuya validez teórica parece estar dada pero cuya verificación empírica requiere de un ambicioso programa internacional de investigaciones: puede así proponerse que en la fase transnacional:

1.- Los medios de comunicación tienden a convertirse en aparatos de hege-

monía y agencia de socialización predominantes, desplazando en parte a la familia, la Iglesia y el aparato escolar. De ahí que su producción social de la realidad -y en particular sus ideologías de la democracia resulten absolutamente cruciales.

2.- El conjunto de los flujos comunicacionales y culturales son materia de colonización en virtud de un doble proceso: la expansión de las corporaciones culturales transnacionales y la privatización de los flujos informativos estratégicos, a través del control de las nuevas tecnologías.

3.- El clásico pensamiento liberal sobre la democracia cede lugar a la tesis de la “ingobernabilidad de las democracias” en que se funda el “totalitarismo neo-capitalista”. Se accede así a una tercera etapa de las democracias, constituida por la renuncia de las clases dominantes al discurso democrático y por la consolidación de movimientos populares que adhieren tanto al cambio económico como a la profundización de las conquistas políticas igualitarias.

4.- Paralelamente a lo anterior, surgen nuevas des-semantizaciones de la palabra “democracia”, que tiende ahora a equipararse con “la democracia del consu-

mo" y "la democracia de la información". El pensamiento liberal decimonónico se encarna en estas nuevas formulaciones, más funcionales a los requisitos contemporáneos y transnacionales de su hegemonía.

5.- La publicidad y la tecnología se convierten en "palabras culturales dominantes". Ambas contaminan el conjunto de las formas culturales y comunicativas, asistiéndose a una informatización de todos los lenguajes y a una contaminación publicitaria, incluso de la escuela y las formas pedagógicas.


6.- Consecuentemente, los antagonismos sociales se expresan con fuerza particular en la arena de la cultura y las comunicaciones. Surgen así un sinnúmero de experiencias de comunicación alternativa, definidas como tales no en razón de su sustancia comunicativa en sí misma sino de su inserción en la sociedad civil, es decir por su pertenencia al campo de lo nacional, popular y democrático, que es el campo de las clases y sectores subordinados de la sociedad (5).

NOTAS

- 1.- **Un solo Mundo, Voces Múltiples;** FCE/UNESCO, México, 1980; pág. 173 y 174; pág. 301 y 302.
- (2) *Servan-Schreiber, Jean Louis, le Pouvoir d'informer;* Rober Laffont; París; 1972.
- 3.- **Un solo Mundo, Voces Múltiples;** op. cit., pág. 289.
- 4.- *Vázquez Montalbán, Manuel, "Opulencia o miseria en la información: la descontextualización histórica de las noticias"; en La información en el nuevo orden internacional;* ILET, México, D.F., 1977, pág. 226.
- 5.- *Roncagliolo, Rafael, "Comunicación y cultura transnacionales"; en varios, Comunicación transnacional, conflicto político y cultural;* DESCO-ILET; Lima; 1982.



RAFAEL RONCAGLIOLO, periodista y sociólogo peruano, trabajó como director de la división de estudios de la comunicación del ILET en México. Fue Presidente de la Federación de Periodistas de su país, actualmente ocupa la dirección del Centro de Estudios sobre Cultura Transnacional con sede en Lima, Perú. Autor de numerosos artículos y libros. Miembro del Consejo Internacional de CHASQUI. Dirección: Apto. Postal 270031. Lima, Perú.




NUEVA SOCIEDAD

**Culpas Comunes
Soluciones Conjuntas**

**Cosechando
Tempestades**

**El Gran Escólo de la
Reestructuración**

**El Costo Político de
la Imprevisión**



67

DEUDA EXTERNA: EMBARGO DEL FUTURO
PARTE I

SUSCRIPCIONES ANUAL (incluido flete aéreo) (6 números)

EE.UU/Asia/Europa	US\$ 25.00	US\$ 45.00
Argentina/Brasil/ Colombia/Ecuador/ México	US\$ 20.00	US\$ 35.00
Venezuela	Bs. 110.00	Bs. 200.00
Resto del Mundo	US\$ 15.00	US\$ 25.00

PAGOS: Cheques en dólares a nombre de NUEVA SOCIEDAD.

Apartado 61712 - Chacao - Caracas 1060-A
VENEZUELA.

LAS POLITICAS CULTURALES EN AMERICA LATINA

Néstor García Canclini



¿Es posible una política popular en la cultura?

Parece que los años sesentas no hubieran existido. Dicen que en aquel tiempo le preguntaron a García Márquez cuáles eran los acontecimientos más importantes de nuestro siglo, y respondió: los Beatles y Fidel Castro. Se debatía cómo integrar la revolución cultural y la revolución político-económica que esas figuras condensaban, pero nadie dudaba (¿ni siquiera la derecha?) de que la revolución fuera posible. Discutíamos si lo popular era reivindicado mejor por los populismos o por los partidos marxistas, pero la efervescencia posterior al

triunfo cubano nos hizo creer que la polémica se reducía a los caminos, que el avance era incontenible.

Luego, llegaron los golpes militares en Brasil, Bolivia, Chile, Argentina, Uruguay. Las reacciones de la burguesía y de los EE.UU. demostraron que ellos también habían “aprendido” de la revolución cubana. Pero es sobre todo en los últimos años, cuando se propagan las recetas friedmanianas para sobrellevar la crisis capitalista y hasta los gobiernos de origen democrático reprimen las protestas populares, que la posibilidad del socialismo se ve más dudosa. Todos sabemos que no se puede uniformar la situación de países

diversos, que por lo menos en Cuba y Centroamérica los movimientos revolucionarios mantienen erguidas las reivindicaciones populares, pero aun en procesos triunfantes, como el nicaragüense, se ven las dificultades para desarrollar políticas adecuadas a la actual etapa de los conflictos sociales, a la revisión del modelo de sociedad que hoy queremos y podemos buscar. Más aún en otras naciones donde se sufren las derrotas de los años setentas y las izquierdas están débiles, dispersas, asediadas.

Pero las dificultades no vienen sólo de factores externos, de la crisis económica y del sofocamiento a la oposi-

ción. Hay que pensar también en los factores internos. Como parte de la discusión sobre el tipo de sociedad que queremos y sobre las deficiencias que obstaculizan las luchas populares, deseamos revisar las concepciones de lo nacional-popular actuantes en América Latina y su relación con las prácticas, con las políticas culturales.

Escuchemos la objeción del “sentido común”: ¿vale la pena plantear las cuestiones políticas en el campo de la cultura? ¿Quién se preocupa por la cultura cuando los salarios pierden 100 por ciento de su poder adquisitivo y la gente se desespera por llegar a fin de mes? Esta crítica podría tener al menos la eficacia de la sensatez “común” si al hablar de cultura nos refiriéramos sólo a las bellas artes, a los libros, a los conciertos. Nos ocuparemos de eso, pero también del modo en que la gente come y piensa, se viste e imagina, arregla su casa y hace política, habla y se calla; en suma, lo que hace a un pueblo vivir de una forma que le da identidad y lo distingue. Hablamos de cultura como el conjunto de fenómenos que contribuyen, mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social.

Preguntarse, entonces, qué podemos hacer con la cultura mientras estamos impulsando (o no podemos impulsar) el cambio social es preguntarse cómo se relacionan los grandes temas de la política con la vida cotidiana, cómo vincular las transformaciones estructurales con los hábitos de pensamiento y conducta con que la gente está acostumbrada a organizar su vida. Preguntarse si es posible hoy una política popular en América Latina requiere interrogarse sobre las maneras en que los partidos y los Estados conciben la identidad del pueblo y cómo esas concepciones se corresponden, divergen o se complementan con las maneras de vivir y pensar de los sectores populares. Es tratar de que las movilizaciones políticas se basen no sólo en reclamos coyunturales y voluntarismo ideológico, que se arraiguen en las condiciones concretas de la existencia diaria.

Vamos a analizar las cinco concepciones principales de lo nacional-popular que parecen haber alcanzado mayor influencia: 1) La biológico-telúrica; 2) la estatalista; 3) la mercantil;

4) la militar; 5) la histórico-popular. Presentaremos las bases doctrinarias de cada una, las situaremos en sus condiciones sociales de aparición y examinaremos sus consecuencias en la política cultural. En cada caso, daremos breves ejemplos de la cultura de élites y de la popular, pero el propósito central de este texto es criticar los paradigmas ideológicos y confrontar sus enunciados con sus prácticas. Nos damos cuenta de la parcialidad de este trabajo por ocuparse sólo de algunas concepciones de lo nacional-popular. Para alcanzar un panorama más representativo de la realidad latinoamericana, serán necesarias investigaciones que especifiquen el desenvolvimiento de cada vertiente en distintos países, que precisen el encuadre histórico, y afinen, por tanto, la clasificación aquí sugerida.

La concepción biológico telúrica

Es la ideología más característica de los Estados oligárquicos y de los movimientos nacionalistas de derecha.

“¿Quién se preocupa por la cultura cuando los salarios pierden 100% /o de su poder adquisitivo y la gente se desespera por llegar a fin de mes?”

Define a la nación como un conjunto de individuos unidos por lazos naturales -el espacio geográfico, la raza- e irracionales -el amor a una misma tierra, la religión-, sin tomar en cuenta las diferencias sociales entre los miembros de cada nación. Aunque desprecia los criterios históricos para definir lo nacional y se apoya en componentes biológicos y telúricos (rasgo típico del pensamiento de derecha), en realidad este nacionalismo consagra un modo de relacionar la naturaleza con la historia: el orden social impuesto, en una etapa de bajo desarrollo de las fuerzas productivas, por los latifundistas y la Iglesia. Su rechazo de la historia es, en verdad, un recurso para apuntalar un período histórico particular, aquél que se desmorona ante la industrialización y la urbanización, esa herencia difícil de reacomodar en medio de conflictos protagonizados por nuevas fuerzas sociales. Sus meditaciones

metafísicas sobre “el Ser nacional” buscan preservar en el plano simbólico la identificación de los intereses nacionales con los de los patricios y las grandes familias, disimulan bajo interpretaciones aristocráticas del pasado la explotación con que la oligarquía obtuvo sus privilegios, bajo el respeto a los orígenes, la sumisión al orden que los benefició. La dinámica histórica, que ha ido constituyendo el concepto -y el sentimiento- de nación, es diluida en “la tradición”. Se olvidan los conflictos en medio de los cuales se formaron las tradiciones nacionales o se los narra legendariamente, como simples trámites arcaicos para configurar instituciones y relaciones sociales que garantizarían de una vez para siempre la esencia de la Nación: la Iglesia, el Ejército, la familia, la propiedad.

Este discurso nacionalista, explicable como reacción ideológica de auto-defensa en estancieros cultos y escritores de provincia, persiste todavía dentro de movimientos populares.

Si bien la oligarquía aristocrática ha sido la principal portadora de este nacionalismo, muchos de sus rasgos son reasumidos por corrientes populistas que asignan a una versión idealizada del pueblo el núcleo del Ser nacional. Su política cultural consiste sobre todo en la promoción del folclore, concebido como archivo osificado y apolítico. Este folclore se constituye a veces en torno de un paquete de esencias prehispánicas, otras mezclando características indígenas con algunas formadas en la colonia o en las gestas de la independencia, en otros casos convirtiendo en matriz ahistórica ciertos rasgos que distinguirían nuestra personalidad nacional de lo otro: lo foráneo, lo imperialista. Ya sea como folclore predominantemente rural o urbano, tales tendencias coinciden al pretender encontrar la cultura nacional ya lista en algún origen quimérico de nuestro ser, en la tierra, en la sangre o en “virtudes” del pasado desprendidas de los procesos sociales que las engendraron y las siguieron transformando. No toman en cuenta, por lo tanto, las manifestaciones culturales presentes de las clases subalternas que se apartan de ese origen idealizado; son incapaces de dar cuenta de las nuevas prácticas de apropiación con que los sectores populares intentan modificar su dependencia de la lucha hegemónica, o crean, inventan, lo que el



sistema imperante no les da para responder a sus necesidades.

En países como la Argentina y el Uruguay, formados mediante la sustitución de pobladores indígenas por una mezcla heterogénea de inmigrantes, la pretensión de absolutizar cualquiera de las raíces desentendiéndose de la historia reciente es una empresa irrisoria, casi extravagante. Pero tampoco resiste ante la información antropológica más elemental la aspiración de afirmar el nacionalismo sobre un origen racial puro en los países andinos o mesoamericanos. ¿Dónde está la nación que logró evitar el mestizaje, la penetración del capitalismo en sus hábitos de producción y consumo? La herencia precolombina, sometida primero a la violencia y la fusión colonial, refuncionalizada después en la reorganización transnacional de la cultura, no puede darnos hoy más que versiones desdibujadas, desarticuladas, de lo que en otro tiempo fue esa vida. Una historia de tantos siglos, un mestizaje ya tan sedimentado, no admite los artificios del arqueólogo que quita prolijamente lo que se fue sumando sobre las ruinas, recoge las piedras caídas y reconstruye -fuera de la realidad- la ilusión de otro tiempo. La conciencia de los hombres y de los pueblos no se parece a las vitrinas de los museos ni a los yacimientos arqueológicos, sino a la indecisa o aturdida organización de nuestras ciudades. Aun en países donde lo étnico ha logrado subsistir con fuerza, como en México o Perú, la identidad fue reelaborándose una y otra vez según lo revela su iconografía pluricultural: formas vegetales y ani-

males precortesianas se mezclan con la figuración barroca y la arquitectura neoclásica, con altos edificios, automóviles y carteles luminosos propios del desarrollo industrial. Pensar en nuestra identidad es pensar la coexistencia, la combinación de las luchas étnicas con las de clases, la interpretación de estas fuerzas en la historia.

La concepción estatalista

Hay otra concepción sustancialista de lo nacional. Para ella la identidad no está contenida en la raza, ni en un paquete de virtudes geográficas, ni en el pasado o la tradición. Se aloja en el Estado. Como consecuencia de procesos de independencia o revolución, el Estado aparece como el lugar en que se condensaron los valores nacionales, el orden que reúne las partes de la sociedad y regula sus conflictos. Una organización más o menos corporativa y populista concilia los intereses enfrentados y distribuye entre los sectores más diversos la confianza de que participen en una totalidad protectora que los abarca. Esta "participación" puede estar sostenida mágicamente por la figura mitologizada de un líder (Vargas en Brasil, Perón en la Argentina) o por una estructura partidario-estatal jerárquicamente cohesionada (el sistema mexicano).

Decimos que para esta concepción lo nacional reside en el Estado y no en el pueblo, porque éste es aludido como destinatario de la acción del gobierno, convocado a adherir a ella, pero no es reconocido genuinamente como fuente

y justificación de esos actos al punto de someterlos a su libre aprobación o rectificación. Por el contrario, se exige a las iniciativas populares que se subordinen a "los intereses de la nación" (fijados por el Estado) y se descalifican los intentos de organización independiente de las masas. También suele recurrirse al origen étnico o al orgullo histórico para reforzar la afirmación nacional, por lo cual esta corriente prolonga en parte la anterior; pero el ejercicio y el control de la identidad nacional no se derivan prioritariamente del pasado sino de la cohesión presente tal como el Estado la representa.

La política cultural de esta tendencia identifica la continuidad de lo nacional con la preservación del Estado. Promueve, entonces, las actividades capaces de cohesionar al pueblo y algunos sectores de la "burguesía nacional" contra la oligarquía, caracterizada como antinación. Este impulso político de lo nacional y de la presencia pública del pueblo favoreció en el primer gobierno peronista un desarrollo inusitado de la cultura subalterna (por ejemplo, el auge del tango y la poesía popular), generó una industria cultural bajo la protección del estado (política nacional de radiodifusión, creación de estudios de cine) que por primera vez reconoció y divulgó masivamente muchos temas y personajes populares. En los primeros meses del último gobierno peronista, en 1973, un proyecto político semejante, radicalizado fugazmente por la izquierda, dió ocasión para talleres barriales de plástica, música y teatro, experiencias creativas y críticas en la comunicación masiva y otros avances en la producción cultural del pueblo.

¿Por qué tantas veces -no sólo en la Argentina- este crecimiento de la cultura popular se desvanece al poco tiempo o es manipulado (o reprimido) por los Estados populistas? Hay razones derivadas de la descomposición económica y política de tales procesos, pero también se debe a una caracterización inadecuada de lo popular, entendido como el conjunto de gustos, hábitos sensibles e intelectuales "espontáneos" del pueblo, sin discriminar lo que representa sus intereses y lo que los aparatos del Estado inocularon en las masas a través de la educación escolar y comunicacional. Al no quebrar radicalmente las estructuras ideológicas impuestas por la dominación en la

vida cotidiana, ciertos programas de democratización educativa y reivindicación de la cultura popular, como los emprendidos por los gobiernos peronistas, quedan a mitad de camino. Su caracterización chauvinista de lo popular y lo nacional, explicable en el primer gobierno de Perón como la ideología que acompañaba la política de sustitución de importaciones, hizo rechazar en bloque lo extranjero y encumbrar indiferenciadamente los temas y el lenguaje del pueblo mezclando lo reaccionario y lo progresista, los intereses de los oprimidos y los de la industria cultural. Rara vez este nacionalismo reconoce que muchos ingredientes conformistas o fatalistas del folclore deben ser reformulados, ni se plantea cómo la cultura de otros pueblos puede aprovecharse en tanto brota de experiencias liberadoras. Es útil al Estado populista la cohesión confusa de sectores sociales internos, la indulgencia con que el folclore ensalza los rasgos nacionales y la atribución exclusiva de las culpas a adversarios extranjeros o míticos respecto de los cuales el Estado aparece como paternal defensor.

Puesto que no interesa la intervención transformadora del pueblo para redefinir el proyecto nacional, no se auspicia la experimentación artística ni la crítica intelectual. Los artistas innovadores y los intelectuales independientes son acusados de desligarse de "los intereses populares y nacionales". Muchas veces esto es cierto, pero el nacionalismo populista no señala la verdadera desconexión entre intelectuales y pueblo. Su incompreensión de los requisitos específicos de la investigación científica y artística los hace despreciar el trabajo teórico y la autonomía parcial necesarios en la producción cultural; al desconocer la importancia de la evolución crítica de las masas, juzgan como extraños al pueblo aun a los partidos de izquierda que cuestionan la enajenación generada en los oprimidos por un sistema desigual de acceso al arte y al saber.

En varios movimientos populistas latinoamericanos encontramos que su política cultural trata de reproducir las estructuras ideológicas y las relaciones sociales que legitiman la identidad entre Estado y Nación. Sin embargo, no hay que entender esta reproducción como mecánica y repetitiva. A diferencia de la adhesión declamatoria del

racismo a un linaje ficticio, los componentes tradicionales de la nacionalidad son reelaborados por el Estado para adecuarlos a nuevas etapas del desarrollo capitalista. Así lo demuestran, por ejemplo, varios estudios sobre la refuncionalización de las artesanías en diferentes períodos de México.

Desde la Revolución de 1910 los dirigentes políticos y los intelectuales promovieron el desarrollo artesanal y folclórico con el fin de ofrecer un conjunto de símbolos para la identificación nacional. Un país fracturado por divisiones étnicas, lingüísticas y políticas necesitaba, junto a las medidas de **unificación económica** (reforma agraria, nacionalizaciones, desarrollo conjunto del mercado interno) y **política** (creación del partido único, de la central de trabajadores), que se estableciera una **homogeneidad ideológica**. La castellanización de los indígenas y la exaltación de la cultura de cada grupo étnico bajo la forma de patrimonio común de todos los mexicanos fueron algunos de los recursos empleados. El nuevo Estado y muchos intelectuales y artistas (Manuel Gamio, Othon de Mendizabal, Alfonso Caso, Diego Rivera, Siqueiros) sostuvieron que para construir "una Patria poderosa y una nacionalidad coherente" debía desplegarse una política de "fusión de razas, convergencia y fusión de manifestaciones culturales, unificación lingüística y equilibrio económico de los elementos sociales"(1), según lo escribió el primero. Salvador Novo declaraba en 1932 que "los muñecos de petate, las jícaras, los juguetes de barro, los sarapes policromados" estaban dando a los mexicanos "un sentido elevado racial y una conciencia de nacionalidad de que antes carecíamos" (2). Luego, el Estado formó antropólogos y técnicos para estructurar esta promoción nacionalista de la cultura popular, creó fondos especiales de asistencia crediticia, organismos dedicados a fomentar la producción artesanal y su difusión.

Si bien esta exaltación de las artesanías fue constante, el avance del capitalismo dificultó su significado y su función. Se distinguen tres períodos después de aquel impulso inicial: a) la explotación comercial de las artesanías ligadas al crecimiento del turismo extranjero y el interés por incrementar la reserva de divisas, que generaron la parcial industrialización de los objetos indígenas; b) el fomento de la expor-

tación artesanal, que pretendió contribuir a la política de sustitución de importaciones equilibrando la balanza comercial; c) la promoción de artesanías como parte de la estrategia de creación de empleos y fuente complementaria de ingresos para las familias campesinas con el fin de reducir su éxodo a los centros urbanos (3). De un modo o de otro, diferentes políticas estatales han seguido usando la producción de las culturas tradicionales para contribuir al desarrollo económico contemporáneo y renovar la hegemonía de las clases dominantes. Ya sea como recurso suplementario de ingresos en el campo, renovadoras del consumo estereotipado por la industrialización, atracción turística e instrumento de cohesión ideológica nacional, las artesanías muestran la variedad de lugares y funciones en que el capitalismo puede refuncionalizar objetos y símbolos a primera vista extraños a sus fines. La acción cultural del Estado, tal como el indigenismo la elabora, es el instrumento clave para adaptar las culturas indígenas a este desarrollo desigual pero unificado, para diluir las oposiciones de clases y etnias en un proyecto nacional.

La unificación mercantil: de lo étnico a lo típico

¿Se trata realmente de una disolución de lo étnico en lo nacional? ¿Es el Estado el único responsable? ¿Cuál es el papel de las determinaciones económicas en un sistema basado en la apropiación privada, en la homogeneidad de la producción y el consumo para la expansión del mercado y el acrecentamiento incesante de las ganancias?

En las actuales sociedades capitalistas la unificación propiciada por el Estado se entrelaza con la organización monopólica de la economía. El desarrollo internacional del capital necesita un proceso equivalente en la cultura, porque la diversidad de patrones de vida, de objetos y hábitos de consumo obstaculiza su expansión. La exigencia de incrementar el número de compradores de objetos diseñados y producidos en forma "standard" requiere eliminar diferencias de comportamiento y de gusto dentro de cada nación (entre la capital y el campo, entre clases sociales) y también entre países desarrollados y dependientes. Esta homogeneización de la economía se acom-

pañía con la unificación internacional de los programas ideológicos destinados a construir el consenso y de los sistemas políticos de control y represión. Cada Estado uniforma y centraliza la vida interna de la nación, y a la vez coordina el propio sistema, o simplemente lo somete, a la organización transnacional de la economía y la cultura. La estrategia normalizadora de los Estados contemporáneos está motivada, en primer lugar, por la exigencia económica de construir mercados nacionales; pero esta motivación mercantil, y el carácter dependiente y tardío del desarrollo latinoamericano, dificultan la construcción de una verdadera soberanía nacional. El crecimiento transnacional del capitalismo requiere a la vez unificar cada sistema nacional y subordinarlo al orden mayor encabezado por las metrópolis.

Los efectos de esta transnacionalización se aprecian en todos los campos de la cultura: la uniformidad de temas y estilos de investigación en la ciencia es homóloga de la estandarización del diseño en las viviendas y los objetos domésticos, de los programas de entretenimiento televisivo y la elaboración periodística de los acontecimientos mundiales. Aun en el campo en que el liberalismo auspició con más fuerza la diferenciación individual y nacional -las vanguardias artísticas- el mismo proceso socioeconómico que generó la originalidad y el culto a la diferencia acabó borrándolo al sujetarlo al intercambio comercial. La experimentación individual deja de ser experimentación y deja de ser individual cuando el arte de Nueva York se parece al de Lima, al de Buenos Aires, al de Tokio. Desaparecen los rasgos personales y nacionales que permitían distinguir en siglos pasados una escuela flamenca de otra francesa o italiana, y que en nuestro siglo, en las primeras décadas del cine, diferenciaban las películas francesas de las norteamericanas. Gracias al monopolio de la producción y la distribución, los modelos estéticos de las metrópolis, especialmente de los Estados Unidos, se impusieron planetariamente. El arte y la cultura son hoy una gran empresa de superproducción internacional.

En una investigación reciente sobre el impacto de este proceso en las culturas indígenas de México, estudiamos las operaciones cumplidas por el capitalismo en la producción, la circu-

lación y el consumo para incorporar las artesanías a su estrategia de unificación mercantil. (4) Observamos, por ejemplo, que cuando uno va a las comunidades indígenas encuentra alfarería de Capula, lacas de Pátzcuaro, petates de Ihuatzio. En las tiendas de Quiroga, ciudad comercial en la que se cruzan las carreteras que comunican esos tres pueblos, la alfarería, las lacas y los petates se convierten en artesanías. Los pueblos de origen se borran y los negocios sólo hablan de "artesanías de Michoacán"; nunca se las designa como tarascas o purépechas, nombres que -por ser del grupo indígena al que pertenecen los tres pueblos- mantendrían el origen étnico al reunirlos. En las tiendas de Acapulco, del Distrito Federal, de los grandes centros turísticos, las artesanías de Michoacán se reúnen en la misma vitrina con las de Guerrero, Oaxaca y Yucatán, son convertidas en "Mexican curious", o, en el mejor de los casos, en "artesanías mexicanas". Aun en las tiendas de

*"La dinámica histórica,
que ha ido constituyendo
el concepto -y el sentimiento-
de nación, es diluida
en la tradición"*

FONART, promovidas por el Estado, se observa esta disolución de lo étnico en lo nacional: los carteles y el resto de la publicidad anuncian "Genuino arte popular mexicano"; en el interior, las piezas suelen estar separadas por diferencias de material o de forma, e incluso cuando se las distribuye según la procedencia no se coloca ningún cartel que las identifique, menos aún cédulas que informen brevemente el origen material y cultural de su producción, en el sentido que tienen para la comunidad que las creó.

La necesidad de homogeneizar y a la vez mantener la atracción de lo exótico diluye la especificidad de cada pueblo, no en el común denominador de lo étnico o lo indígena sino en la unidad (política) del estado -Michoacán, Veracruz-, y a la estados en la unidad política de la nación.

Dijimos: disolución de lo étnico en lo nacional. En rigor se trata de una reducción de lo étnico a lo típico.

Porque la cultura nacional no puede ser reconocida tal como es por un turista si se le muestra como un todo compacto, indiferenciado, si no se dice cómo viven los grupos que la componen, los enfrentamientos con colonizadores (y entre las propias étnias) que están en la base de muchas danzas, de muchos diseños artesanales. La unificación bajo los colores y símbolos nacionales, en cierto sentido positiva, se vuelve distorsionante y despolitizadora cuando omite las diferencias y contradicciones que de hecho incluye. La museografía o el espectáculo que ocultan la historia, los conflictos que generaron un objeto o una danza, promueven junto con el rescate la desinformación, junto con la memoria el olvido. La identidad que exaltan es negada al disolver su explicación en su exhibición. La grandeza del pueblo que elogian es aminorada al presentar como manifestaciones espontáneas, con esa facilidad atribuida al virtuosismo o el "genio" populares, artesanías y ceremonias cuyo mérito radica en el esfuerzo hecho para trasponer al plano simbólico, y a veces "resolver" imaginariamente, relaciones dramáticas en las que la naturaleza los hizo sentirse impotentes o los opresores humillados.

Lo típico es el resultado de la abolición de las diferencias, las subordinación a un tipo común de los rasgos propios de cada comunidad. Se puede argumentar que el turista necesita esa simplificación de lo real porque no viaja como investigador. Pero la simplificación mercantil de las culturas tradicionales y de la cultura nacional, igual que en la prensa y la televisión llamadas populares, suponen casi siempre que sus espectadores están por debajo del cociente intelectual que efectivamente tienen y que el turismo o el entretenimiento son lugares donde nadie quiere pensar.

Sin embargo, más que las consecuencias sobre el turismo, nos parecen inquietantes los efectos que esta reducción de lo étnico a lo típico tiene sobre la conciencia política y cultural. Si pensamos que el turismo, además de su valor recreativo, podría servirnos para comprender nuestra ubicación sociocultural en un mundo cada vez más interrelacionado; importa cuestionar esta tendencia general a ignorar la pluralidad de hábitos, creencias y representaciones. Si pensamos que para entendernos a nosotros mismos es útil



conocer lo extraño, o lo que es lejano en nuestro pasado, ver que otros pueden vivir —a veces mejor— con costumbres y pensamientos diferentes, debemos concluir que esta estrategia de ocultar lo distinto es una manera de cerrarnos otros horizontes, confirmarnos en lo que somos y tenemos.

Tres condiciones básicas de la democracia, admitidas desde el nacimiento del liberalismo —reconocer la pluralidad de opiniones y formas de vida, aprender a convivir con ellas, ejercer la crítica y la autocrítica— son proscriptas si nos convencen de que todo el mundo se parece al nuestro, o está en curso de parecerse, si cuando viajamos a otro país compramos las artesanías en los supermercados de siempre y nos esconden bajo la lacónica etiqueta de “curiosidades mexicanas” o guatemaltecas o panameñas, lo que verdaderamente podría agitar nuestra curiosidad: maneras distintas de producir los platos y cocinar, tejer la ropa y vestirse, enfermarse y recurrir a plantas que desconocemos para curarse. Al desarrollar y sistematizar nuestra ignorancia de lo diferente, la estandarización mercantil nos entrena para vivir en regímenes totalitarios, en el sentido más literal en que se oponen a los democráticos: por suprimir lo plural y obligar a que todo se sumerja en una totalidad uniformada.

El nacionalismo acuartelado

Decíamos que ya en la concepción conservadora, o biológico —telúrica, el Ejército aparecía— junto a la Iglesia y

la familia— como una de las instituciones encargadas de preservar las esencias nacionales. La crisis presente del capitalismo mundial y la radicalización de conflictos sociales internos en todo el continente ha ampliado su intervención. A diferencia de los “pronunciamientos militares” clásicos, que a veces merecían ese eufemismo pues se reducían a sustituir prolijamente a un civil por un uniformado en la presidencia, desde el golpe militar brasileño de 1964 los “golpes de estado” abarcan todas las esferas de la sociedad civil. De pronto las fuerzas armadas se descubren especialistas en la dirección de la economía, la salud y las universidades, adquieren el monopolio del saber y del poder, de la moral y la identidad nacional. Extienden sus funciones de un modo casi gramsciano: saben que el poder no está sólo en los palacios de gobierno, que si quieren controlar la sociedad deben ocuparse de las escuelas y las iglesias, la economía y la vida cotidiana.

Para justificar esta identificación del Ejército con el Estado—Nación han elaborado la “doctrina de la seguridad nacional”. Declaran caduca la concepción liberal del individuo y la sociedad que nutrió al capitalismo en su nacimiento, y que también fundamenta las luchas latinoamericanas para independizarnos de España y Portugal. La actual etapa, dicen, requiere una teoría centrada en la seguridad de las naciones, en su necesidad de subsistencia y expansión. La “guerra fría” habría demostrado que no hay diferencia entre tiempos de guerra y tiempos de paz: la

guerra es una realidad incesante que impregna todos los aspectos de la vida. No podría admitirse ya, por tanto, la separación entre lo civil y lo militar. La nación debe subordinarse al Estado y éste al Ejército. En otras épocas la lucha de cada nación podía ser encabezada por las élites, pero como las élites políticas se han mostrado incapaces de mantener el orden y acrecentar el poder nacional es preciso que las fuerzas armadas desempeñen este papel.

Este discurso nunca tuvo consistencia teórica, pues no resiste frente a lo que las ciencias sociales enseñan sobre la historia. Pero al menos alcanzó una precaria verosimilitud en Italia y Alemania cuando buscaron la expansión de sus economías y sus Estados. Suenan huecos, por el contrario, si lo pronuncian los militares que desnacionalizan la producción, enajenan recursos básicos cuya soberanía fue costosamente obtenida y modifican las leyes para favorecer la inversión indiscriminada de empresas transnacionales.

Hay una segunda dificultad para admitir como **nacional** este modelo geopolítico: su sujeción a intereses ajenos a los pueblos latinoamericanos. ¿Cómo creer que el orden represivo se instaure para “defender nuestro estilo de vida” o “nuestras tradiciones” si sus fundamentos ideológicos y sus métodos nacieron en Alemania, fueron reelaborados en los Estados Unidos, y los ejércitos de la Argentina, Chile, Uruguay, El Salvador, Guatemala y otros países no hacen más que repetirlos, unánimes y dóciles? No estamos diciendo que cada cultura nacional deba formarse únicamente con lo producido y pensado dentro de cada país, sino que su carácter verdaderamente nacional depende de lo que le confiere carácter popular: que lo adoptado de la historia de otros pueblos, y del propio pasado, se someta a los objetivos actuales de emancipación de las mayorías.

Estas críticas nos parecen claves porque la “originalidad” de tales regímenes respecto de anteriores dictaduras militares radica en dos intentos: a) simular que la dependencia más extrema de la economía y la cultura al capital transnacional estaría arraigada en las tradiciones nacionales; b) reconstruir un tipo de hegemonía integral que garantice la nueva etapa de acumulación económica emprendi-

da por la tecnoburocracia, esa alianza de militares tecnócratas y administradores de empresas transnacionales. Su política cultural, por lo tanto, tiende a suprimir las instituciones y actividades capaces de expresar la participación política antiautoritaria del pueblo —sus partidos, sindicatos, movimientos étnicos, estudiantiles, etc.— y organizar otro sistema de participación limitada de las fuerzas sociales bajo el control militar. En esta perspectiva, apelar a los sentimientos nacionales y supe- ditar los intereses nacional-populares al modo en que los militares juzgan pertinente defenderlos son los recursos privilegiados para que su dominación tenga cierta apariencia de consenso. El reciente uso de la recuperación de las Islas Malvinas por parte de la dictadura argentina ejemplifica cómo una reivindicación nacional puede servir para que un poder militar cuestionado neutralice temporariamente los avances populares, sujete los reclamos económicos, sociales y culturales a un proyecto belicista en el que las fuerzas ar-

“El nacionalismo populista no señala la verdadera desconexión entre intelectuales y pueblo”

mas preserven, un papel protagónico.

Al fin de cuentas, el proyecto de la seguridad nacional carece de una política cultural para la sociedad civil que no sea la reproducción de ciertas prácticas aristocráticas y la formación ideológica de una fuerza de trabajo adaptada a la planeación tecnoburocrática. Por eso, las manifestaciones culturales más visibles de las dictaduras militares son negativas: la censura sobre la información, el arte y la investigación, el cierre de universidades e instituciones populares, el exilio y encarcelamiento de intelectuales y artistas.

Bases para una política popular en la cultura

En una primera versión, terminaba este texto analizando como alternativa a los paradigmas anteriores lo que podría ser una concepción histórica y popular de lo nacional. Pero al escribir

sobre los movimientos que representarían esta corriente, de la revolución cubana hasta la nicaragüense, pasando por la Unidad Popular Chilena, el peronismo revolucionario y los actuales procesos en Guatemala y El Salvador, advertí dos hechos: a) que es más fácil reunir a esos movimientos por sus puntos comunes en política económica y social (antimperialismo, redistribución de la riqueza, etc.) que por líneas de política cultural; b) que los movimientos triunfantes incluyen concepciones divergentes de lo popular y que los otros partidos no presentan definiciones claras sobre la función de la cultura en las luchas sociales. Nos encontramos, por lo tanto, más que ante una fórmula alternativa o proyectos elaborados de lo que sería una política popular en la cultura, ante un repertorio de problemas.

En los papeles, en los discursos, y en luchas parciales, existen desde hace décadas movimientos sociopolíticos que buscan reconstruir la identidad nacional y de clase a partir de proyectos populares independientes. Existen en muchos países latinoamericanos fracciones de partidos y movimientos sociales que conciben lo popular en forma contrahegemónica, resisten a que se lo encierre en esencias naturales o folclóricas, se lo corporatice en una organización estatal, y, por supuesto, se lo reduzca a esa trivial identidad mercantil que da la pertenencia a un sistema de bienes y símbolos programados por la “sociedad de consumo”. Estos sectores conciben la cultura nacional como la identidad que el pueblo va forjando en el proceso histórico de luchas autónomas. Proponen como estrategia cultural el desarrollo de la conciencia crítica en la praxis de esas luchas y a través de organismos autogestionados por las clases populares. Pero rara vez dicen cómo implementar este objetivo en una política específicamente cultural.

Es fundamental que esta concepción dinámica, histórica, basista de la cultura guíe la construcción de políticas populares. Porque los Estados, en los mejores casos, se preocupan por rescatar la cultura del pueblo para consagrarla en museos y libros lujosos; los medios masivos se dedican a difundir entre las clases populares la cultura de élites o a manipular los intereses y gustos del pueblo para adecuarlos a sus propósitos lucrativos. Sólo las organi-

zaciones populares pueden socializar los medios de producción cultural, no rescatar sino reivindicar lo propio, no difundir la cultura de élites sino apropiarse críticamente de lo mejor de ella para sus objetivos.

Sin embargo, pese a que este modelo basista y autogestionario tiene varias décadas, sigue existiendo más como reclamo que como política. Aun en movimientos populares triunfantes, no llegó a implementarse en forma duradera y profunda. Tomemos dos ejemplos. En el peronismo, desgarrado por fracciones internas, debidas en parte a la manera en que cada una define la política popular desde una concepción telúrica o estatalizante o basista de lo nacional, este último sector nunca pasó de ser un grupo minoritario cuyo eventual poder cultural siempre fue frágil y breve. En la revolución cubana, si bien existen formas avanzadas de participación política en algunos aspectos de la vida nacional, siguen vivas, e irresueltas, las discusiones entre quienes definen la realización de lo nacional-popular a través de un Estado fuerte, y quienes acentúan la construcción de una sociedad civil plural, donde lo popular se estructure y renueve desde la base y no desde el Estado.

Podría decirse que la falta de realizaciones de este modelo, y el enorme número de derrotas o su simple reducción a una posición minoritaria, no quitan la justificación política y ética a la concepción socialista de lo popular. Nos parece fácil coincidir en esto. Lo que resulta más complejo es analizar las causas de las dificultades reiteradas de esta posición, no sólo para tener éxito político sino para lograr un respaldo mayoritario en las clases populares que pretende representar.

Proponemos la siguiente hipótesis para una discusión de este tema: una política popular en la cultura no puede ser el resultado de una serie de omisiones (no tener nada que ver con el Estado, rechazar la transnacionalización y manipulación de los medios masivos, criticar la mercantilización cultural), sino que debe ser construida en medio de las actuales condiciones de existencia de los sectores populares. Es decir, en relación con quienes ya desarrollan políticas culturales dirigidas a las masas. Si bien partimos de que una política socialista debe tener como protagonistas a las organizaciones populares, los reclamos y críticas a la cultura he-

gemónica no llegarán a estructurar una política -y una política eficaz- mientras no se planteen las tareas necesarias para ser eficaces en relación con el Estado, con los medios masivos y con las estructuras culturales que rigen la vida cotidiana.

1. **La investigación de la vida cotidiana y las necesidades populares.** Dijimos antes que un elemento común de las políticas culturales en América Latina es ser diseñadas y aplicadas sin tomar en cuenta las necesidades efectivas de las clases populares, aunque frecuentemente se las aluda como destinatarias de la acción de gobierno o se las convoke a adherir a ella. Predomina la concepción estatalista de lo nacional-popular, cuya estrategia es subordinar el pueblo y la Nación a lo que el Estado establece como tales.

Pero ¿acaso los partidos políticos de izquierda han estudiado sistemáticamente las necesidades populares en nombre de las cuales cumplen su oposición e impulsan propuestas de cambio? Hay que preguntarse si el carácter minoritario de la mayoría de estos partidos en el continente no deriva, en parte, de dicho desconocimiento y de la dificultad de vincular las ideas progresistas con los intereses y vivencias de las clases subalternas.

Es en este contexto teórico y político que el estudio del consumo cultural y de las necesidades populares adquiere un lugar decisivo. Tal colocación del problema requiere un giro radical en el trabajo científico y político. Generalmente, los estudios sobre la cultura, incluso sobre culturas populares, analizan sólo las estrategias de dominación, la difusión de mensajes (por la televisión, la prensa y la escuela). Por su lado, los partidos de izquierda se reducen a denunciar la imposición y las injusticias de la clase hegemónica. No sabemos casi nada de los usos que los sectores populares hacen de los mensajes impuestos, cómo reestructuran y renuevan sus prácticas, las maneras de emplear los objetos producidos por la clase hegemónica, de seleccionarlos y combinarlos, de apropiarse de los paradigmas culturales ajenos y transformarlos: en síntesis, que hace la gente con lo que el sistema hace con ellos. ¿Qué hace el pueblo con lo telúrico, con lo estatal, con la mercantilización de su cultura, con la militarización de la sociedad civil?

2. Estado, sociedad civil y cultura.

En las dos últimas décadas, centenares de grupos de artistas e intelectuales han ensayado en América Latina nuevas formas de inserción social. Muchos de esos intentos fueron frustrados por la represión y la censura, pero también limitaron sus efectos concepciones demasiado pragmatistas sobre la utilidad política inmediata del trabajo cultural, preocupadas por ampliar la comunicación de los intelectuales y artistas con las masas pero indiferentes a otras formas más profundas de influencia en la sociedad civil. En vez de exponer en un museo se va a un sindicato; se hacen carteles en lugar de cuadros de caballete; se ofrecen experiencias ejemplares de lo que podría ser una plaza o una calle diseñada en función de necesidades estéticas de los usuarios. Muy pocos artistas se han propuesto cambiar el museo (o convertirlo en un centro cultural vivo), participar en las discusiones de los sindicatos y no simplemente servir de ilustradores, intervenir en los organismos estatales donde se diseñan las plazas y las calles.

Tres obstáculos ideológicos han trabado este tipo de experiencias: a) la formación individualista de los artistas e intelectuales, que a veces se modifica sólo para convertirse en un individualismo grupal, también competitivo y aislante; b) un cierto ultraizquierdismo según el cual la conducta revolucionaria debe excluir toda participación en programas de cualquier Estado no socialista o en instituciones culturales, incluso vecinales, no politizadas; c) la creencia en el valor ejemplarizador de experiencias ocasionales de los artistas e intelectuales, y en su multiplicación mágica, superstición que curiosamente conserva muy buena salud una década después de que su equivalente militar -la tesis del foco guerrillero- revelara su ineficacia.

Es hora de aceptar que el cambio de función de la producción cultural no puede ser sólo asunto de individuos bien intencionados, ni de acciones aisladas. Debe incluir: a) transformaciones radicales en las instituciones dedicadas a producir cultura; b) la inserción activa y crítica de los artistas e intelectuales en los organismos ocupados de la circulación del arte y la cultura (museos, centros educacionales, medios masivos de comunicación, etc.);

c) la construcción de canales alternativos de producción y distribución ligados a organizaciones populares (partidos políticos, sindicatos, asociaciones vecinales), reclamando de ellas una atención específica, no inmediatamente pragmática, hacia el valor del trabajo cultural.

Por cierto, hay que discutir en cada país y cada coyuntura cómo articular estos tres niveles de acción cultural. Incluso si todos pueden ser utilizados. El grado de independencia o compromiso con el poder que implica intervenir en programas artísticos estatales es muy diferente en los países del cono sur, Venezuela o México, la posibilidad de que una práctica transformadora que desborde la política hegemónica sea permitida, neutralizada o reprimida es bastante distinta en cada caso.

La cuestión que está en la base de esta polémica es cómo caracterizamos los distintos tipos de Estado que exis-

"Es hora de aceptar que el cambio de función de la producción cultural no puede ser solo asunto de individuos bien intencionados, ni de acciones aisladas"

ten hoy en América Latina. Es verdad que se observa un común denominador: la reorganización del aparato estatal (y su relación con la sociedad civil) para adaptarlo a la reformulación monopólica y monetarista del modelo de acumulación. Pero no es lo mismo que esta reorganización sea ejecutada por una dictadura militar (Argentina, Chile, Uruguay, entre otros) o intentada por un gobierno surgido de comicios en el que se enfrentan tecnoburócratas ligados a las transnacionales con políticas liberales y sindicatos interesados en mantener una alianza más o menos democrática, o al menos donde los sectores populares encuentran posibilidad de organizarse y luchar por sus demandas (pienso en México y Brasil). Es muy distinta la posibilidad de incidir en cuestiones claves para el interés nacional y popular, como son la defensa de espacios de participación crítica de las masas y la resistencia a la transnacionalización de la cultura agudizada

por el monetarismo. Si reconocemos la importancia de este espacio y esta resistencia, y que dentro del segundo tipo de Estado existe lucha de clases, no podemos caracterizarlo como "brazo de la burguesía" simplemente porque se da dentro del capitalismo. Sería más productivo que ese tipo de rechazos dogmáticos preguntarse cómo intervenir en sus contradicciones, cómo combinar la lucha por la democratización del Estado con las luchas autónomas de las organizaciones populares dentro de la sociedad civil.

Depende de cada país y cada coyuntura la articulación de estos dos tipos de trabajo político. Pero al menos podemos decir que nuestra historia está llena de fracasos por haberlos separado. El cuestionamiento del orden vigente sólo mediante experiencias sueltas desde las bases gasta las fuerzas en socavamientos aislados del sistema que no se acumulan para construir un poder alternativo. A la inversa, la disputa por el poder sólo dentro de las instituciones hegemónicas, sin levantar paralelamente estructuras de base que desafíen a las oficiales desde posiciones autónomas, se detiene en el reformismo o es asimilada como apéndice autocrítico del sistema al que termina consolidando. Entre estos dos riesgos, hay sin embargo un conjunto de oportunidades que habitualmente no se debaten en su variedad y riqueza.

3. Medios masivos y política cultural. La reformulación de las prácticas artísticas e intelectuales en años recientes se ha limitado casi siempre a las artes tradicionales y a las actividades "cultas" de la vida intelectual: talleres populares de teatro y plástica, conciertos en barrios y peñas folclóricas, poesía combativa y recitales en salones populares. ¿Por qué no somos igualmente innovadores en el uso de los medios masivos de comunicación? Salvo los movimientos de crítica social en la canción urbana y algunos intentos renovadores de periodismo y cine alternativos, casi siempre fugaces e independientes de los partidos políticos, los trabajadores culturales de izquierda nos hemos concentrado en los instrumentos más tradicionales de comunicación. Durante décadas venimos promoviendo revistas y periódicos, y, en los países de mayor desarrollo, editoriales que publicaron miles de libros marxistas y estudios críticos sobre América Latina. Pero estas formas de

difusión sólo alcanzan a universitarios y militantes. Pocas veces hemos encarado el uso sistemático de los medios de comunicación masiva: ni los de tecnología avanzada como radios, televisión, video, ni los tradicionales de gran repercusión popular como historietas, fotonovelas, etc. Aun en casos en que se transitaron estas vías (en Chile y Argentina a principios de los setentas) la falta de preparación técnica de los militantes y de conciencia de los partidos sobre el valor de estas tareas, el escaso o nulo énfasis que se les dió en la estrategia general, revelaron cuán ajenas resultan a las izquierdas. Nos cuesta pensar que el militante en la fábrica o en la universidad pueden ser políticamente tan necesarios como el guionista de TV y el dibujante de historietas. Y no sólo porque sirvan para producir buena propaganda partidaria en el lenguaje de los medios, sino porque pueden contribuir -mediante espectáculos y entretenimientos masivos- a democratizar y mejorar la vida cotidiana. Salvo emisiones radiales de directo uso político que algunos movimientos de liberación sostienen precariamente en la clandestinidad (por ejemplo en Centroamérica) no hemos encarado la utilización de los medios de mayor penetración en la vida popular. En ciertos países el poder de los partidos revolucionarios y condiciones relativamente democráticas permitirían crear radios y quizá algún canal de TV progresista. Pero llegaremos a saber cómo usarlos en la medida en que tengamos una política clara para disputarle a la burguesía las principales áreas de comunicación social, incluso en sus propios medios si es posible: desde la orientación de los noticieros hasta los entretenimientos, la dirección intelectual y la administración de los órganos estatales que enseñan a la gente a pensar y a sentir.

Para ocupar este vasto espacio sociocultural, indispensable en la construcción de la hegemonía popular, debemos cambiar la manera de vincular en las luchas sociales lo económico, lo cultural y lo político. Nuestra relación con la cultura debe ser mucho más de lo que hasta aquí ha sido: denunciar las manipulaciones de la clase hegemónica y planear acciones a corto plazo para aprovechar coyunturas electorales u otros tipos de movilización transitoria.

¿Cuál sería, entonces, el principal

objetivo de una política popular en la cultura? La progresiva democratización de los medios, las instituciones, los lenguajes a través de los cuales se realiza la comunicación social y se estructura cotidianamente la conciencia del pueblo. Dicho de otro modo: reorganizar con una orientación socialista las relaciones entre significado y poder. El punto de partida de esta política es saber que el significado de la identidad no está dado por nadie -ni por la raza, ni por el Estado, ni por el consumo-, sino que se produce en la historia. El punto de llegada es construir una sociedad en la que el poder no sea algo que se conquistó ni se reverenció, sino la manifestación solidaria de la capacidad creadora del pueblo.



NCTAS

- 1) *Manuel Gamio, Forjando patria; Editorial Porrúa; México; 1960; pág. 183.*
- 2) *Salvador Novo, "Nuestras artes populares", en Nuestro México; T. 1, No. 5; México; julio 1932; pág. 56.*
- 3) *Victoria Novelo, Artesanías y capitalismo en México; SEP/INAH; México; pág. 14-16.*
- 4) *Néstor García Canclini, Las culturas populares en el capitalismo; Nueva Imagen; México y Casa de las Américas; La Habana; 1982.*

NESTOR GARCIA CANCLINI, argentino, residente en México desde 1976. Es doctor en filosofía por las Universidades de París y La Plata (Argentina) y actualmente trabaja como profesor de la Escuela Nacional de Antropología de México. Ha publicado los siguientes libros: *Cortázar, una antropología poética* (Buenos Aires, Nova, 1968); *Arte Popular y Sociedad en América Latina* (México, Grijalbo, 1977); *Las culturas populares en el capitalismo* (México, Nueva Imagen y La Habana, Casa de las Américas, 1982). Por este último libro recibió el Premio de Ensayo Casa de las Américas 1981. Dirección: Arsenal 252-5, Santa Úrsula Xilita Tlalpan. DF. 14420, México.

Journal of **Communication**

Timely

Authoritative

Lively

Comprehensive

Every issue of the **Journal of Communication** features at least one symposium and other major studies, articles, and research reports. Authors include scholars, researchers, and other professionals from the social and information sciences, the humanities and the arts, education, the mass media, management, government, and organizational life.

With a subscription to the **Journal** you will receive 4 times a year:

- Intercom—a column of news of the field
- Over 18 articles in each issue (70 per year)—more than any other scholarly journal in communications
- Over 15 reviews in each issue of the most recent and relevant books in the field
- Over 900 pages of research, scholarship and reviews per year

To subscribe please complete this coupon and mail to **Journal of Communication**, P.O. Box 13358, Philadelphia, PA 19101-3358

Domestic and Foreign Surface Mail:

1 year \$20 2 years \$36 3 years \$ 51

Foreign Air Mail: 1 year \$45 2 years \$86 3 years \$126

payment enclosed

please bill

Name _____

Address _____

City _____

State _____

Zip _____

La teoría del desarrollo y las ideas mesiánicas

Este ensayo tiene la doble finalidad de presentar una argumentación sobre las estructuras duales que emergen en los sistemas de comunicación del mundo menos desarrollado y apoyar esta perspectiva teórica por medio del análisis de las experiencias iraníes que condujeron a la revolución islámica tradicionalista de 1979. Se argumentará que la modernización despótica, ejemplificada en los casos de Irán y de los países del Tercer Mundo que impiden la democracia participativa, ha contrapuesto los modernos medios masivos, frecuentemente controlados por sistemas oligárquicos, a los canales tradicionales de comunicación, que con frecuencia están controlados por líderes tradicionales de la opinión pública. Cuando estos últimos también pertenecen a una red de comunicación religiosa amplia y poderosa, el sistema tradicional ha podido emplear canales informales y tecnologías de comunicación más limitadas para movilizar una oposición efectiva. El surgimiento de ideologías religiosas radicales (de izquierda o de derecha) en situaciones históricas diversas, en el Islam Fundamentalista del Medio Oriente, en Estados Unidos con la Mayoría Moral, la Teología de la Liberación en América Latina y el resurgimiento del Catolicismo en Polonia y en otros lugares de Europa Oriental, pueden considerarse entonces protestas populares contrarias a los efectos despersonalizadores y enajenantes de los medios masivos modernos y de las estructuras burocráticas que representan. Los sistemas tradicionales de comunicación, si están vinculados a una causa populista y a instituciones populares, pueden por tanto socavar y algunas veces, derrocar los sistemas políticos dominantes de comunicación que se basan en tecnologías más avanzadas.

I. DEPENDENCIA Y DUALISMO: UNA PERSPECTIVA CRITICA

La transición histórica de una economía, de una sociedad y de un estado agrario a una economía, una sociedad y un estado industrial, que invariablemente se describe como "modernización" o "desarrollo", ha sido contemplada por lo menos desde tres perspectivas teóricas diferentes. En primer término, se encuentran aquellos teóricos que han visto este proceso esencialmente en términos

"Las viejas ideas no mueren, simplemente permanecen bajo una diversidad de apariencias diferentes"

de la pluralización de la sociedad, la economía y el estado. Los economistas liberales y sus descendientes teóricos en su mayoría suscriben esta opinión. El aumento de los niveles de división del trabajo, la diferenciación de la sociedad en estructuras y funciones distintivas, la diversificación de los grupos de interés y el logro de un balance dinámico entre grupos e intereses competitivos constituyen la esencia de la opinión pluralista, liberal-democrática, sobre el desarrollo. (Tehranián, 1979).

Una segunda escuela de pensamiento destaca principalmente los niveles crecientes de racionalización como el factor clave del proceso. Hegel y los hegelianos, al insistir sobre el papel de la razón en el proceso del desarrollo histórico, Marx y los marxistas, con sus opi-

Este ensayo tiene la doble finalidad de presentar argumentos sobre las estructuras duales que emergen en los sistemas de comunicación del mundo menos desarrollado y analizar las experiencias iraníes previas a 1979.

Por
MAJID TEHRANIAN

niones sobre el papel clave que desempeña el adelanto tecnológico en el devenir progresivo de la historia y Weber y los weberianos, con su preocupación por la racionalización de la cultura y la autoridad burocrática como motores gemelos del progreso social, pueden todos ser considerados pertenecientes a esta tendencia teórica. La deificación del estado como depositario de toda autoridad y legitimidad, que se caracteriza por los puntos de vista totalitarios sobre la modernización, puede también considerarse una vulgarización de este modelo teórico.

Una tercera escuela de pensamiento, latente tanto en la primera como en la segunda, ha surgido junto con el desarrollo de la autoconciencia histórica de los pueblos del Tercer Mundo. El concepto central en esta tendencia histórica es el concepto de **liberación**. Los teóricos del liberalismo, los marxistas y también los freudianos han aportado ciertos hallazgos teóricos a quienes en el Tercer Mundo consideran la modernización esencialmente como un proceso de liberación de la dominación colonial extranjera, de la explotación elitista interna y de cierta servidumbre interna producidas por años de condicionamiento colonial.

Sin embargo, las tres escuelas consideran la religión como un elemento de la sociedad tradicional que tendría que ser destruido o en el mejor de los casos modificados para preparar el camino a lo que Weber denominara las estructuras y los sistemas de creencia racional-legal. Los marxistas son los que más lejos llegan en su crítica a la religión, considerándola básicamente un fraude o, en los conocidos términos de Marx, "el opio del pueblo". Los liberales son más tolerantes aunque no menos despreciativos del oscurantismo de los dogmas religiosos que han creado verdaderos obstáculos al progreso científico real. A pesar de que la mayoría de los teóricos del Tercer Mundo tienden a juzgar con simpatía el papel vital que la religión puede desempeñar en las luchas nacionales por la independencia y la rehabilitación cultural, comienzan a dejarla de lado cuando empieza a usurpar la autoridad del estado recién independizado.

Sin embargo, la mayoría de los teóricos de la modernización, sea cual sea su opinión, tienden a estar de acuerdo en que, en última instancia, la sociedad industrial procuraría un cemente-

rio a la mayoría de las religiones y de los dogmas religiosos.

Estas tres escuelas de pensamiento y los modos de acción política que de ellas han emanado, se fundamentan en menor o mayor medida en la "Idea del Progreso" que a su vez surgió del optimismo y del racionalismo de Occidente de los siglos XVIII y XIX. Sin embargo, entre tanto, los supuestos fundamentales que servían de base a la idea del progreso han llegado a ser seriamente cuestionados. La infinita perfectibilidad del hombre, las riquezas ilimitadas de la naturaleza, la incuestionable habilidad de la razón humana, la ciencia y la tecnología para salvar al hombre de los grilletes de la vida y de la depravación de su propia naturaleza, el enfoque orgánico de la sociedad como mecanismo homeostático y auto-corrector, y los puntos de vista evolutivos de la historia como proceso teleológico de cambio nece-

"El Tercer Mundo se encuentra en algún sitio crepuscular de la tradición y el modernismo, sufriendo las peores consecuencias de ambos sin beneficiarse"

sario hacia ciertos fines predeterminados, son todos supuestos que han sido seriamente cuestionados debido a la amarga experiencia del siglo XX. La primacía del **homo economicus** y del **homo faber**, significada con el surgimiento de las ideologías de la sociedad industrial hasta llegar a convertirse en conceptos irrefutables sobre el destino humano, se ha desmoronado frente a los movimientos de masa del siglo XX, que han glorificado las místicas de la Raza, la Nacionalidad y la Historia. Aún la religión y su metafísica de salvación han vuelto a surgir con ímpetu considerable en las sociedades tanto industriales como preindustriales, socialistas como capitalistas, para llenar las vidas de los ciudadanos corrientes con un significado y emocionalismo que faltaba en el ritmo rutinario y calculador de la vida moderna. Podrá decirse que la muerte de la religión ha resultado ser algo exagerada por los grandes eruditos liberales y marxistas.

Con frecuencia el enfoque científico respecto a la comprensión de la religión ha subestimado las funciones perennes que ella tiene, las cuales no sólo consisten en imponer pavor, atraer y mitificar, sino también en suministrar un soporte vital y necesaria contra las vicisitudes de la vida humana. Aun cuando es cierto que las condiciones predecibles de confort material, que el sistema industrial promete y cumple, tienden a disminuir la importancia de estos soportes emocionales, las ansiedades e incertidumbres de la rápida transformación social exigen con urgencia estas distracciones ideológicas. Las filosofías seculares pueden satisfacer las necesidades humanas de seguridad, identidad y comunidad, pero no han logrado satisfacer la función ontológica de las fés tradicionales que consiste en otorgar significado a las experiencias perennes de la muerte, el sufrimiento y el mal. En otras palabras, la ciencia y la tecnología modernas y sus ideologías de progreso concomitantes han fracasado en lo fundamental en dar una respuesta adecuada a la finitud, fragilidad y moralidad de la condición humana. Por esta razón aunque no fuera por ninguna otra, grandes científicos contemporáneos como Albert Einstein siempre han reconocido y aceptado los vínculos profundos entre las tradiciones científicas y místicas.

Las viejas ideas no mueren, simplemente permanecen bajo una diversidad de apariencias diferentes. La idea del progreso, esperanza ferviente de la humanidad para la salvación mundana, reapareció en el período posterior a la guerra bajo el disfraz de las teorías de la modernización y el desarrollo según se aplicaban en particular al mundo menos desarrollado. Sin embargo, el Tercer Mundo se ha visto seducido por los mundos Primero y Segundo con un sueño que gradualmente se ha convertido en pesadilla. El conjunto de imágenes que han sido presentadas al Tercer Mundo bajo las rúbricas utópicas de "la sociedad sin clases" o la "era del gran consumo masivo" han resultado ser poderosos mitos mundanos. Sus promesas de paz y abundancia les asemeja asombrosamente al "Culto al Cargamento" de algunas remotas islas del Pacífico. Durante la Segunda Guerra Mundial, los aviones que irrumpieron en estas islas trajeron consigo tal abundancia temporal de bienes de consumo y de liberación del hambre que desde entonces ha permanecido la esperanza de una Segunda Venida, bajo la forma del Culto al

Cargamento. Las teorías de la modernización y su expresión ideológica, el "desarrollismo", también han suministrado una mitología nueva y poderosa que tiende a subestimar y legitimar los costos humanos sufragados por los que padecen los sufrimientos de la transición histórica y que con frecuencia lo hacen en beneficio de unos pocos tan alejados culturalmente de los nativos como los pilotos de esos aviones de carga.

En realidad, en el Tercer Mundo, donde la modernización ha sido experimentada mayormente como occidentalización, la tarea de integrar la tradición y el modernismo ha resultado doblemente difícil. La modernización para el Tercer Mundo ha resultado ser una doble maldición. Los efectos dislocadores con frecuencia también han sido experimentados como una despersonalización cultural. En primera instancia, los procesos de modernización comenzaron con el dominio de Occidente, la humillación nacional y la erosión gradual de sociedades y culturas tradicionales. La humillación de la derrota se vio así exacerbada por sentimientos profundos de inferioridad cultural, incertidumbre sobre sí mismos y, en casos más graves, odio a sí mismos. Las realidades objetivas del sojuzgamiento y la aceptación subjetiva de una auto imagen inferiorizada, interiorizada, impuesta desde afuera, condujo a un proceso gradual de despersonalización cultural típico del síndrome psicológico del amo y el esclavo. La proyección del amo de sus propios sentimientos de inseguridad para conformar la imagen del Salvador Blanco y la aceptación por parte del Esclavo de una imagen propia de depravación e inferioridad han persistido hasta el período postcolonial. Sin embargo, el síndrome colonizador—colonizado gradualmente ha sido interiorizado en forma de síndromes de dependencia élite—masa.

Sin embargo, con frecuencia el enemigo es interno. Años de condicionamiento colonial y de enajenación elitista de los idiomas, religiones, culturas y pueblos indígenas han socavado las posibilidades para el diálogo creativo y la regeneración cultural. Las élites sociales y culturales de las sociedades del Tercer Mundo han sido pues despojadas de sus propias culturas sin que necesariamente hayan echado raíces en las tradiciones culturales extranjeras. Para utilizar la frase tan apropiada de Franz Fanon, su esquizofrénica condición social y psicológica con frecuencia se ve caracterizada



por caras negras y máscaras blancas. Un médico que no puede curarse a sí mismo fracasa al tratar de suministrar recetas fidedignas a los que padecen de su mismo mal. Las masas, inmersas aún en sus propias culturas y tradiciones indígenas vivientes y sin embargo acosadas por la imposición de culturas seductoras y extranjeras, pronto desarrollan los mismos síntomas esquizofrénicos. Sin embargo, para ellos, las posibilidades de lograr los niveles de vida de la cultura extranjera son tan remotas, que los sentimientos de rechazo vencen a los de atracción. Si aún se dispone de una fuerza dirigente tradicional (el Ulama, los médicos de vudú, los sacerdotes católicos) para que llene el vacío de liderazgo, surgen movimientos sociales y culturales de ímpetu considerable. De no ser así, la sociedad tradicional y la moderna están condenadas a vivir una al lado de la otra, con pocos vínculos, mucha fricción y pocas esperanzas de lograr la integración cultural, social y política.

Puede decirse que el hombre moderno enfrenta tres conjuntos de identidad que están en competencia y son complementarios, que podríamos denominar **primordial**, de **status** y **civil**. Las identidades primordiales se componen de las fuentes básicas y naturales de la identificación humana, o sea, raza, sexo, edad, idioma y cultura. Por contraste, las identidades de status provienen de aquellos estratos de la auto definición humana que están programados en cada individuo a través de su clase social y status profesional. Existen, sin embargo, estratos terciarios de identidad personal, expresados en términos de abstracciones ideológicas o políticas globa-

les que definen el status civil de la persona en la vida como ciudadano de una entidad política dada.

Claramente, el sistema moderno de nación—estado ha tratado de integrar los tres estados de identidad dentro del concepto general de nación para facilitar sus pretensiones al poder y a la lealtad totales. En esas circunstancias, cuando existe cierta homogeneidad poblacional en términos de raza, idioma, religión y cultura, y también existe una tasa lo suficientemente alta de acumulación de la riqueza para cooptar a los elementos disidentes dentro de las clases inferiores movilizadas, las identidades cívico—nacionales han logrado dejar a un lado la diferenciación en las identidades de status y primordial. Sin embargo, en circunstancias en que presenciamos que una población heterogénea y una movilización rápida sobrepasan las tasas de acumulación de la riqueza y el poder, las identidades social y primordial se reafirman. (Geertz, 1963). El atractivo que tienen el liberalismo, el marxismo y la religión como alternativas al nacionalismo para la integración ideológica de la sociedad consiste en que ofrecen conceptos universalistas sobre la comunidad política. Por tanto, entre las poblaciones heterogéneas se tiene un aparato ideológico más integrador que el nacionalismo, el cual tiende a ser divisorio. Sin embargo, en una era de nacionalismo, los reclamos por autonomía cultural y política entre los grupos primordiales son fuertes y los llamados intelectuales del liberalismo y del marxismo no pueden oponérseles fácilmente. Donde las fuentes de apoyo social para estas dos ideologías son también débiles, co-

mo sucede en los países del Tercer Mundo que se caracterizan por la debilidad de los movimientos burgueses y de clase obrera, las ideologías religiosas tienen el atractivo mayor como fuerza integradora.

Este conjunto de reacciones, que podrían denominarse de “contra-modernización”, ya sea que se exprese en términos religiosos o seculares, no es sin embargo privativo del Tercer Mundo. Parece ser una reacción universal típica de las etapas iniciales y posteriores de la industrialización, en las cuales los costos tienden a tener más peso que los beneficios. En las etapas iniciales, típicamente se asienta una nostalgia por la armonía y coherencia “naturales” de la sociedad tradicional, socavada por las tensiones y contradicciones de la vida industrial, entretejidas por el “nexo del dinero”. En las etapas posteriores, tipificadas por los movimientos contra-cultura de las sociedades post industriales, las protestas en contra de una sociedad estratificada y burocratizada en exceso exigen el desmantelamiento de la sociedad industrial a favor de un regreso a la “naturaleza” y a sus dones de armonía.

La búsqueda febril de la identidad que sobreviene en semejantes circunstancias históricas tiene consecuencias sociales y políticas contradictorias. La política de **identidad** en oposición a la política de **interés** o de **status** es una espada de doble filo. Puede, en circunstancias favorables, ser una fuerza integradora. Pero puede también servir como instrumento de extremismo político y de violencia de masas. En contraste con la política de interés, que se centra en el acomodo de los intereses materiales y de la política de status, que se centra en consideraciones de prestigio, la política de identidad tiende a ser totalista en su concepción, reclamando el exterminio del enemigo. Tragedias modernas como la persecución, expulsión y masacre de los judíos en Alemania, los armenios en Turquía, los biafranos en Nigeria, los chinos en el Sudeste Asiático, los kurdos y palestinos en el Medio Oriente son recordatorios de los extremos a que puede llegar el fetiche de la identidad. La reconstrucción de la sociedad de acuerdo a un estado de pureza totalmente novedoso o primordial, ejemplificado en la mentalidad del Año Cero del régimen de Pol Pot en Camboya, o el llamado del Ayatollah Jomeini a favor de una sociedad islámica purista (Fallaci, 1979), exige inevitablemente la

eliminación de todos los elementos de flaqueza y desviación humanas que obstaculicen su camino. Y en especial cuando esto se realiza en nombre de la religión puede llevar a la corrupción de las instituciones religiosas por consideraciones de ganancias y poder mundanos, así como también a la desvalorización y demitificación de la fe religiosa.

En el Tercer Mundo, donde las nuevas tradiciones de la ciencia y la tecnología son mayormente importadas junto con las instituciones sociales, políticas y económicas de la dominación burocrática moderna, el problema de identidad se torna doblemente intenso. Los procesos de modernización y la aceleración tecnológica se añaden a los ultrajes de la despersonalización cultural mezclada con matices coloniales y semicoloniales. Cuando el sistema social y económico que prevalece también padece de grandes injusticias, la búsqueda de la identidad asume entonces formaciones ideológicas que combinan la xenofobia con el fundamentalismo y el populismo. Cuan-

“La modernización para el Tercer Mundo ha resultado ser una doble maldición”

do las tradiciones son fuertes y reclaman con orgullo tener una visión histórica del mundo y un estilo de civilización propios, como sucede en el mundo islámico, los nuevos movimientos sociales pueden también ser los dolores de parto de un desarrollo económico y social más auténtico, justo y en última instancia liberador. A lo largo del camino, también habrá que haber sufrido cierta medida de oscurantismo y xenofobia.

II. EL DUALISMO DE LA COMUNICACIÓN Y LA REVOLUCIÓN ISLAMICA

El caso de la revolución islámica en Irán, aunque extremo, es muy importante para comprender las fuerzas dinámicas de la modernización en el resto del mundo islámico y tal vez en todo el Tercer Mundo. En un sentido profundo podría afirmarse que los levantamientos en Irán representaron una crisis de comunicación enraizada en la escisión política, económica y cultural

entre la élite y las masas, surgida durante los últimos 170 años. Esta escisión ha conducido a la esquizofrenia en la identidad cultural y en la conciencia histórica del pueblo iraní. Lo ha dividido en dos mundos de creencias seculares y religiosas, centrándose su sustento ideológico-mitológico en símbolos islámicos y pre-islámicos.

La escisión cultural e ideológica

Para Irán, al igual que para muchos de los países menos desarrollados, la modernización ha traído consigo una triple maldición. En primer término, la modernización llegó al Irán, al igual que a muchos otros países africanos y asiáticos, primordialmente bajo la forma de occidentalización. Significó, por tanto, el desenraizamiento de las instituciones sociales, económicas, políticas, educacionales y legales autóctonas de Irán a favor de sus contrapartidas occidentales. La cohesión y coherencia de una sociedad corporativa tradicional fue así gradualmente reemplazada por las tensiones y contradicciones de una sociedad que experimentaba la modernización, con pocas instituciones indígenas modernizantes propias. Las instituciones indígenas disponían de poco tiempo u oportunidad para responder el reto occidental por adopción y adaptación; en su mayoría se retrotrayeron a la reacción.

En segundo lugar, los procesos de occidentalización crearon y nutrieron una élite política y cultural que mostró un celo misionero por una revisión total de la sociedad iraní, a imagen de los sectores más “adelantados” de la sociedad occidental. Para ciertos miembros de esta élite, que fueron evidentes durante los años setenta, esta imagen se reflejaba en California del Sur con todos sus seductores encantos. Así, los sueños y utopías de esta élite los apartaba cada vez más del resto de la sociedad iraní.

La conciencia histórica de esta élite era secular y referida a este mundo, pero su identidad cultural se enraizaba en una mitificación del pasado preislámico de Irán y sus promesas de poder y preeminencia. Por contraste, la conciencia histórica de las masas se basaba principalmente en tradiciones orales que transmitían en términos mito-poético la continuidad histórica y cultural de Irán, desde su pasado pre-islámico hasta el post-islámico. En sus anhelos utópicos por la redención, la justicia y la liberación, las masas se identificaron princi-

palmente con los héroes y mártires arquetipos del Islam. El slogan de "La Gran Civilización" como expresión del ethos ideológico y cultural de la élite dominante fue así contrapuesto al slogan de una "República Islámica", convertido en el grito reunificador de una revuelta de masas.

En tercer lugar, el culto al estado como la encarnación de todo lo verdadero, bueno y bello (p. e. La Razón y el Orden) fue un flagelo para Irán no menos que para otras sociedades modernizantes con tendencias totalitarias. El estado iraní no reconoció ninguna verdad de sí, y no pudo tolerar ningún desafío a su autoridad. Todas las demás instituciones deberían servir sus fines y propósitos y no tenían nada que reclamar en cuanto a fines y propósitos propios. Cualquier murmullo opositor se consideraba traición en grado sumo, dejando poco espacio para el desarrollo natural de las contradicciones y para su solución.

La burocracia centralizada

En Irán, las fuerzas modernizantes, en especial durante los cincuenta y cuatro años de dominio de los Pahlavies (1925-1979), instituyeron una implacable campaña hacia la occidentalización y centralización de una autoridad sostenida por un ejército y un aparato policial moderno, una burocracia parásita en expansión y el apoyo de las potencias occidentales. En este proceso, las instituciones autóctonas de participación política y social (la comunidad del pueblo, los gremios, las tribus y las asociaciones voluntarias como las casas de deportes, los "zurkhaneh", o las casas sufi de culto, las "khaneghah") fueron destruidas sin que fueran reemplazadas por instituciones de participación modernas.

El parlamento, la prensa, los sindicatos y las asociaciones profesionales y voluntarias, que podrían suministrar este tipo de vías se mantuvieron mayormente bajo control y manejo centrales y por tanto sus resultados fueron ficticios. Sin embargo, la falta de apoyo de masa significó que las pretensiones del poder totalitario (un mando, un partido, un libro, una ideología) no fueron igualadas por la eficiencia y organización totalitarias. Las pretensiones imperiales aumentaron a medida que disminuía la substancia del poder.

En Irán, los procesos de atomización, burocratización y homogenización se lograron principalmente a través del rápido crecimiento económico, del despliegue de una sociedad de consumo adquisitiva y de una tasa de urbanización alta, así como también por las grandes batidas hacia la secularización y la educación, comunicación y consumo masivos. Esto tuvo como efecto la desintegración y el sistema social no pudo enfrentarse a ello, particularmente después de la llamada "Revolución Blanca" de comienzos del decenio del 60. Lo que a muchos observadores extranjeros pareció ser una vitrina de dictadura y desarrollo ilustrados fue en realidad la preparación de una tragedia nacional. La corrupción financiera, la injusticia social, la represión política y la arrogancia intelectual del régimen, que obtuvo un nuevo margen al cuadruplicarse los ingresos por concepto del petróleo en 1973, sólo profundizaron los resentimientos de una

"Las élites sociales y culturales de las sociedades del Tercer Mundo han sido despojadas de sus propias culturas sin que necesariamente hayan echado raíces en las tradiciones culturales extranjeras"

sociedad que padecía las agonías del cambio.

En este contexto no es de extrañar que la sociedad iraní, al buscar nuevos líderes, recurriera al sector menos afectado por las corruptoras influencias de la modernización, o sea al Ulama, los sabios del Islam. En una encuesta llevada a cabo en 1974 entre tres grupos sociales de la sociedad iraní (la élite de comunicación, los radiodifusores profesionales y los estudiantes universitarios), la tendencia a favor de fuertes sentimientos religiosos era ya inconfundible. Más del 60 por ciento de los estudiantes y 30 por ciento de los otros dos grupos, al responder a una lista de doce orientaciones ideológicas diferentes, expresaron su preferencia por una posición islámica fundamentalista. Sin embargo, entre los tres grupos, las mayores preferencias las obtuvieron el igualitarismo, el modernis-

mo islámico y el nacionalismo moderado (Tehrani, 1977).

Bajo los Pahlavies, los Ulama habían sido progresivamente despojados de su control sobre las instituciones legales, educacionales y de dotación ("wagf"). Pero seguían manteniendo sus poderes espirituales desde la mezcquita y el "minbar" (el púlpito). Tenían por tanto la causa y los medios para agitar la oposición. Dos veces en este siglo, el Ulama había concertado una alianza con los mercaderes de Bazaar y los intelectuales liberales para limitar la monarquía. En ambos casos (la revolución constitucional y el movimiento de nacionalización del petróleo) fueron los intelectuales liberales y los mercaderes del Bazaar quienes mostraron el camino. En el movimiento revolucionario islámico, la situación había sido radicalmente diferente. Ahora eran los elementos más radicales del Ulama los que dirigían.

Resultó irónico que fuera precisamente la monarquía quien trajera sobre sí misma este cambio, al destruir todas las fuerzas de mediación posibles entre sí y las masas. En otras palabras, el régimen burló sus propios fines por medio de una campaña de represión plenamente exitosa, la cual desacreditó a todos los que argumentaban a favor de una monarquía constitucional liberal. Al centralizar los poderes del estado en sus manos, la monarquía dejó pocos políticos independientes y dignos de confianza, con una base de poder social leal al régimen que pudieran prestar apoyo cuando fuera necesario.

Disonancia y dualismo en la comunicación

La estructura crecientemente dualista de los sistemas económico y social iraníes tal vez fue más evidente en el sistema de comunicación. Podemos examinar mejor las características sobresalientes de este dualismo en términos de las dos ideologías concurrentes, la religiosa y la secular, de las estructuras y de los procesos de comunicación social en competencia, viviendo autónomamente unos al lado de otros, con inmensas fricciones siempre y cuando chocaban.

La secularización en Irán, al igual que en todo el mundo islámico, ha enfrentado el tremendo obstáculo de que el Islam no reconoce separación entre la



frecuencia han sido minoritarios, generalmente han estado a favor de la acción revolucionaria. Durante el siglo XVI y el surgimiento de los saffavids en Irán, el shiísmo fue declarado religión estatal y obtuvo una posición mayoritaria. Pero sus doctrinas siguen siendo potencialmente revolucionarias.

Actualmente, la mayoría de los musulmanes, más del 80 por ciento, son sunni. Sin embargo, en Irán la mayor parte de la población de 35 millones son musulmanes shiítas. En cuestiones de ideología y organización, el shiísmo continúa diferenciándose del Islam sunni en dos aspectos importantes. Primeramente, la doctrina del imanato en el shiísmo transfiere la autoridad temporal de Alí, al igual que la espiritual, a sus descendientes directos. Las diversas sectas shiítas sostienen creencias diferentes sobre la transferencia de esta autoridad. La secta mayor, denominada la de los duodécimos, sostiene que la transferencia de poderes cesó con la desaparición del duodécimo imán en el 878. Otra secta, la de los shiítas Islaili, sostiene que la autoridad ha sido transferida desde el séptimo imán hasta su descendiente actual, el Aga Khan. Los "duodécimos" creen que el Imán regresará algún día para salvar el mundo. Hasta este momento, el Ulama mantiene sus poderes y todo poder temporal se considera ilegítimo, sólo a ser tolerado siempre y cuando se ejerza de acuerdo a la regla del "Shari'a", de acuerdo al criterio del grupo Ulama. La doctrina shií otorga pues un poder de veto considerable al Ulama sobre las autoridades temporales. También sostiene la esperanza escatológica de una Segunda Venida del Mahdi, el duodécimo imán. En el mundo islámico, el mahadismo ha servido repetidas veces a fines revolucionarios.

autoridad espiritual y la secular. Los musulmanes de todas las creencias entienden que el profeta Mahoma estableció en Medina una Comunidad Ideal de Creyentes en un período de diez años desde su éxodo en 622 hasta su muerte en 632.

En el Islam no es el nacimiento de Mahoma lo que se celebra como inicio de la Era Islámica (en contraste con el Cristianismo, que comienza desde el nacimiento de Jesucristo). Antes bien, se celebra la "hégira", el éxodo de Mahoma de la Mecca a Medina con un pequeño grupo de sus discípulos. La Ley Sagrada Islámica, el Shari, se basa en el Corán, en la "sunna" (tradicción) del

Profeta (en especial durante este período crucial de unidad de los reinos espiritual y temporal), en "qiyas" o principio de analogía y en "ijma" o principio de consenso comunitario. Los musulmanes de la fe Sunni amplían su concepto del Estado Islámico Ideal hasta el período de gobierno de los cuatro califas al-Rashidum (los Bien Guiados Sucesores de Mahoma), mientras los shiítas sostienen que la sucesión pertenece por derecho al primo y yerno de Mahoma, Alí, cuarto Califa Sunni del Islam y a sus descendientes directos.

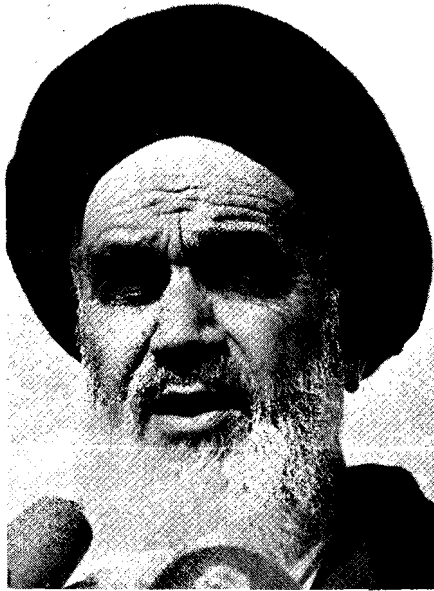
Hasta la fecha, las diferencias doctrinarias han tenido considerable importancia histórica. Como los shiítas con

En la doctrina shiíta en Irán, la posición de fuerza del Ulama se ve complementada por la fuerza de la organización religiosa del país. Con una causa justa, esta red de comunicación puede movilizar a numerosas personas, cada una de ellas imbuída de indignación religiosa e inspirada en un solo fin.

Los Ulama y la monarquía diferían en casi todos los terrenos posibles. La visión islámica surge de un impulso a regresar a la pureza y a la justicia sagrada del Islam prístino. La visión secular intentó revitalizar las memorias preislámicas del nacionalismo iraní con el fin de reconquistar el poder y la gloria

del pasado imperial iraní. Ambas visiones no sólo estaban en pugna por sus impulsos utópicos y retrogresivos, sino que también chocaban sus imágenes positivas sobre el futuro. La visión islámica está inseparablemente vinculada a los lazos de Irán con los árabes y con el resto del mundo islámico. Sin embargo, la visión nacionalista secular deseaba deseperadamente borrar toda memoria del sojuzgamiento de Irán a los árabes, purificar el idioma persa y revivir los recuerdos y los símbolos políticos preislámicos. Las respuestas al reto occidental también han sido notoriamente diferentes. El nacionalismo secular ha rechazado el dominio político occidental pero ha aceptado y, en realidad ha acogido con agrado los valores culturales occidentales. En casos extremos, el uno se enamoró de Occidente hasta el extremo de llegar a la manía occidentalista (Gharbzadegi), mientras el otro se ha caracterizado por la xenofobia. Todas estas racionalizaciones ideológicas derivaron de la creciente brecha que separaba los estilos de vida de la élite occidentalizada y las masas profundamente religiosas.

La reconstrucción de la conciencia histórica iraní, en torno a la memoria del pasado imperial y la destrucción de todo lo que pudiera interponerse en su camino constituyó un elemento central de la política cultural de los Pahlavis. La elección del nombre dinástico de "pahlavi", por el idioma preislámico dominante en Irán, fue en sí simbólico. La organización de una Academia de Idiomas Iraníes para purificar el persa, el retorno al estilo arquitectónico grandioso y masivo de los Arqueménides, la adopción obligatoria de la vestimenta occidental, quebrando la continuidad de los estilos de vestuario tradicionales religiosos y laico del país, la celebración del Reinado Persa en el 2.500 Aniversario del Imperio Persa y el 50 Aniversario de la Dinastía Pahlavi; los cambios de calendario, primeramente del lunar islámico al solar persa y posteriormente de la "hégira" (1357) al "shahanshani" (2537), fueron todos aspectos de la misma política de purificación revivificada. Los recuerdos del período constitucional revolucionario y del período de 1941-53, cuando funcionó un sistema parlamentario casi-liberal, fueron fuertemente reprimidos. Los únicos libros importantes de la era de Mosadeg que quedaron en circulación fueron la autobiografía del Shá, "Misión Para mi País" y unas pocas historias que glo-



rificaban el papel desempeñado por Su Majestad en la recuperación de Azarbaiján y en la nacionalización del petróleo.

Una nación sin memoria histórica es una nación perdida. Más la memoria histórica no puede reprimirse totalmente. Para sus memorias, los persas nunca han tenido que confiar enteramente en la documentación histórica. A este talento secular se debe que el "Shahnameh", el poema épico de Ferdowsi, y las leyendas del martirio de Hossein y de tantos otros santos, formen parte de la tradición oral iraní, intensamente dramática y significativa. Pero la política cultural de la vivisección histórica condujo aun sin proponérselo a la esquizofrenia histórica. El 50 por ciento de la población menor de 20 años con el tiempo dejó de recordar a los constitu-



cionalistas liberales; pero se fortalecieron sus recuerdos del martirio de héroes legendarios, mientras simultáneamente adquiría una ideología revolucionaria casi marxista, de oídas y de publicaciones clandestinas.

Las manifestaciones masivas del Otoño de 1978 fueron notorias, entre otras cosas, por estar predominantemente compuestas por la generación más joven y porque singularmente no hacían referencia alguna de Mosadeg, el carismático líder constitucionalista de comienzos del 50. En lugar de esto, aparecían por doquier grandes retratos del ayatollah Jomeini y de los mártires de las nuevas luchas guerrilleras urbanas. El tema básico de las manifestaciones era la esperanza de una Segunda Venida.

Temas de comunicación política

El surgimiento de dos naciones con dos sistemas de creencias tal vez tuvo su revelación más dramática en los dos modos de comunicación política, separados aunque entrelazados. El punto de vista secular era profundamente occidentalizado y se expresaba en términos fáusticos: una búsqueda inexorable del poder a través del dominio de la ciencia y la tecnología. El propio Shá tipificó esta actitud por su amor a los artefactos (particularmente a los artefactos militares), su idolatría por la alta tecnología de capital intensivo (por ejemplo por la energía nuclear en un país dotado de inmensos recursos en petróleo y gas natural) y su ambición, que ostentaba con celo misionero, por transformar el Irán en 20 años en la quinta potencia industrial del mundo. Siempre simbólica, una de sus primeras acciones al regresar al poder en 1963 fue cambiar el nombre del Ministerio de Defensa por el de Ministerio de la Guerra. Pero todas estas demostraciones de fortaleza eran socavadas por una trágica tendencia oculta de misticismo y martiriología, un constante llamado a los poderes invisibles que protegieron su vida en cuatro intentos de asesinato, una vocación firme a cumplir su destino y, al final, una resignación a "aceptar lo inevitable" en lugar de enfrascarse en una contrarrevolución sangrienta.

Los mismos temas de poder, sangre y martirio también existían en el enfoque mundial opositor, pero aquí como nota predominante. La elección inconciente del Dr. Mosaddeq y del ayatollah Jomenini como los dirigentes carismáti-

cos de la oposición en menos de una generación muestra una profunda continuidad de arquetipos históricos. La conciencia histórica de los iraníes siempre se ha conmovido profundamente por el recuerdo de aquellos heroicos mártires que obtuvieron posiciones de poder espiritual a través de acciones de desafío contra los tiranos, vertiendo su sangre para redimir a los débiles y oprimidos. El legendario Siavosh en el "Shanameh", el Imán Hossein en la historia Shiíta y Hallaj en la memoria Sufi representan esos arquetipos. La combinación de debilidad (aparente) y determinación del Dr. Mosaddeg y la causa dañada pero virtuosa del ayatollah Jomeini representaron impulsos similares hacia el poder a través de la virtud y el martirio.

Sistemas de Comunicación en Competencia

Estas dos cosmovisiones, basadas en dos comunidades epistémicas rivales, también poseían dos sistemas de comunicación paralelos. A través de la rápida adquisición de las tecnologías modernas de difusión, así como de almacenamiento y recuperación de información, el estado adquirió, particularmente durante el decenio de los años setenta, un formidable arsenal de transmisión y control monolíticos de la información.

La amplia red nacional y extranjera de recopilación de información de inteligencia de la SAVAK, que se calcula empleaba 50,000 personas, fue sólo el más notorio de los elementos de este sistema. La Corte Imperial y las ramas civil y militar del gobierno tuvo cada una de ellas sus propias unidades de recopilación de información. La Intendencia Real en la Corte, la Segunda Columna en el ejército y la policía en la Municipalidad, así como también ciertos ministerios y organizaciones en las ramas civiles eran responsables de fortalecer el poder del estado en la vigilancia de la vida de los ciudadanos.

Sin embargo, la división de funciones nunca disminuyó la preponderancia de las unidades de seguridad. El Ministerio de Información y Turismo era principalmente responsable de verificar la prensa (que ostensiblemente era privada e independiente pero en verdad en gran medida subsidiada). Pero los oficiales de seguridad emitían boletines diarios a los editores indicándoles qué noticias debían imprimir y cómo dispo-

ner las columnas. Los cuatro diarios principales de Teherán comenzaron a semejarse en lo aburridos, monótonos y despersonalizados. A pesar de que el Primer Ministro Amouzegar nombró un periodista profesional para que fungiera de Ministro de Información y de sus promesas de una política de liberalización, en 1977 la práctica del boletín diario del gobierno a la prensa para publicación obligatoria no fue discontinuada.

Un artículo en particular, escrito por las oficinas de seguridad y que el Ministro hizo pasar como mensaje rutinario a ser publicado en la prensa, inflamó tanto a la oposición religiosa por sus insultos al ayatollah Jomeini que su publicación (en "El Ettala' at") puede atribuírsele la rápida escalada de la lucha de la oposición a partir de diciembre de 1977. El Ministro de Información fingió que desconocía el artículo; también aseguró que había detenido la publicación de otros artículos insultantes reci-

*"El estado Iraní
no reconoció ninguna verdad
fuera de sí, y no pudo
tolerar ningún desafío
a su autoridad"*

bidos de las oficinas de seguridad. Sin embargo, ya entonces era demasiado tarde para detener la marea de oposición.

Nominalmente, el Ministerio de Arte y Cultura era responsable de censurar las películas y los impresos. Sin embargo, nuevamente en esto las oficinas de seguridad con frecuencia actuaban en nombre del ministro. Se censuraba o denegaba la publicación o exhibición de libros y filmes aduciendo una variedad de razones, la mayoría relacionadas con declaraciones sobre la seguridad del régimen y la inviolabilidad del monarca. A veces las prohibiciones asumían rasgos arbitrarios, siniestros y hasta cómicos. "Macbeth" y "Hamlet" fueron prohibidas porque mostraban el asesinato de un rey. El color rojo se trataba con circunspección en las portadas de libros y revistas por su presagio revolucionario. En algunos casos, se colocaban libros "subversivos" en las librerías con el fin

de coger desprevenidos a los culpables. Un filme dirigido por Dariush Mahjoui, *Daere-ye Mina*, no fue estrenado durante algún tiempo porque dramatizaba las actividades criminales de una pandilla comercial copiada de la vida real, la cual, confabulándose con cierto personal médico, vendía a los hospitales la sangre inyectada de drogadictos.

La Televisión y la Radio pierden Credibilidad

Por otro lado, la Radio y Televisión Nacional Iraní (NIRT), el monopolio estatal difusor, disfrutaba en cierta medida de independencia tanto del gobierno como de las fuerzas de seguridad. Esta autonomía surgió parcialmente debido a que el director administrativo tenía vínculos políticos directos con el trono, a su reputación de lealtad y patriotismo, sus inclinaciones liberales y, en parte, debido al carácter profesional de la radiodifusión misma. Sin embargo, esta autonomía y aislamiento relativos no impidió al NIRT incluir programas patrocinados por SAVAK. A comienzos de los años setenta, cuando el movimiento de guerrilla urbana recién comenzó, un funcionario de seguridad se demoró largas horas en la televisión para dictar conferencias políticas sobre "los designios siniestros de los subversivos". Después algunos guerrilleros capturados fueron presentados ante las cámaras para ser entrevistados mientras confesaban sus acciones. Estas intervenciones mancharon la fama de autonomía que de inicio tuviera NIRT e hizo que perdiera su considerable credibilidad política.

Mientras tanto, los boletines noticiosos se dedicaban principalmente a las actividades de la familia real, completándose esto con una cobertura razonable de noticias de Occidente y del Tercer Mundo. Las noticias internas se mantenían al mínimo, limitadas mayormente a las ocasiones ceremoniales. Cada vez que NIRT intentaba vencer esta restricción —por ejemplo, entrevistando gente en las calles sobre cuestiones tan vitales como la inflación o la corrupción— enfrentó la oposición interna. Los programas de diversión y entretenimiento probablemente tuvieron un impacto aún más desastroso. Tanto las producciones nacionales como las importadas imponían los gustos culturales de una élite urbana y sus preferencias metropolitanas sobre una población no preparada

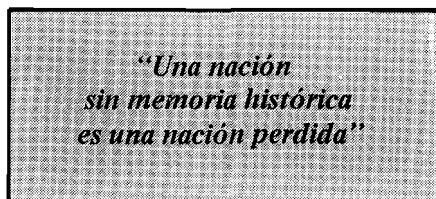
que inevitablemente experimentaba fuertes sentimientos de disgusto. La rápida expansión de la cobertura de difusión (hasta llegar a virtualmente 100 por ciento para la radio y 70 por ciento para la televisión) llevó estos programas al terreno santificado de casi todas las familias persas.

Pocos días transcurrían sin que desde el púlpito, el parlamento o la prensa se escucharan observaciones indignadas sobre la inmoralidad y la violencia de los programas de televisión de NIRT. Al mismo tiempo, con efectos sutiles pero no por ello menos reales, las imágenes televisivas de los standards de vida de las clases alta y media aumentaron el sentimiento de injusticia, envidia y ultraje de los pobres y de los devotos. En 1978, la extensión sin paralelo de la protesta y violencia políticas a través de todo el país, aun en los pueblos y aldeas más remotas puede considerarse en cierta medida como la consecuencia no intencional de esta penetración de los medios masivos. El régimen consideraba que la comunicación masiva sustituía la verdadera comunicación política. Los partidos políticos, la radio, la televisión y la prensa eran utilizados para promulgar, legitimar y persuadir antes bien que como canales para fijar agendas sociales, para la retroalimentación social, la participación social y la reconciliación social de puntos de vista e intereses en conflicto. En particular la televisión se utilizó como medio de asombrar, atraer y mitificar. La transmisión directa de la coronación del Shá, las festividades por el 2500 Aniversario de la Dinastía Pahlavi, al igual que de todos los "salaams", ocasiones ceremoniales en que el Shá otorgaba audiencia, tenían el propósito deliberado de impresionar. Los principales canales de comunicación política eran las entrevistas del Shá, frecuentes pero formalizadas, y las conferencias que dictaba a funcionarios o a grandes demostraciones de masas.

Se olvidó por completo el poder demistificador de la televisión. El rey aparecía cada vez más como un bufón desprovisto totalmente de ropa. La falta de canales de comunicación intermedios entre el estado y el pueblo significaba que con frecuencia los mensajes llegaban a oídos sordos o incrédulos. El Primer Sharif-Emami tuvo la sagacidad de reconocer hasta qué punto había llegado la brecha de credibilidad: "si decimos que es de día siendo día, la gente deducirá que es de noche".

Así pues, la proeza de cubrir el Irán, enorme y montañoso, con una gran red de comunicación de sistema de micro onda, en unos diez años resultó contrario a la comunicación. En tanto que el sistema de comunicación religioso tradicional prosperaba. Su éxito dependía de varios factores. Utilizaba canales informales y medios pequeños en lugar de grandes. Su mensaje era familiar y estaba diseñado en términos de las leyendas típicas de la memoria histórica persa. Y era creíble, puesto que correspondía a la realidad viva de su público y era transmitida por líderes legítimos de la opinión pública.

La red estaba organizada en torno a unos doscientos mil mullas (clérigos) que, procedentes de pueblos y aldeas, llegaban a Qom, Najaf o Mashhad para recibir entrenamiento y después regresaban a sus pueblos y aldeas. Mientras los radialistas y periodistas profesionales eran en su mayoría habitantes urbanos occidentalizados, los mullas tenían vínculos orgánicos con las clases baja y



media y conocían sus esperanzas y sufrimientos.

Tan solo el Madrassah (seminario teológico) de Qom tenían una población estudiantil de unos doce a quince mil "talabehs", la mayoría de origen campesino, que llevaban una vida de sencillez monástica con pequeñas becas provenientes de los ayatollahs (ayatollah significa, literalmente, el signo de Dios, o mentores religiosos con derecho a "ijtihad", el hacer nuevas interpretaciones y nuevos edictos del Sharia). Los "talabehs" eran el núcleo del renacimiento religioso, cada vez más radicalizado por la brecha creciente entre ricos y entre la vida religiosa y la secular, y por la pesada carga de la represión política. Después de 1963, fue el fundamentalismo del ayatollah Jomeini y la mezcla especial de shiismo, marxismo y existencialismo de Alí Shariati lo que capturó la imaginación de esta intelectualidad religiosa.

La red de comunicación de la que dependía este grupo cada vez más revo-

lucionario y volátil era tan antigua como el propio Islam. Como base tenía unas noventa mil mezquitas, distribuidas desde los centros urbanos hasta los asentamientos más pequeños. Estas mezquitas cada vez y con mayor frecuencia se veían complementadas por nuevas salas de conferencia religiosas (*hosseinieh*), o por reuniones informales en casas de familia, donde se leía e interpretaba el Corán, y por procesiones religiosas (*dasteh*) y duelos religiosos (*rowzeh khani*). El más conocido de estos centros religiosos era el Hosseinieh Ershad en Teherán, que se convirtió en el próspero centro intelectual de un movimiento modernista a fines de los años sesenta y principios de los setenta. Pero muy pronto el centro fue clausurado, el movimiento reprimido y Alí Shariati, su dirigente, detenido por el gobierno.

Medios pequeños para una revolución

Pronto el movimiento encontró otras salidas y utilizó del modo más imaginativo los medios "más pequeños". Las publicaciones en pequeña escala prosperaron más que nunca: "Maktab Islam", un circunspecto periódico religioso, vendía más de 50.000 ejemplares, un total impresionante si se le compara con las 3.000 copias vendidas por "Sokhan", el periódico literario más prestigioso del país. La cantidad de publicaciones periódicas editadas en el exterior, en el exilio, se elevó a 35.

Los nuevos implementos electrónicos ofrecieron oportunidades para muchos usos novedosos. La introducción de grabadoras incrementó la venta de mensajes religiosos pre-grabados. Las cintas se utilizaban para mensajes estrictamente religiosos y políticos. La mayor parte de los mensajes enviados por el ayatollah Jomeini desde el exilio (de 1963 a 1979) llegaron en forma de cintas de "elamieh" (pronunciamientos) que eran después mimeografiados o fotocopiados a escala masiva.

El apagón en la comunicación, que duró desde noviembre de 1978 hasta mediados de enero de 1979 (precipitado por huelgas de periodistas y radiodifusores), hizo que muchos encontraran usos ingeniosos para el teléfono. Si se discaba varios números en el extranjero con el fin de impartir y recibir las últimas noticias o rumores sobre la situación interna, la amistosa operadora local tenía la amabilidad de cobrar las llamadas no a quien las hiciera, sino a las au-

toridades de telecomunicación. Los mensajes de importancia política eran transmitidos externamente al igual que internamente por teléfono, y después grabados y duplicados en amplia escala. Varias campañas de terror y de contra-terror también utilizaron la red telefónica para amenazar a la oposición, a funcionarios gubernamentales, a huelguistas y a residentes en el extranjero.

Se establecieron varias radios clandestinas, la mayoría en el extranjero, para comunicar a Irán los mensajes de diversos grupos de la oposición, que iba desde el Tudeh (Partido Comunista) hasta el Frente Nacional y las nuevas guerrillas revolucionarias. Los programas persas del Servicio Mundial de la BBC también adoptaron una posición importante durante el apagón de la comunicación como fuente tanto de noticias directas como de rumores. Tal vez motivados por el doble objetivo de recuperar su antigua popularidad (perdida durante la era de Mossadeg) y de ganar unos cuantos puntos, las emisiones de la BBC mezclaban noticias y rumores, chismes y conjeturas. No estuvo a la altura de la reputación que había ganado durante la Segunda Guerra Mundial, ejemplificada en la observación hecha por Hitler de que escuchaba la BBC "cada vez que quiero saber qué tal nos va".

En el otoño de 1978, al desencadenarse las huelgas de la oposición la fotocopiadora se convirtió en la forma más popular de comunicación política. Cada día se emitían docenas de cartas noticiosas y de "elamieh". Y todo el tiempo, desde el comienzo hasta el fin, la más confiable de todas las formas de comunicación, el circuito del rumor, se utilizó para pasar no sólo noticias y conjeturas sino —algo más importante— las profundas esperanzas y temores de un pueblo atormentado.

Las demostraciones masivas del otoño de 1978 sólo sorprendieron a los que habían estado invernando en un invierno de negligencia política. Aún así, su masividad (los cálculos variaban de entre uno y tres millones de manifestantes, en las diversas ocasiones), su extraordinaria disciplina y su calidad predominantemente religiosa eran fuentes justificables de sorpresa y maravilla. Allí había una revolución singularmente iraní, sin precedente en forma o sustancia en la historia de otras naciones. Requería un nuevo enfoque, una comprensión especial.

III. COMUNICACION Y MODERNIZACION: ALGUNAS INFERENCIAS TEORICAS

Hace más de veinte años, cuando se publicó por primera vez (1958) la obra clásica de Daniel Lerner sobre comunicación y modernización, prevalecía el optimismo sobre lo que los medios masivos pueden hacer por el desarrollo nacional. El sugestivo título de la obra de Lerner, "La muerte de la sociedad tradicional", sugería un proceso histórico inevitable en la erosión de la "tradicición" en los países menos desarrollados, a ser apresurado por el impacto de los medios masivos. La hipótesis de Lerner de que existe una correlación positiva entre urbanización, alfabetización, exposición de los medios masivos y participación política (media por la participación electoral) captó la imaginación de muchos estudiantes de comunicación y desarrollo. Lerner y una generación de investigadores después de él asumieron que los efectos "multiplicadores" de

Si el trágico caso de Irán nos enseña una lección, ésta es que las tradiciones cívicas están inextricablemente ligadas a los mitos, leyendas, héroes típicos, creencias religiosas y, admitamos, supersticiones de un país"

los medios sobre la empatía y la movilidad síquica eran una fuerza generadora para el proceso de modernización.

Sin embargo, la experiencia de los últimos decenios en Irán y en otras partes del Tercer Mundo han puesto muy en duda la validez de esa perspectiva. Desde luego, virtualmente en todas partes del Tercer Mundo ha ocurrido una urbanización rápida. Pero no hemos presenciado el tipo de urbanización que Lerner tenía en mente. La migración de grandes cantidades de campesinos analfabetos o semi-analfabetos hacia las ciudades en expansión del mundo menos desarrollado, aumentando sus problemas de desempleo, pobreza y tugurios, y recargando al máximo los recursos de la ciudad, no es el tipo de urbanización con posibilidades de llevar a niveles más altos de bienestar, a no ser para unos pocos.

Cierto es que la exposición a los

medios ha sido grande. Wilbur Schramm ha denominado el decenio de los sesenta "la era del radio transistor" y los setenta y ochenta "la era de los satélites". La mayoría de los países en desarrollo ya han erigido o adquirido servicios de radio y televisión, mientras que algunos con ingresos más altos han insistido en el consumo conspicuo de instalaciones de televisión a colores. Junto con la línea aérea nacional y la acería, la radio y la televisión son los símbolos de status de la llegada de un país a la edad moderna. Pero esta exposición a los medios, seguramente más grande que nunca, ¿ha conducido a niveles más altos de alfabetización y de participación política? El ejemplo de Irán apoya la idea de que, para la mayoría de los gobiernos, la comunicación masiva (¿será ésta una contradicción en términos?) ha creado la ilusión de poder y control sobre las mentes a través del envío de mensajes uniformes a públicos no diferenciados. Muestra además que el potencial contra comunicativo de los medios masivos se exagera siempre y cuando la prensa y la difusión dejen de actuar a través de los canales secundarios y terciarios de la comunicación informal y del liderazgo de opinión.

¿Qué puede decirse de la participación política? Aquí, la hipótesis de Lerner muestra tanto su mayor debilidad como su mayor fuerza potencial. Si definimos la participación política en términos etnocéntricos, simplemente como participación electoral, el concepto pierde todo significado científico. Pero si lo definimos como comunicación interactiva genuina, simpatía, empatía, movilidad síquica o participación cognitiva en la toma de decisiones, el concepto comienza a ser pertinente para los procesos de cambio social.

Los puntos de vista mediocéntricos sobre la comunicación y el desarrollo, según los caracterizan los modelos de sistemas de comunicación Lerner-Schramm-UNESCO, tendrán por tanto que dar un mayor reconocimiento al papel crucial desempeñado por los canales de información informales y los medios pequeños. Lerner y Schramm, así como también la Unesco, ya han reconocido estas tendencias emergentes y han reconsiderado su preocupación anterior por los grandes medios y los indicadores de comunicación. El nuevo tribalismo que existe en el mundo, que centra la atención en las segregadas identidad, legitimidad e ideología de peque-

ñas comunidades nacionales (por ejemplo los kurdos, pashtus, escoceses, galeses, franco-canadienses) recurre cada vez más a los medios pequeños y a canales informales de comunicación. Si es que van a prestar servicio a su profesión, los especialistas en comunicación no pueden ya permitirse el preocuparse exclusivamente de los adelantos tecnológicos y de los puntos de vista tecnológicamente deterministas de la historia. La comunicación es un proceso de humanización y no es posible divorciarla de esos delicados y sutiles aspectos de la sociedad humana denominados arte, idioma, identidad, legitimidad e ideología.

Cuando el concepto de modernismo se entiende como un concepto discreto y se le contraponen a la tradición, como tantos teóricos de la modernización, lo han concebido, la cadena de empatía se quiebra trágicamente. La modernización desde arriba, acompañada de una buena medida de tiranía cognitiva, trata a sus objetos de manipulación (al hombre, a la naturaleza) como a cosas a ser fundidas en un molde nuevo y diferente, contra su voluntad y contra su sentido de la historia y del bienestar. Es por esta razón que la primera tarea de la modernización con frecuencia consiste en volver a escribir la historia, en borrar las memorias históricas que se le cruzan en el camino. A pesar de sus diferentes manifestaciones ideológicas, el fenómeno básico no es diferente trátase de Stalin, de Attaturk o del Shá. Si el trágico caso de Irán nos enseña una lección, ésta es que las tradiciones cívicas están inextricablemente ligadas a los mitos, leyendas, héroes típicos, creencias religiosas y, admitamos, supersticiones de un país. El desplazarlos del todo en el proceso de modernización significa rechazar la posibilidad de toda comunicación y de todo civismo.

IV. CONCLUSION

El dualismo en la comunicación tercermundista deberá considerarse un aspecto del fenómeno más general de dualismo socio-económico y cultural, con profundas raíces históricas en los modos de desarrollo colonial y neo-colonial. Sin embargo, la transformación revolucionaria de las sociedades del Tercer Mundo, de entidades tribales y agrarias a entidades cuasi industriales, ha adoptado un ritmo cada vez más acelerado. Esto ha producido, particularmente en contextos que reprimen la participación política, condiciones de tran-

sitoriedad, abstracción, anonimato y enajenación. Mientras tanto la revolución de las comunicaciones, que comenzó con la invención de la imprenta, también se ha acelerado para suministrar una exposición a medios múltiples, a una complicada variedad de estilos de vida, valores, e ideas, así como también acceso a los medios pequeños para fines de exploraciones personales y de comunicación de grupos pequeños. La fusión de estos dos fenómenos y su comprensión en el tiempo ha producido graves ansiedades de identidad, facilitando el rechazo de las abstracciones racionales de las definiciones de clase de identidad nacional y un énfasis en identidades más concretas y afectivas, primordiales (por ejemplo, sexo, raza, religión, idioma y etnia).

Confrontados con la multiplicidad de identidades que la vida moderna impone sobre el individuo y con las difíciles exigencias que hace para sistemas sociales y de personalidad integrados, el impulso a regresar a auto definiciones simples también ha sido muy fuerte. El impulso inexorable hacia la igualdad de condiciones pavimentó el camino para movimientos sociales y políticos del siglo XX que han sacrificado alegremente la libertad individual en aras de la igualdad democrática.

Sin embargo, lo que De Toqueville (1835-40) no pudo haber previsto fue hasta qué punto los procesos de aceleración tecnológica y de modernización despótica (emprendidos por las élites coloniales, neocoloniales y postcoloniales del Tercer Mundo) producirían una medida tan enorme de desenraizamiento y de ansiedad de identidad que tanto la libertad como la justicia podrían sacrificarse fácilmente para satisfacer las demandas por un sentido de identidad, aunque fuera anacrónico. Los desesperados anhelos de identidad y de comunidad en este contexto histórico llevan en sí el potencial tanto para la reconstrucción social creativa como para la destrucción de todas las tradiciones de civilismo. Como muestra la revolución iraní, estos anhelos tienen la posibilidad de conducir a sociedades más autónomas, libres, justas y humanas pero si las ansiedades de identidad de los desenraizados son explotadas en favor de nuevas dirigencias autoritarias, pueden también generar en nuevas formas de corrupción política, más perniciosas en sus consecuencias que las tiranías que se proponían corregir.

NOTAS

De Tocqueville, Alexis. *Democracy in America*; 4 vols., translated by Henry Reeve; London; Saudenrs & Otley; 1835-40.

Fallaci, Oriana. "Interview with Ayatollah Khomeini", *The New York Times Magazine*; October 7; 1979; 29-31.

Geertz, Clifford, ed. *Old Societies and New States*; London; The Free Press of Glencoe.

Lerner, Daniel et al. *The Passing of Traditional Society*; Chicago; The Free Press; 1958.

Tehrani, Majid, et al. *Communication Policy for National Development: A Comparative Perspective*; London; Routledge, Kegan & Paul; 1977.

.... "Communication and International Development; Some Theoretical Considerations", *Cultures*; 6:3, 1979; 29-37.

... "A Need for New Indicators", *Intermedia*; 8:3, March 1980; 19-23.

... "The Fetish of Identity: Communication Revolution and Fundamentalist Revivals" *Media Asia*; 8:1; 1981.



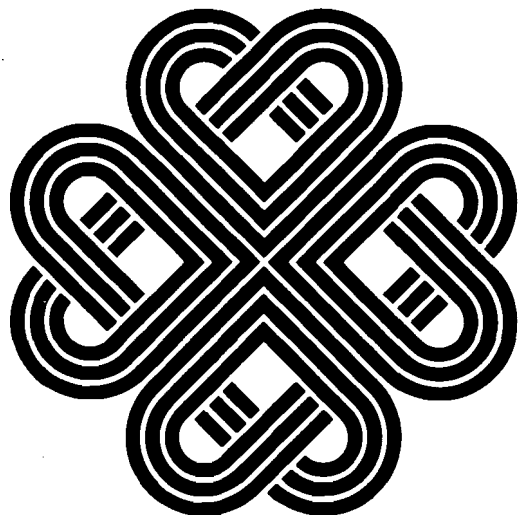
MAJID TEHRANIAN, iraní, PhD en economía política de la Universidad de Harvard, fue profesor y director del Instituto Iraní de Comunicación y Desarrollo en Teherán. Actualmente es profesor de Comunicación Internacional de la Universidad de Hawaii en Manoa. Sus publicaciones incluyen "Towards a Systemic Theory of National Development" (*Teheran Industrial Management Institute*, 1974); "Políticas de Comunicación para el desarrollo nacional: una perspectiva comparativa" (*London: Routledge, Kegan & Paul*, 1977); *Dependencia y Diálogo: La política económica del desarrollo de las comunicaciones*. Dirección: Universidad de Hawaii, Manoa, Hawaii.

ANNEE Mise en place d'infrastructures des communications
Development of communications infrastructures
Desarrollo de la infraestructura de las comunicaciones

1983 MONDIALE
DES
COMMUNICATIONS

UNION INTERNATIONALE DES TELECOMMUNICATIONS / INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION / UNIÓN INTERNACIONAL DE TELECOMUNICACIONES

WORLD
COMMUNICATIONS
YEAR



AÑO
MUNDIAL
DE LAS
COMUNICACIONES

LA COMUNICACION POPULAR ¿ALTERNATIVA VALIDA?

Dentro del naciente movimiento que hoy brega por un nuevo orden de la comunicación, por construir una comunicación democrática y al servicio de las mayorías, es posible distinguir dos corrientes o tendencias. No opuestas ni antagónicas; por el contrario, con amplios planos de convergencia en sus premisas y en sus metas últimas; pero, con todo, diferentes. Con el riesgo que supone toda simplificación, podemos tal vez caracterizarlas diciendo que una se sitúa a nivel "macro" en tanto la otra se ubica a nivel "micro".

La primera tendencia pone el énfasis en la necesidad de políticas nacionales e internacionales de comunicación; apunta a combatir a las transnacionales de la información y a los grandes monopolios que concentran el poder de los medios masivos. Su meta es la transformación estructural de las redes de comunicación masiva, a escala de todo un país e incluso a escala planetaria. Esta corriente está integrada -al menos por ahora- sobre todo por analistas teóricos e investigadores de la comunicación, quienes, al comprobar científicamente el carácter deformante y colonizador de los medios masivos tal como éstos hoy operan, han sentido el legítimo y comprensible deber de lucha por cambiar ese orden negativo y atentatorio de la soberanía y la cultura nacionales. Y por cambiarlos desde la cúpula, desde los centros de poder y de toma de decisiones. Su ámbito de acción son los institutos de investigación, los documentos de análisis y de denuncia, los congresos y foros internacionales, las conferencias de la Unesco y otros organismos intergubernamentales.

La otra corriente, la que -con todo lo de esquemático que estas tipificaciones suponen- hemos denominado "micro", no desconoce ciertamente la necesidad e importancia de esa lucha por

transformar las redes masivas de comunicación ni la siente ajena. Pero su énfasis está puesto en las experiencias prácticas que, aun a pequeña escala, intentan plasmar en el aquí y el ahora ese nuevo orden comunicacional democrático e igualitario. Distintos rótulos la designan: "comunicación horizontal", "comunicación participativa", "comunicación popular". En sus filas encontramos, junto a los grupos populares, a comunicadores y educadores -algunos de ellos con sólido bagaje teórico- que promueven y animan experiencias concretas de autoexpresión. Sus medios, la prensa comunitaria, la radio popular, los diapositivas, el cine super 8 y 16 mm., los cassettes, el video, los altoparlantes, las historietas, los afiches en serigrafía y tantos otros que la creatividad de los grupos inventa; y aun medios tradicionales con menos impronta tecnológica, como el teatro, los títeres, las pancartas y hasta los grafiti pintados en los muros callejeros.

Valiéndose de las categorías gramscianas podría situarse a los planteamientos de la dimensión "macro" como procediendo de la sociedad política, en tanto los medios de magnitud "micro" representan hoy por hoy la expresión incipiente de la sociedad civil pugnando por su reconocimiento.

LA IMPUGNACION

Lo razonable sería considerar estas dos dimensiones como complementarias e inclusivas y convergiendo ambas, cada una desde su propia especificidad, hacia un fin común: la democratización de la comunicación. Pero en los hechos no sucede exactamente así. Hay entre ambas corrientes un punto de fricción que hace que el diálogo entre la una y la otra no sea siempre fluido. Precisamente, esta reflexión inten-

Con el riesgo que supone toda simplificación trataremos de analizar el naciente movimiento que hoy brega por un nuevo orden de la comunicación donde es posible distinguir dos corrientes, una se sitúa a nivel macro en tanto que la otra se ubica a nivel micro.

**Por
MARIO KAPLUN**



EL PAPEL DE LA COMUNICACION DE BASE

Planteada la cuestión en esos términos, los impugnadores de la comunicación popular tienen razón. Si se parte de la premisa de que su papel ha de ser el de combatir a los grandes medios masivos y modificar la relación de fuerzas a nivel "macro", ciertamente tal pretensión equivale a caer en un cándido romanticismo.

Pero lo que hay que preguntarse es si éste es su objetivo y su razón de ser. Aunque no desconocen la importancia de los problemas de la comunicación a escala nacional y mundial, los medios populares no han nacido como respuesta directa e inmediata a tales problemas ni en función de ellos. Sus verdaderos objetivos, los que los han generado y validan su existencia, son de otro carácter y apuntan a la resolución de otras necesidades.

Lo que los críticos parecen olvidar o no comprender, es que para el movimiento de base la comunicación no constituye un fin en sí, sino un instrumento necesario al servicio de la organización y la educación populares. Son organizaciones tales como cooperativas, centros de educación y de cultura popular, asociaciones de vecinos, grupos de mujeres y de jóvenes, ligas campesinas, comunidades cristianas de base, bibliotecas populares, comités de salud, comunidades educativas y otras muchas formas que toma la acción popular organizada, las que crean esos medios de expresión e información y se valen de ellos como propulsores de la participación y la movilización, generadores de un mayor nivel de conciencia, canales comunicativos para el intercambio y el análisis de experiencias y animadores de la acción colectiva.

... La comunicación alternativa es parte de una praxis socio-política de transformación social; en consecuencia (...), lo que predetermina estas formas de comunicación está -si se quiere decirlo así- fuera del campo de la comunicación; se ubica en el marco del proyecto político que las genera como instrumento y expresión de su desarrollo (1).

El movimiento popular, pues, no "hace comunicación" por la comunicación misma. La práctica en el marco

ta superar esa zona de incompreensión.

Sucede que buena parte de los investigadores teóricos enrolados en la primera corriente, no valora los intentos y esfuerzos de esa naciente comunicación popular y artesanal. Los mira con respeto y simpatía, pero al mismo tiempo, con escepticismo. Para decirlo en términos fuertes, los ve estériles. Como experiencias románticas y bien intencionadas, pero sin relevancia ni operatividad.

¿A dónde conducen -preguntan- esos pequeños medios populares, por valiosos que puedan ser en sí mismos? ¿Cómo se articulan en una fuerza más grande, más eficaz, de más amplia dimensión, que se traduzca en una real transformación de los medios masivos

de comunicación a escala de toda una nación? ¿Cómo puede competir un periódico de barrio hecho a mimeógrafo y con una circulación de unos pocos cientos de ejemplares, contra los gigantes de la prensa masiva; o una pequeña emisora comunitaria de alcance local contra las grandes corporaciones y cadenas privadas de cobertura nacional? Es una lucha desigual e inútil -concluyen- en la que se están malgastando valiosos esfuerzos y entusiasmos al servicio de una visión localista e ingenua. Carentes de condiciones para enfrentar a las grandes redes masivas, sin peso para incidir en las políticas nacionales de comunicación, esos pequeños medios artesanales no constituyen una real alternativa de cambio.

de un proceso transformador en el cual el componente comunicacional se entrelaza y fusiona con el pedagógico y con el organizativo. Si esto es así, para evaluar la eficacia, la operatividad y la relevancia de estos medios "artesanales", el indicador justo no es su capacidad para competir con los grandes medios masivos ni la medida en que estén incidiendo en lo inmediato en los flujos informativos a nivel "macro", sino el grado en que contribuyan a comunicar a las organizaciones de base, a cohesionarlas y orientar su acción y, por esa vía, a expandirlas y vigorizarlas.

En ese sentido, como potenciales dinamizadores del movimiento popular organizado, sí es lícito afirmar que los medios de base forman parte de una real alternativa social; y que pueden jugar un papel histórico transformador independientemente del volumen de su audiencia en relación a la de un medio masivo.

Adicionalmente, en esta perspecti-

"Los medios artesanales de base están desempeñando la función de una gran escuela popular de comunicación"

va se diluye bastante —e incluso se invierte— la convencional distinción entre la dimensión "macro" y la "micro". Acaso esos pequeños medios populares respondan en realidad a una concepción más amplia, más global y totalizadora que los planteos "macros". La naciente organización popular en la cual se insertan los medios de comunicación participativos, apunta como objetivo último a la hegemonía popular, lo cual implica transformar desde abajo, desde la base, todo el conjunto de las relaciones sociales, en sus dimensiones política, económica, cultural y no sólo en la comunicacional —aunque, desde luego también en ella, en cuanto la comunicación es la expresión del tipo de relación que se da en una determinada sociedad—. En tanto la propuesta "macro", al concentrar sus fuerzas en un cambio de los medios de comunicación dentro de un contexto en el cual las relaciones de dominación social, económica y política permanecen incambiadas, ¿no responderá muchas veces a una visión ahistórica, a un pro-

yecto más sectorizado, más parcial, y por ende menos realista, menos viable, más ilusorio?

LOS MEDIOS POPULARES Y LA NUEVA COMUNICACION

Con lo dicho no se intenta —y esperamos que ello sea bien comprendido— la apología de la comunicación "micro", incipiente y todavía opacada por no pocas contradicciones y deficiencias; sino tan sólo explicarla, mostrar la coherencia y la lógica internas que legitiman su función social. En ese mismo espíritu, no de defensa sino de explicación, abordamos ahora una segunda pregunta: al definirse como instrumento organizativo y formativo, ¿es que la comunicación popular se desentiende de lo estrictamente comunicacional? ¿No aporta nada a la transformación de la comunicación? Pensamos, por el contrario, que ella está contribuyendo con un aporte cuyo valor aún no ha sido suficientemente apreciado.

En primer lugar, ya todos —"macros" y "micros"— estamos de acuerdo en que el problema de los medios no es sólo una cuestión de contenidos, sino también —y acaso aun en mayor medida— de modelo y concepto de comunicación. Comunicación es intercambio: diálogo y no monólogo. Hemos demistificado esa pseudo-comunicación que los medios masivos instauran, consistente en el monopolio del habla. Rechazamos ese reduccionismo que tendía a identificar la comunicación con lo que era mera transmisión unilateral de información y posibilitó a los medios masivos apropiarse indebidamente del rótulo de "medios de comunicación"; no gratuitamente se postula hoy no ya un NOII (nuevo orden de la información) sino un NOMIC, esto es, un nuevo orden que, al asumir la información y la comunicación, distingue y reconoce la diferencia entre ambas. La tarea histórica que nos desafía no es, pues, sólo la de cambiar el contenido de los mensajes, sino sobre todo el carácter mismo de la comunicación, su sentido unidireccional, de modo de que todos los hombres y todos los sectores y grupos sociales puedan participar en ella siendo —según una expresión ya consagrada por amplio consenso— "alternadamente emisores y receptores" y, para usar el feliz neologismo de Cloutier, ejercer su derecho y desarrollar su facultad de ser emirecs. La co-

municación, o es participativa, o no es tal comunicación.

Pues bien: ¿dónde se está comenzando a gestar, así sea a pequeña escala, ese nuevo orden comunicacional, esa manera participativa y democrática de comunicarse realmente, sino en algunas de estas modestas experiencias de comunicación popular? Es en ellas donde asistimos a la neta ruptura de las categorías de emisor y receptor y podemos ver a grupos de base asumiendo el derecho y creciendo en su capacidad de autoexpresarse y comunicarse.

Estos grupos (populares) son los que verdaderamente practican la democracia en nuestra sociedad y constituyen reductos de comunicación democrática (...). Así, la democratización de la comunicación debe comenzar (y terminar) en el diálogo participativo del pequeño grupo local (2).

Con esta aseveración no se pretende idealizar la comunicación popular ni validar la totalidad de sus expresiones. El esquema tradicional emisor/receptor, impositivo y monopolizador de la palabra, está presente con demasiada fuerza en el conjunto de la sociedad y las clases subalternas tienden en más de una ocasión a reproducirlo en sus medios. Así —como lo ilustran no poca prensa sindical y no escasos periódicos de la izquierda tradicional, instalados en un rígido verticalismo—, lo popular no es siempre sinónimo de democrático y participativo. Pero, no obstante, poco a poco, en su praxis reflexionada, los comunicadores populares van haciéndose más críticos y más lúcidos, liberándose del peso del modelo transmisor y encontrando nuevas y ricas modalidades para una comunicación horizontal y dialogal, en las que la comunidad dice su palabra y se transforma en emisora. El viejo molde unilineal se está rompiendo; un nuevo estilo democrático de comunicación comienza a plasmarse.

Preciso es reconocer que los representantes de la corriente "macro", aun compartiendo y suscribiendo esa concepción horizontal de la comunicación, se hallan mucho más polarizados por las cuestiones de la información —cuya trascendencia, por lo demás, nadie niega— en tanto están relegando a un plano bastante secundario esta otra perspectiva, no menos importante, de la participación. Lo que suele llamar-

se "comunicación alternativa" sigue pagando tributo en la mayor parte de los casos al viejo equívoco sobre el real significado del término comunicación y constituyendo una alternativa sólo en cuanto al contenido y flujo de las informaciones. Es legítimo preguntarse si una eventual conquista de políticas nacionales masivas podría en las presentes condiciones operar una transformación en la naturaleza misma de la comunicación; o si tales políticas, en el actual contexto, no conducirían más bien a un cierto cambio de contenido de la información, pero sin modificar mayormente el sentido vertical y unidireccional de la mal llamada comunicación masiva. El interrogante adquiere aún mayor fundamento cuando se comprueba que aún en países donde se han hecho revoluciones y se han transformado las estructuras económicas, subsiste el mismo tipo vertical y autoritario de seudocomunicación.

"Estas notas verían colmado su propósito si lograran motivar a los investigadores de la comunicación enrolados en la corriente 'Macro' a volverse con más atención hacia estas experiencias"

(Por otra parte, no es menos justo admitir que, si el valioso aporte de la corriente "micro" no está siendo suficientemente reconocido, alguna responsabilidad cabe en ello a muchos de sus propios representantes, generalmente remisos a participar en el debate en torno a los problemas globales de la comunicación, cuya importancia no siempre suelen percibir. Va siendo hora de que revisen esa actitud de indiferencia y automarginación y hagan pesar su concepción en los grandes foros donde se discuten las políticas "macro").

ABRIENDO CAMINOS

Finalmente, existe acuerdo también en que esa democratización de la comunicación tiene dos requisitos previos. Por un lado, ella exige la capacitación de los sectores populares para estar en condiciones de emitir mensajes y operar los medios; y por el otro,

esa capacitación pasa por un necesario proceso de desmitificación de los medios mismos. Sin esas etapas previas, las mayorías populares no estarán preparadas para asumir un rol emisor y el proyecto transformador y democratizador, librado al espontaneísmo, no podrá alcanzar sus objetivos.

En ese aspecto, los medios artesanales de base están desempeñando la función de una gran escuela popular de comunicación. A través de esas prácticas y experiencias "micro" los grupos populares están liberándose de la dependencia y la sujeción a los medios y aprendiendo a manejarlos, a comprenderlos y, aún más a dominarlos. Muchos de ellos tienen hoy más claro el concepto participativo de la comunicación y las maneras concretas de generar procedimientos e instancias de participación a través de los medios, que muchos periodistas y comunicadores profesionales, quienes, atados al esquema transmisor clásico y al culto a la tecnología, mantienen, acaso sin advertirlo, una visión mítica y acrítica de los supuestos medios de "comunicación social" generados por una sociedad estratificada y refractaria a la participación.

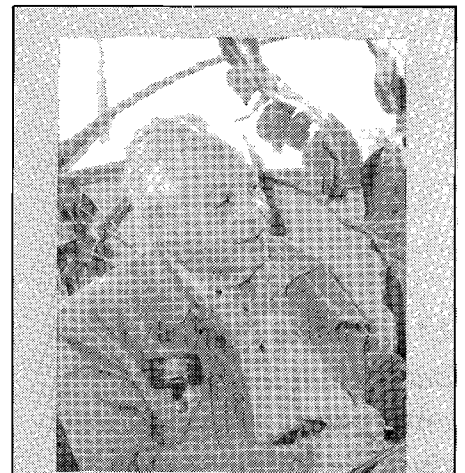
Con esos ensayos y experimentaciones, los medios populares están haciendo a la nueva comunicación una contribución investigativa que quizá tenga grandes proyecciones futuras: en esa desmitificación tecnológica, son ellos quienes están descubriendo y comprobando que la bidireccionalidad a través de los medios es posible -incluso a nivel masivo-. Han echado por tierra el supuesto de que los medios de transmisión a distancia son, por su mismo diseño técnico, intrínseca e irreversiblemente unidireccionales. Al comenzar a usarlos de otra manera, con otra concepción, al explorarlos creativamente, han demostrado que el célebre reclamo de Brecht cuando aspira a "una radio con dos caras", esto es, a medios de ida y vuelta, ha dejado de ser un sueño utópico y hoy es una posibilidad viable que, si no se adopta, no es por impedimentos técnicos, sino porque los medios masivos no tienen real interés de transformarse en auténticos canales de comunicación. Sin el aporte de ese conjunto de pequeñas y modestas experiencias, difícilmente se habría llegado a adquirir conciencia y a poseer la evidencia de tal posibilidad.

Estas notas verían colmado su propósito si lograran motivar a los investigadores de la comunicación enrolados en la corriente "macro" a volverse con más atención hacia estas experiencias, no ya para impugnarlas por su supuestamente reducida fuerza cuantitativa, sino para captar su originalidad y creatividad y -sumándose al núcleo de quienes, junto con el pueblo, estamos tratando de sistematizar sus prácticas y sus métodos- contribuir a construir la teoría del nuevo orden comunicacional, para el cual la comunicación popular constituye una fuente privilegiada y una referencia ineludible.



NOTAS

- (1) **MARIA CRISTINA MATA:** *¿La alternativa legalizada? Una lectura precavida del Informe MacBride.* En "Por una información libre y liberadora", CELADEC, Lima, 1982, pág. 168.
- (2) **JUAN DIAZ BORDENAVE:** *Democratización de la comunicación: teoría y práctica.* En CHASQUI No. 1, CIESPAL, Quito, octubre 1981, pág. 19.



MARIO KAPLUN, investigador y docente uruguayo, dedicado a la comunicación popular. Actualmente reside en Venezuela, donde dirige la División de Comunicación y Cultura Popular del Centro al Servicio de la Acción Popular (CESAP). Ha publicado numerosas obras y artículos de proyección latinoamericana.
Dirección: CESAP. Apto. 4240 - Caracas 1010 - A. Venezuela.

LA MAYOR PANTALLA DEL MUNDO: la radio como vehículo visual

Orson Wells le comentaba a alguien que alababa las cualidades de la televisión: “¡Ah, pero en la radio la pantalla es mucho más amplia!”. He aquí el primer y máximo hecho que uno debe tener en mente antes de aventurarse en el mundo del sonido. La radio es un arte visual.

Yo le encarecería al lector leerse por completo un libro utilizado por CIDA (CANADIAN INTERNATIONAL DEVELOPMENT AGENCY) titulado “L’Ecriture Radio-Tele”. En él he encontrado este pasaje que, para mí, abre el telón, “sin duda, ya se ha hablado de la radio como un teatro para ciegos. Pero que el escritor no olvide que el trabajo de un productor radial es, precisamente, poner imágenes en un texto, aunque sean mentales. Sería, entonces, más justo decir que la radio es un teatro para videntes”.

Piense en las muchas imágenes que el chirrido de una puerta evoca; o el silbido del viento; o el gran trueno del mar. Este es el arsenal a nuestra disposición. Este, y la siempre poderosa palabra. Y en eso uno tiene que ser cuidadoso.

Rudolf Arnheim, en su libro, “El Filme como Arte”, dice: “Orgullosos de nuestros inventos: la fotografía, el fonógrafo, el film, la radio, alabamos las virtudes educacionales de la experiencia directa. Creemos en el viaje y usamos pinturas y películas en las escuelas. Pero como interpretamos la imagen del hombre en su mundo, inmensamente más

completo y más preciso de lo que fue en el pasado, también restringimos el dominio de la palabra hablada y escrita y, al mismo tiempo, el dominio del pensamiento”.

En el mismo libro, el autor afirma: “El odio sobresale en la transmisión de discursos y música. Esto es, productos del espíritu” y más adelante: “No hay punto donde comparar el valor relativo de los diversos medios. Las preferencias personales existen, pero cada medio alcanza las alturas a su propia manera. Si decimos que la literatura es, de todos, el medio más completo, tenemos que recordar, no obstante, que esta universalidad también tiene debilidades donde otros medios muestran particular fuerza. Pero hasta donde el contenido va, la palabra tiene el alcance de todos los otros juntos: Puede describir las cosas de este mundo como inmóviles o como constantemente cambiantes. Con inimitable facilidad puede saltar de un lugar a otro, de un momento al próximo; representa no solamente al mundo de los sentidos externos sino también el dominio entero del alma, la imaginación, la emoción, la voluntad”.

Los términos claves son “palabra” y “alma”.

La radio confía considerablemente en la palabra hablada —un arte en sí misma—. También tiene, dentro de su campo, el poderoso dominio del sonido. Pero ejercicios bien intencionados en radio han tenido resultados completamente opuestos.

El presente ensayo forma parte de los apuntes entregados a los alumnos durante los cursos de larga duración, que CIESPAL-RNTC dictan dos veces al año para profesores, productores y guionistas del continente.

*Por
WALTER OURO ALVES*

La forma de una frase puede tener tal lógica estética que evoque la sensación de lo bello. Pero palabras como “muerte”, “madre”, “parto”, “agua”, tienen el poder de crear innumerables imágenes en la imaginación de un ser humano. Al combinarlas con el siniestro sonido de un viento gimiente y tempestuoso es posible colocar al oyente en un sueño propio que seguirá sendas independientes del control del productor.

Desarrollar los sentidos para medir adecuada pero instintivamente el peso de nuestra frase es la primera obligación de aquellos que desean vincularse a la radio. La extensión de la frase es otro problema. Rilke, en carta a un amigo, decía: “Perdona la extensión de esta carta; no tuve tiempo de hacerla más corta”.

diales que van desde niveles glandulares y glangliares hasta la región del inconsciente. Cuando un escritor se sienta a escribir, inevitablemente está entrando a este mundo donde la materia prima es la que constituye la esencia de los sueños.

Cuando uno —en radio o en cualquier parte— produce una frase, una imagen, un sonido, un movimiento está de hecho siguiendo leyes inherentes a la naturaleza, a nuestro propio cuerpo o a nuestra propia psique. Desarrollar la capacidad de interpretar estos elementos, en nosotros mismos, es la primera tarea a la mano, si uno desea poder crear algo de relevancia para una audiencia.

Estas teorías complicadas son más aplicables, así parezca una paradoja, a audiencias menos sofisticadas aún no da-

IMPORTANCIA DE LA FORMA

Ahora veamos una ecuación ofrecida por Herbert Read en “Education Through Art”: “La lógica de la forma conduce a la sensación de la belleza”. Y podría agregar: la belleza evoca el sentimiento de la verdad. La utilidad de todo radica en que, en el arte uno está siempre expuesto a un estado relativo de cosas: lo que para uno es hermoso es posiblemente feo para otro. Obviamente, es necesario encontrar algún patrón o medida. Yo sugeriría que este patrón o medida debería ser la forma. Considero que la forma es inherente a nosotros y a todo el universo. Esta forma, cuando es lógica, es la que mejor se adapta a un asunto específico. Ella es esencialmente intuitiva. De ahí, la necesidad de desarrollar nuestra sensibilidad estética. Debemos capacitarnos para captar instintivamente la forma correcta para dar a cualquier tema, así como un sastre intuirá el corte preciso para el vestido de una persona.

No debemos, sin embargo, confundirnos con las palabras intuición, instinto, sensibilidad. El artista debe tener simplemente la capacidad de “leer” formas implícitas, las cuales son, de hecho, universales. Ellas están presentes en el espacio, en las células microscópicas, en las moléculas de la materia.

El átomo es un patrón “hermoso” porque es “lógico”. La celdilla de la abeja, el lente del ojo de un escarabajo, los cristales, los copos de nieve, son también el resultado de la lógica de las leyes de la naturaleza.

Conocemos la belleza de la progresión de la Sección Dorada 2/3, 3/5, 5/8, 8/13, 13/21, etc. Pero es más sorprendente descubrir que en su crecimiento, un retoño de bambú obedece al mismo principio. Quiero decir con esto que en toda producción que uno intente realizar en la radio —o en cualquier otro medio— la forma en su aspecto más lógico y económico será la medida de la corrección. Si permitimos que estas formas —universalmente inherentes a nosotros— salgan a la superficie, darán a nuestra producción la dimensión adicional que atraparé al oyente por sus orejas bien sea en radio, teatro, televisión, y hasta el cine considerado un medio eminentemente visual para dejarlo escapar.

Dictando mis cursos en diversas partes de este mundo, comienzo habitual-



Las palabras tienen peso, forma, color, textura, ritmo, poder. Si se usan apropiadamente pueden crear un mundo visual coherente que —para los propósitos de la educación—, puede ser de supremo valor. Cuando un iniciado, sin embargo, usa máquinas de escribir, micrófonos, transmisores con las mejores intenciones de divulgar conocimientos, sin un dominio del medio, el resultado es la clase aburrida. Hay programas producidos por estaciones de radio que, en lugar de motivar y capacitar a su audiencia, la dejan en manos de sus peores rivales: las radiodifusoras comerciales.

Nuestra imaginación es capaz de improvisar sobre la forma básica de las cosas, dándole nuestro propio toque **subjetivo**. Este mundo subjetivo cuenta, a su nivel más básico, con imágenes primor-

ñadas por la pseudo—civilización. El campesino, por ejemplo, sigue viviendo en pleno contacto con la naturaleza, hambreado, con exceso de trabajo, pero todavía dueño de su percepción. Nosotros, los “civilizados”, estamos perdiendo la capacidad de ver, oler, saborear, tocar y sobre todo, escuchar. La cacofonía de los sonidos, imágenes, ideas y asociaciones de ideas (en publicidad, por ejemplo que rodea al hombre moderno), llevaría su humanidad a los oscuros rincones suficientemente conocidos por nosotros en las historias de maltrato infantil que aparecen en las páginas policiales de nuestros periódicos o en las series de televisión que tanto gustan a nuestra audiencia. La tarea consiste en rescatar nuestros sentidos del caos. En mi opinión, la emoción humana es el mejor camino para intentarlo y lograrlo.

mente con ejercicios aparentemente simples, como el de escribir, por ejemplo, una charla: una página y media sobre cualquier tema de interés. Recalco a mis alumnos que las primeras líneas ya deben atrapar la atención del oyente, si no quieren que éste, simplemente, busque otra emisora del dial. Ellos tienen dificultades, naturalmente para encontrar una aproximación indirecta al tema escogido —especialmente tratándose de contenido educacional. Abordamos entonces el problema entre todos y usando el método simple de asociación, que cualquier analista aplicaría a su paciente en busca de un mundo interior, dejamos que surjan las más inesperadas ideas e imágenes que, sin embargo, conducen al final al tema originalmente contemplado.

Aquí mi intención es dejar en claro que la radio, es primero un medio visual; y segundo, que la inspiración es necesaria para ver el programa en su guión y escucharlo en su imaginación antes de entrar al estudio. Esto sólo surge si usted ha aprendido a desarrollar su percepción. Fundamentalmente, quiero recalcar el hecho de que todos nosotros tenemos nuestros sentidos atrofiados por la brutalidad de la publicidad, el aullido de altoparlantes estruendosos y los estímulos visuales que nos rodean y nos incitan continuamente a ser mejores consumidores de basura.

Revise su alma ¡Tal vez, luego de una profunda labor de limpieza, podrá contar historias de una manera excepcional!

CONTAR UN CUENTO: LA TAREA DEL ESCRITOR

Si el corazón cuenta un historia se establece el eslabón esencial entre el escritor y el oyente: la emoción humana. El corazón es, no obstante, un efímero y a veces inconstante compañero. Por lo tanto, trate de agarrar un estado de ánimo al vuelo; no le de tiempo a la mente de interferir, censurar, rechazar, transferir, proyectar, disfrazar, transformar; siempre escriba a máquina, porque la máquina de escribir permite que la mano sea más rápida que el pensamiento.

El primer orín del día es el que sirve para las pruebas de laboratorio. Así, en la escritura, es el primer flujo de emociones e ideas lo que mejor establece la historia. Se puede mejorar más

adelante; pero la concepción original es, nueve de cada diez veces, la mejor.

La inspiración no llega fácilmente. Una regla que un escritor debiera seguir es llevar consigo una libreta todo el tiempo. Registre el momento fugaz, por vago e inútil que pueda parecer, mientras éste lo impresione de alguna manera.

Ingmar Bergman explicaba los orígenes de sus "Fresas Salvajes": Estaba visitando a un amigo enfermo en el hospital. Su amigo dormitaba en la cama y Bergman miraba ociosamente la ventana. En los patios, cuidadosamente mantenidos, en un sendero serpenteante, dos señoras estaban sentadas en una banca charlando; un señor se acercó y se detuvo a conversar. Bergman anotó esta escena, sin saber por qué. Años después, buscando un tema para su próxima película, encontró esta nota en un cajón, guardada en su escritorio. De aquella impresión, procesada por el tiempo, salió "Fresas Salvajes": Sin relación con

*"Nosotros los 'civilizados'
estamos perdiendo
la capacidad de ver,
oler, saborear, tocar
y sobre todo, escuchar"*

los hechos originales, pero tan densa en los sentimientos implicados.

Una vez, durante un Curso en el Centro de Entrenamiento de Radio Neerland, entre los estudiantes de todas las nacionalidades había algunos africanos de gran talento. Estando fuera de sus países por primera vez, ellos siempre tendían a hacer algo "europeo" en sus producciones experimentales durante la enseñanza, pensando que esto sería más "relevante" para aquellos que iban a escuchar y a pescar. Mi tarea como conferencista, siempre me gustaba subrayar, era simplemente "preñarlos". No podía ir más lejos. El doloroso proceso de dar a luz al niño era su propio trabajo solitario. Si el producto resultaba mal formado, con dos cabezas, tres brazos y sin piernas, ellos tendrían que enfrentar la realidad y desecharlo; pero nunca esperar poder olvidarlo. Como artistas creativos ese embrión rechazado siempre permanecía en su subconsciente.

Luego vino la parte del drama del curso. Ellos tenían que crear un personaje, desarrollarlo, colocarlo en una situación conflictiva y de allí, inventar una secuencia plausible de eventos.

Allí se atascaron. El proceso creativo se les escapó. La radio todavía era para ellos un tejido de palabras juntas en una sola secuencia. La emoción nunca parecía entrar en el proceso. Entonces les pregunté cuál sería, en una pequeña aldea de sus países, el competidor a uno de sus futuros programas educacionales. No había televisión ninguna otra estación de radio, ni teatro. En suma, casi nada. Finalmente llegamos al cuentista de la aldea: Si el radio estuviera encendido y el cuentista estuviera deshilvanando un cuento a la misma hora, la atención casi seguramente se la ganaría él.

Era esa la brecha que necesitábamos: martillaron sus máquinas de escribir, durante días, emulando el estilo que su cuentista solía usar para narrar su cuento. Esto (más el hecho de que ellos, escogieron un personaje familiar típicamente africano y cercano a sus emociones) produjo una pieza de drama conmovedora e impactante. Un ejemplo de cómo la inspiración y la familiaridad con la temática propia de uno, pueden crear la belleza artística de verdad.

La inspiración del escritor reposa en todo su entorno. Debe tener, sin embargo, oídos para oír, ojos para ver, manos para palpar. Sus sentidos deben estar alerta veinticuatro horas del día. Su dedicación a la tarea de transmitir ideas a través de la emoción debe ser absoluta, con la recompensa de ver la verdad emerger de las frías letras de una máquina de escribir o de los indiferentes alambres de una consola y de unos micrófonos. La **emoción** es el eslabón entre programa y oyente. Piense en eso todo el tiempo y habrá recorrido la mitad del camino hacia la buena radio.

La lectura es obligatoria. Busque la psicología como un campo confiable. Karen Horney está, supongo, pasada de moda. Pero su descripción del carácter y el temperamento es valiosísima. George Lukács es importante —su definición de Narración y Descripción y el análisis comparativo de ejemplos son terreno sólido para nuestros pies. Ensaye a Steinbeck, London, Flaubert, Maugham, Zweig, Dostoievsky. También ayudan Huxley y Russell. Escuche música. Refine su percepción en grado sumo. Anote cada pieza de la música

evocativa, descriptiva que usted pueda escuchar. Busque a Granados, Smetana, Dvorjak, Kodaly, Respighi, Stravinsky, Richard Strauss, Bartok, Bruckner, Mahler. Y no olvide a Chopín.

Cientos de nombres se podrían presentar en poesía, drama y todas las otras manifestaciones del pensamiento y sentimiento humanos. Lo que quiero decir es: amplíe su horizonte al máximo. Todo cuanto usted produzca debe venir del alma o su vuelo será bajo. En nuestra profesión hay pocas gratificaciones duraderas, tratando, como nosotros lo hacemos, con la palabra fugaz. Si, por lo menos tras años de trabajo olvidado, nos quedamos con una experiencia enriquecida, algo se habrá ganado.

Nuestra labor en la radio educativa es similar y más dura: un buen jabón tiene ventajas obvias; pero aprender ecuaciones es difícil de justificar cuando la vida de uno esta sumergida en sangre, sudor y lágrimas. Lo que recalco es que tenemos que colocarnos, nosotros mismos, dentro de los zapatos del otro, cuando nos sentamos a escribir un guión de radio que pretenda convencerlo de la necesidad de aprender más. Pero esté conciente del hecho de que usted nunca será alguien más. Así que trate de ser usted mismo, pero semejante a su prójimo en los aspectos más amplios del alma de cada uno y de la suya propia.

Venda su idea honestamente. Trate de creer en la necesidad de saber la ecua-

Si alguna vez, una revolución radical se apoderara de todos los países incluyendo el mío; yo y mis bien intencionados amigos marxistas seríamos fusilados sin un momento de vacilación. Puedo ver la escena. Camaradas sentados ante una mesa larga. Una cola de individuos respondiendo preguntas;

“¿Qué hace usted?”

‘ Soy trabajador, como usted’

“¿En qué trabaja?”

‘Soy un trabajador, igual que usted’

“Déjeme ver sus manos! (PAUSA) ¿Dónde están los callos?”

Nuestros callos están en el alma -y, Dios mío, tenemos muchos! Otros tienen callos en sus mentes. Los obreros y los campesinos que son la “sal de la tierra”, los tienen en la palma de las manos.

Los tres son apreciables, siempre que sean adquiridos con honradez. Pero cómo mostraremos, estos callos del corazón y del alma, de los cuales estamos tan justificadamente orgullosos?

Usted sólo sabe cómo trabaja algo o alguien viéndolo trabajar. Usted debe moverle. Bueno, eso es un indicio.

Colóquese usted mismo en su guión; cuestione todo detalle en él; sea fiel consigo mismo y no podrá mentirle a nadie. Hay mil formas de hacerlo; pero todas ellas empiezan con el “conócese a tí mismo” y Pope agregaría: “No busque escruñiar a Dios; el estudio apropiado de la raza humana es el Hombre”.

Ensaye con los horóscopos, si es necesario. Encuentro que algunas de sus descripciones de la gente pueden ser de gran utilidad para nosotros, si descartamos cualquier interpretación mística (Pruebe con “Signs of the Sun” de Linda Godman. Está terriblemente bien escrito, es divertido y sabio. Algunas de sus descripciones del carácter son reveladoras incluyendo mi personalidad acuariana . . .) Acuérdesse de que “Lo que Pedro dice de Pablo, dice más de Pedro que de Pablo” y de “Los conocerás por sus frutos”. Mantenga los ojos abiertos, escuche y sienta. Vea al farmacéutico, mire al propietario de la tienda, observe cómo camina la monja, registre las entonaciones de la voz de un político. Sienta los pequeños detalles



ES IMPORTANTE SABER VENDER LOS PROGRAMAS

Escribiendo un programa de Radio, uno está de una forma u otra, vendiendo una idea, anunciando algo. Podríamos también encarar esto, pues, a lo mejor, encontramos que al menos estamos vendiendo nosotros mismos. Si es éste el caso aprendamos de aquellos que sí saben vender todo desde jabón hasta democracia. El mundo propagandístico es una poderosa máquina al servicio de convertir al hombre en su propio esclavo. Inculca deseos en nuestro inconsciente y antes de que uno se de cuenta, estamos pidiendo el nombre del producto.

ción de segundo grado, tanto como usted desee que su oyente crea también en ella. De lo contrario, su programa sólo será uno más de tantos fastidiosos “educativos” que circulan en ondas hertzianas, con el propósito de enseñar a los demás “lo que es bueno para ellos”, haciéndolos receptores aún más convencidos de que estudiar es para “otros más inteligentes”.

El oyente le creará, si usted es como él, uno de su propia clase; o si, al menos, usted es fiable y sincero. Pero ¿cómo mostrar que usted es como él? O, por lo menos, que usted es honesto y que no está tratando de hacer creer que es uno de su clase?

reveladores de personas y cosas.

Trate entonces de conocerse a sí mismo y trate de aprender de los demás. Un terreno firme para trabajar sobre esto son la Biblia y "El Mono desnudo" del doctor Dermon Morris. Ambos y muchos otros, le darán conocimientos profundos del misterio de la naturaleza humana. Ese misterio debe usted estudiarlo interminablemente si su deseo es crear algo verdadero y convincente para su platea.

Cuando uno escribe para una entrega sonora debe oír lo que pone en el papel. El ojo ve el peso visual de una palabra cuando ésta golpea al lector; nosotros debemos ver con nuestros oídos; uno debe oír lo que escribe, y sentir cuál es el peso sonoro de nuestras palabras para el oyente.

La música, los efectos y las palabras deben mezclarse en todo. Nunca piense en la palabra sola como el único material del cual está hecho un guión de radio. Por eso, el productor del guión debe registrar su representación emocional de algo físico o de una idea abstracta, inmediatamente antes que se desvanezca, y esté atrapada por cosas, ideas o emociones, debe ser hecha en sonido ya sea hablado, ruido, música o lo que usted ponga.

En la medida en que debemos confiar en nuestras agallas para aceptar lo que pasa por nuestro corazón y registrarlo rápidamente antes que se desvanezca, así mismo tenemos que estar listos para desechar lo que debe ser descartado. Una vez que se coloca una hoja de papel en una máquina de escribir, debería empezar una reacción en cadena que dejará por un lado, un guión de radio y por otro una cesta llena de papeles. La medida de un buen escritor es la cantidad de basura que produce. Debería ser tan desapasionado como el cirujano con un miembro gangrenado. ¡Si se tiene que hacer, hacerlo rápidamente!. Además, no hay reglas establecidas para guiar al principiante mientras procura crear un buen guión. Debe registrar la verdad al vuelo y estar listo después para descartarla.

¿Cuál es la medida de lo bueno y de lo malo en cuanto a escritura se refiere? Hay por supuesto, reglas básicas. Conserve sus frases cortas; mantenga sus conceptos simples; sea conciso en su exposición, pero repita de diferentes ma-

neras los puntos principales; escriba el lenguaje hablado, no literario; use el singular lo que más pueda, evite los plurales; investigue sus datos; trate de ser imparcial; conozca su audiencia; conozca un poquito de psicología; piense en su oyente como un individuo, no como una manada; colóquese dentro de sus zapatos, y así sucesivamente. El mejor consejo: **desarrolle sus sentidos** y mejore su habilidad de sentir y expresar emociones de una manera coherente.

A escritores y directores de Dramas: tome su personaje y llegue a conocerlo más que a usted mismo. Imagine su relación con (1) sí mismo, (2) los demás (3) la naturaleza, (4) Dios. Véalo como padre, hijo, esposo, hermano. Descubra dónde trabaja, cuánto gana. Imagínelo en cama con un mal resfriado (¡se podrían sorprender!). Póngalo a

imaginaban. Tenían que dar altura, peso, color, profesión, sexo, estado civil, número y edad de sus hijos, signos característicos, qué fue lo primero que notaron en él (ella) al verlo (a) venir por la calle, etc.

Después las preguntas más íntimas: la mayoría de estudiantes obviamente, escogió personas como sus esposas y esposos a quienes ellos creían conocer bien. Al final del ejercicio, confesaron bastantes abatidos que, sus compañeros, aparentemente cercanos, eran unos extraños!

Si esto ocurre en la vida real, qué dirían de los personajes ficticios que usted y yo imaginamos? Debemos conocerlos mejor que a nosotros mismos, como individuos; y aquí está la dificultad debemos hacerlos más grandes que en la



pelear. Hágalo matar o ser muerto. ¿Cómo hace el amor? Descubra sus odios y sus temores. ¿Cómo era cuando tenía cinco años?

Claro que usted puede llevar este interrogatorio más allá, a una invención ilimitada. El hecho es que usted esté preparado para la contradicción en su personaje, en alguna parte a lo largo de la línea. Luego deténgase y mire de cerca: él puede empezar a florecer y una situación y una secuencia pueden surgir de ello.

En el Centro de Entrenamiento de Radio Netherland a veces tuvimos algunas situaciones incómodas. Richard Wade —uno de los profesores de radio más brillantes que he conocido— siempre daba a sus estudiantes un cuestionario para llenar sobre los personajes que ellos

vida real representando a **todos** los hombres y mujeres en esa situación específica. Entonces usted agarrará a su audiencia por la oreja y nunca la dejará ir hasta que el programa haya concluido.

Usted y ellos son universales. Aprenda de todos los contactos y deje que su sensibilidad use lo aprendido —siendo honesto y verdadero, usando cabeza fría pero una voluntad firme para prestar servicio a aquellos que usted protege, si ellos le han dado ese privilegio. Sobre todo, sea humilde: Usted es el producto más fino de la creación; pero igualmente todos los hombres lo son. Vea dónde se identifica usted con ellos, armonice su propio yo con el de ellos. Luego deje que sus manos escriban. Se maravillará al ver sus dedos escribir cosas que usted nunca supuso tener consigo, en sus sueños más salvajes.

INTIMIDAD: UN CAMINO SEGURO A LA RELEVANCIA

Un programa de radio, no importa cuál sea su formato, debería cumplir con este principio simple: hay un hombre dentro del aparato de radio hablándole a otro sentado cerca del parlante. Si toda la gente que trabaja en una estación de radio desarrolla esta capacidad de escribir y hablar como un individuo a otro individuo al lado opuesto de los hilos, mucho se logra en la forma de ganar sinceridad e inmediatez, y por ende, relevancia y atracción.

Unos pocos indicadores ayudarán al lector interesado en estos aspectos. Recuerde que:

- 1.- Su oyente es un muchacho de 12 años, ignorante, pero muy inteligente.
- 2.- "Los conocerás por sus frutos".

"Todos nosotros tenemos nuestros sentidos atrofiados por la brutalidad de la publicidad, el aullido de altoparlantes estruendosos y los estímulos visuales que nos rodean y nos incitan continuamente a ser mejores consumidores de basura"

- 3.- La emoción es el mejor eslabón entre el programa y el oyente.
- 4.- Se debe usar el tiempo presente, la persona en singular.
- 5.- Poner una sonrisa cuando sea posible. "castigat riendo mores" (corrige las costumbres riendo).
- 6.- "La verdad te liberará".
- 7.- La voz humana tiene poderes que ningún otro instrumento tiene: textura, color, ritmo, velocidad, tono, volumen, modo, etc. Un buen texto, unido a una entrega adecuada al micrófono, pueden juntos lograr esta comunicación "persona a persona", que es el ambiente ideal para cualquier mensaje -especialmente al educacional-.

Mantenga el circo en mente. Sería perfecto si el vehículo de los propósitos educacionales fueran el payaso y el trapecista. Ellos hablan directamente a la

gente que nosotros deseamos instruir. Desafortunadamente, es pesado cubrir tan vastos miembros y territorios con una tropa errante. Nuestra estación de radio, entonces, tiene que estar dispuesta a ello.

Prepárate, entonces, para pintar tu rostro, para ponerte una nariz falsa, para pararte de cabeza y hacer que la gente ría y aprenda al mismo tiempo. Conozca lo más que pueda sobre psicología, antropología, lingüística. Pero esté listo a hablar con desenvoltura y gozar del calor de la gente. Sea tonto cuando tenga que serlo y procure que le guste. Einstein le sacaba la lengua a los fotógrafos cuando consideraba que era conveniente. Por el amor de Dios, evite el fastidioso estilo solemne que tantos asumen cuando pretenden "enseñar".

Un toque de humor es siempre necesario en cualquier mensaje educacional que se vaya a transmitir. Revise sus estudios literarios; en Shakespeare encontrará las risas necesarias para sus personajes humanos. En el Centro de Entrenamiento de Radio Nederland, en Hilversum, realizamos una vez un experimento gratificante: enfrentado a un solemnísimos acercamiento con un grupo de estudiantes, propuse tratar de aplicar una vieja fórmula de televisión, popular por muchos años en Brasil, el propósito era educar a la gente poco ansiosa de aprender (especialmente cuando en un milímetro lejos del ideal de radio uno tiene el equivalente auditivo de Cantinflas o la cumbia que a uno le simpatiza).

Esta fórmula de televisión fue creación de un hombre que desafortunadamente ya no está con nosotros, venerado por quienes trabajaron en la TV: Manoel Da Nobrega. El tenía un programa semanal de más de una hora llamado "Praca da Alegria" ("Calle de la Alegria"): en una banca de un parque se sentaba alternadamente toda clase de gente loca. Este contrapunto de seriedad y absurdo hizo a la audiencia reventar de risa durante años.

En Hilversum, Holanda, apliqué esta fórmula a esfuerzos educacionales para las audiencias del Tercer Mundo. El grupo de estudiantes era, como siempre lo es allí, internacional: Latinoamericanos, asiáticos y africanos (hasta uno de Fiji).

Ensayaron lo que bautizamos, "Alrededor de la Banca". El mensaje edu-

cacional estaba en el periódico, los locos, borrachos, cínicos y todos los que estaban sentados a ambos lados de nuestro serio personaje central servían como "segunda banana" -un término de zarzuela de Broadway que significaba una "Escalera" para un comediante: el que hace la pregunta tonta prepara la "línea de impacto" ("Punch Line").

Hice maravillas. Todos nos divertimos mucho, lo cual era la indicación más segura de que cualquier audiencia disfrutaría del ejercicio.

De hecho, uno tiene que ser cuidadoso. Los pedagogos deberíamos examinar nuestros hombres cuando intentamos vías tan peligrosas hacia el conocimiento. Pero si mi teoría del circo es correcta, esta es una forma de intentar emular "El espectáculo más grande del mundo".

Pienso que esto es esencial al comienzo del entrenamiento. Una vez que la persona entrenada descubra el universo de la palabra hablada, déjelo volar al mundo del sonido; déjele explorar la conexión entre los sentimientos implícitos en una palabra o una frase y permita que él encuentre el sonido adecuado. Yo trato de estimular el uso de efectos sonoros en lugar de música. La música tiene su propio lenguaje y la mayor parte del tiempo, ésta choca con la palabra hablada usada en el guión. Permítame ejemplificar:

Por los años 1969-70 estaba produciendo en Brasil series de documentales para la Deutsche Welle (La Voz de Alemania). Una de esas series, que versaba sobre la Crisis del Petróleo, tenía una escena específica que hablaba sobre lo espantoso que sería encontrar a todas las ciudades de la tierra en total oscuridad, cuando todas las fuentes de energía se hubieran agotado. El guión sugería el uso de música. Escuché la pieza y, sí, acentuaba bastante bien el mensaje. En el fondo, empero, no transmitía realmente el terror total de la oscuridad en un pueblo grande. Entonces vino la idea: tan pronto como el narrador describía en detalle las vacías calles negras, iba soltando con un leve toque de eco, el llanto patético de un bebé. Ese gemido-simple, conmovedor, desprotegido creaba una imagen visual que ninguna música podría tener la esperanza de lograr.

He aquí otro ejemplo de lo que quiero decir con la afortunada combinación del sonido de las palabras, y el lenguaje de los sonidos (de "Memorias de Lobo", por este autor, aún inédita).

EDUCACION PARA LA LIBERTAD

La radiodifusión parece ser uno de los medios más útiles para el desarrollo material y el mejoramiento espiritual de las poblaciones marginadas. Esta educación a distancia, cuando es de naturaleza participatoria, puede operar milagros en la creación de la homogeneidad social, en la motivación del orgullo de la herencia cultural, aprovechando la ubicación de los valiosos recursos humanos y, en suma, en la creación de instituciones y organizaciones embrionarias entre los objetos de sus programas que eventualmente llevarán cambios fundamentales y a la liberación.

Estos son hechos aceptados y, quienes trabajando detrás del micrófono o frente a él, deberíamos pensar constantemente en la obligación de usar estos aparatos eléctricos sofisticados para mejorar a aquellos que comparten con nosotros el hecho de pertenecer a la raza humana.

Sin embargo, hay vacíos. Muchos, desafortunadamente en el bien intencionado (y a veces no tanto) apuro por ganar la carrera contra la ignorancia, la pobreza, la enfermedad, la explotación, recurren a tácticas que, aún cuando contribuyen a liberar a la gente de sufrimientos, hacen poco por liberarla para que realicen cualquier cosa que sea de su propia selección.

El individuo debe ser el único mediador reconocible de un sistema. Si cualquier estructura tiene en ella un elemento de opresión o manipulación de personas, el deber de cada uno de nosotros que trabajamos en el campo de las comunicaciones es tratar de anular su validez. Proponemos que la educación, en cualquiera de sus formas, debe desarrollar al hombre para que sea mejor tal como él es y no como nosotros queremos que sea. Si vamos a seleccionar personas para administrar educación o más importante -si se nos ha dado la tarea de entrenar personas para usar el medio radial para educar, debemos pensar mucho en la naturaleza del medio, en la naturaleza de los humanos que van a entrenar y en la de los que van a ser entrenados.

Sobre todo, debemos meditar sobre el papel y conducta de este medio (en nuestro caso, estaciones de radio para el desarrollo) con respecto a los perceptores.

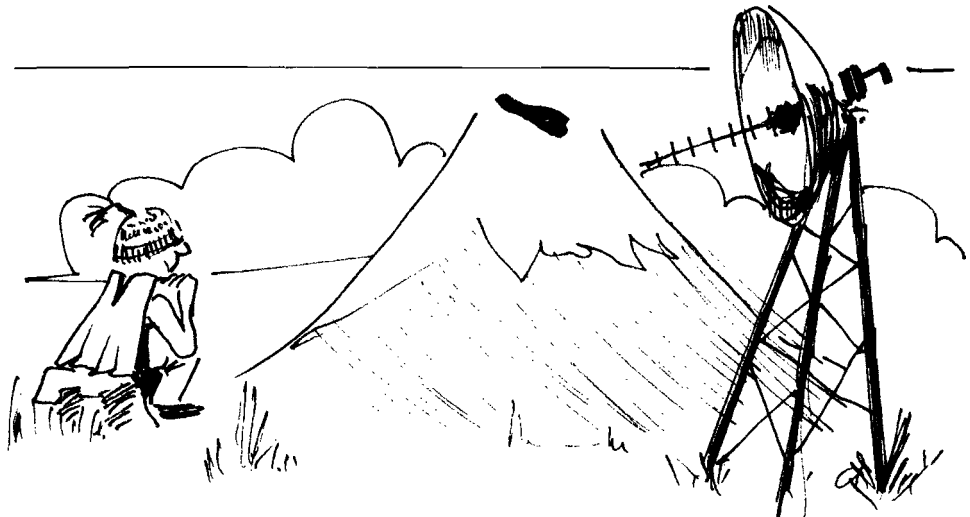
La educación de hoy en día corre un alto riesgo al asumir un acercamiento "manipulativo" hacia la persona humana, comúnmente su "blanco" -un término ya de por sí rechazado por sus potenciales beneficiarios. O'Sullivan de Radio Nederland en agosto de 1980, en Bonaire, Antillas Neerlandesas decía:

"El dirigismo, por otro lado, representa el intento de aquellos que insisten en que un programa es participativo, cuando en verdad condiciona totalmente la libertad ideológica de los miembros. Se trata de una tendencia que auspicia mensajes radiales, sin antes haber

La cita de arriba nos hace pensar en George Lukács en sus ensayos de literatura, cuando habla de la abstracción de las palabras tales como "gentes", como opuesta a la concreción de la persona.

Este eminentísimo crítico, de los más protagonistas, dejó presente el problema de los salvadores "populares" de la gente, de orígenes en la clase media: Ellos hablan de la jerga de los humillados pero sus manos sin callos denuncian sus antecedentes.

Hay muchos que consideran a la radio como un servicio telefónico de "doble vía". A ellos les gustaría rechazar la aburridora presencia del artista en la producción radial porque el papel del artista a la manera de Steinbeck, es "aquel irritante dentro de la ostra que fabrica la perla". La tarea del artista es buscar



tomado conciencia crítica de los miembros. Son grupos altamente politizados que utilizan un lenguaje revolucionario, tal como "estructuras políticas", "revolución", "lucha de clases", "capitalismo internacional", etc., pero que no tiene un significado claro para los perceptores. Los promotores pretenden resolver los complejos problemas sociales con discursos revolucionarios, pero a la larga pierden la confianza de sus oyentes y se quedan en un "circuito cerrado" de comunicación.

En fin, aunque el mensaje suena como revolucionario, la pedagogía de estos promotores es similar a la pedagogía de los opresores, contiene la misma estructura autoritaria, se ofrecen respuestas al pueblo sin permitirle pensar por sí solo".

siempre lo específico dentro de lo general y tratar de anularlo cada vez que el todo parezca amenazar aún a un solo hombre. Hay quienes desaprueban la naturaleza estética del medio. Y haciéndolo, ya demuestra el prejuicio contra sus audiencias potenciales; la estética y esas otras cosas no están en la agenda de sus planes "de desarrollo".

La radio debe además de transmitir muy útiles y necesarios mensajes para el mejoramiento y desarrollo de la gente, además de motivar la organización de cooperativas, uniones, clubes, asociaciones, además de hacer más obvios los valores de las culturas campesinas y de denunciar la explotación, debe desarrollar los sentidos de percepción de una persona para alimentar su auto-conciencia y, en última instancia, mejorar su intelligen-

cia y capacidad para juzgar independientemente por sí misma. Sólo así, -a través de la educación estética- puede uno lograr algo perdurable. **Ello no está únicamente en el interés por las así llamadas "Audiencias blanco". Está en el interés de todos nosotros si el ser humano sobrevive como lo conocemos.**

La radio es un medio privilegiado en tanto que tiene que ver principalmente con el sonido y con la palabra hablada. Se presta muy bien a la educación estética. Y eso quiere decir mucho. No excluye ningún otro mensaje en el proceso. Todo lo contrario, lo que uno debe hacer siempre es **incluir** la estética en todo mensaje para que su percepción sea así realizada. Herbert Read en "Educación a través del Arte" escribe "La educación puede, por lo tanto, ser definida como el cultivo de los modos de expresión, enseñando a niños y adultos cómo hacer sonidos, imágenes, movimientos, herramientas y utensilios. Un hombre que puede hacer tales cosas bien, es un hombre bien educado. Si él puede producir buen sonido, es un buen hablante, un buen músico, un buen poeta; si puede hacer buenas imágenes es un buen pintor o escultor; si buenos movimientos, un buen bailarín o un buen obrero; si buenas herramientas o utensilios, un buen artesano. Todas las facultades de pensamiento, lógica, memoria, sensibilidad e intelecto, están envueltas en tales procesos, y ningún aspecto de la educación está excluido de los mismos".

La meta de la educación es, por lo tanto, la creación de artistas, de gente eficiente en los varios modos de expresión.

Si a uno le toca defender al artista en la producción de radio, es mejor darle la palabra otra vez a Arnheim "¿Experimenta el artista el mundo y la vida en forma diferente al hombre ordinario? No hay una buena razón para pensar así: Al artista le debe concernir profundamente y estar marcado por estas experiencias. También debe tener la sabiduría de encontrar significación en los hechos particulares, entendiéndolos como símbolos de la verdad universal. Estas cualidades son indispensables pero no están limitadas sólo a los artistas. El privilegio del artista es la capacidad de aprehender la naturaleza y significado de una experiencia en términos de un medio dado y así hacerla más tangible. El no-artista se queda "sin habla", ante los frutos de su conocimiento sensitivo.

El no puede congelarlos en forma adecuada. El puede expresarse a sí mismo en forma adecuada. El puede expresarse a sí mismo en forma articulada, pero no puede expresar su experiencia. En los momentos en que un ser humano es artista, encuentra forma para la estructura abstracta de lo que ha sentido.

Son estas cualidades del artista las que deben poner al servicio de una estación de radiodifusión. El ha sido capaz de hacer esto en el mundo comercial. Radio Globo en Río de Janeiro es capaz de crear una participación tan poderosa de su audiencia en programas que toda competencia es virtualmente barrida del aire. La falla está en que estos talentos son usados para vender jabón. Pero los mismos profesionales serían capaces de dedicarse -aunque no conozco a muchos que lo hacen- a transmitir mensajes educativos en vez de basura. El problema está en que, en general, ellos están intimidados por la jerga hablada por los especialistas educacionales y por una recién nacida aversión a las cosas "artísticas".


Después de treinta años en esta profesión, un día percibí que esta tarea demanda la contribución de todos y cada uno de los que están disponibles.

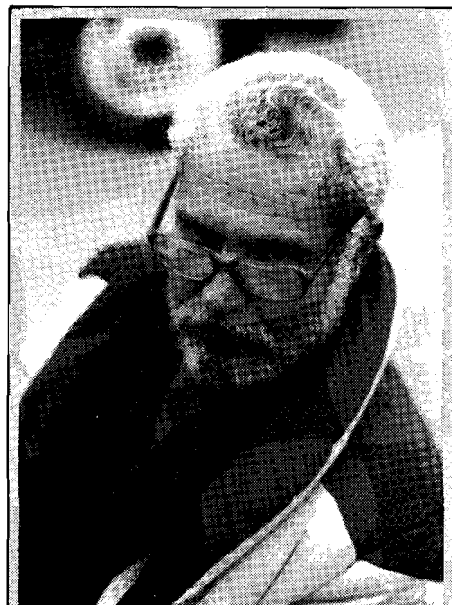
Al comienzo del proyecto de Radio Nderland en América Latina, teníamos que entrenar en ERPE (Riobamba-Ecuador). Al subir en automóvil a la pequeña ciudad desde Quito, yo llevaba mi usual propósito de no interferir en el modo natural de ser de la gente. Allí estaba proponiendo enseñar a los indios quechuas mejores formas de vida: Yo, producto típico de la civilización burguesa, consumidor de Whisky y Coca Cola (no tanto, clara está).

La sinuosa carretera conduce a un sendero, mucho antes de Riobamba. Repentinamente la respiración falla. A esas alturas uno se enfrenta con una vasta extensión de llanuras rodeadas de picos nevados por todas partes. Aquí y allá un indio y una llama, quietos y pacíficos, reverenciando al sol que se oculta.

Se me hizo un nudo en la garganta. Miré el asiento trasero y mi colega, Roel Hartsuiker, tenía lágrimas en los ojos. El conductor se volvió cínicamente y preguntó: "¿Sienten como ganas de llorar?" A nuestra respuesta afirmativa, concluyó: "Le sucede a todo extranjero que viene aquí".

Yo creía que debía respetar a los indios tal como ellos eran. Temía aún más el daño que nuestra interferencia podría causar. Pero pronto, en esa llanura paradisíaca vi una cúpula metálica. Pregunté. Respuesta: Era la estación rastreadora de satélites, construida por la NASA. Es más, en la propia ciudad de Riobamba, los indios de corta estatura, llevaban todos ellos, un aparato de radio bajo sus brazos, oyendo música popular barata de las incontables estaciones radiales disponibles. Largas colas de indios se alineaban en las aceras al frente de las salas de cine: Kung-Fu estaba en todas partes. Entonces comprendí. Debemos hacer lo que podamos **ahora**, puesto que el "enemigo" (y yo creo que estas fuerzas las podemos llamar así) ya está entre nosotros. Ya podemos haber perdido la batalla.

Recordemos: Si el campo no va a la ciudad, la ciudad -un cáncer en expansión- llegará (y temprano) al campo. 



WALTER OURO ALVES, brasileño, 33 años de vida artística, en música, cine, teatro, radio y televisión. En radio guionista, productor, actor en Radio Ministerio de Educación y Radio Nacional, de Río de Janeiro. Colaborador de la BBC en Londres, Inglaterra y Voz de Alemania (Deutsche Welle) en Colonia, Alemania Federal. Actualmente profesor de cursos de capacitación en América Latina, como funcionario de Radio Nderland, Emisora Internacional Holandesa, dentro del Proyecto de RNTC en CIESPAL, Quito, Ecuador. Dirección: CIESPAL, Apartado 584, Quito-Ecuador.



José Ricardo Eliashev

LA COMUNICACIÓN entre el autoritarismo y las nuevas tecnologías

El tema central de este número de CHASQUI es "Democracia y Comunicación". En esta sección de Controversia, el periodista argentino José Ricardo Eliashev, de larga trayectoria en diversas publicaciones latinoamericanas, parte de la posición que el fenómeno de la innovación tecnológica es abrumadoramente positivo, democratiza de hecho los procesos sociales del conocimiento y que sus supuestos técnicos y culturales básicos deben ser aprehendidos con la mayor prisa por las naciones atrasadas. Considera que para ello, es necesario trabajar con las transnacionales, y no contra ellas.

Por su parte, William H. Melody, profesor de

INTRODUCCION

El primer recelo ya ha caducado, es anacrónico. Se produce ahora la segunda sospecha. El recelo inicial hacia los significados y consecuencia de la revolución tecnológica comunicacional derivada de un cúmulo de limitaciones y torpezas que ya han sido superadas. Desde una idea restringida del progreso se alegaba que todo lo revolucionario y democratizante que suponían las diversas innovaciones tecnológicas producidas dentro de los diversos sistemas de comunicaciones de masas no era sino una suerte de perversa vuelta del destino, truculenta maniobra de las corporaciones transnacionales repleta de contenidos negativos. Se ocultaba siempre y de manera sistemática el objetivo papel de universalización del conocimiento y de la información cumplido por innovaciones tecnológicas que al ampliar el espectro de alcance de las emisiones tradicionales no han hecho otra cosa que democratizar la mecánica previa, caracterizada no sólo por escasos emisores, sino además por escasos receptores. Pero la negación masiva e indiscriminada del "progreso" tecnológico (en un entrecamillado que pretende hacerse eco del sesgo peyorativo con el cual se contempla la innovación en el punto de vista aludido) ya no es siquiera concebible. Se admite, entonces, a regañadientes el

impacto modernizador de las nuevas tecnologías, pero se evita celosamente puntualizar la influencia explosiva que las mismas tienen en materia de una mayor pluralización de voces, una muy superior posibilidad de establecer vías de comunicación y un espectacular crecimiento de los espacios sociales que ahora pueden acceder a la información. Se evita explicitar, en una palabra, el impacto democratizante que logran las nuevas tecnologías comunicacionales. En una primera fase, cierto marxismo primitivo veía en aquella innovación tecnológica el intento de oscuras fuerzas transnacionales por apoderarse del mundo. En una segunda fase, la misma perspectiva de izquierda ya no confronta tan sistemáticamente el proceso innovador y democratizante y se une a ciertos planteos tecnocráticos en la común admisión de su necesidad. Pero en esta segunda fase es posible encontrar un fenómeno nuevo, "moderno" en cierto sentido, y cuyas raíces son en cierto modo premarxistas. De regreso a los excesos maximalistas del pasado reciente, no pocos estudiosos de la comunicación de masas que supieron creer que realmente el Pato Donald era portaestandarte de una diabólica conjura imperialista contra las frescas e impolutas naciones del Tercer Mundo se estacionan ahora en posturas aparentemente diferenciadas. El recelo, abierto o subrepticio, ha-

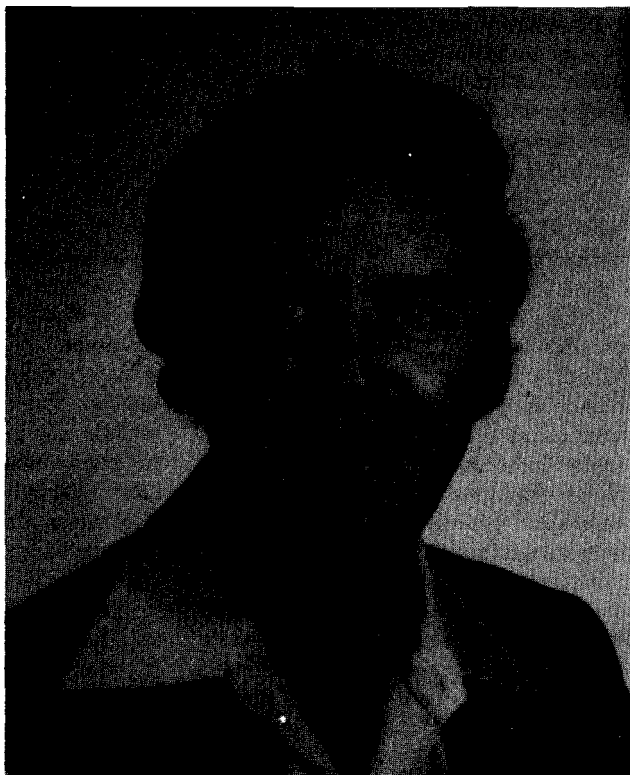
cia el nuevo mundo que abre la innovación tecnológica no asume en este sentido una connotación ideológica. Los convencidos de los males de la conspiración transnacional que hace 15 años exorcizaban los demonios del Supermán capitalista-imperialista, ahora miran con desilusión las destilaciones de experiencias supuestamente alternativas, como aquellas que se han dado en países del socialismo real o en las naciones del Tercer Mundo. El despecho es, por consiguiente, multidireccional: es la modernidad, capitalista y comunista, la que está matando al hombre. Afirma, al respecto, el argentino Héctor Schmucler: "la razón tecnológica se difunde en el mundo como valor universal. Su aceptación indiscriminada encubre el verdadero proceso de homogeneización de estructuras a nivel del planeta (sic). Nuevas formas de dependencia cultural progresan bajo la apariencia del desarrollo y avance de la inteligencia. Es sintomático que en los países no capitalistas de Europa oriental se asuman las tecnologías acríticamente" (1).

Los nuevos cuestionamientos beben de diversas fuentes, pero se percibe en ellos sobre todo un fuerte aire de preocupación ecológica y existencial, la misma que se respira en ámbitos europeo-occidentales y norteamericanos angustiados por la deteriorada calidad de la

COMUNICACION: Autoritarismo tecnológicas

Comunicación de la Universidad Simón Fraser, Canadá, en un tono mucho menos polémico y dejando a un lado importantes consideraciones, que habrían sido de gran interés para los lectores de CHASQUI, plantea que los cambios de los últimos años se han producido básicamente en las características comerciales de la información, por lo que es necesario buscar nuevos tipos de información, no explorados en el pasado por no ser lucrativos.

En ambos ensayos el aspecto de la democratización de la Comunicación juega un papel importante, aunque los dos expertos abordan el tema desde diferentes puntos de vista.



—William H. Melody

1. INTRODUCCION

El funcionamiento de la sociedad depende de la información, y de su eficiente y efectiva comunicación entre sus miembros. En el sentido más amplio, las instituciones económicas, políticas, culturales y sociales en cualquier sociedad están definidas en términos de las características de la información que comparten. En el sentido económico más estricto, se ha reconocido generalmente que el recurso primordial que determina la eficiencia económica de cualquier economía, industria, proceso productivo o familia, es la información y su efectiva comunicación. Las características de la información definen el estado del conocimiento.

En la actualidad, industrias enteras y amplios sectores de economías tecnológicamente avanzadas están dedicadas a la información —su búsqueda, su creación, elaboración, almacenamiento, clasificación, síntesis, selección, montaje, interpretación, acopio, compra, venta y transmisión de la misma. Algunos autores creen que la sociedad está avanzando más allá de un capitalismo industrial hacia una sociedad basada en la información (1). De hecho, una investigación detallada mostraría ciertamente que las sociedades siempre han estado basadas en la información. Las tradiciones ora-

les de las tribus más primitivas eran ricas en información. Los cambios de los últimos años se han producido básicamente en las características comerciales de la información.

En primer lugar, la tecnología para generar, procesar, y transmitir información a costos unitarios drásticamente reducidos ha producido saltos cuantitativos en la capacidad para suministrar información. En segundo lugar, se ha descubierto que muchos tipos de información proporcionados a través de sistemas comerciales formales, tienen un alto valor comercial de intercambio. Actualmente resulta productivo buscar muchos nuevos tipos de información, no explorados en el pasado por no ser lucrativos. Información que antes estaba fuera del mercado y que no era considerada como actividad económica, ha sido introducida en el mercado. Por ejemplo, en Norteamérica, los usuarios del teléfono deben pagar ahora una tarifa directa por los servicios informativos del operador y cada vez más por los servicios de las bibliotecas públicas. En tercer lugar, el concepto de información se ha extendido hasta convertirse en algo que virtualmente abarca todo, incluso lo que solía llamarse servicios burocráticos y administrativos.

Uno piensa que el cambio más sig-

nificativo entre la sociedad tecnológicamente avanzada de hoy y la tradición oral de la ciudad —estado griego— aún practicada por algunas culturas nativas en la actualidad —no radica en el rol de la información en la sociedad, sino en la forma en que han sido institucionalizados los procesos de información. La forma dominante de creación e intercambio de la información ha pasado del discurso oral, que fluía más allá de las barreras de los arreglos comerciales formales, a la institucionalización de la información generadora de organizaciones, a la mercantilización de la información y a su venta a través de los mercados.

2. TECNOLOGIA DE TELECOMUNICACIONES Y SERVICIOS DE INFORMACION

El rápido surgimiento de los mercados de información se hace posible mediante la interacción de adelantos en las tecnologías de las telecomunicaciones y computación. Los avances en la industria de la computación han hecho retroceder el límite intensivo del mercado al reducir los costos para la producción de más y más tipos de datos. Los avances en telecomunicaciones han rebasado el límite geográfico extensivo hasta abarcar mercados globales. Sin embargo, es importante distinguir las implicaciones

vida de Occidente. Ya no entusiasma, en esta perspectiva, el sendero luminoso cubierto de avances materiales que pareciera prometer el encadenamiento de innovaciones tecnológicas. Preocupa, en cambio, la soberanía cultural, los intereses regionales, todos aquellos aspectos susceptibles de ser vulnerados por la penetración transnacional.

Ejes centrales que aparecen en estos cuestionamientos son el carácter centralizador y concentracionario de los fenómenos de innovación tecnológica. Resulta asombrosa la verificación de la piqueta dialéctica a la que ha sido necesario recurrir para describir como exclusivamente "concentracionario" el fenómeno desarrollado por los medios de comunicación masiva de Occidente. Las sociedades occidentales más avanzadas, y tras de ellas las más atrasadas, se han beneficiado enormemente de una innovación tecnológica que —invariablemente— tiende a abaratar costos y, por consiguiente, a universalizar el acceso de sectores sociales cada vez más amplios a la información, el entretenimiento y la educación. Este fenómeno de democratización objetiva alcanzada por los medios de comunicación no significa la de-

saparición de los grandes núcleos industrial—comerciales que fabrican en serie material para ser consumido por los medios, pero la propia realidad demuestra que si algo ha sucedido en esas naciones a la cuales la innovación benefició primero ha sido, por el contrario, un aumento de oportunidades y posibilidades, no una disminución. Y esto tiene un solo nombre: democratización. Además, agrega Schmucler, "desde la realidad latinoamericana, la explosión tecnológica sólo ofrece la perspectiva de una mayor dependencia y dominación", una afirmación que por lo tajante y excluyente no puede sino ser sospechosa. ¿Es posible desconocer tan radicalmente las numerosas alternativas de interacción y creatividad propia que abre la innovación tecnológica en el campo de las comunicaciones masivas? De acuerdo a esta apocalíptica visión, pareciera que sí. Una opinión clásica, en este sentido, es la que emite la mexicana Fátima Fernández Christlieb: "Los mercados del Tercer Mundo se ven invadidos por la versión popular de la telemática, por espejitos y joyería de fantasía que, esta vez funcionan como bancos de datos y computadoras portátiles de innegable utilidad, pero que ocultan su cara béli-

ca, que no se presentan como productos de las mismas firmas que producen satélites militares o espías agrícolas. La telemática se perfila como industria estratégica del capitalismo de los ochenta en medio de aplausos y bienvenidas a la 'modernización y el progreso' " (2).

Espejitos y joyería de fantasía

Aún cuando, al pasar, se habla de la "innegable utilidad" de las computadoras portátiles, el concepto es arrojado al histórico vaciadero de las grandes estafas universales. La "utilidad" en ningún caso es explicitada: habrá de permanecer como significado menor, y subordinado, a la idea hegemónica, aquella que Fernández Christlieb individualiza como "la astuta lógica del capital financiero montado en tecnologías cada vez más sofisticadas" (3).

La cruzada contra la innovación tecnológica en el ámbito de las comunicaciones suele valerse de conceptos ligeramente paranoides que encuentran su raíz o denominador común en la idea matriz de una conspiración.

Este concepto conspirativo es bási-

Melody

económicas de las nuevas tecnologías en los medios que forman la infra-estructura en la cual la información se genera, procesa y viaja, y los servicios de información en sí, es decir, el contenido proporcionado a través de los medios.

En sentido económico estricto, los sistemas de medios de las computadoras, los satélites, cables, terminales, etc., no son diferentes, en cuanto proceso de producción, a ningún otro proceso de producción o manufactura. El equipo es elaborado y vendido en el mercado al igual que cualquier otra maquinaria. Los beneficios económicos directos son los tradicionales: ganancias, empleo, acciones comerciales y oportunidades para el crecimiento futuro. Lo que hace importantes a los sistemas de medios, es que los servicios de información deben ser proporcionados a través de ellos. Por lo tanto, la eficiencia del sistema es un factor significativo que influye en la eficiencia de los servicios de información producidos por ellos. Una acción con un sistema eficiente de medios puede tener ventajas mayores que harán avanzar prácticamente todos los servicios de información.

Las implicaciones directas de la

nueva información para la sociedad estarán determinadas básicamente por los servicios de información proporcionados a través de los sistemas de medios. Son estos servicios los que proporcionan tipos de información que hasta ahora no estaban a nuestro alcance. Pero el diseño y la estructura de los sistemas de telecomunicaciones establecidos determinarán los tipos específicos de información, quién puede enviarlos y quién puede recibirlos.

3. LA INFORMACION COMO RECURSO

La información es considerada a veces como algo equivalente a un recurso natural, en otras palabras, un filón de hechos imparciales y objetivos que deben ser seleccionados mediante una búsqueda diligente. Por ejemplo, esta visión sustenta conceptos como el de "libertad de prensa" en las democracias Occidentales. Aunque hasta la prensa independiente tiene prejuicios que influyen la orientación de sus investigaciones, la información recabada y cómo ésta es interpretada, existe una clasificación de la información que puede ser analizada provechosamente como si

tuviese las características de un recurso primario.

El acervo de conocimientos en una sociedad, las habilidades y educación de las masas, la información real detallada en lo que respecta a los aspectos económico, social, político, cultural y religioso de la sociedad, representan un recurso primario. El valor de este cúmulo de

"Actualmente resulta productivo buscar muchos nuevos tipos de información, no explorados en el pasado por no ser lucrativos"

conocimientos para la sociedad depende de cuan penetrante sea su expansión en esa sociedad, y de las instituciones encargadas de mantener, abastecer y expandir el conjunto de conocimientos, es decir, su sistema de educación y entrenamiento y la investigación que genera nuevos conocimientos. Los beneficios económicos se manifiestan en una mejor productividad, participación y toma

camente insensato y, mirado desde el prisma de lo que suele llamarse "la ciencia del materialismo histórico", anti-científico. Es la propia dinámica del crecimiento de la producción lo que determina que las corporaciones transnacionales modifiquen permanentemente la estructura del mercado, ensanchándolo sin cesar. A la IBM ya no le intere-

"El recelo, abierto o subrepticio, hacia el nuevo mundo que abre la innovación tecnológica no asume en este sentido una connotación ideológica"

sa seguir fabricando computadoras de 15.000 dólares, cuando empresas como Apple o Commodore ponen en venta modelos de 100 dólares. ¿Qué sucede? Que, al margen de la retórica inflamada de ideólogos y ecologistas, la sociedad reciba una cantidad cada vez mayor y mejor de medios técnicos para conocer, divertirse y educarse. Se prefiere, en cambio, atribuir siempre perversos desig-

nios a las transnacionales.

Así, el capital financiero se mueve con una lógica "astuta", adjetivo sugestivo y ambiguo, que podría describir de modo elogioso un *modus operandi*, pero que a la vez connota contenidos claramente peyorativos. Pero, en último análisis, tanto en la drástica negación de Schmucler, como en la peyorativa caracterización de Fernández Christlieb, es evidente la intención de vaciar de contenido y significación a los productos de la innovación tecnológica. En este sentido, la "astucia" del capital financiero radicaría en su diabólica capacidad de suscitar el consumo masivo de "espejitos y joyería de fantasía". En definitiva, pese a la admisión de la "innegable utilidad" de lo descrito, estamos en presencia de una estafa. Así como, según cuenta la leyenda, a principios de los años Sesenta una empresa checoslovaca le vendió barreras de nieve a Cuba, las transnacionales venden espejitos y joyería de fantasía a las vandalizadas naciones del Tercer Mundo.

Pero un análisis menos apresurado y más preciso proporciona una imagen diferente.

Los Frutos de la Estafa

El satélite de comunicaciones ha permitido, en primer lugar, favorecer importantes cambios en la percepción de los acontecimientos. El acercamiento determinado por una criatura electrónica que destruye fronteras y limitaciones geo-temporales ha suscitado, asimismo, una simultaneidad en la generación y recepción de los hechos que torna virtualmente imposible el manejo clandestino o subrepticio de la fuerza militar. La masiva generalización de la información que resulta del uso del satélite no es, en sí misma, sinónimo de mayor profundidad o superior conciencia, pero en todo caso aporta la posibilidad fáctica de saber lo que sucede en todo el planeta de manera virtualmente simultánea.

Si en las sociedades modernas el poder político puede ser —tal como se ha demostrado— efectivamente cuestionado gracias al papel dinamizador y objetivamente subversivo de la información, no es erróneo concluir que el impacto de las nuevas tecnologías se hace sentir sobre todo en situaciones de totalitarismo o censura periodística, cuan-

de decisiones en todos los renglones de la economía.

En la nueva era de la información, gran parte de aquéllo que ha pasado a ser importante es la información especializada que se busca para proporcionar conocimiento "confidencial" sobre la conducta de los compradores de los productos de una compañía, los proveedores de otros recursos de una empresa, los competidores, reguladores gubernamentales, etc. Esencialmente, en los mercados económicos imperfectos esta información confidencial para consumo privado fortalece la posición comercial y de negociación de las compañías o de las agencias gubernamentales que tienen acceso a ella.

Casi a diario surgen más servicios de información especializada para el consumo privado de una clientela restringida. Estos servicios van desde investigaciones de los detalles de mercados internacio-

nales para un grupo de compañías multinacionales, hasta evaluaciones confidenciales del poder de negociación de un determinado cliente, competidor, sindicato de trabajo, partido político o go-

bierno para una negociación específica.

4. LA INFORMACION COMO PRODUCTO DE CONSUMO

Las características de la información como producto final de consumo varían según el tipo de información deseado, los usuarios y los fines con que se va a utilizar. Quizás la mayor expansión potencial del mercado de la información en desarrollo es el de los datos especializados. Estos pueden facilitar la toma de decisiones —como la selección al comprar—, permitir un mayor rendimiento en la realización de ciertas actividades —como la banca—, y proporcionar nuevas formas de entretenimiento, como los juegos de video. La combinación de bancos de datos especializados, programas de computadora y sistemas de telecomunicación avanzados permiten acceso individual a información especializada para consumo privado a través del mercado. El incentivo económico para la promoción y expansión de tales sistemas es inmenso, dada la drástica reducción de costos al añadir suscriptores a sistemas ya establecidos.

Las nuevas tecnologías hacen tam-

bién posible —y a la vez económica— la creación de bancos de datos especializados en información personal detallada sobre individuos para usuarios selectos, tales como las agencias que proporcionan datos para la concesión de créditos, o las agencias gubernamentales. En muchas instancias el valor comercial de esta información es mayor si el acceso a la misma es restringido. Esto ha hecho surgir la inquietud de que las nuevas

"Los avances en telecomunicaciones han rebasado el límite geográfico extensivo hasta abarcar mercados globales"

condiciones del mercado para la información lo hagan rentable y eficiente para invasiones de la privacidad personal.

5. ALGUNAS IMPLICACIONES PARA EL DESARROLLO DEL MERCADO

Los mercados de información pueden ser clasificados en dos categorías generales: (a) aquellos en los que se alcanza máximo valor comercial mediante la

do regímenes antidemocráticos se ven incapaces de hacer frente al papel movilizador de los medios de comunicación. El régimen de Anastasio Somoza de Nicaragua hubiera sido barrido de todas maneras por las luchas populares encabezadas por los sandinistas, pero el frío asesinato del camarógrafo norteamericano Bill Stewart en 1979, filmado y transmitido vía satélite a todo el mundo minutos después de producido significó un golpe letal para la dictadura. En éstas, como en un número enorme de instancias, la información potenciada por las nuevas tecnologías jugó un papel revolucionario y democratizante, mírese por donde se lo mire.

Un muy pequeño (pero significativo ejemplo) ilustra este punto. En uno de sus últimos accesos de pasión, el presidente Ronald Reagan ordenó que el portaaviones Nimitz, una ciudad militar que flota en el Mediterráneo movida por energía nuclear, se acercase todo lo posible a las costas de Libia. La cadena de televisión ABC, alertada por la información surgida de transmisiones vía satélite anunció que daría a conocer la información. La Casa Blanca intervino por conducto del propio Rea-

gan, quien pidió a la ABC que no divulgara esa información, por considerarla perjudicial a los intereses de los Estados Unidos. La ABC hizo caso omiso y la información salió al aire. Un episodio menor, apenas comentado en el país donde ocurrió, pero revelador del tipo de posibilidades que abre un tipo específico de innovación. Escuchemos a Schmucler: "El actual dominio tecnológico de las comunicaciones permite a las transnacionales controladas por los Estados Unidos acentuar su hegemonía en el mundo, en el momento en que ese país efectúa una retirada geográfica de muchos lugares y una relativa toma de distancia política en la escena internacional" (4).

Con la firme presencia competitiva en el mercado de la corporación europea Arianespace, el lanzamiento de satélites de comunicaciones ha dejado de ser un negocio controlado por las dos superpotencias y esto queda palmariamente demostrado por el hecho de que Brasil y las naciones árabes contrataron los servicios de esta empresa para poner en órbita sus propios artefactos geoestacionarios. ¿Se consolida el famoso "esquema de dominación" cuando, por ejemplo,

los brasileños o los iraquíes pueden disponer de medios electrónicos propios de comunicación vía satélite, no controlados ni por Washington ni por Moscú? La disponibilidad, masiva, automática, de la información, permitida por el satélite de comunicaciones, ¿impone necesariamente un modelo de desarrollo cada vez más centralizado?

"A la IBM ya no le interesa seguir fabricando computadoras de 15.000 dólares, cuando empresas como Apple o Commodore ponen en venta modelos de 100 dólares"

La realidad pareciera ser muy diferente, ya que precisamente es la diseminación permitida por el satélite la herramienta de un conocimiento mayor y mejor, pero también lo que favorece una descentralización efectiva y, sobre todo, una posibilidad muchísimo mayor de poner en jaque a las aventuras totalitarias o las agresiones imperialistas. En Nicaragua o en Afganistán, en Mozam-

máxima dispersión de la información; y (b) aquellos en los que el máximo valor comercial es alcanzado mediante la restricción de la información a usuarios especializados, quienes valoran su escasez y tratan de establecer un monopolio de información específica. La primera está representada básicamente por la información que se proporciona al público para el consumo masivo y su mejor ilustración es el entretenimiento de la televisión. La segunda está representada por la generación de información especializada, la cual proporciona un valioso diferencial de conocimientos relacionados con intereses opuestos, y está ilustrada por avalúos confidenciales de los puntos fuertes y débiles de negociadores adversarios.

La categoría de máxima dispersión se caracteriza por los costos extremadamente bajos para reproducir la información. Con precios cada vez más elevados para la generación de información original, y los costos reducidos para su reproducción partiendo de niveles que ya eran bajos anteriormente, aumentan los incentivos económicos para expandir el mercado de la información existente en busca de un alcance global. En la práctica esto significa por ejemplo, que ha

aumentado el incentivo económico para inundar a más países con viejos programas americanos de televisión. Para los países que no tienen una sólida producción doméstica, ha aumentado considerablemente el costo diferencial para producir material original en vez de comprar "enlatados" norteamericanos.

La segunda categoría, los mercados

"Una nación con un sistema eficiente de medios puede tener ventajas mayores que harán avanzar prácticamente todos los servicios de información"

que se basan en la creación de un monopolio de cierta información, está menos influenciada por los bajos costos para la reproducción, aunque adquirentes con intereses similares pueden economizar al compartir ciertas compras de información. La producción de información se convierte más bien en un punto focal para intereses rivales que tratan de obtener una ventaja competitiva, imponien-

do un costo a todos los intereses competitivos y adversarios, si esperan mantener sus posiciones relativas en el mercado. Se brinda una oportunidad para comprar una ventaja en términos de información. Se crea un impedimento de entrada para aquéllos que no pueden competir en el juego de la información.

6. TEMAS DE POLITICA INSTITUCIONAL

Una mayor extensión del mercado para abarcar información hará surgir a largo plazo importantes problemas de política institucional. Podemos esperar que mucha de la información que antes era de acceso público, abierta al cuestionamiento o adquirible a costo nominal, sea absorbida por el sistema de mercado de la información. La nueva información puede ser mejor que la vieja, pero esta última ya no estará disponible fuera del sistema de mercado. Esto, por supuesto, hace surgir cuestiones relevantes a largo plazo sobre la importancia de los costos de información para los pobres, quienes quizás no tengan acceso a la información necesaria para colocar sus limitados ingresos de una forma más eficiente.

bique o en Polonia, todo sería más sencillo para las superpotencias si el mundo careciera de los recursos tecnológicos que, como el satélite de comunicaciones, ponen en manos del hombre más información que nunca.

En otro nivel, la televisión por cable ha permitido en los Estados Unidos la aparición de cadenas que transmiten de costa a costa sin publicidad, lo cual es comercialmente viable gracias al pago de una suscripción individual por el servicio. El cable, por cierto, es un desmentido terminante a todas las apocalípticas e intelectualizadas visiones sobre una tecnología supuestamente "centralizadora". Al contrario, la tecnología de la TV por cable permite más y mejor que nunca la especialización, la diversificación, tanto regional como temática, y brinda la oportunidad real de emitir programaciones que puedan ser confeccionadas en función de intereses diversos. A diferencia de la "lluvia" de mensajes que produce una emisión igual para todo el mundo, a la misma hora y en el mismo lugar, la TV por cable permite la pluralidad efectivamente. Permite también, hay que decirlo, más placer, derivado esto de las superiores posibilidades

brindadas por un medio de calidad técnica mayor y alternativas temáticas infinitamente más ricas.

En los Estados Unidos, la diseminación de los sistemas de TV por cable ha significado una alternativa evidente al oligopolio relativo que ejercían las tres cadenas, las que de todos modos tenían ante sí la opción de las estaciones independientes y el sistema de televisión pública, ambos por métodos convencionales de transmisión. La explosión comercial del cable y la TV pagada implica un aspecto más del fenómeno de democratización ya citado en este trabajo. Y si la palabra democratización pudiera parecer excesiva a algunos, en todo caso puede asegurarse que el surgimiento y consolidación de la TV por cable no pertenece al ámbito de la "concentración" que —supuestamente— engendrarían las nuevas tecnologías. Lo que sucede es exactamente al revés. La idea de la "concentración" es una mera, y raquítica, racionalización de nostálgicos y totalitarios.

En el espacio de lo familiar, dentro del contexto del hogar, el videocassette y el videodisco son instancias tecnológi-

cas importantes y perfectamente válidas. Por de pronto, estas máquinas anulan la tiranía centralizadora de las programaciones de los canales, devolviendo al usuario la capacidad de determinar qué día y a qué hora hora verá determinado programa. Emerge, así, una opción concreta al fantasma uniformizante del Gran Emisor sometiendo a la muchedumbre silenciosa estupidizada ante la "caja idiota". Este es un proceso complejo, de potencialidades muy superiores a las hasta ahora apenas entrevistas. Puede pensarse, por ejemplo, en la recuperación de la capacidad crítica generada por una nueva actitud del televidente ante la programación, actitud más autónoma, más libre, menos sometida.

También debe mencionarse el significado cultural de una tecnología que asegura la conservación del mensaje y, por consiguiente, permite todas las reevaluaciones deseadas. Esto aniquila el impacto por envejecimiento y favorece nuevas visiones, camino que sólo puede significar una agudización de la capacidad crítica. Una vez más, también hay más placer, derivado de las posibilidades aquí descritas. En el caso específico

Incluso en los Estados Unidos se empiezan a sentir los efectos. Durante una generación, el servicio telefónico ha sido prácticamente universal en la parte continental del país. Pero ahora las compañías telefónicas están en proceso de convertir el sistema telefónico público en un sistema masivo de telecomunicaciones para procesar información. Esto aumentará en forma significativa el precio a pagar por el acceso al sistema para utilizar cualquier servicio inclusive el servicio telefónico básico. Es de esperar que grandes sectores de los grupos de bajos ingresos se vean forzados a desconectarse del sistema, perdiendo así tanto los servicios nuevos como los viejos. Si ésta es la tendencia en Estados Unidos, el número de personas excluidas del sistema se verá multiplicado varias veces en países menos prósperos. Se acentuará más la división de clases en la sociedad. Las élites y los acaudalados de todos los países se verán llevados hacia una comunidad internacional de intereses, alejados del desarrollo interno participativo.

Las características de los mercados de información crean problemas especiales asociados a la transferencia tecnoló-

gica a los países en vías de desarrollo de tecnologías de computación y telecomunicaciones. Los incentivos del mercado consisten en vender nuevas tecnologías de medios a los países en desarrollo para establecer la infraestructura de comunicación de servicios informativos a nivel doméstico e internacional. Esto aumentará la dependencia tecnológica (2).

Dada la base de información esta-

"Quizás la mayor expansión potencial del mercado de la información en desarrollo es el de los datos especializados"

blecida en los países tecnológicamente avanzados y su liderazgo en la creación de nuevos servicios de información, los flujos de la misma son pronosticables. La información final para el consumidor, como los programas de televisión, dominará el flujo que va de los países desarrollados hacia los que están en desarrollo. Los mercados de información especializada, generadores de valor como resultado del monopolio de la infor-

mación, generaran un flujo dominante de información sobre los países en desarrollo, que irá hacia los países industrializados y las compañías multinacionales. De hecho, estas tendencias ya han sido documentadas (3). Estas condiciones en el mercado de información facilitarán la penetración en los mercados de los países en desarrollo de la amplia gama de bienes económicos y servicios por parte de aquellas organizaciones que tienen acceso a la información especializada. Por supuesto, esto colocará a las compañías y agencias de estos países en una desventaja competitiva cada vez mayor, debido a una deficiencia de información sobre las condiciones en sus propios países.

De allí que las características económicas de los mercados de información tienden a aumentar, y no a disminuir, la dependencia de los países en desarrollo con respecto a los países desarrollados. En su detallado análisis sobre el desarrollo económico canadiense, Harold Innis explicaba que el desarrollo regional a menudo sólo sirve a los intereses de los grandes centros de poder, porque explota los recursos naturales o básicos de la región. Esto crea desequilibrio y un de-

del videodisco (tecnología exclusivamente consagrada a la reproducción de programas, el usuario no puede grabar), estamos ante una herramienta de divulgación cultural y entrenamiento profesional de posibilidades audiovisuales enormes.

En el campo de los materiales y las herramientas, la fibra óptica significa mayor calidad, más conservación, mayores posibilidades y mejores resultados en las transmisiones. Del mismo modo, cuando la televisión de alta definición (High Definition TV) alcance difusión comercial, se dispondrá de una tecnología de mayor calidad para permitir una recepción equivalente al tipo de imagen del cine de 35 mm.

El teletexto y el videotexto son conductos a través de los cuales no sólo el usuario dispone de mayor información y un cuadro más completo, y más práctico, de la realidad. Las posibilidades interactivas, además, abren posibilidades enormes, que muy poco tienen que ver con el fantasma centralizante y concentracionario, esa suerte de **Fahrenheit 451** con el que se ensueñan los críticos de la tecnología.

La aparición de centenares de estaciones de TV de baja potencia en los Estados Unidos permitirá a corto plazo la emergencia de alternativas al menú proporcionado hoy día por las grandes cadenas comerciales, la televisión pública, las estaciones independientes y los canales y cadenas de TV por cable, ratificando que, en lugar de reducir, la

*“A diferencia de la ‘lluvia’
de mensajes que produce
una emisión igual para
todo el mundo,
a la misma hora y en
el mismo lugar,
la TV por cable permite
la pluralidad efectivamente”*

innovación tecnológica ensancha las posibilidades, amplía las opciones, genera más recursos. En una palabra, democratiza.

La computadora personal sistematiza de modo racional información y permite un manejo del tiempo más eficiente. Como reductora y simplificadora, la

computadora personal abre espacios, en lugar de cerrarlos y, al igual que el robot industrial, permite plantearse a los seres humanos una nueva dimensión de su tiempo libre. Utilizada en las escuelas, abre nuevos horizontes, desarrolla inteligencias, permite una visión más completa, abre instancias antes inexistentes.

Los Argumentos cuestionantes

En el ámbito de las comunicaciones y la microelectrónica se escuchan habitualmente un conjunto de cuestionamientos y formulaciones críticas que tienden a invalidar o condicionar severamente la incorporación de las innovaciones tecnológicas. Lo que sigue es un sucinto muestreo de los alegatos más comunes, seguidos de una breve discusión:

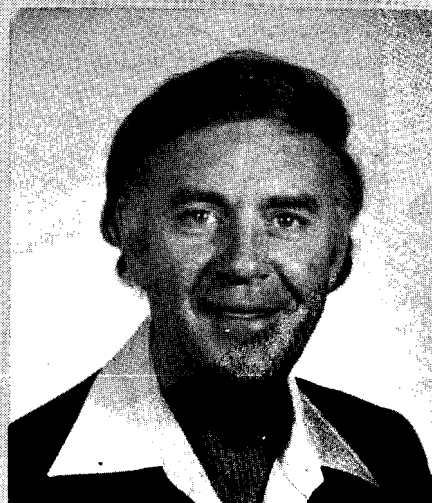
a) se suscita en los seres humanos necesidades artificiales. ¿Para qué quieren videograbadoras de cassette los campesinos hambrientos del Nordeste brasileño? La idea es conocida y es vieja. El cine, la radio y la televisión también generaban necesidades artificiales, al igual que todo otro medio de información, educación y entretenimiento derivado

sarrollo distorsionado en la región, además de dependencia de los centros de poder (4). En este sentido, el mercado tiende a tratar la información especializada sobre diferentes países como si fuera un recurso natural.



NCTAS

- 1.- Bell, Caniel, *The Comine of Post Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books, 1973; Porat, M., "Global Implications of Information Society", *Journal of Communication*, 28 (1), 1978.
- 2.- Melody, W.H. "Communication Technology: Planning or Promotion?", en D.J. Wedemeyer, ed. *Papers and Proceedings, Pacific Telecommunications Conference, PTC-82* (Honolulu: Pacific Telecommunications Council, 1982); y "Satellites: Pyramids an Tinkertoys" In *Search* (Ottawa: Department of Communication, 1979).
- 3.- Pipe, G. Russel, "National Policies, International Debates," *Journal of Communication*, Otoño 1979, y "Transnational Information Flows", *Intermedia* 7 (6), 1979.
- 4.- Melody, W.H., Salter, L., y Heyer, P. (Eds.), *Culture, Communication and Dependency*. New Jersey: Ablex Publishing Co., 1980;



WILLIAM H. MELODY, USA/Canadá, profesor y ex-presidente del Departamento de Comunicación de la Universidad Simon Fraser, Burnaby, Columbia Británica, Canadá. Presidente de la Sección Tecnología de la Comunicación, IAMCR. Editor de: *Communications Technology and Social Policy* (1973) y *Culture, Communication and Dependency* (1981). Autor de *Chil-*

dren's Television: The Economics of Exploitation (1973) y aproximadamente 50 estudios y artículos relacionados con tecnología de la comunicación, medio ambiente y planes de acción aplicados a países desarrollados y en vías de desarrollo.

Dirección: Prof. William H. Melody
Simon Fraser University
Burnaby, British Columbia
Canadá

de la innovación tecnológica. En realidad, si el hombre siguiera morando en el perdido Paraíso no necesitaría de ninguna criatura electrónica en su vida.

b) se acentúa la alienación característica de la vida moderna, al proporcionarle a la gente artefactos que profundizan su aislamiento de la sociedad y su inmersión en una existencia individualista. Este argumento juega con elementos reales, pero es básicamente un sofisma. Hace 100 años los seres humanos se conectaban muchísimo menos entre sí, sabían muchísimo menos de lo que otros hacían, o pensaban, o sentían, vivían -en definitiva- vidas mucho más alienadas que la que puede vivir hoy día un anónimo integrante de cualquier muchedumbre metropolitana. La alienación y el enajenamiento no son, en todo caso, productos de la innovación tecnológica, sino consecuencias mucho más complejas de raíces también más intrincadas.

c) se agrava la pérdida de contacto humano, al aumentar el papel jugado por los artefactos electrónicos en la vi-

"En el caso específico del videodisco, estamos ante una herramienta de divulgación cultural y entrenamiento profesional de posibilidades audiovisuales enormes"

da de la gente. Esta es una afirmación peligrosa, porque remite -inevitablemente- a una comparación. ¿Había "antes" mayor contacto humano? ¿Era el mundo de hace dos siglos más propicio al conocimiento de los otros? La falsedad deriva de la extrapolación. Sin duda, hay millones de seres hoy incapaces de amar y capaces, sí, de pasar ocho horas por día ante el televisor. Pero, ¿los habitantes de París en el siglo XI eran acaso unas criaturas angelicales que se la pasaban el día entero queriéndose los unos a los otros y comunicándose entre sí sin cesar?

d) la explosión informática abre las puertas a un descontrol absoluto en la capacidad del Estado (totalitario o liberal) para saber todo lo que quiere sobre la vida de la gente, liquidándose así toda posibilidad de privacidad y libertad personal. Una vez más la ambigüedad y, tal vez, el sofisma. Sin duda: la computadora, manejada por los servicios de seguridad, la policía y las Fuerzas Armadas, es una herramienta formidable para reducir los espacios humanos de libertad.

Pero, una vez más, ¿con relación a qué se hace la comparación? En pleno siglo XX, Stalin y Hitler fueron dictadores omnímodos de regímenes totalitarios totalmente exentos de control o supervisión. Holocaustos y matanzas masivas fueron consumadas, arbitrariedades y persecuciones monstruosas fueron llevadas a cabo. En ninguno de estos casos se requirió de la computadora, máquina que tampoco usó el campucheano Pol Pot para efectuar la prolija carnicería de 3 millones de sus compatriotas, en nombre -eso sí- del hombre nuevo.

Como todo adelanto humano, la computadora ha sido etiquetada y satanizada con los contenidos que se le quieren adosar en nombre de interpretaciones políticas circunstanciales. La verdad es que el totalitarismo, las dictaduras y todos los regímenes de opresión humana han sido ocurrencia permanente en nuestro planeta desde que la historia ha sido registrada, e incluso antes. La computadora es tan aliada del totalitarismo como lo es el motor de vapor.

e) los costos de las nuevas criaturas electrónicas son prohibitivos para las inmensas mayorías sociales y, en consecuencia, se trata de innovaciones sólo accesibles para oligarquías económicas y políticas. Esta es una verdad repleta de mentiras. ¿Por qué? Porque toda innovación tecnológica cuesta mucho dinero en sus comienzos y la propia dinámica capitalista tiende inevitablemente a reducir el precio del producto a medida que el mercado crece y los propios progresos industriales permiten superiores condiciones de productividad y costos menores. Los hechos son conocidos: la explosión informática ha determinado una baja espectacular en el precio de las computadoras. En los años Ochenta la microcomputadora personal será tan accesible por su precio como lo fue el radio de transistor al comenzar la década de los Sesenta. A fines de siglo, todas las criaturas electrónicas por ahora confinadas a las clases medias tendrán difusión masiva en virtud del abaratamiento asombroso de sus precios de venta al público.

La Manía Anti-Tecnológica

No caben dudas de que el auge de las nuevas tecnologías marca, simultáneamente, una profundización de la brecha existente en materia de conocimientos y capacidades industriales. Son las corporaciones transnacionales

que han desarrollado estas tecnologías las que retienen una supremacía enorme en ese ámbito, un poder ante el cual los Estados nacionales poco o nada pueden hacer. Un ejemplo claro de esta situación se encuentra en el enorme esfuerzo realizado en los últimos años por la Unión Soviética para acceder a la tecnología norteamericana, japonesa y europea en ámbitos tan diversos como la microelectrónica, la informática, las comunicaciones vía satélite, todo lo relacionado con la ciencia moderna de la guerra y las disciplinas complementarias. En términos de adquisición de tecnología, como puede verse, no se trata de querer sino de poder, y si esto es válido para una superpotencia como la URSS, ¿cómo no habría de serlo para países de menores recursos?

Las transnacionales son una realidad, al margen de las opiniones que se tenga de ellas. La innovación que ellas generan y luego comercializan a escala

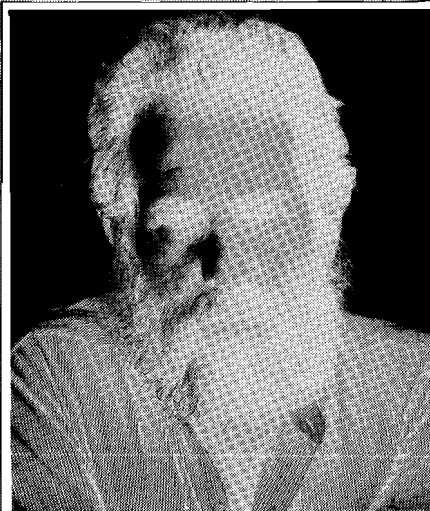
"La aparición de centenares de estaciones de TV de baja potencia en los EE.UU. permitirá a corto plazo la emergencia de alternativas al menú proporcionado hoy día por las grandes cadenas comerciales"

planetaria no puede ser confiscada por el momento y representa un cúmulo de evolución humana ante el cual es necesario adoptar criterios prácticos y, sobre todo, inmediatos. Aproximarse a las transnacionales para trabajar con ellas no necesariamente quiere decir delegar el control de la soberanía nacional. Tampoco presupone abandonar los propios esfuerzos de asignación de recursos, investigación y desarrollo en planes nacionales surgidos de las necesidades de cada país. Pero la experiencia, espejo sin alma en el cual se reflejan nuestros actos, demuestra que una confrontación masiva con las transnacionales significa hoy día en el mejor de los casos agravar el propio atraso e hipotecar las posibilidades futuras de desarrollo y crecimiento. Las corporaciones transnacionales, naturalmente, son empresas de enorme poder económico y cuentan normalmente con el pleno aval político (y a veces militar) de las naciones industriales en donde tienen sus casas matrices. No son, por lo tanto, com-

pañías de beneficencia pública y mantener negocios con ellas es duro, muchas veces casi imposible. Pero no hay alternativas: el proceso de transferencia de tecnología no es mecánico ni inmediato y mucho tiene que ver con el desenvolvimiento global de una sociedad dada. En ese transcurso, la realidad estará plagada, para los países dependientes, de compromisos y concesiones parciales. En este campo el maximalismo ideológico es particularmente gratificante para las almas adolescentes, pero no resuelve ningún problema.

La manía anti-tecnológica parece haber cundido en algunos círculos intelectuales del Tercer Mundo como eco lejano de cierto ecologismo brotado en los países centrales de Occidente (el ecologismo no tiene posibilidades políticas de desarrollarse en la Unión Soviética y los países de su bloque). En esa manía parecen agitarse significados contradictorios, que van de un pregonado libertarismo existencial a un muy reaccionario y lúgubre reclamo melancólico por ese pasado fantaseado como idílico, bucólico y más simple. Hay, también, articulaciones aparentemente complejas de una muy simple y casi obscena negación de

la realidad. Este es el rostro de la respuesta geométrica al humanismo burgués, con su carga de optimismo y fe en la ciencia y en el progreso. Pero si ese humanismo burgués generó sus propios extremos totalitarios y tecnocráticos, esta contrapartida avanza con entusiasmo en el sendero de un irracionalismo que no puede ser otra cosa que el esqueleto conceptual de nuevas erupciones autoritarias.



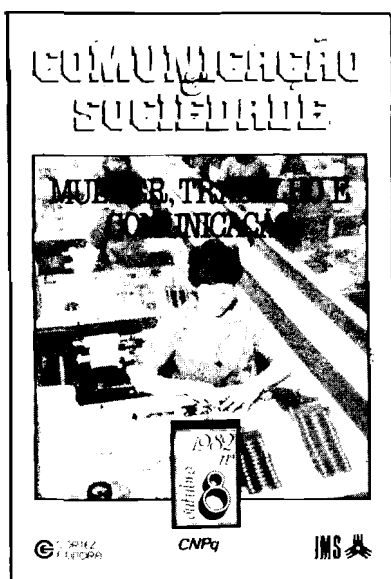
JOSE RICARDO ELIASCHEV, argentino, reside en México donde es columnista de *Cuadernos de Comunicación*, *Fórum*, *Unomásuno*, *Vogue*. Fue profesor en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Autor del libro **"USA, Reagan, Los años Ochenta"**. (Folios Ediciones, México 1981) y coautor de **"Sadismo en la Enseñanza"** (Monte Avila Editores, Venezuela, 1980). Dirección: Avenida San Jerónimo 762. México DF. CP. 10.200. México.

NOTAS

(1) y (4). - Héctor Schmucler, "La Hora de las Computadoras", en *Connotaciones* No. 1, Ediciones El Caballito, México, 1981.

(2) y (3). - Fátima Fernández Christlieb, "Crisis, telemática, información", en *Unomásuno*, México, octubre 28, 1982.

COMUNICAÇÃO & SOCIEDADE



Revista semestral, organizada pela Comissão de Pós-Graduação em Comunicação Social do Instituto Metodista de Ensino Superior (São Bernardo do Campo - SP), com o apoio do CNPq. Editada e comercializada pela Cortez Editora. Assinaturas: Rua Bartira, 387 - São Paulo, SP - 05009 - Brasil.

TEMAS PRINCIPAIS

1. Comunicação, segundo Gramsci e Paulo Freire
2. Comunicação, Comunidade e Imaginário
3. Comunicação, Política e Participação

4. Comunicação, Igreja e Pesquisa Ação
5. Comunicação na América Latina
6. Comunicação Alternativa e Cultura Popular
7. Jornalismo Científico e Jornalismo Brasileiro
8. Mulher, Trabalho e Comunicação
9. Comunicação Transnacional/Comunicação Brasileira
10. Comunicação no ABC Paulista

De las contradicciones en la comunicación democrática

Por ROBERT A. WHITE

Casi todos los modelos importantes de comunicación pública del último siglo han sido propuestos en nombre de la democratización de las comunicaciones. Al revisar la lista de estas propuestas debemos detenernos a pensar qué fallas y contradicciones los críticos teóricos de las generaciones futuras hallarán en nuestro propio juicio progresista.

El modelo libertario, resumido en el pensamiento de John Stuart Mill, constituyó un intento de liberar a la prensa de los grilletes de la censura oligárquica y monárquica, permitiendo a todos expresar ideas libremente. El inicio de la prensa popular a comienzos del siglo XIX —que se patentizó en el periódico de a centavo— vio en la publicidad un medio para liberar a los periódicos, de la dependencia de patrocinadores ricos o intereses políticos, y de poner en manos de las masas un periódico que todos pudieran comprar y leer con agrado. La importancia que se concedía a la objetividad, al profesionalismo periodístico y a la separación entre la información objetiva y la opinión editorial se consideraba una forma de presentar los hechos al público de modo que todos pudieran formarse una opinión sobre los asuntos basándose en su propio juicio crítico y no en las manipulaciones de intereses poderosos.

Los que propugnaban el modelo de sistemas de radiodifusión pública nacional, que se desarrolló durante los años 20 y 30 y se extendió a muchos países en desarrollo en Asia y África durante los años 50 y 60, consideraban que éste sería un sistema de control centralizado que aseguraría una educación enaltecedora de la cultura, una programación balanceada y diversificada y la promoción de la unidad nacional. Se consideró que el concepto de modernización—difusión, vinculado a la comunicación para el desarrollo, constituiría un

proyecto para que los pobres en información, particularmente en áreas rurales y atrasadas del interior de los países pudieran disponer, rápida y eficientemente, de la tecnología de los centros desarrollados del mundo.

Como investigadores críticos debemos percatarnos de las posibles inconsistencias y limitaciones de nuestros propios conceptos sobre la comunicación democrática. Si somos en alguna medida responsables de políticas nacionales de comunicación, debemos analizar críticamente el modo en que éstas están siendo realmente puestas en prácticas. Generalmente, esas políticas profesan interesarse por una comunicación más democrática y participativa, pero en la práctica pueden estar orientadas en otra dirección. Aún más importante, debemos preguntarnos si las propuestas por una comunicación democrática encontrarán apoyo en un proceso más amplio de democratización de las sociedades nacionales. Las instituciones para una comunicación democrática se desarrollan a partir de las condiciones socio-culturales y políticas de un país, y el proceso puede seguir diferentes caminos hasta llegar a metas similares. Pero es ilusorio esperar una democratización de las comunicaciones si ésta no forma parte de un proceso más amplio buscando la igualdad y la justicia sociocultural, económica y política a los niveles nacional e internacional.

Este trabajo intentará en primer lugar resumir los objetivos principales de las propuestas actuales para la democratización de las comunicaciones.

La segunda parte de este trabajo esbozará un modelo analítico de los patrones de comunicación dentro de un proceso social de concentración—redistribución del poder social. La tercera parte, que es la central, analizará algunas de las tendencias principales de las políticas de comunicación contemporáneas

a la luz de ese modelo de cambio estructural, con el fin de determinar hasta qué punto la lógica social de esas políticas verdaderamente y en la práctica conduce en dirección contraria a la del patrón autoritario en las comunicaciones y hacia los objetivos de una comunicación más democrática.

I. DEFINICION DE "DEMOCRATIZACION DE LA COMUNICACION"

a) Objetivos de las políticas en las propuestas para la democratización de la comunicación.

En la actualidad, se discuten al menos seis dimensiones principales del problema:

1.- El problema más elemental es la desigualdad en el acceso a la información. Dado el estado del conocimiento en cualquier país o en un sistema internacional, muchos no tienen acceso a la información necesaria a sus necesidades humanas básicas de atención a la salud, a la educación y al desarrollo u ocupaciones personales o para tener una participación significativa en la toma de decisiones públicas, sean locales o nacionales. En la mayoría de los casos no sólo se trata de que no se disponga de la información sino de que no se dispone de ella en forma aprovechable, ya sea porque no está relacionada a las necesidades de información o porque no existen condiciones socioeconómicas concomitantes para que la gente puede aplicar la información (1) El problema de los ricos en información y de los pobres en información es característico no sólo de los grupos con diferente status social dentro de una sociedad nacional sino también de las sociedades nacionales a nivel internacional.

Lo que se precisa no es sólo una mejor extensión de los canales de comunicación, creación de medios alternativos, y la reorganización estructural sino

también un cambio radical en nuestros conceptos de información y comunicación. Esto implica por ejemplo el cambio de la comunicación que da privilegios a la fuente por una comunicación orientada hacia el usuario (2).

2.- Una segunda dimensión del problema consiste en que el insumo informativo, casi por definición, está reservado a una pequeña élite profesional con una comunicación fundamentalmente unidireccional. La única influencia indirecta es la del consumidor pasivo que puede elegir no hacer uso de los medios.

Los sistemas de comunicación deberían ser reorganizados de modo que todos los sectores de la población puedan contribuir al pool de información sobre el que se basa la toma de decisiones al nivel local o nacional y se fundamenta la asignación de recursos en la sociedad. Todos los sectores de la población deberían tener la oportunidad de contribuir a la formación de las culturas nacionales que definen los valores sociales. También el público debería tener acceso a la producción de cultura a través de los medios y a la ayuda técnica para confeccionar su propia programación. El público debería tener la oportunidad de criticar, analizar y participar colectivamente en el proceso de comunicación, a medida que grupos diferentes quieran organizarse.

3.- En la actualidad, la toma de decisiones, en todos los aspectos de política y administración de la comunicación pública, tiende a ser reserva de una pequeña élite profesional o, en sistemas comerciales, de intereses financiero-publicitarios. Se propone que se establezcan mecanismos de participación y consejos permanentes de coordinación para lograr la representación de todos los sectores de la población. Un principio básico consiste en que la comunicación es un derecho individual y social y que la sociedad sólo delega en los profesionales para que pongan en práctica este derecho.

4.- Si el acceso a los canales de información y el control de los mismos es un bien social al cual todo individuo tiene igual derecho, no puede considerarse las mercancías o ser el privilegio de una "élite ilustrada". El público tiene el derecho a exigir que se le rinda cuentas sobre cómo ha sido utilizado el poder de información. Para asegurar esta rendición de cuentas es importante tomar el siguiente tipo de medidas:



- a) Establecer estructuras representativas para la toma de decisiones, descritas en el punto 3;
- b) Establecer estructuras representativas de propiedad, preferiblemente fuera de la simple dicotomía de la propiedad comercial privada o la estatal;
- c) Desarrollar nuevos conceptos del derecho público que rijan los sistemas de información y comunicación y definir legalmente derechos tales como el de participar en el proceso de comunicación pública;
- d) Formas de financiar la comunicación pública de modo de protegerla de cualquier interés minoritario monopolista.

5.- La filosofía pública de la información que se basa en los ideales sociales liberales del Siglo XIX y en los principios libertarios resulta cada vez más inadecuada. Es necesaria una nueva filosofía pública de la comunicación, que defina el acceso a los canales de información y la participación pública como derechos sociales básicos y no tan solo como expedientes para asegurar una

mano de obra informada o una democracia estable.

6.- Finalmente, para que el público pueda ejercer sus derechos básicos y asegurar la rendición de cuentas como un bien social, la educación para el uso responsable de los medios y la capacidad de participar en el gobierno de las comunicaciones públicas deberá formar parte integral de la educación básica de todos los ciudadanos.

- b) **Análisis de la democratización de la comunicación como parte de un proceso de cambio estructural**

Estos seis objetivos que acabamos de esbozar constituyen lo que pudieramos llamar la filosofía de la comunicación pública: definir los derechos personales y sociales básicos, delinear las funciones esenciales de comunicación en una sociedad, y proponer la organización institucional ideal de comunicaciones. Sin embargo, hablar de políticas significa establecer criterios para lograr estos objetivos dentro de un proceso histórico concreto, con sus condiciones políticas, económicas y socioculturales específicas.



Para hablar en rigor, la democracia implica un proceso de participación en la toma de decisiones, pero en la práctica la posibilidad de participación exige la amplia nivelación de las influencias dentro del proceso de toma de decisiones y, a su vez, esta nivelación de influencias depende de la nivelación de las bases del poder social que conforman la influencia en cualquier sociedad en particular.

Prácticamente en todas las sociedades es posible observar tendencias hacia la concentración del poder social y en algunas sociedades existe una enorme concentración de poder con una pequeña élite controlando todas las funciones centrales políticas, económicas y socioculturales. En esas sociedades se muestra una inflexibilidad y resistencia masiva al cambio en las estructuras de poder y privilegio. Pero también en esas mismas sociedades podemos observar simultáneamente movimientos con propuestas socio-políticas que surgen como reacción a la concentración de poder y buscan la distribución del poder social. La pregunta central es: ¿cómo se forman nuevas políticas y estructuras de comunicación más democráticas dentro

del proceso de elaboración de políticas de comunicación, y cómo esos movimientos buscan la redistribución del poder social?

Es posible que algunas sociedades tengan mecanismos más desarrollados y controlables para la intervención planificada y la dirección del proceso social, pero la democratización de las comunicaciones casi nunca es simplemente una cuestión de ingeniería social. Las instituciones de comunicación nuevas son generadas por y surgen de la coyuntura de las condiciones históricas y las propuestas conflictivas de varios sectores de una sociedad. La mayor horizontalidad de los canales de comunicación, las estructuras de comunicación, más participativas, los comienzos de nuevos conceptos sobre el desarrollo de las comunicaciones se forjan dentro de las reacciones públicas ante las tendencias autoritarias, dentro de los movimientos sociopolíticos y las demandas de individuos y grupos por las reivindicaciones de sus derechos y necesidades. En la medida en que los investigadores y los que confeccionan políticas nacionales de comunicación forman parte de este proceso histórico, podrán contribuir con un ele-

mento de planificación y de dirección más coherente.

Un aspecto importante de la conformación de la política de comunicaciones, particularmente en sociedades con una concentración de poder rígida y masiva, es el análisis de los factores dinámicos de cambio social y de las condiciones históricas de las tensiones dialécticas que están produciendo una nueva organización institucional de las comunicaciones. Se trata de un análisis de las desigualdades, de la enajenación y la represión, que sugieren la necesidad de cambio. Pero más importante es el análisis de los movimientos populares, que reaccionan durante las estructuras autoritarias, pues en ellos comenzamos a ver las formas concretas de una nueva estructura de comunicación. Los conceptos iniciales sobre políticas con frecuencia aparecen en la práctica de estos movimientos.

En resumen, la formulación de políticas de comunicación es el proceso social y a menos que la confección de políticas y el proceso social sean en sí participativos, no es probable que el resultado sea un patrón de comunicaciones democrático.

II. ANALISIS DEL MONOPOLIO INFORMACION-COMUNICACION Y LA DEMOCRATIZACION COMO PROCESO SOCIAL

a) La democratización de la comunicación como proceso de cambio estructural.

La mejor metodología para determinar los factores de un proceso de cambio estructural conducente a la democratización de las comunicaciones podría comenzar por el análisis de la reorganización de los patrones de comunicación dentro de los movimientos populares que han buscado una profunda redistribución del poder social. Algunos de los mejores ejemplos de esto son los movimientos agrarios campesinos y los movimientos de liberación nacional de este siglo, de los cuales han emergido nuevos modelos de organización política, económica y sociocultural. Aquí no es posible más que sugerir los grandes lineamientos para semejante análisis, pero éste indicaría el tipo de factores que, dentro de un proceso social, influyen en el desarrollo de una comunicación más democrática.

Los inicios de estos movimientos se dan en situaciones en que, debido a las relaciones de poder asimétricas, un seg-

mento suficientemente amplio de la población tiene un acceso muy desigual a los recursos, poco prestigio y poca oportunidad de superación individual. Con frecuencia el problema específico es el deterioro agudo en la asignación de recursos para el grupo agraviado y el agudo incremento de las condiciones de explotación en un período de mejoras socioeconómicas generales. Por ejemplo, en un contexto de modernización agraria general, los grandes propietarios comienzan a expulsar de la tierra a los pequeños campesinos de economía de semi-subsistencia con el fin de aprovecharse de los nuevos mercados y de la tecnología perfeccionada o, de un período de prosperidad general, ciertos grupos de inmigrantes recientes a la ciudad encuentran mayores dificultades para obtener empleo. Con frecuencia el elemento clave en este tipo de movimiento consiste en que los individuos o grupos no encuentran remedio alguno a sus agravios o no pueden resolver sus problemas económicos a través de la estructura de comunicación jerárquica y vertical existente con los centros del poder administrativo. En cierto punto hay una conciencia colectiva de que no hay solución posible a través de la estructura de poder y comunicación existente; o puede discernirse que este patrón de comunicaciones extrae información para fines de control, pero que no da a cambio información significativa; o puede haber una conciencia de que todo el sistema de símbolos denigra su identidad y sus oportunidades sociales. Llegado este punto, individuos y grupos rechazan los canales de comunicación jerárquicos y extienden canales horizontales entre otros grupos agraviados con el fin de juntar información, generalmente sobre la base de un intercambio mucho más simétrico. Estos canales pueden activar canales de información existentes entre grupos de status inferior o étnicos y utilizar "medios populares" simples.

Ante la concentración masiva de poder social, la supervivencia de los movimientos de las clases populares con frecuencia depende de la disidencia entre las élites y la alianza de grupos elitistas de mayor sofisticación y poder con movimientos populares. Estas alianzas crean nuevos canales de información importantes y establecen nuevas estructuras de comunicación; en cuanto estos grupos técnico-urbanos disidentes, necesitan de una base de masa, es más probable que el patrón de intercambio de información sea simétrico y que los movimientos y sectores populares obtengan



información significativa y participación en la toma de decisiones a nivel nacional. Con frecuencia estas alianzas son el comienzo de la integración de los profesionales de la comunicación al movimiento popular y forman la base para las estructuras de participación en la política y dirección de los medios.

En estos movimientos pueden aparecer muchas de las características de la comunicación democrática anteriormente descrita. El acceso y la participación resultan importantes para mantener la cohesión del movimiento pues con frecuencia el apoyo de masas es el recurso estratégico más importante para hacer contrapeso al poder atrincherado de las élites nacionales y la participación puede ser el principal factor que legitime este apoyo de masa. Con frecuencia estos movimientos conceden gran valor al derecho de cada participante a estar plenamente informado sobre las decisiones y a tener la oportunidad de ser escuchado. En la estructura y en la ideología del movimiento están incorporados nuevos patrones de acceso y participación. En etapas posteriores la reflexión sobre esta experiencia puede producir una nueva filosofía de comunicación pública.

Como la red de comunicación de estos movimientos se desarrolla en la periferia de la estructura de comunicación jerárquica, el "centro de gravedad" de este patrón de comunicación alternativo

es descentralizado, de modo que existen muchos puntos de acceso y participación para los sectores populares. Se trata de algo radicalmente diferente del sistema de comunicaciones controlado desde arriba, que permite solamente acceso local en forma superficial y simbólica. En este caso, los puntos de acceso se encuentran verdaderamente al nivel local, dentro de las organizaciones populares, pues es allí donde se encuentra situado el poder y la legitimidad de los movimientos. La dirigencia y sus integrantes en estos sectores populares también mantienen celosamente el control sobre sus canales de comunicación con el fin de garantizar la autenticidad de la información. Se preocupan porque el tipo de medio que se utilice permita este control a nivel local y por sectores menos preparados. Esta actitud difiere mucho de la alienación de los que pasivamente consumen de una fuente de información distante, foránea, más bien constituye una nueva actitud de empeño activo y continuado en el manejo de un sistema de comunicaciones.

Lo que es aún más importante, estos movimientos producen un conjunto de símbolos centrales que redefinen la percepción de la realidad desde la perspectiva de los sectores populares, formando la base de un nuevo lenguaje (3) Este nuevo lenguaje revaloriza la identidad de las personas de status inferior, por ejemplo los campesinos que son los portadores de los verdaderos valores y

virtudes de la nación, que la clase obrera es la fuerza de la nación, etc. y acentúa el papel positivo de ese grupo en el desarrollo de la nación. Todo esto legitima la participación de estos sectores en la toma de decisiones nacional y en la reasignación de todos los recursos hacia este grupo (oportunidades educativas, tierra, asistencia técnica, etc.). Los símbolos y el lenguaje nuevos vencen diferencias regionales, barreras de status, divisiones étnicas, religiosas y demás divisiones para abrir nuevas posibilidades de compartir los significados y de comunicarse sobre una base común. Mientras las élites tradicionales tienden a tener una cultura orientada hacia lo internacional y externo, grupos de los sectores populares están mucho más enraizados en la ecología del lugar en que residen. Este nuevo lenguaje establece las bases de una cultura nacional congruente con los recursos, la geografía y la historia de ese sitio y hace que la cultura nacional se dirija hacia dentro. Esto socava la tendencia que tienen las élites a preferir los vínculos con la organización internacional y la comunicación internacional y ofrece una base auténtica para la desvinculación de los sistemas de dependencia internacional y una nueva política de autorealización nacional.

En la praxis de la acción social tal y como aparece aquí descrita es posible que surjan usos muy innovadores de los medios adecuados a los canales de comunicación existentes dentro de estos movimientos y a los recursos de que se dispone. Tal vez más importante aún que la propia tecnología sean los sistemas de símbolos que definen un nuevo lenguaje de los medios y los nuevos contextos sociales que determinan cómo utilizar esos medios. De esta combinación se desarrollan formatos de programación enteramente nuevos, más participativos, que incorporan tipos de información noticiosa que tocan planteamientos más profundos y propician una actitud crítica y liberadora en la audiencia. Estos esfuerzos pueden comenzar con medios muy sencillos tales como periódicos mimeografiados, teatro popular, radio local o medios grupales. Pero los formatos y patrones de comunicación que evolucionan en estos movimientos populares pueden ofrecer los modelos de un sistema nacional de información muy diferente. Es posible que en esto sean involucrados especialistas simpatizantes, pero por encargo del propio movimiento. El profesionalismo y la habilidad técnica que con tanta frecuencia sirven para separar a los medios

del pueblo son redefinidos y se desarrollan dentro de un nuevo molde.

La relación entre un proceso social de redistribución del poder y la democratización de las comunicaciones tal vez sea un tipo ideal, construidos desde muchos casos. Pero algunos de los procesos se encuentran en cierta medida y de algún modo presentes en casi todos los contextos nacionales. Puede que sea más difícil detectar esto en sociedades más complejas, particularmente en aquellas donde existe una ideología nacional que insiste en que "hemos tenido nuestra revolución popular y nuestras instituciones de comunicación son democráticas". Pero el papel de la investigación crítica consiste precisamente en desenmascarar supuestos erróneos.

III. CONDUCEN LOS MODELOS DE POLITICA CONTEMPORANEA A LA COMUNICACION DEMOCRA-

El vérselas con procesos sociales de concentración creciente del poder social y de comunicación más autoritaria resulta difícil, en primer lugar porque es preciso enfrentar intereses creados profun-

"Todos los sectores de la población deberían tener la oportunidad de contribuir a la formación de las culturas nacionales que definen los valores sociales"

damente enraizados. Pero un problema aún más peligroso —especialmente para los investigadores de la comunicación y para los que confeccionan las políticas de comunicación— es que algunos de los principales modelos de políticas que profesan ser la base para desarrollar una comunicación más democrática y que constituyen las líneas directivas reales de las políticas actuales tienen gran número de contradicciones e inconsistencias. A la base de estos modelos de política se encuentran conceptos de desarrollo de las comunicaciones a veces propuestos por los mismos investigadores de la comunicación, los cuales es necesario cuestionar y volver a examinar. El descubrimiento de estas falacias es un proceso largo de debate entre los investigadores de la comunicación. La tercera parte de este trabajo intentará resumir algunas de las principales áreas problemáticas en actual discusión sobre políticas de comunicación y examinarlas a la luz de un concepto de democratización

de la comunicación como proceso social.

1. Influencia del modelo elevación-cultural-modernización-difusión.

En la actualidad, muy pocos de los investigadores de la comunicación o los que elaboran políticas de comunicación nacional aceptarían el concepto de modernización-difusión como patrón para el desarrollo de la comunicación nacional tal como fuera propuesta en los años 50 y 60. Con toda probabilidad ni siquiera aceptarían aquellos que en un principio propusieron estos conceptos. En esencia, este modelo concebía el desarrollo sociocultural y económico nacional como la extensión de la tecnología, la organización social y la cultura de los países Nor-Atlánticos industrializados a los sectores técnico-urbanos elitistas en los países menos desarrollados. La tarea de comunicar esta tecnología, organización y cultura a los sectores populares y rurales del país en vías de desarrollo se confía a estos sectores elitistas, técnico-urbanos.

Obviamente, este modelo incorpora aspectos de verticalismo, centralización y aislamiento profesional. Es una estructura de comunicación que se presta fácilmente al control por élites poderosas y presenta obstáculos formidables a la participación y a una verdadera responsabilidad frente al público. Esto acentúa la formación de una clase elitista técnico-urbana la cual, en los países en desarrollo, cada vez se orienta más hacia el Norte y cada vez se separa más en los campos cultural, social y político de aquellos a quienes se supone sirven. Para comenzar, éste es un modelo de comunicación basado en "la fuente" y estas fuentes son cada vez más incapaces de hablar de lenguaje del pueblo, incapaces de aceptar iniciativas de comunicación más descentralizadas, populares, y menos interesadas en comunicar información importante. Existe una creciente concentración de poder informativo en el sector elitista técnico-urbano y un sistema de comunicación siempre más rígido, menos participativo.

Esta concentración de poder de información es tal vez más notable en algunos países en desarrollo con frecuencia allí donde la retórica democrática es más fuerte. Pero el modelo se origina en los países industrialmente desarrollados del Norte, donde esas mismas tendencias tienen sus raíces socio-políticas. Las tentativas actuales hacia la

“privatización” de las industrias de la información constituyen solamente un ejemplo.

2. La carrera por ponerse al día en la tecnología de la comunicación.

El desarrollo de la nueva tecnología de la información, en particular la combinación de computadoras basadas en microprocesadores y satélites ha sorprendido a gran parte del mundo despreviendo e incapaz de competir. La tecnología requiere de tanta concentración de capital y de una base tecnológica tan avanzada que el poder de información se está concentrando en unos pocos países como Japón y los Estados Unidos (4).

En muchos países, los dirigentes están conscientes de que la tecnología de microprocesamiento está afectando muy radicalmente la división internacional del trabajo y las ventajas económicas comparativas. En otro tiempo, muchos de los países menos desarrollados, en las primeras etapas de industrialización, podían aprovechar mano de obra relativamente barata para comenzar a construir una base industrial competitiva. Ahora los países industrializados, que enfrentan problemas económicos, inquietud laboral y crisis política, están restituyendo al país de origen los procesos de producción que requieren el uso intensivo de mano de obra y reemplazándolos con procesos de gran concentración de capital, basados en la computarización:

Por su propia naturaleza, gran parte de esta nueva tecnología de computadoras y satélites está destinada a aumentar la eficiencia, al centralizar el almacenaje y la transmisión de información. Esto aumenta rápidamente la centralización de las redes de información haciendo que la información sea controlada por élites tecnológicas que hacen aún más difícil la responsabilidad frente al pueblo. Esta centralización está ocurriendo a los niveles tanto nacional como internacional y, en medio de una crisis económica de nivel mundial, la eficiencia se considera la base de la supervivencia. Por ejemplo, en América Latina muchos países encuentran que es más rápido, más eficiente y menos costoso trabajar con bancos de datos en los Estados Unidos antes que desarrollar los propios.

Teniendo en mente los intereses de los sectores menos avanzados, sería posible imaginar formas de adaptar la tecno-

logía del almacenaje, transmisión y presentación que alentarán el acceso y la participación públicos. Pero en medio del pánico por actualizarse, se argumenta que simplemente no hay tiempo para preocuparse por esto. Aún en países con mayor tradición de servicio al bien público, estas consideraciones están siendo dejadas a un lado y se está dando rienda suelta a cualquier empresario que pueda ofrecer la solución más rápida.

Gran parte de este esfuerzo por actualizarse se justifica en nombre de una política de autosuficiencia nacional y de protección a la autonomía política, económica y cultural de la nación. Pero en el caso de los países menos desarrollados —a menos que esa autosuficiencia forme parte de un plan a largo plazo de desvinculación de los sistemas internacionales de dependencia, democratización interna de la comunicación y de alguna forma de solidaridad regional con otros países—, es más probable que esta política signifique un compromiso demasiado apresurado con las firmas transnacionales y una mayor dependencia de los países del Norte.

“El público tiene el derecho a exigir que se le rindan cuentas sobre como ha sido utilizado el poder de información”

3. Democratización a través de la propia tecnología

Muchos de los que formulan las políticas de comunicación, al enfrentar la resistencia política y económica al cambio estructural más profundo, que podía implicar la comunicación democrática, se vuelven hacia los profetas que enarbolan la esperanza de que las nuevas tecnologías cambiarán automáticamente los patrones de comunicación vigentes. Las computadoras ofrecen nuevos métodos para almacenar enormes cantidades de información y para la recuperación inmediata, de modo que las necesidades individuales de información tendrán una respuesta en el momento, forma y lugar que el individuo prefiera. La proliferación de canales vías satélites de transmisión directa, por cable y video cassettes, significa que cada segmento de la población —entre ellos los grupos del sector popular— serán atendidos. La nueva tecnología también ofrece un potencial más interactivo de modo que todos pue-

den introducir información al sistema de comunicaciones.

Habría razones para cuestionar una premisa básica de esta argumentación, o sea que la simple abundancia de información aseguraría automáticamente su distribución y disponibilidad más amplias. El alto costo de esta tecnología puede restringir su uso a los sectores más pudientes o a grupos cuyo alto nivel de productividad asegure un beneficio a la sociedad. Puede que este proceso no haga que se disponga de más información en general, sino que se suministre una información más intensiva, a profundidad, a sectores poderosos y económicamente productivos. Pero aun admitiendo que se dispondrá de más información, la argumentación evade los problemas claves del control de la información y de la redistribución del poder social.

En el proceso de democratización, uno de los primeros pasos de los grupos populares al establecer un patrón alternativo es redefinir el sentido de “información” en términos de su propia perspectiva y reorganizar la información en torno a un nuevo conjunto de símbolos, de modo que para ellos resulte la información pertinente. Así, a menos que se establezcan controles para una mayor participación, que definan tanto los sistemas de símbolos codificados en las nuevas tecnologías de comunicación como los contextos sociales en que las tecnologías se utilizan típicamente, no habrá más información sino simplemente más ruido. Sería como dos personas hablando idiomas diferentes.

Las investigaciones sobre “brechas de conocimiento” sugieren razones de porque los sistemas de control de la información pueden tener mucha más incidencia en una “sociedad rica en información”. Si en un sistema social se torna disponible mucha más información pero no sobreviene un cambio en la estructura social o una mejor asignación de recursos que hagan posible que los “pobres en información” puedan utilizar más información, el aumento de la información carecerá de utilidad para los que tienen menos oportunidades. Las desigualdades socioeconómicas aumentarían con la nueva información.

Aún si la información es pertinente, el advenimiento de la “sociedad rica en información” hace que la cuestión de control sea doblemente importante. Mientras mayor importancia adquiere la

información en todos los aspectos de nuestras vidas, mayor será nuestra sintonía y dependencia de fuentes de ella. Si la estructura de control de la información sigue siendo autoritaria es probable que nos volvamos aún más dependientes de los que controlan la información y más propensos a ser manipulados.

El acelerado avance de la tecnología de la información hace que el sistema de control democrático sea mucho más importante para dirigir nuestras vidas personales y el desarrollo de la sociedad.

4. Acceso y control democráticos en los medios locales: ¿Apertura al futuro o formulismo?

A pesar de que los objetivos de la comunicación democrática esbozados en la Parte I tratan sobre sistemas nacionales, mucha de la investigación sobre acceso y participación describe experiencias con medios locales, de la comunidad.

Esta política de expandir el acceso y la participación ha resultado más trascendente cuando ofrece una voz a grupos étnicos, y demás minorías que de otro modo no podrían comunicarse dentro de su propio grupo o con la comunidad en general. Cuando un medio local sirve a una mayoría oprimida y sin ningún acceso a los medios —como la Radio Popular en América Latina, que ofrece acceso y participación a la población campesina— puede resultar un factor político y sociocultural muy importante.

Estas experiencias muestran gran cantidad de formas de comunicación participativa que indican cómo podría desarrollarse un sistema nacional de comunicación democrática. En comunidades donde es posible el acceso local a la radio, la televisión u otro medio, un número creciente de personas no profesionales está aprendiendo a utilizar los medios locales y los medios masivos se desmistifican gradualmente. También aumenta la experiencia en el gobierno público, representativo, de los medios locales, particularmente a través de los consejos comunitarios.

Hay muestras de que el movimiento por unos medios locales al servicio público, democráticamente controlados, se está expandiendo en varias partes del mundo y puede muy bien convertirse en un aspecto aceptado y probado de las instituciones de comunicación. Se for-

talece el criterio de que un sistema de comunicaciones democrático deberá incluir esta forma de medios locales, participativos.

Sin embargo, en la actualidad, la mayoría de estos experimentos de acceso y control locales han sido excepciones que confirman la regla (del patrón autoritario actualmente dominante). La mayor parte de estos experimentos han sido solamente tolerados como expresión simbólica de la comunicación participativa siempre y cuando ésta no amenace ningún interés establecido. En Canadá y Estados Unidos, donde la televisión por cable funciona sobre bases comerciales, las compañías de cable han aceptado a regañadientes la reglamentación de que tienen que suministrar un canal de acceso público e instalaciones de acceso público para la programación. Generalmente estas instalaciones son un apéndice mal financiado, con equipos de baja calidad y asistencia técnica inadecuada para los grupos comunitarios que quieren hacer uso de ellas. Cuando está

“Los formatos y patrones de comunicación que evolucionan en estos movimientos populares pueden ofrecer los modelos de un sistema nacional de información muy diferente”

reglamentado que las emisoras locales deben tener un consejo local comunitario que establece las políticas de la emisora, como ocurre con la radio local de la BBC, tanto el personal como el director con frecuencia se han opuesto lo más posible a la influencia externa.

Mientras el acceso público sea un apéndice tolerado y sospechado en el sistema nacional o comercial, cualquier intento de plantear contenidos de programación que cuestionan los intereses establecidos, particularmente los intereses en los medios, encontrará obstáculos. En América Latina, las experiencias de la Radio Popular han sido alabadas por su labor inocua en la educación popular y en el desarrollo comunal, pero cuando han comenzado a representar los intereses de los campesinos sobrevino un hostigamiento constante, el retiro de las licencias de radiodifusión, bombas, etc.

El desarrollo de los medios locales con propiedad pública plena, bajo una dirección representativa, ha sido lento y

escasean los éxitos. En estas experiencias, el problema del financiamiento sin cooptación ha sido uno de los más graves.

En general, habría que llegar a la conclusión de que el acceso y la participación, aun en esta forma local, relativamente benigna, está lejos de formar parte integral de la filosofía pública de la comunicación social en la mayoría de países y aún más lejos de ser parte integral de las políticas de comunicación nacionales (5).

5. La paradoja de un proceso no democrático de elaboración de políticas para lograr un patrón nacional de comunicaciones democrático.

En la actualidad, en las discusiones sobre la puesta en práctica de un Nuevo Orden de la Información y la Comunicación y en los intentos hacia una comunicación más democrática, se hace hincapié sobre la formulación de políticas y planes de comunicación nacionales.

En la práctica, la formulación de una política con frecuencia se concibe como función de una oficina de planificación dentro de un ministerio y un círculo pequeño de expertos asociados. Se espera que la puesta en práctica del plan comience con el debate legislativo gubernamental y la decisión ejecutiva. La implementación de legislación se planifica como la acción de una burocracia gubernamental.

Obviamente, para lograr los objetivos de una comunicación democrática tal como ésta se delinea en la Parte I de este trabajo, en algún momento se requiere un proceso con autoridad de planificación y decisión públicas. Sin embargo, el Informe MacBride es muy explícito cuando recomienda que la formulación de una política deberá ser un proceso participativo que involucre a todos los sectores sociales de la nación. Y si la tesis central de esta ponencia es válida, o sea que la democratización de las comunicaciones es cambio social que emerge del proceso de cambio estructural, las políticas de comunicación deberán de algún modo salir de las experiencias e iniciativas que se estén desarrollando en el país. Seguramente, de las experiencias de los movimientos populares y de los conceptos de comunicación participativa que toman cuerpo en esos movimientos surgirán las políticas más congruentes con la cultura y el proceso de desarrollo sociopolítico en particular.

Con demasiada frecuencia, la formulación de una política resulta ser una colección de altos ideales basados en el estudio internacional comparativo, pero está poco relacionada con el proceso que conduce a la comunicación democrática en el país y difícilmente podría promover los inicios de instituciones autóctonas de comunicación participativa en ese ambiente sociocultural. Como resultado, los propios grupos de los que podría esperarse un apoyo político a esas políticas no ven sus aspiraciones reflejadas en ella.

También es importante no sólo incorporar ideas de los grupos que se esfuerzan por la democratización de la comunicación sino también, en la medida de lo posible, involucrarlos en el proceso de formulación de una política. Estos grupos seguramente, serán los verdaderos protagonistas de una comunicación más participativa, mientras los más vinculados a la acción gubernamental sienten la presión de los poderosos intereses de los medios o la inercia de las burocracias. Este enfoque con frecuencia es más lento y menos brillante, pero a la larga puede ser más sólido.

CONCLUSIONES

Investigación en apoyo de una política de comunicaciones democráticas

Casi todas las propuestas que en la actualidad se presentan a favor de una política de comunicación democrática, consideran que la democratización de las comunicaciones forma parte de un proceso más amplio de cambio estructural y de redistribución del poder en una sociedad. Si intentamos resolver los problemas de la comunicación autoritaria, sin buscar cambios sociales más profundos, siempre encontramos un callejón sin salida. Al cuestionar las propuestas para la democratización de las comunicaciones que han sido adelantadas en el pasado, estamos sobre todo señalando las soluciones superficiales y parciales que ofrecen. En justicia, debemos reconocer que muchos de estos teóricos del pasado estaban concientes de que trataban sólo sobre una parte del problema. Generalmente los atajos surgieron al ser incorporados los conceptos a una política pragmática en busca de resultados demasiado rápidos.

Podemos observar tendencias simultáneas hacia la concentración y hacia la redistribución del poder social en prácticamente todas las sociedades. En la ten-

sión entre estas dos tendencias aparece el proceso de cambio estructural y dentro de este cambio estructural la democratización de la comunicación social. Una política de comunicación surge de estos movimientos sociales que buscan una redistribución del poder social. El papel de "políticas de comunicación" no es fabricar nuevas instituciones de la nada sino detectar y alentar el crecimiento de nuevos patrones de comunicación que emerjan de este proceso social. Si los investigadores de la comunicación social quieren contribuir a la democratización de la comunicación, en primer lugar deben ser capaces de detectar estos nuevos patrones de comunicación y de evaluar su importancia con el fin de proyectar medidas de apoyo. En cierto sentido los investigadores tienen que estar dentro del proceso social para contribuir, no solamente observando el proceso desde afuera. En esto la investigación de la comunicación puede desempeñar un papel nuevo e importante.

"El proceso de comunicación se confía a una burocracia tecnológica urbana de clase media que vive aparte de la gran masa de la población"

El término "papel nuevo" se utiliza a propósito, pues entre los investigadores de la comunicación existe, desde hace diez o más años, una creciente toma de conciencia de que la investigación en el campo de la comunicación —conceptos, metodología y diseño de investigación— ha estado demasiado al servicio de la comunicación autoritaria. Es decir, uno de los obstáculos a la democratización de la comunicación es el mismo investigador.

La investigación raras veces ha adoptado, como punto de partida, la perspectiva de los protagonistas de nuevos patrones de comunicación. Generalmente la investigación no ha ido más allá de la forma actual de organización de los medios para analizar los movimientos socio-políticos que han influido en el desarrollo de esta forma de organización. La atención se ha centrado más bien en la administración de los medios, en el contenido de los mensajes, en la importancia de las nuevas tecnologías de comunicación limitados por el concepto de "medio". La investigación se preocupa por la influencia de los medios

en la sociedad, pero no ha dado muchas explicaciones de cómo una sociedad ha producido ciertas formas de medios o aclarado las responsabilidades o expectativas para sus medios. Indirectamente, la investigación sobre comunicación ha apoyado el sentido de autonomía absoluta de los propietarios y profesionales de los medios, medios que realmente no tienen por qué rendir cuentas ante el público ni que tampoco ejercen una existencia y una autoridad delegadas por el público. El concepto de responsabilidad social mencionada muchas veces en discusiones de la ética profesional de los medios sigue siendo un ideal impreciso mientras en la práctica la ética de los medios es solamente una lista de recetas para evitar problemas con la ley.

La preocupación por medir efectos asume que una poderosa fuente imprime su mensaje directamente en receptores pasivos. Términos como "una sociedad formada por los medios", común entre especialistas de la comunicación, indican aceptación de este poder centralizado. Las investigaciones sobre los efectos han tenido la finalidad de comprobar la efectividad de los mensajes o bien sugerir formas de aumentar el poder de esa efectividad. Si los que subvencionan la investigación están en desacuerdo con el tipo de efectos, la investigación tendrá como fin mostrar que ese mensaje es perjudicial y sugerir un mensaje diferente para lograr el efecto que se prefiera. Pero el interés en los efectos continúa.

Otra consecuencia de este énfasis en los efectos es el modelo en el cual el proceso de comunicación se concibe como iniciado solamente por la fuente, haciendo la información de la fuente la norma de comunicación.

En las investigaciones sobre comunicaciones, este énfasis tan estrecho en los medios y en los efectos de los medios también ha conducido a la premisa de que la información de los medios es una panacea todopoderosa para problemas del desarrollo humano y socioeconómico. El cuestionamiento de esta premisa comenzó principalmente entre los investigadores del Tercer Mundo, quienes señalaron que una mayor cantidad de información no era necesariamente la solución cuando la estructura social y la asignación de los recursos productivos que esa estructura implica hacen imposible utilizar esa información. El insistir exclusivamente en la información de los medios no sólo evita la necesidad del cambio estructural, sino

que también, al exagerar el papel de los medios masivos centralizados, le hace el juego a las élites que utilizan los medios para inculcar la ideología de la aceptación pasiva de las injusticias.

Como resultado de éste cuestionamiento, comienzan a surgir nuevos enfoques en la investigación sobre comunicaciones, los cuales dan más apoyo a la comunicación democrática, a un patrón de comunicaciones que espera que el público sea más activo en la búsqueda y utilización de la información, activo en procurar acceso a los canales de información e interesado en la participación. Centrales a estos nuevos enfoques son los conceptos de comunicación que toma como punto de partida el usuario y su búsqueda de información.

Con este cambio de enfoque, los investigadores están descubriendo que la supuesta pasividad de los consumidores de los medios y las brechas de conocimiento entre la fuente y el receptor son, al menos parcialmente, producto de un concepto erróneo de la comunicación que parte solamente de la perspectiva de la fuente. Convencionalmente, los modelos de comunicaciones han objetivado y rectificado a la información como si ésta existiera aparte de los individuos y pudiera ser transportada de la fuente al receptor. El mensaje tal y como la fuente lo sostenía se consideraba normativo. Los nuevos enfoques examinan más de cerca la actividad de los individuos en la búsqueda de información para hallar el sentido de una situación y construir creativamente los significados. Según este enfoque, todo mensaje es la construcción de algún individuo limitado por el tiempo y el espacio y nunca podrá satisfacer plenamente las necesidades de otro individuo igualmente limitado por el tiempo, el espacio y el cambio. La comunicación ocurre al menos algún aspecto de los significados de las personas comunicantes son compartidos y estos aspectos se integran en patrones individuales de significado. Esta revisión de conceptos básicos de la comunicación resulta importante para la investigación sobre la comunicación democrática, pues hace que el foco de atención cambie de las "brechas de conocimiento" entre el receptor dependiente y el poseedor de mensajes, poderoso y único, hacia brechas más críticas en la comunicación, "brechas que los individuos perciben en sus representaciones del mundo y que en ocasiones tratan de llenar con información seleccionada de los mensajes". (6).

Sin embargo, el concebir a los individuos en busca de trozos de información para crear significados personales abstrae al individuo de la realidad social. Más bien el enfoque debe ser los grupos —o toda una sociedad— que tratan colectivamente de comprender las situaciones y de crear colectivamente nuevos significados y nuevos patrones de comunicación. Este proceso colectivo resulta más pertinente para el desarrollo de la comunicación democrática cuando los sectores dependientes y desprovistos de poder toman conciencia que el patrón de comunicaciones dominante que las élites poderosas apoyan no sólo carece de sentido sino que es explotador. Con esta conciencia colectiva buscan nuevos símbolos centrales que reorganizan toda una subcultura de significados y valores desde su propia perspectiva.

La investigación sobre las comunicaciones resultará más útil para la formulación de una política democrática de comunicaciones si contribuye a de-

"La tecnología requiere de tanta concentración de capital y de una base tecnológica tan avanzada que el poder de información se esta concentrando en unos pocos países como Japón y los Estados Unidos"

tectar la evolución, dentro de un proceso social, de patrones alternativos y más participativos de comunicación. De ese proceso surgen nuevos "lenguajes" (patrones de significado) y nuevas formas de expresión de los medios, a la utilización de los medios para alentar una comunicación más participativa, y nuevos mecanismos en que las instituciones y personal profesional tienen más sentido de responsabilidad hacia la comunidad local y nacional.

Siendo investigadores críticos, evitamos absolutizar el valor de los movimientos populares como si éstos fueran la única forma. Más bien, al formular políticas de comunicación tratamos de ver cómo una filosofía pública de la comunicación se está realizando **dentro del proceso histórico**. A medida que examinamos este proceso sociocultural desde su propia perspectiva, tal vez seamos capaces de enriquecer nuestras concepciones sobre la misma filosofía pública de las comunicaciones.

NOTAS

- 1.- Emile G. McAnany, "El rol de la información en la comunicación con los pobres del campo: Algunas reflexiones" en *Comunicación en el Tercer Mundo Rural*; ed. por Emile G. McAnany; Praeger Publishers; Nueva York; 1980; pág. 3-18.
- 2.- Brenda Dervin, "Espacios de comunicación e injusticias: Buscando una reconceptualización"; en *Progress in Communication Sciences, Vol. II*; Ed. por Brenda Dervin y Melvin J. Voigt; ABLEX Publishing Corp.; Norwood, NJ; 1980; pág. 73-112.
- 3.- Robert White, "Comunicación Popular: Lenguaje de liberación"; en *Media Development*; 1980/2; pág. 79-97.
- 4.- Juan F. Rada, "La revolución de la microelectrónica: Consecuencias para el Tercer Mundo"; *CHASQUI* No. 6; 1983; pág. 84-86.
- 5.- Jeremiah O' Sullivan y Mario Kaplún, *Communication Methods to Promote Grass Roots Participation for an Endogenous Development Process. Report preparado para la UNESCO*; 1979; Conclusiones.
- 6.- Brenda Dervin, *ibid.*, pág. 105.



ROBERT. A. WHITE, norteamericano, PhD, en Sociología y Economía Política de América Latina en la Universidad Cornell de Nueva York. Fue miembro del Instituto de Investigaciones Socio-económicas de Tegucigalpa, Honduras. Actualmente es Director de Investigaciones del Centro para el Estudio de la Comunicación y la Cultura de Londres, Inglaterra, creado por los Jesuitas en 1977. Es editor del Boletín "Research Trends in Religious Communications" del Servicio de Información del Centro.
Dirección: Centro para el Estudio de la Comunicación y la Cultura.
221 Goldhurst Terrace,
Londres, Inglaterra.

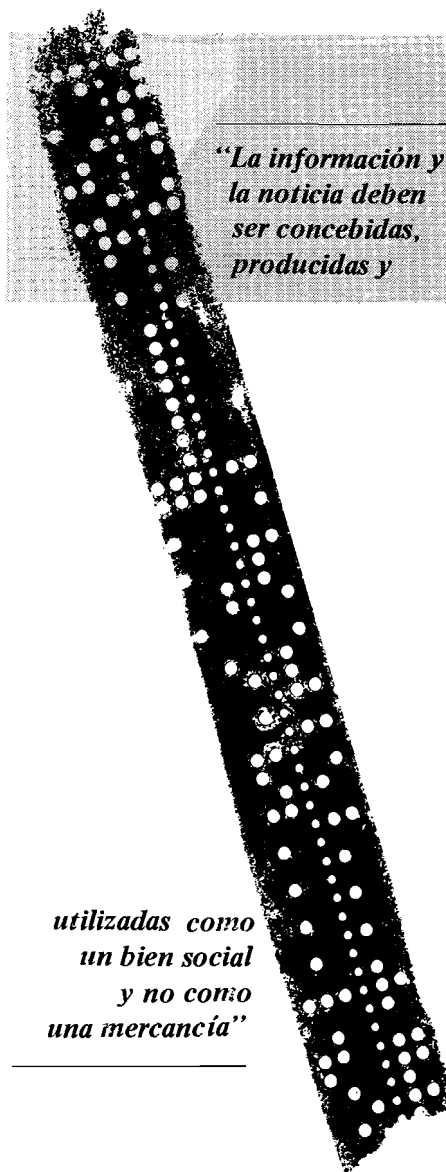
ALASEI y la soberanía de América Latina y el Caribe

Por GERMAN CARNERO ROQUE

Cuando el próximo 10 de octubre en la ciudad de México, un grupo de países de América Latina y el Caribe suscriban el Acta Constitutiva de la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (ALASEI), un sinnúmero de esfuerzos y no pocos sueños de muchos latinoamericanos se verán realizados, pero, fundamentalmente y en primer lugar, se cumplirá un acto de singular trascendencia en lo que respecta a la reafirmación de la necesaria e ineludible soberanía de América Latina y el Caribe.

En este caso, esa reafirmación de nuestra soberanía se referirá al debatido y controvertido campo de la información y de la comunicación, de incuestionable gravitación en cualquier intento de consecución de la soberanía en términos generales, puesto que, en definitiva, nuestra región no podrá nunca ser absolutamente independiente si sigue padeciendo de una dependencia perniciosa en el campo informativo y noticioso.

Esa es la razón primigenia de ser una agencia informativa de las características contempladas en el Proyecto de creación de ALASEI, que, gracias a los esfuerzos de la UNESCO y en cumplimiento de mandatos explícitos de los países del continente, fue elaborado en 1978 en Quito, en la Oficina del Consejero Regional en Comunicación Social para América Latina y el Caribe de esa organización internacional, y que, algunos años después, en virtud de la preclara acción de algunos estadistas latino-



“La información y la noticia deben ser concebidas, producidas y

utilizadas como un bien social y no como una mercancía”

americanos, como José López Portillo, Rodrigo Carazo y Aristides Royo, dio origen a un Comité del Sistema Económico Latinoamericano, (SELA), constituido en mayo de 1981 con el único y exclusivo fin de dar nacimiento a ALASEI y que, compuesto por doce países de América Latina y el Caribe, dejará de existir tras la inauguración de la empresa en octubre próximo.

Dicho Comité, en el que participan representantes de Bolivia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Guyana, Granada, Haití, México, Nicaragua, Panamá, República Dominicana y Venezuela, a lo largo de dos años ha cumplido con una serie de tareas encaminadas a lograr que ALASEI fuese una realidad, para lo cual, y en base a los lineamientos del proyecto original realizado por la UNESCO, elaboró y aprobó un diseño integral de implementación de ALASEI, que contempla un cronograma de actividades para los primeros cinco años de funcionamiento de la Agencia, con los requerimientos financieros correspondientes, así como los diseños técnicos operativos necesarios y todos los aspectos jurídicos normativos que regirán la marcha de la Agencia.

Paralelamente, el Comité ha venido realizando una serie de tareas encaminadas a la promoción internacional del proyecto y a la búsqueda de financiamiento del mismo, cuyo costo es calculado en cerca de diez millones de dólares para los mencionados primeros cinco años de funcionamiento.

En lo que se refiere a la promoción internacional, se debe subrayar el importante apoyo otorgado a ALASEI por el Consejo Intergubernamental para el Desarrollo de las Comunicaciones de la UNESCO (PIDC) que, además de haber recomendado se le otorgue para esos cinco años un millón doscientos cincuenta mil dólares, dio al proyecto en su reunión de diciembre de 1982, en París, un espaldarazo político total, al haber destacado la comunidad internacional en pleno su significación y trascendencia, ya que apoyaron esta iniciativa latinoamericana y caribeña, delegados de Canadá, Estados Unidos, Unión Soviética, República Popular China y de Indonesia en nombre del grupo de países asiáticos, de Camerun en nombre de los países africanos y de Túnez en nombre de los países árabes.

Es necesario poner de relieve en toda su significación ese importante consenso, porque, a nuestro juicio, responde a la interesante, novedosa y constructiva concepción de ALASEI, que, siendo un producto indiscutible del saludable debate mundial de los últimos años en torno a la necesidad de instaurar un Nuevo Orden Internacional de la Comunicación y la Información, que modifique las humillantes condiciones de dominación y dependencia que padecen en este terreno los países subdesarrollados, no pretende substituir en forma excluyente a ninguna otra agencia noticiosa, ni censurar el derecho de otros a informar sobre Latinoamérica y el Caribe, sino que busca, simple y sencillamente, el que nuestra región tenga el derecho a la palabra y a expresar su propia visión de la realidad y de los acontecimientos cotidianos.

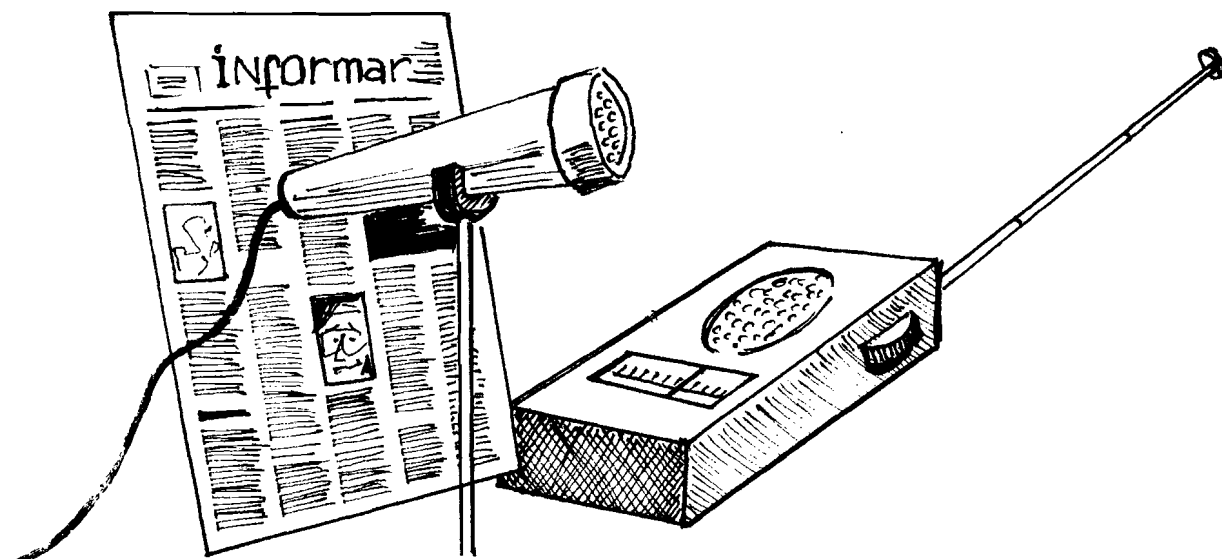
Por otro lado, la comunidad internacional al apoyar en forma tan notable y decidida en París la creación de ALASEI, respaldaba, a nuestro entender, la característica fundamental del proyecto, cual es el absoluto pluralismo con el cual ha sido concebida la operación desde un principio ya que, en efecto, ALASEI no será una agencia noticiosa gubernamental, creada con el fin de dar publicidad o de servir de caja de resonancia a los gobiernos de América Latina y el Caribe, sino que el carácter eminentemente profesional y autónomo que debe guiar la acción de la Empresa ha sido la base de todos los estudios y acuerdos constitutivos. Además, en sus órganos directivos estarán presentes, junto a los representantes de los Estados, los representantes regionales calificados de los demás estamentos que participan en el fenómeno de la comunicación social en la sociedad, es decir, los profesionales, los propietarios de los medios, los investigadores de la comunicación y los docentes, quienes serán acompañados por un representante de los trabajadores de la propia empresa y por un representante de los usuarios, este último en forma que determinará el Consejo de ALASEI.

Esta concepción absolutamente pluralista en un mecanismo de información es totalmente novedosa, no solamente en nuestra región sino en el mundo entero, ya que en efecto, que sepamos, no existe un medio de comunicación que en sus órganos de conducción permita la participación concertada y responsable de todos los actores o protagonistas del fenómeno comunicacional, sin excepción.

En ese sentido, los Estatutos de ALASEI, (*) aprobados por los países miembros del Comité de Acción del SELA en su reciente reunión de mayo, son un aporte invaluable en la profundización de mecanismos que posibiliten una participación auténticamente democrática, y por ende real, en la elaboración y producción del mensaje, buscándose de esta manera dar respuesta, en alguna medida, a una de las mayores interrogantes de la problemática de la comunicación social, que es la de saber si es o no posible el enfrentar el hecho de que, en definitiva, en nuestras sociedades el mensaje siempre es producto de intereses privados o estatales, en el sentido más estricto.

Por ello hay que valorizar en toda su dimensión la madurez extraordinaria de la que han hecho gala los Estados que componen el Comité de Acción del SELA para la creación de ALASEI, quienes pese a lo heterogéneo de su composición a nivel ideológico y político, han logrado importantes y trascendentes fórmulas de consenso para el funcionamiento futuro de la agencia y, además, han concebido con gran generosidad un órgano informativo con vocación de servicio regional en el más amplio espíritu democrático, evitando que ALASEI pueda convertirse en un instrumento de ningún Estado en particular, o de cualquier grupo de presión.

A ese respecto, los Estatutos de la empresa son muy claros cuando señalan explícitamente entre los objetivos de la misma, que *"ALASEI funcionará sobre bases de profesionalismo, autonomía e independencia, no sólo ante los Estados*



de la región, sino ante cualquier grupo de presión”

A este carácter profesional y pluralista de ALASEI, se une la concepción que el proyecto encierra sobre lo que debe ser el universo temático e informativo de la agencia, aspecto éste que también le confiere un rasgo novedoso y original, por cuanto se ha hecho reiterado hincapié, y los Estatutos de la Empresa también así lo estipulan, en que *“la información y la noticia deben ser concebidas, producidas y utilizadas como un bien social y no como una mercancía”*.

En realidad, desde sus orígenes el Proyecto ALASEI pretende ser en alguna forma la respuesta a una realidad inquestionable que padecen en mayor o menor medida la gran mayoría de pueblos del Tercer Mundo, e incluso los pueblos de los propios países industrializados, cual es la de que existe, paradójicamente y a pesar de la ilusión de una abundancia informativa, una gran desinformación sobre los problemas de fondo que interesan profundamente a esos pueblos, en función de sus necesidades de desarrollo integral y de la defensa de su identidad cultural.

El carácter mercantil y poco contextualizado que define el actual manejo de lo que es considerado noticia por el flujo informativo internacional, conlleva el hecho de que muchas veces los acontecimientos de profunda relevancia para nuestros países o poblaciones son tratados en forma parcial y deformada, o son simple y llanamente ignorados. Ello hace que, en una primera instancia, entre pueblos hermanos nos conozcamos mal y deformadamente y que, en una segunda instancia, nuestra realidad como latinoamericanos sea transmitida al exterior también en forma poco acorde con nuestros profundos intereses, sin hablar de las repetidas ocasiones en que la información sobre nuestro acontecer es producida de manera alevosa y tendenciosa, como sucedió, a guisa de ejemplo aleccionador, con el caso de las Islas Malvinas y de la justa lucha del pueblo argentino por recuperar ese territorio en manos de un poder colonial anacrónico y trasnochado.

ALASEI pretende producir la noticia en forma contextualizada, evitando limitarse a aspectos parciales de la misma o al simple tratamiento de lo que en jerga periodística se denomina como “hot news”. En realidad, por definición, ALASEI privilegiará la otra información, la información de contexto, vinculada significativamente con los in-

tereses de los países y pueblos de la región y en función de sus más auténticas aspiraciones de desarrollo autónomo y soberano y, por ende, en función de la defensa de su más profunda identidad cultural.

Esta inquietud sobre el tipo de noticia, en virtud de otras características que no sean la mercantil o la sensacionalista, presupone también el convencimiento de que los países y pueblos de América Latina y el Caribe, para lograr una mejor integración y una mejor defensa de sus intereses comunes, requieren de un instrumento informativo propio, que perfeccione el conocimiento de sus realidades entre ellos y sea un mecanismo indispensable para facilitar la información necesaria a un desarrollo armónico e integrado, buscando fortalecer y profundizar todo lo que nos une como latinoamericanos y caribeños y no aquello que nos divide y que es causa de conflicto.

“ALASEI no será una agencia noticiosa gubernamental, creada con el fin de dar publicidad o de servir de caja de resonancia a los gobiernos de América Latina y el Caribe”

ALASEI, en todo rigor, es un desafío para nuestra región, en la medida en que deberá sortear innumerables y muy difíciles escollos para llegar a convertirse en ese instrumento indispensable para un mejor entendimiento entre nosotros y en el mejor vehículo informativo de América Latina y el Caribe hacia el exterior.

Sobre todo creemos que ALASEI deberá vencer la incomprensión y la desconfianza de algunos sectores, y en particular de algunos grupos del sector privado, que sin llegar a conocer a fondo los planteamientos del proyecto y sus objetivos democráticos y pluralistas, lo han atacado injustamente tildándolo de “proyecto gubernamental”, que busca “censurar” o “controlar la información y el derecho de informar libremente”.

ALASEI, hay que decirlo claramente, es todo lo contrario, puesto que busca darle a América Latina y el Caribe ese derecho a la palabra al que nos hemos

referido, sin, por ello, pretender coactar a nadie en su libertad de informar sobre nuestra realidad.

Igualmente, por la composición de sus órganos directivos y por sus instrumentos jurídico-normativos ALASEI no será, lo reiteramos, una agencia al servicio de tal o cual gobierno o grupo de gobiernos, sino que será una agencia eminentemente profesional, con vocación de servicio regional en función de los más legítimos intereses de los pueblos y países de América Latina y el Caribe, en su lucha por alcanzar mejores niveles de vida, mediante un desarrollo independiente, solidario y soberano.

A nuestro juicio, el éxito de toda la operación ALASEI dependerá de la acogida que esta idea latinoamericanista y caribeña vaya encontrando en todos los sectores vinculados a su quehacer, a fin de ir generando confianza en este instrumento indispensable para nuestra plena realización como pueblos y como individuos en el contexto de nuestros propios países, en lo particular, y de nuestra región, en lo general.

Igualmente, y desde luego, la credibilidad de ALASEI dependerá también de la absoluta autonomía y del eficaz profesionalismo que el equipo que la conduzca le imprima, lo que no será tarea fácil, teniendo en cuenta que se trata de manejar información y que, por lo mismo, será necesaria una gran dosis de equilibrio y ecuanimidad en el manejo y tratamiento de la misma, sin por ello alejarse de los principios y objetivos que han dado origen a tan noble ideal.

Todas las dificultades que ALASEI ha sorteado hasta este momento desde su concepción original, nos hacen abrigar un conveniente y prudente optimismo, pues creemos, sinceramente, que es mucho lo que se ha avanzado para plasmar este objetivo y que, a lo largo de estos años, la gran mayoría de gobiernos, sectores, organizaciones e individuos vinculados al proyecto han dado constructivas muestras de ir comprendiendo la bondad del mismo y el beneficio indudable que la región de América Latina y el Caribe, y los países y pueblos que la componen podrían derivar de una agencia de estas características, si ésta se logra asentar con la solidez y el prestigio requeridos.

Por ello es que en todo momento los promotores de ALASEI sometieron las ideas fundamentales de su concep-

ción y el proyecto mismo a variadas consultas con especialistas ligados a los más diversos sectores de profesionales, investigadores, docentes y propietarios de medios de la región.

Al respecto, cabe destacar, por ejemplo, la importante reunión de consulta sobre el Proyecto ALASEI a la que invitó el Director General de la UNESCO en mayo de 1979, en San José de Costa Rica.

A la misma asistieron, a título personal, importantes personalidades vinculadas a las principales organizaciones de todos los estamentos que componen el sector de la comunicación social en nuestras sociedades, como la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP); la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP); la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) y la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR), entre otras.

En esa reunión, que a nuestro juicio tuvo enorme trascendencia por cuanto posibilitó gestiones posteriores para la constitución del Comité de Acción del SELA para la creación de ALASEI, se obtuvo un consenso muy importante sobre lo bien fundado del proyecto ALASEI, habiéndose explicitado un reconocimiento público a la UNESCO *"por la forma realista, constructiva con la cual ha enfocado la posibilidad de creación de un nuevo sistema de intercambio de información para América Latina y el Caribe"*.

La reunión expresó asimismo "su acuerdo con el proyecto sometido a consulta por el Director General de la UNESCO" y destacó que la concepción de ALASEI es de *"una singular originalidad por cuanto, además de innovaciones hasta ahora no contempladas en otras regiones del mundo, abre el panorama de la comunicación social a todos sus sectores representativos, procurando en esta forma un efectivo instrumento de acceso y participación en los procesos sociales y comunicacionales de la región"*

Tras reconocer que un esfuerzo como el de ALASEI contribuye *"a estructurar a escala regional aspectos cruciales de un nuevo orden informativo internacional que, respetando la soberanía de las naciones y los derechos de la población a la comunicación social, procure un justo equilibrio en el intercambio de*

la información tanto del punto de vista cuantitativo como cualitativo", el documento de la reunión subraya vigorosamente *"la necesidad imperativa de que ALASEI se constituya en paradigma de autonomía, de independencia y de profesionalismo, no solo ante los Estados de la región, sino también ante cualquier grupo de presión"*

Posteriormente a la reunión de San José, el propio Comité de Acción del SELA para la creación de ALASEI realizó varias consultas a nivel de expertos y de representantes gubernamentales, en las cuales estos cruciales aspectos para la futura marcha de ALASEI fueron reiterados y reforzados, lo que finalmente ha conducido a los acuerdos señalados en cuanto a Sede, fecha de inauguración, aprobación de Estatutos, de esquemas técnico-operativos, así como a la fijación de compromisos financieros.

Respecto al financiamiento, cabe señalar que los doce países miembros del Comité de Acción del SELA que hemos mencionado, han adquirido un compromiso de aportar durante cinco años, en cuotas que varían según el grado de desarrollo de cada país, un total de tres millones de dólares, es decir 600 mil dólares anuales, para el funcionamiento de ALASEI.

Esa cifra, junto con lo recomendado por el PIDC de UNESCO para esos cinco años de operaciones cubre aproximadamente un cincuenta por ciento del costo total de la operación, razón por la cual la Secretaría del Comité de Acción del SELA fue encomendada para iniciar gestiones de búsqueda de fuentes de financiamiento con países industrializados en el marco de las relaciones Norte-Sur, lo que se ha venido efectuando con prometedoras perspectivas.

En cuanto a su red operativa, ALASEI contará con una Sede Central en Ciudad de México y paulatinamente irá abriendo corresponsalías en todos los países de América Latina, calculándose que a partir del tercer año de funcionamiento cubrirá toda la región.

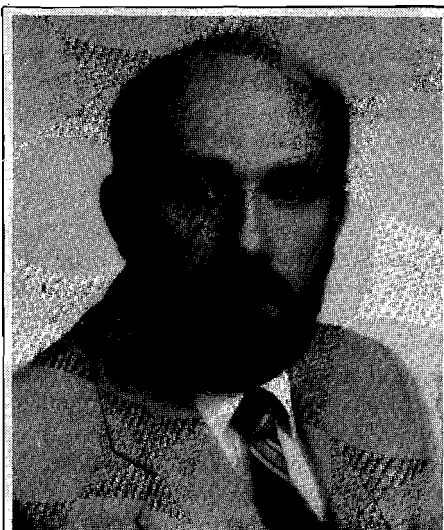
Finalmente, es necesario poner de manifiesto, que 1983, año de inauguración de ALASEI, es un año particular por dos motivos altamente significativos; como son el que se le haya denominado como "Año Internacional de las Comunicaciones" y que se celebre a lo largo del mismo el Bicentenario del natalicio del Libertador Simón Bolívar.

Que ALASEI nazca en el Año Internacional de las Comunicaciones es, a nuestro juicio, una prueba de la voluntad de nuestra región por encontrar mecanismos que pongan la información al servicio del entendimiento y de la paz entre los pueblos, en momentos en que el mundo y nuestro continente enfrentan situaciones altamente inquietantes.

Por otra parte, muy sinceramente, creemos que en nuestro campo, el de la comunicación social, la comunidad latinoamericana no puede rendir un mejor homenaje al Libertador y a sus ideales de fraternidad y unión entre nuestros pueblos y naciones, así como a la búsqueda de su absoluta y necesaria independencia, que haciendo realidad los objetivos y principios que orientan la creación de ALASEI, objetivos y principios que relevan totalmente, por su contenido y alcances, del ideario de Bolívar, cuya figura y enseñanzas son el símbolo orientador de las más nobles causas libertarias y soberanas de nuestra América toda.



(*) En la sección Documentos de este número incluimos los Estatutos de ALASEI.



GERMAN CARNERO ROQUE, peruano, fue Consejero Regional en Comunicación Social de la UNESCO para América Latina y el Caribe, representó a su país en numerosos foros internacionales, especialmente en el seno del Movimiento de los países No Alineados en donde tuvo destacada actuación en la formulación de los conceptos del NOII, actualmente ocupa la Secretaría Ejecutiva del Comité de Acción del SELA para ALASEI.

Dirección: ALASEI - Apartado Postal 6-3386 - El Dorado - Panamá.

LA LEGITIMACION A TRAVES DE LA PROPAGANDA BRASIL 1970 - 78

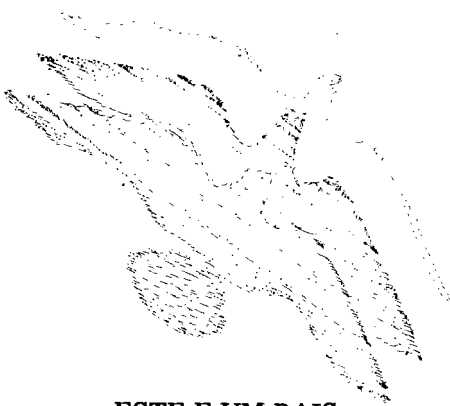
Por **MAKIA LUISA M. MENDONCA**

INTRODUCCION

En este estudio analizaremos la utilización de la vía ideológica como una de las formas de buscar la legitimación de un Estado y de sus representantes y promover la integración de las clases trabajadoras en el proyecto de desarrollo propuesto. El análisis se basa en mensajes publicitarios producidos, entre 1970 y 1978, por la Asesoría de Relaciones Públicas de la Presidencia de la República del Brasil y divulgadas a través de los medios audiovisuales de comunicación.

La hipótesis es: el Estado administra la dominación ideológica con miras a la consolidación del proyecto de expansión económica que prevalece y a la legitimación de las relaciones sociales a las cuales esta forma de Estado se ajusta. Esto hace suponer que la dominación a nivel ideológico, al igual que la emprendida por el Estado, adquiere la forma de una "socialización", de formación de la conciencia social de la población para conseguir la adhesión de las clases trabajadoras al proyecto de desarrollo dominante.

Por tanto, el Estado asume también el control de la producción ideológica -al que corresponde la apertura de canales específicos para producir y propagar su visión del mundo-, ya sea a través de programas escolares, con dominio técnico y de los medios de comunicación masiva, o intentando cerrar las posibilidades de formación de una conciencia de clase fuera del ámbito del grupo que domina.



ESTE E UM PAIS QUE VAI PRA FRENTE

En el caso específico de este estudio, se trata de analizar cómo el estado brasileño post-64 asimiló la ideología dominante, enriqueciéndola con formulaciones propias -la doctrina de seguridad y desarrollo- y promovió su aceptación popular a través de la propaganda, destinada a justificar la expansión del modelo de desarrollo y a mantener el esquema de poder vigente.

LEGITIMIDAD, SEGURIDAD Y DESARROLLO

A partir de 1964, año en que los militares se posesionaron del poder político en el Brasil, el problema de la legitimidad fue transferido al campo del desempeño económico, lo que equivaldría a colocar al Brasil en la comunidad de los países desarrollados. Y para obtener el ritmo de desarrollo deseado fue imprescindible unirlo al concepto de seguridad nacional. De esta forma, la legi-

timidad de los gobiernos se obtendría por dos caminos: el desarrollo económico y la seguridad interna.

La Doctrina de Seguridad y Desarrollo, desarrollada en la Escuela Superior de Guerra -ESG- local por donde pasaron los militares que ascendieron al poder en 1964, vincula el desarrollo a la existencia de un orden interno. Los riesgos de una intervención externa se restringen al nivel ideológico: aprovechar los focos internos de insatisfacción -derivados de las condiciones de subdesarrollo- en general permeables a las formulaciones ideológicas "importadas". De esta forma, el desarrollo se torna una cuestión de seguridad en la medida en que la maximización de la producción económica disminuiría las fuentes de insatisfacción dentro del país. De acuerdo con el razonamiento de la ESG, Seguridad y Desarrollo se interrelacionan del siguiente modo: la seguridad es una condición previa para el desarrollo que, a su vez, fija sus metas en la preservación de la seguridad; esto exige un estado "fuerte".

El desarrollo requiere planificación y racionalidad para maximizar la producción, lo que nos explica, en parte, las medidas adoptadas en los planos económico y político a partir de 1964: racionalización y eficiencia administrativas y mantenimiento del orden interno. Se promueve la organización del aparato estatal creando mecanismos capaces de controlar la economía y la sociedad, a fin de asegurar las bases para implantar un nuevo modelo de desarrollo.

En el aspecto económico, el nuevo proyecto desarrollista se realiza tomando en cuenta la necesidad de acelerar el crecimiento. La pérdida de las características nacionalistas que lo revestían fue fundamental para desarrollar la alianza con el sector externo y ampliar el espacio destinado a las empresas grandes y modernas. La reforma tributaria, las limitaciones de crédito y las restricciones al aumento de los precios forzaron una economía de costos y debilitaron a las pequeñas empresas; al mismo tiempo, la reforma de la ley de la remesa de utilidades y la concesión de incentivos fiscales favorecieron a las empresas más poderosas, en especial a las multinacionales. Las reformas emprendidas sustituyeron, así, la versión de desarrollo por la de crecimiento de índices económicos y se concretizaron al colocar al Estado como centro del control de la economía y como el gran inversionista de la década del 70 (Transamazónica, Usina Nuclear, Itaipu, etc.) y por la reforma política, destinada a alejar definitivamente las presiones indeseables: populistas y populares.

Para viabilizar social y políticamente esta orientación desarrollista fue fundamental la alianza con el concepto de seguridad nacional. La ideología que envuelve al Estado adquiere, así, funciones bien prácticas y definidas: impulsar, promover y racionalizar el proceso de acumulación; fortalecer los elementos legitimadores de tales prácticas: negar el "caos" representado por el comunismo y la corrupción; y, coherentemente, reforzar los mecanismos que aseguren el mantenimiento del orden social.

El proyecto de desarrollo propuesto se mostró excluyente y no consiguió atender, ni aún de forma desigual, las demandas que provenían de las clases trabajadoras. Los beneficios iniciales del nuevo modelo fueron para las grandes empresas y para las clases medias, que compusieron los cuadros necesarios para el nuevo orden económico.

El final de la década del 60 está marcado por intensas inquietudes sociales, a las que el Estado responde accionando mecanismos de represión y culmina con la clausura del Congreso y la promulgación del Acto Institucional No. 5, de diciembre de 1968, que confiere al Ejecutivo poderes represivos excepcionales y disuelve cualquier tipo de organización capaz de oponerse al régimen. El acto incluyó a la mayoría de la población

en la distribución de los frutos del progreso y retirar paulatinamente de la escena política los instrumentos democráticos, llevaron a una falta de legitimidad, dejando que el Estado se presente como el ejecutor de los intereses generales de la Nación.

El Estado intenta llenar con propaganda el vacío político que se instala e impide cualquier forma de expresión popular; ejerce una verdadera "acción educativa" sobre las masas, destinada a crear un clima de confianza en el proyecto de desarrollo y a sustituir los canales democráticos de participación. La necesidad de crear un canal específico de comunicación entre el Estado y la sociedad civil se derivó del progresivo distanciamiento entre los gobiernos militares y la población, que creó una laguna en donde antes se suponía que existían canales apropiados para representar y expresar los intereses populares. Por otro lado, el traspaso de la legitimidad exclusivamente para el campo economi-

*"El final de la
década del 60
está marcando por
intensas inquietudes sociales"*

co provocó su crisis, especialmente después de 1975, cuando el fracaso del "milagro brasileño" fue visible también para los sectores más privilegiados de la sociedad, puesto que la clase obrera ya lo conocía.

LA PROPAGANDA OFICIAL

La propaganda política comandada por el Estado se inicia en 1968, cuando se crea la Asesoría de Relaciones Públicas de la Presidencia de la República que, en 1970, se transforma en el órgano central del Sistema de Comunicación Social del Poder Ejecutivo, con las funciones de "formular y aplicar la política capaz de, en el campo interno, predisponer, motivar y estimular la voluntad colectiva para el esfuerzo de desarrollo nacional".

Inspirándose en la versión nacionalista y patriótica del Proyecto Brasil Gran Potencia (posibilidad de ingresar en la comunidad de países desarrollados), la Asesoría de Relaciones Públicas propone como meta la consecución de los siguientes objetivos:

1. Fortalecer el carácter nacional, estimulando principalmente el civismo, la cohesión familiar, la fraternidad y el amor al trabajo;

2. Vigorizar la conciencia nacional sobre el hecho de que el desarrollo exige la participación de todos;

3. Obtener la confianza popular en el equipo de gobierno, realzando sus características de honestidad, austeridad, comprensión de los anhelos populares y espíritu renovador".

A partir de entonces, se produjeron campañas publicitarias que colocaron al gobierno como el "mayor anunciante en la televisión brasileña", con un volumen de publicidad equivalente al doble del segundo mayor anunciante, la multinacional Gessy-Lever (1).

No obstante, la divulgación de la publicidad del gobierno no obedecía a criterios comerciales. Mediante un acuerdo firmado entre la Asesoría de Relaciones Públicas de la Presidencia de la República y la ABERT - Asociación Brasileña de Emisoras de Radio y Televisión (2), se garantizó al gobierno 10 minutos diarios para transmitir propaganda; esto, sin contar con la buena disposición de las emisoras para ceder más tiempo del acordado.

ANÁLISIS DE LA PROPAGANDA

Los comentarios que hacemos a continuación son el resultado de una investigación que analizó los contenidos de 767 piezas publicitarias producidas para la Asesoría de Relaciones Públicas de la Presidencia de la República del Brasil y divulgadas, entre 1970 y 1978, a través de la radio, televisión y cine. En términos metodológicos, se procuró abandonar los parámetros del análisis tradicional para enfatizar en cómo la propaganda buscó resolver el problema de la legitimación de los gobiernos militares cuyo fundamento ideológico era la doctrina de seguridad y desarrollo. El análisis buscó, preferentemente, identificar qué artificios publicitarios fueron utilizados en la elaboración de las propagandas para alcanzar sus objetivos. El análisis de los contenidos de los textos se realizó a partir de la identificación de los temas, tratando de descubrir cómo los asuntos fueron abordados para obtener una respuesta a los objetivos de la Asesoría de Relaciones Públicas.

Se identificaron 18 temas diferentes: desarrollo, trabajo, familia, partici-

pación, participación política, nacionalismo, patriotismo/civismo, fraternidad, educación, seguridad, fuerzas armadas, democracia, realizaciones, combustible, turismo, limpieza, inflación y salud; algunos bastante relacionados entre sí y otros, relacionados específicamente con la realidad de un momento determinado.

El análisis a partir de la identificación de los temas mostró, en la presentación o por la manera cómo fueron abordados, la existencia de dos categorías básicas (aunque no rígidas): los temas coyunturales, que tratan del proyecto de desarrollo en ejecución y varían de acuerdo a las necesidades o exigencias de un momento determinado; y los estructurales, aquellos que se refieren a los valores en que se apoya el modelo de desarrollo y cuyos objetivos son la armonía y la cohesión social, el consenso en torno a los ideales.

Al analizar las piezas publicitarias se descubrió que "motivar la voluntad colectiva para el esfuerzo nacional de desarrollo" significaba retratar las exigencias del modelo de desarrollo económico y justificar al Estado que implantó el nuevo orden, utilizando básicamente la siguiente fórmula:

1. propagar los valores fundamentales para el funcionamiento social, o utilizar los valores sociales existentes para justificar el proyecto de desarrollo del Estado;

2. promover la confianza en el proyecto de desarrollo y en sus ejecutores, para que éste sea deseado, aceptado y, sobre todo, viable; y,

3. atender simbólicamente las demandas populares concretas y ofrecer eventuales modificaciones en la orientación de las políticas sociales y económicas.

Estas propuestas perseguían alcanzar las siguientes metas:

a) formación de una conciencia acorde a los conceptos de la doctrina de seguridad y desarrollo;

b) substituir las posibles formas de participación popular; y,

c) tratar de legitimar los gobiernos militares.

LA MOVILIZACION DE LA VOLUNTAD COLECTIVA

La forma de abordar los temas en las piezas publicitarias muestran claramente cómo se intentó legitimar e in-

tegrar a través de la vía ideológica. Por ejemplo:

Se presenta al desarrollo como el desenvolvimiento técnico conducido por el Estado. Los requisitos para alcanzarlo son: seguridad, para que el trabajo sea productivo y ordenado; unión e identidad de intereses entre gobierno y pueblo; y, colaboración individual con el gobierno, en una demostración de amor a la patria. Se motiva la adhesión al proyecto de desarrollo mediante llamados emocionales y patrióticos. En 1970, todos los medios de comunicación divulgaron, con ritmo de marcha de carnaval, la siguiente música:

*"Yo te amo mi Brasil
yo te amo,
mi corazón es verde, amarillo,
blanco, azul añil.
Yo te amo mi Brasil
yo te amo"*

La creencia en la viabilidad del desarrollo y el compromiso productivo se cantaron en estos versos de 1976:

"Este es un país que va hacia adelante de gente amiga y muy contenta, este es un país que va hacia adelante de un pueblo unido de mucho valor, es un país que canta, trabaja y se agiganta, es el Brasil de nuestro amor"

Las posibilidades de participación en este progreso están en gran parte relacionadas con el compromiso por el trabajo. La calificación de la mano de obra, la disciplina y el mantenimiento de una simbólica atención a las necesidades de la población, se presentan al tratar el tema trabajo: la valorización del trabajo abstracto lleva a la comparación entre trabajo y amor a la patria, como lo demuestra el texto de la película No. 156, de 1976: "El amor al Brasil es la unión de todos nosotros en la comunión de la paz y el trabajo. Brasil merece nuestro amor".

Las necesidades materiales y de participación de la clase trabajadora son atendidas simbólicamente y de forma bastante clara: "Quien trabaja participa y merece el patrimonio que ayuda a construir. Con el Programa de Integración Social, todos los que trabajan participan de un fondo, de una verdadera reserva para todos los momentos. El trabajo es su contribución al Programa de Integración Social" (Película No. 53,

de 1971). (3) Otro incentivo para el trabajo se presenta a través de la posibilidad de ascenso social: "Mayores condiciones representan, siempre, mejores condiciones de trabajo y salarios más elevados. Infórmese en su Sindicato o en la Dirección del Trabajo" (4). (Película No. 157, de 1976).

De esta forma, a pesar de que el trabajo que se presentaba era siempre asalariado, no se enfoca el problema de la desigualdad social y de las clases sociales: todos son trabajadores y con su esfuerzo solidario y disciplina defienden la causa común: el desarrollo nacional.

*"Brasil, gente que progresa
construyendo esta Nación,
el trabajo permanente
con firmeza y corazón.
Y a paso de gigante
llevo a mi Brasil hacia adelante,
vamos todos a cantar, a una sola
voz, Brasil es hecho por
nosotros"*

"El estado intenta llenar con propaganda el vacío político que se instala e impide cualquier forma de expresión popular"

La relación trabajo/desarrollo y sentimiento patriótico se torna más evidente: todos están al servicio del engrandecimiento de la nación y, por tanto, se necesita y utiliza también a los héroes nacionales. El razonamiento adoptado obedece a la siguiente lógica: el buen patriota sirve a su país, respeta sus símbolos y se esfuerza para cumplir su papel en el crecimiento económico conseguido en base al trabajo, a la dedicación y a la capacidad de sacrificio para construir un Brasil Grande.

Se incentiva, de esta forma, el sentimiento de patriotismo y nacionalismo. En 1976, la televisión de todo el Brasil presentó una película (la No. 4) cuyo texto decía: "El nacionalismo es un conjunto de ideas para la acción política, económica y social, y tiende a preservar el interés de la Nación. Es el fortalecimiento de nuestra economía, el uso de nuestras riquezas en beneficio de todos los brasileños. Un nacionalismo alto, equilibrado y justo es instrumento de gobierno. Este

es un país que va hacia adelante". Profundamente contradictorio con las prácticas políticas y económicas en curso, invierte la realidad transformando un nacionalismo inexistente en existencia de nacionalismo y la preservación de ciertos intereses en preservación de intereses generales, e intenta responder a las críticas sobre la progresiva desnacionalización de la economía brasileña, especialmente en el sector minero.

El papel de la seguridad dentro del proyecto de desarrollo se manifiesta en la necesidad de mantener el orden interno y la paz para poder trabajar. Y las responsables por la seguridad del país son las fuerzas armadas. De esta forma, al unir seguridad y desarrollo, se justifica la presencia de los militares en el poder, para mantener un estado fuerte, capaz de controlar las expresiones de descontento y desorden.



La presencia de los militares en el comando político de la nación se justifica por la necesidad de orden para el progreso y por la oposición al "caos" que, según los militares, reinaba en el país antes de 1964. Al conmemorarse el 80. aniversario de la revolución, se divulgó por radio y televisión el siguiente texto:

ANTES DE 1964:

La corrupción, la demagogia, el desorden;
la lucha de clases deteniendo el crecimiento del país;
la desesperación, el desaliento;
el miedo, la angustia, la inquietud, el caos.

OCHO AÑOS DESPUES:

El trabajo, la confianza, el orden; la administración pública trabajando para el bien común; la participación del pueblo y la certeza de la meta a donde llegar.

De esta forma, se justifica a nivel ideológico el carácter del Estado, al mismo tiempo progresista y conservador. Progresista -en el campo económico- por la racionalidad administrativa y la capacidad para viabilizar el crecimiento económico, racionalizando la producción con miras al aumento de la productividad y, en el campo social, al atender las expectativas de desarrollo mediante mecanismos asistencialistas. Autoritario -en el terreno político- porque elimina el debate y la participación política, justificando la existencia de todo su arsenal

coercitivo, jurídico y militar en función del mantenimiento del orden para el progreso, escamoteando la realidad a través de la represión, de la censura a los organismos de divulgación y demostrando la posibilidad de escoger sólo entre las cosas permitidas. En 1972 (película No. 101), la propaganda oficial anunciaba: "Nunca se leyó tanto en este país".

La tentativa de "movilizar la voluntad colectiva para el esfuerzo nacional de desarrollo", utiliza las formas de expresión de la sociedad, su lenguaje, sus valores y los transforma para que adquieran los significados que se desea y necesita para integrar a las clases trabajadoras en el proceso; se busca encarnar el desarrollo como aquel que representa y

beneficia a todos los sectores de la población. De la misma forma, a través de una verdadera acción educativa, pretende crear una nueva mentalidad, basada en la existencia de una sociedad democrática, en la cual democracia significa igualdad de oportunidades y existencia de caminos para ascender socialmente. Los argumentos que se utiliza para crear una nueva mentalidad revelan el papel destinado al pueblo: colaboración individual para la construcción nacional, acoplada a la intención de aglutinar intereses personales en torno de un ideal común: la creación de un Brasil Potencia, para lo cual sólo los inconformes negarían la colaboración y merecerían ser castigados.

CONCLUSION

Para responder simbólicamente a las diversas necesidades de la población brasileña y promover el compromiso de todos los sectores de la sociedad en un proyecto de expansión económica, la propaganda del gobierno no puede ser considerada como una respuesta a las demandas específicas. Estas respuestas están presentes en algunos momentos; lo esencial de la propaganda es su función de legitimación e integración. Aquí, legitimar es hacer aceptable el proyecto de desarrollo en la forma en que el Estado lo propone, convertirlo en proyecto de la sociedad como un todo y justificarse como ejecutor de los anhelos nacionales; a su vez, integrar es incentivar el compromiso popular en torno de las políticas que viabilizarán el modelo de desarrollo económico deseado.

La justificativa del papel del Estado como conductor de un modelo de desarrollo que atienda a toda la población se basa, en primer lugar, en proporcionar una imagen ideal de la sociedad. Una sociedad en donde no existan conflictos antagónicos. Lo que existen son dificultades que pueden ser superadas con la contribución personal de cada uno y con una eficiente administración. Todos los intereses convergen hacia el desarrollo nacional conducido por el Estado. En la dirección del proyecto de desarrollo, el Estado se justifica en función de la racionalidad y eficiencia administrativa.

La forma de presentar el proyecto de desarrollo lo hace viable y deseado, una vez que la existencia de canales de ascenso social sustituye la visión de clases sociales con intereses específicos.

El problema de la supervivencia objetiva se encara, entonces, desde la perspectiva de la calificación de la mano de obra y de la capacidad y calidad individuales.

Se intenta integrar a las clases trabajadoras promoviendo la confianza en la posibilidad de que el país se convierta en nación desarrollada, con todas las retribuciones materiales que el desarrollo trae para los trabajadores. Esta creencia se basa en las potencialidades de recursos naturales del país que, cuando sean explotados, traerán prosperidad y riqueza para todos. Para fortalecer esta creencia, se enumeran los beneficios de los cuales la población ya puede disfrutar.

Sin embargo, no se presenta en forma directa ni continua el proyecto de desarrollo con seguridad y la intención de legitimarlos. Los argumentos utilizados pueden ser "racionales" (beneficios concretos para la población) o "motivacionales" (apelar a la nobleza de sentimientos, destacando el patriotismo).

da, permitieron crear un clima favorable a la integración de las clases trabajadoras. A medida que el "milagro" se deshizo y la promesa de un futuro próspero se tornó más remota, la búsqueda de la legitimación tuvo que ser reconducida a esferas fuera del dominio exclusivo de la economía. Y este segundo momento, sólo se muestra a partir de 1976. Por ejemplo, la necesidad de seguridad transfirió el mantenimiento del orden para el trabajo, hacia la preocupación del Estado por la seguridad personal de los ciudadanos. El papel de las fuerzas armadas -que garantizaba la seguridad- se transformó en desarrollo tecnológico (Embraer) o de asistencia social (marina amazónica).

A más de modificar los significados de diversos temas, se dieron diferentes justificaciones para sustentar las políticas: a partir de 1976, crece la utilización del sentimiento patriótico; se insiste en la necesidad de la solidaridad y del trabajo conjunto entre gobierno y pueblo.

"Se produjeron campañas publicitarias que colocaron al gobierno como el 'mayor anunciante' en la TV Brasileña"

"Las contradicciones no se solucionan ni resuelven mecánicamente con el aumento de la represión"

Con frecuencia, la continuidad depende de la dirección y evolución del proyecto. Así, como el proyecto de desarrollo no se implanta en su forma ideal sino en su forma posible y está condicionado por factores internos y externos, también su presentación sufre alteraciones, ya sea en el estado de las relaciones entre las clases o en la orientación particular de uno o de otro dirigente, que destacan aspectos diferentes del desarrollo. Las piezas publicitarias pasan a reflejar las modificaciones sufridas.

Los temas "evolucionan" conforme las exigencias de un orden en constante mutación. Esa evolución en los significados, más que una adaptación del lenguaje, está decisivamente marcada en dos momentos: entre 1970 y 1975, y a partir de 1976. Hasta 1975, la crisis económica no se había caracterizado aún en el ámbito de las piezas publicitarias. El crecimiento de los índices económicos en los primeros años de la década,

Para finalizar, se puede decir que mientras más contradicciones existan, mayor es la necesidad de ideología. Las contradicciones no se solucionan ni resuelven mecánicamente con el aumento de la represión. La ideología puede, entonces, cumplir parte del papel antes reservado al aparato policial, sin ninguna garantía de resultados objetivos, a no ser en relación a las clases o fracciones de clases que estuvieren siendo materialmente beneficiadas, o creando un "clima de confianza" en épocas de prosperidad. En este caso, el Estado produce y coloca en circulación mercaderías simbólicas, para favorecer el mantenimiento de un orden para el desarrollo. Esto demuestra, desde la perspectiva del emisor, una nítida relación costo/beneficio: en términos monetarios (integración adecuada de la fuerza de trabajo en el proceso productivo) y políticos (economía de represión y hegemonía).



NOTAS

- (1) Estudio realizado por LEDA - Levantamientos Estadísticos de Datos de Anunciantes. "Folha de São Paulo", 3 de octubre de 1976.
- (2) Referencias sobre la existencia de este Acuerdo se encuentran en el documento "Normas Generales del Sistema de Comunicación Social de la Presidencia de la República". Brasilia, sin fecha.
- (3) "Los grandes fondos sociales... fueron desviados de su finalidad específica - la atención a la masa de asalariados-, ya sea para financiar empresas... o para financiar directamente el consumo de las clases con rentas más altas". F. Henrique Cardoso - Perspectivas de Desarrollo y el Medio Ambiente: El Caso del Brasil, in: "Encontros com a Civilização Brasileira", No. 20, pag. 35.
- (4) "...a mediados del gobierno de Figueiredo, la participación del 10 por ciento de los más ricos en la renta era cuatro veces mayor que la cuota de la mitad más pobre de la población económicamente activa...; en 1960 esta relación era de 2.2 por ciento". "Folha de São Paulo", 20/03/1983.



MARIA LUISA M. MENDONCA, brasileña, estudió Relaciones Públicas y obtuvo un Post-gradó en Comunicación en la Universidad de Brasilia. Dirección: Alameda do Botafogo 458 Centro - Goinia - Goiás - 74000 - Brasil.

OPINIONES SOBRE "CHASQUI"

Múltiples comentarios sobre la revista CHASQUI, hemos recibido de diversos países. Todos ellos estimulan nuestra labor. Siendo imposible publicarlos todos por la explicable falta de espacio, nos complace presentar los siguientes:

"La revista CHASQUI goza de merecido prestigio entre el gremio de comunicadores por su extraordinario valor editorial".

Guido Groscoors
Ex ministro de información, Caracas, Venezuela

"Nos congratulamos por el excelente nivel de los ensayos, reseñas y por las noticias, los cuales nos ponen en contacto con el pensamiento latinoamericano de la comunicación".

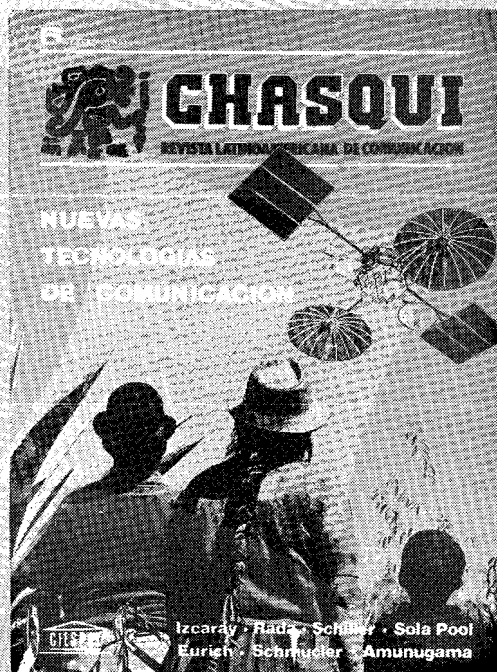
Murilo César Soares
Jefe del Departamento de Técnicas de la Comunicación
Fundación Educacional de Bauru, Sao Paulo, Brasil

"La revista CHASQUI" es un verdadero placer y una mina de oro para los científicos de la comunicación social y seguramente también para los periodistas profesionales".

Karin Bohman, científica de comunicación
Göttingen, Rep. Fed. de Alemania

"El contenido de la revista CHASQUI nos parece muy interesante y útil para los estudios que realiza el Instituto de América Latina, ad-junto a la Academia de Ciencias de la URSS, sobre los problemas económicos, socio-políticos y culturales del continente latinoamericano".

Dr. Anatoly N. Borotkov
Jefe del sector de relaciones científicas internacionales del Instituto de América Latina.
Academia de Ciencias de la URSS.



"Queremos felicitarles por el esfuerzo que significa esta publicación, y por lo valioso del material ofrecido"

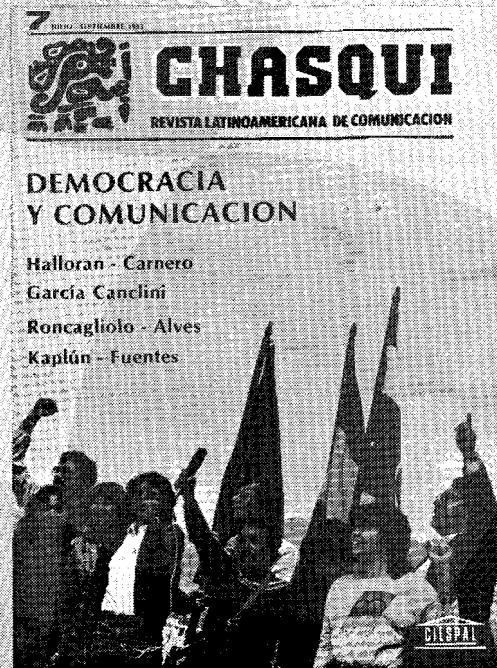
Raúl Bidart
Director del Instituto de Promoción Económica-Social del Uruguay.

"La revista es de mucho interés no solamente para los estudiosos de la comunicación a nivel académico, sino para los profesionales y las entidades que utilizamos la comunicación como herramienta en la acción social"

José A. Rodríguez F.
Director de la División Internacional de Acción Cultural Popular. Escuelas Radiofónicas Bogotá, Colombia

"La revista, tanto en la forma como en el contenido, es de excelente calidad y da respuesta a las expectativas que muchos de los lectores albergamos"

Juan C. Soruco Q. Comunicador social. La Paz, Bolivia



"CHASQUI es una publicación excelente: mejora en cada número. De interés particular es la número 5 sobre Nuevas Tecnologías"

Dr. Michael Traber
Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana
London

"Quiero felicitarles por la publicación de la revista CHASQUI ya que al difundir las investigaciones y avances de las comunicaciones, dentro de la problemática de los países de América Latina, se constituye como orientadora crítica en el camino trazado por los comunicadores sociales, identificados como agentes del cambio social en el área comunicacional"

Fresia Vega Guillén
Alumna de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Lima, Perú.

Introducción a una nueva sección

La enseñanza de la comunicación en los países latinoamericanos ha sido objeto de fuertes críticas provenientes de sectores vinculados a la misma o de quienes se desempeñan en la práctica profesional. Un argumento extremo, que nunca ha pasado del todo, es el siguiente: las escuelas no cumplen ninguna función, los comunicadores se forman en la labor cotidiana, en los medios de difusión colectiva.

Argumento falso, sin duda, aun cuando no pueda negarse la importancia de la práctica y el papel que vienen cumpliendo los profesionales formados en ella. Si hay algo que han demostrado las escuelas es que los problemas comunicacionales exceden en mucho los requerimientos de la práctica. Piénsese en ámbitos como la comunicación rural, comunicación y educación, comunicación en las instituciones, por mencionar solo algunos.

Posturas menos radicales se refieren a la conformación de los currícula, a la capacitación de los docentes, a los procesos de enseñanza-aprendizaje, a los materiales de apoyo, a los sistemas de evaluación. En cada uno de estos puntos hay problemas de ninguna manera resueltos.

Las reformas curriculares han sido constantes, pero en general no han logrado una consolidación de planes y programas en relación con la demanda real. Para trazar los lineamientos del perfil profesional se ha apelado a la información aportada por los docentes o por especialistas en el tema, pero a menudo los diagnósticos sobre los cuales debe diseñarse cualquier currículum han brillado por ausentes. Diagnósticos de necesidades y demandas propias de los medios de difusión colectiva; diagnósticos de necesidades y demandas correspondientes a comunicación y educación, comunicación rural, comunicación institucional . . . ; diagnósticos de requerimientos de sectores sociales postergados. Solo sobre la base de una gran cantidad de información es posible plantear un diseño o una transformación curricular.

Las críticas a la capacitación de los docentes arrecian desde hace años: falta de preparación para impartir la enseñanza, falta de adaptación de materias y materiales a cuestiones específicas de comunicación; falta de dedicación. . . . En efecto, nuestras escuelas se fueron nutriendo de profesionales provenientes de diversos campos, en ninguno de los cuales se capacita para la enseñanza. Problema que compartimos, por supuesto, con otras profesiones. La constante apelación al verbalismo constituye una consecuencia direc-

ta de ello. La adaptación de materias y materiales a cuestiones específicas de comunicación ha mejorado en los últimos años, sobre todo si se compara con lo que ocurría en la década del 60. Sin embargo, muchas veces se promete al estudiante el logro de objetivos en tanto que durante el proceso de enseñanza-aprendizaje no se dan los pasos destinados a tal logro. La poca dedicación tiene una causa económica: la gran mayoría de las escuelas carece de personal de tiempo completo o de medio tiempo. Los profesores trabajan en general por horas, con todas las consecuencias que un sistema semejante acarrea.

De lo anterior se desprenden las críticas al proceso de enseñanza-aprendizaje: verbalismo, falta de real capacitación profesional, falta de práctica en el dominio de los diferentes medios. . . . Lo fundamental: ¿cómo capacitar a alguien para una actividad que requiere un constante dinamismo, a través de métodos destinados a reforzar la pasividad? Y esto vale también para los mecanismos de evaluación, basados casi siempre en formas tradicionales de verbalismo.

A pesar de todos estos problemas nadie puede negar la importancia creciente de las escuelas en nuestros países ni desconocer los progresos existentes en todos los órdenes. Los productos de las reuniones de FELAFACS, el trabajo de las distintas asociaciones en los respectivos países, el nivel que traen a los cursos los profesores becarios de CIESPAL, constituyen una clara muestra de los crecientes esfuerzos de superación que hoy se viven.

*Es precisamente dentro de esos esfuerzos donde se inscribe la sección **Enseñanza de la Comunicación** que se inicia a partir de este número de CHASQUI. Su propósito es recoger aportes de personas preocupadas en ese tema, puntos de vista de especialistas, información proveniente de las escuelas, a fin de favorecer un intercambio de información que beneficiará a todos.*

La sección, que estará a cargo de Daniel Prieto Castillo, se abre a todos los docentes, especialistas y establecimientos que deseen dar a conocer sus experiencias en el campo de la enseñanza.

Damos inicio a esta sección con un trabajo del investigador mexicano Raúl Fuentes Navarro.

La realidad latinoamericana, constituida por una muy compleja red de prácticas socio-culturales, políticas y económicas, interdeterminaciones entre esas prácticas, e interpretaciones diversas de su significación en lucha por la hegemonía, es a la vez contexto y contenido de la actividad educativa en la que se forman los comunicadores sociales. Esa inserción de la universidad en la sociedad y las condiciones en que los sujetos provenientes de ella dedican energía, tiempo y recursos a la preparación para incidir profesionalmente sobre la comunicación y sus diversas manifestaciones sociales, ubica a la universidad como un espacio privilegiado de transformación y renovación cultural. Pero ese privilegio es sólo una posibilidad en tanto la institución y sus miembros no se asuman a sí mismos como sujetos a transformación; el currículum expresa y concreta los límites y el sentido de esa posibilidad.

Desde hace más de una década, la reflexión de las escuelas de comunicación sobre su propio quehacer ha ido definiendo una problemática creciente en importancia: el currículum académico se ha convertido en un tema recurrente de investigación y de discusión. Al mismo tiempo, el crecimiento desmesurado del número de instituciones dedicadas al estudio de la comunicación social en América Latina ha suscitado un gran interés por analizar las condiciones en que se forma una cantidad siempre creciente de nuevos comunicadores, y el volumen de documentos, foros y debates se ha multiplicado sustancialmente. No obstante, no se puede disponer todavía de información completa y sistemática, y escasean los estudios profundos y rigurosos. De ahí la necesidad de partir de una definición clara del objeto y tratar de construir un modelo que ayude a dar cuenta de las múltiples articulaciones que lo constituyen en la práctica.

En este sentido, se entiende por "currículum" o "diseño curricular" el conjunto sistematizado de conceptos, objetivos, contenidos, series de asignaturas, metodologías y criterios de evaluación académica que definen una carrera universitaria y orientan la práctica educativa, la organización de los recursos pedagógicos, los procesos de enseñanza y aprendizaje, y el sentido del ejercicio profesional de los egresados. De esta definición se desprende que la función del currículum es esencial en la realización de los fines universitarios y, por lo tan-

to, que en el diseño curricular se pueden encontrar claves muy relevantes para analizar y operar la formación de profesionales y sus modos de inserción en la vida social.

Quizás una de las dificultades que han impedido mayores avances en la reflexión sobre el currículum en comunicación pueda explicarse por la pretensión, muy extendida, de trabajar únicamente con su aspecto estático y manifiesto: con las asignaturas y su seriación, sus problemas prácticos, y tal vez, en el mejor de los casos, con la correlación que guardan éstos con el ejercicio profesional.

A esta visión se opone una concepción dinámica del diseño curricular que, al mismo tiempo que establece una **estructura** a las actividades académicas, define los **procesos** que constituirán y harán evolucionar esa estructura como sistema de aprendizaje y formación de sujetos concretos en circunstancias concretas. Desde esta perspectiva, las secuencias de actividades de aprendizaje, orientadas hacia el cumplimiento de objetivos definidos y jerarquizados, implican una serie de transformaciones sucesivas de los sujetos participantes, de la organización de los recursos disponibles, y de las relaciones -conceptuales, operativas y políticas- que la institución establece y mantiene con su entorno social.

Entendido así, el currículum no tiene sólo un carácter **normativo**, sino que se convierte en un proyecto educativo vinculado directamente al desarrollo histórico y es adaptable, por lo tanto, a las continuas modificaciones de la realidad en que se inserta. Sólo así, pasando de lo normativo a lo prospectivo en la elaboración del diseño curricular, es posible evitar la inadecuación de los programas de estudio y la obsolescencia de una formación diseñada, en la mayoría de los casos, de acuerdo a situaciones imperantes varios años antes de que los estudiantes las enfrenten. La importancia de adoptar una concepción dinámica del currículum y de propiciar una estructura dinámica en él es innegable, si se pretende estar al día con la realidad comunicacional, y formar a los profesionales que contribuyan efectivamente a transformarla en el sentido de la democratización tan anunciada.

Asumir una concepción dinámica del diseño curricular, que lo caracteriza como un proceso **histórico** en el sentido

APUNTES PARA UN DISEÑO CURRICULAR EN COMUNICACION

Por Raúl Fuentes Navarro

* *Resumen elaborado para la revista CHASQUI de la disertación básica que con el título "El Diseño Curricular en la Formación Universitaria de Comunicadores Sociales para América Latina. Realidades, Tendencias y Alternativas", presentó el autor en el III Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, UNAM-ENEP-Acatlán, México, D.F., el 28 de septiembre de 1982.*

pleno del término, implica considerar el currículum como una estructura de transformaciones estrechamente vinculada con otros aspectos de la vida social que interactúan dialécticamente con él y le asignan límites, posibilidades, sentido y magnitud. De ahí que sea necesario contextualizar el diseño curricular y explorar las condiciones en que ha venido desarrollándose la formación de comunicadores en nuestros países, así como las posibles alternativas que cabría considerar.

Por ello una concepción dinámica del diseño curricular implica, a la vez que una anticipación del futuro deseable, un reconocimiento sistemático de las determinaciones como puntos de partida. Para llegar a las realizaciones, las necesidades y aspiraciones deben corresponderse con las posibilidades, y esa correspondencia constituir el marco del proceso educativo. En consecuencia, si el **objeto** de la carrera es la comunicación, el **sujeto** del currículum es la escuela y sus integrantes; son ellos quienes abordarán el estudio del objeto dentro de un rango definido de posibilidades, de condiciones de viabilidad del proyecto académico, que no dependen nada más de lo que se pretende hacer, sino de quién lo pretende y desde dónde.

En términos piagetianos, la dinámica de un diseño curricular tendría cierta analogía con la equilibración de estructuras cognitivas que constituye la inteligencia. Sistema de transformaciones al fin, la inteligencia es un estado de equilibrio móvil que permite al sujeto la adaptación continua a la vida, y guía su desarrollo a través de la dialéctica de la asimilación y la acomodación, de la acción de transformarse y la acción de transformar.

Esta analogía permite ilustrar la dinámica curricular en comunicación, orientada en cada institución por las definiciones que formula y que practica como instancia formativa. Esta dinámica puede representarse en un modelo, en el cual la delimitación del **Objeto de la Carrera** y la definición del **Perfil del Comunicador**, ambos elaborados en relación con el **Marco ideológico-valoral** y el **Régimen Legal** de la institución, son los elementos fundamentales del **Diseño Curricular** que, a su vez, fundamenta la práctica formativa.

Para la delimitación del Objeto de la Carrera, las claves son la **Teoría de la Comunicación** y una caracterización de

las **Prácticas Profesionales** deseables, para el Perfil del Comunicador, a su vez, las **Necesidades Sociales** de comunicación a atender prioritariamente, y las condiciones del **Mercado Profesional**.

Sobre estas bases, el currículum define objetivos, planes y programas, metodologías y criterios de evaluación, cuya **Práctica** requiere la administración de recursos humanos, técnicos, académicos, financieros, políticos, materiales, culturales y pedagógicos. Finalmente, del adecuado equilibrio y aprovechamiento de todos estos recursos dependen los resultados concretos del proyecto, expresados como capacidad de la institución y sus egresados para incidir efectivamente en la transformación crítica de las prácticas comunicacionales de la sociedad.

Si consideramos que el número de instituciones dedicadas a la formación universitaria de comunicadores sociales en América Latina rebasa las 160 en 20 países del área y que la diversidad de características definitorias es enorme entre ellas, pretender elaborar un diagnóstico completo es ilusorio todavía. Pero algunas tendencias generales se manifiestan claramente, de entre las cuales se pueden extraer algunos elementos para completar la conceptualización del modelo anotado, sin pretender su aplicabilidad o validez universales.

Entre tales tendencias cabe destacar que el surgimiento y auge de las escuelas de comunicación ha estado asociado estrechamente a la expansión de los medios de información colectiva de acuerdo al modelo norteamericano y, sobre todo, a sus funciones económicas e ideológicas. En consecuencia, las necesidades sociales originarias de la formación universitaria de comunicadores son las de legitimar y preparar elementos capaces de contribuir al reforzamiento de los ciclos de circulación del capital y de reafirmar el consenso social en torno a un modelo de desarrollo no precisamente pensado para las mayorías. De ahí que puedan ubicarse casi todos los diseños curriculares de comunicación en referencia a esa demanda originaria de los medios masivos, así sea como rompimiento o reacción ante ella. Son todavía excepcionales los puntos de partida distintos a éste en la caracterización de las necesidades sociales de comunicación y del diseño curricular respectivo, en toda América Latina.

Hasta ahora, parece que la influen-

cia de la práctica "profesional" de la comunicación social (desempeñada tanto por comunicadores universitarios como por "empíricos") ha sido mucho mayor que la recíproca sobre la formación en las universidades. Es decir, los comunicadores universitarios han sido en gran medida incapaces de transformar la práctica profesional imperante en sus supuestos campos de competencia. Un análisis detallado de las condiciones en que los egresados se incorporan al ejercicio profesional, y de las tendencias que la propia práctica va señalando como decadentes, dominantes o emergentes, es una fuente imprescindible de información que, en el contexto de los valores asumidos institucionalmente, debería fundamentar específicamente el Perfil del Comunicador y orientar dinámicamente el diseño curricular, adecuándolo a las diversas realidades locales, regionales y nacionales.

El modelo propuesto distingue dos perspectivas del ejercicio profesional: una en relación a las condiciones del mercado de trabajo, que en confluencia con una estimación de las necesidades sociales definidas como prioritarias definiría el Perfil del Comunicador; otra, en relación a las prácticas deseables, pertinentes en función de una teoría de la comunicación, confluencia de la cual surgiría una delimitación del Objeto de la Carrera: la comunicación entendida de una determinada manera. Esta doble relación con la práctica profesional es la que permitirá que los objetivos generales de un diseño curricular sean viables socialmente y darán sentido a la teoría.

Es ya lugar común en los foros latinoamericanos sobre comunicación la denuncia de la inadecuación de los modelos teóricos impuestos desde afuera para la comprensión de nuestras realidades y posibilidades comunicacionales. Lo que no ha alcanzado consenso es la alternativa apropiada, en parte por la dificultad de erigir un pensamiento crítico y en parte por el creciente desfase de la teoría, la investigación, la práctica y la enseñanza de la comunicación entre sí, dificultades a las cuales se han unido vicios como la confusa identificación de la comunicación con los medios, el descuido de la consistencia metodológica y el autoritarismo intelectual.

Por otra parte, en una gran cantidad de escuelas se puede constatar que uno es el currículum oficial, explícito, y otro muy distinto el que orienta la práctica educativa, lo que se aprende y enseña en realidad. Y aquí es donde puede encon-

trarse explicación a la irresolubilidad de problemas académicos muy extendidos, como la inadecuación de metodologías educativas, la insuficiencia de los recursos y la escasez de profesores e investigadores de alto nivel. Apenas en los últimos años han comenzado a experimentarse en algunas escuelas nuevos diseños metodológicos que propicien el desarrollo de la capacidad crítica de los estudiantes, la integración del conocimiento con la experiencia para que se constituya como conocimiento útil, y la práctica de la enseñanza y el aprendizaje sobre la comunicación a través de modelos y procesos de comunicación educativa. De estas experiencias deberán resultar conclusiones conceptuales y operativas que podrán ayudar a resolver muchas dificultades curriculares en tanto que se ubican, por definición, en una perspectiva dinámica y centrada en lo concreto. Por ejemplo, desde este punto de vista, la investigación deja de ser considerada como una actividad especializada y reservada a postgraduados, y se convierte en una condición del aprendizaje crítico e integrado de todos los estudiantes, en un ejercicio participativo y adaptable a los recursos disponibles.

Y en relación con esta práctica educativa, un último aspecto a tratar aquí sobre la múltiple y compleja articula-

ción dinámica que determina el sentido y las características de un diseño curricular, es el que lo relaciona con los sujetos, individuales y sociales, que lo actualizan en la vida cotidiana y para quienes se instituye. La educación es, en último término, como la comunicación, un proceso de apropiación del conocimiento y, como lo ha expresado Paulo Freire, "conocer es tarea de sujetos, no de objetos". De este concepto surge la primera y fundamental condición para el establecimiento y práctica de un curriculum dinámico de comunicación: la participación activa y comprometida del estudiante en el proceso de su aprendizaje.

Es claro que ningún diseño curricular tiene sentido si profesores y alumnos no comparten sus postulados y no hacen propias sus definiciones y objetivos. Es en esta apropiación en donde se sustenta la dinámica del curriculum y su efectividad social. Pero para ello hay dos condiciones: primero, que el diseño se elabore como un ejercicio dinámico de participación en sí mismo, que sea producto de la reflexión de aquellos cuya carrera orientará; y segundo, que provea los espacios para que esa participación se operacionalice y actualice permanentemente; es decir, que el curriculum propicie la transformación de su estructura como parte integral de los propios procesos formativos.

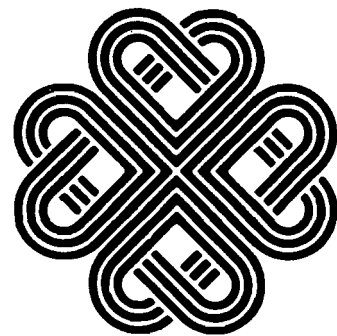


Raúl Fuentes Navarro, mexicano, Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del ITESO en Guadalajara. Coordinador del Comité de Asuntos Académicos del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y Vice-Presidente de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC).

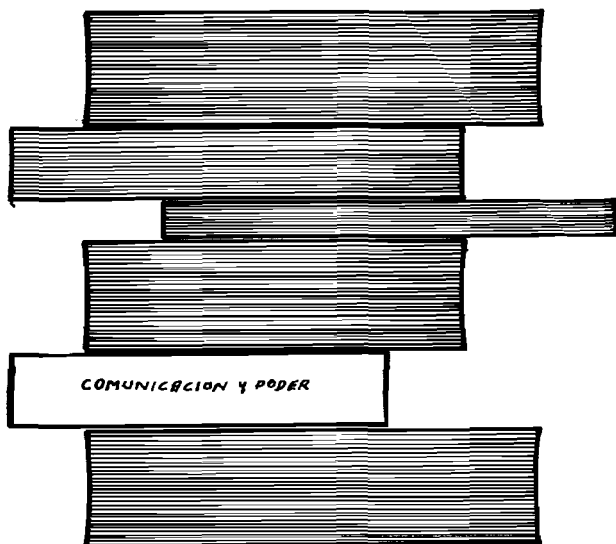
**ANNEE MONDIALE DES
COMMUNICATIONS**

**WORLD COMMUNICATIONS
YEAR**

**AÑO MUNDIAL DE LAS
COMUNICACIONES**



1983



LENGUAJE Y COMUNICACION SOCIAL

“Lenguaje y Comunicación Social, análisis lingüístico del texto escolar” es el título de la tesis de grado presentada por el boliviano Mario H. Chacón B. en enero de 1983 en la Universidad Católica de La Paz, Bolivia, y que tuvimos la oportunidad de conocer en la redacción de CHASQUI.

El autor analizó los textos “Mi sol”, “Flores” y “Primeras luces”, del sistema escolar boliviano para primera enseñanza, con la finalidad de establecer un criterio de evaluación comunicacional, aclarando que los libros sometidos a observación presentan restricciones lingüísticas derivadas básicamente de sus limitaciones sintácticas, metafóricas e isotópicas. Del estudio se deduce que al niño boliviano se le presenta un lenguaje insuficiente y poco generativo, con el consecuente desarrollo de serias restricciones respecto a la competencia lingüística con la que llega el niño a la escuela del país andino.

El autor considera que este hecho es vital para el proceso enseñanza-aprendizaje por cuanto impide la ampliación de las experiencias de comunicación del educando que tiene el idioma español como su lengua natural. Obviamente el problema es mucho más grave en otros contextos, especialmente rurales donde predomina el bilingüismo, español-quechua, español-aimara.

En cuanto a las consideraciones de tipo pragmático, la tesis se orienta hacia la adecuación del texto al ámbito en el que actúan. En los campos propuestos se plantea al “lector” ciertos micro-universos de fácil acceso, pero que no forman parte de las experiencias cotidianas del niño. Es por ello que a nivel de las conclusiones el trabajo plantea la necesidad de regionalizar los contenidos en función de los objetivos curriculares vigentes en Bolivia.

La tesis tiene un carácter exploratorio en el análisis y en la formulación de un esquema conceptual y operativo que deberá ser probado en otros materiales de diversa naturale-

za, aunque la metodología utilizada bien podría ser aplicada en otras investigaciones para obtener un análisis ideológico de los materiales didácticos. (Ronald Grebe López)

INVESTIGACION DE LA COMUNICACION

El ensayo *Investigación de la Comunicación a principios de los 80*, que Gerhard Maletzke envió a la redacción de CHASQUI, presenta una visión panorámica de los trabajos realizados en los últimos 3 años, principalmente en la República Federal de Alemania, sobre determinados aspectos de la Comunicación.

Con relación a los métodos de investigación empírica de la comunicación, Maletzke se refiere a encuestas, experimentos de laboratorio y análisis de contenido. Destaca que los experimentos de laboratorio han disminuido para dar paso a los de campo, porque, aunque siendo menos exactos, están más cerca a la realidad.

En las investigaciones que utilizan el análisis de contenido se puede observar que en los últimos años se está buscando un mayor desarrollo metodológico. Se observan tres tendencias: el análisis estandarizado que utiliza la elaboración de datos electrónicos; observar cuantitativamente declaraciones no-verbales, ej: análisis de personas en la TV; y se busca superar el largamente criticado “elementarismo” combinando tres niveles semióticos: sintaxis, semántica y pragmática, con lo cual una opinión no es observada “por sí”, sino también en su relación con el comunicador por una parte y con el receptor por la otra.

Además, en Alemania Federal existe entre los investigadores una creciente tendencia a combinar varios métodos, porque todo método de la ciencia social tiene carencias y la fuerza de uno debe servir para apoyar la debilidad de otro, así aumenta la capacidad investigativa de la Comunicación.

Los efectos de los medios de comunicación en el campo político fueron y son un aspecto importante de la investigación en Alemania Occidental. Desde hace varios años se analiza la influencia de los medios sobre los electores y su comportamiento ante las elecciones. Elisabeth Noelle-Neumann, directora del Instituto de Demoscopia de Allensbach, aseguró que había probado que la TV fue el factor determinante en las elecciones generales de 1976. La controversia desatada por esta aseveración hizo que en 1980, año de elecciones en Alemania Federal, se realizaran simultáneamente varias investigaciones al respecto, en las cuales se comprobó que la tesis de la profesora Noelle-Neumann no era correcta.

Un concepto todavía nuevo dentro de la investigación de la comunicación es la hipótesis sobre la función temática (Agenda setting) de los Medios. La fórmula simple dice: “aquellos temas de la discusión política que son destacados por los Medios, tienen como consecuencia que también los receptores las consideren importantes”. Existen más de 50 estudios al respecto, el más amplio es el de David H. Weaver efectuado con motivo de las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 1976.

“Niños y Medios” es otro de los importantes campos de la investigación que en el último tiempo ha alcanzado relevancia, en parte por la preocupación por el efecto que los Nuevos Medios tienen sobre los jóvenes. En Alemania Occidental existen trabajos interesantes al respecto, por ejemplo el de Hans-Dieter Kübler que analiza comparativamente la TV para niños en Alemania Federal y en Alemania Oriental.

El problema de la **violencia** en televisión es otro de los aspectos investigados; aunque en el último tiempo parece que el interés de los científicos ha disminuido, eso no quita que también en Alemania Federal se siga estudiando, aunque las mayores referencias vengan de los Estados Unidos y Canadá.

En cuanto a los “Nuevos Medios”, Maletzke plantea que actualmente se está pasando de la fase en que se discutía y pronosticaba sobre el probable desarrollo de los Nuevos Medios y sus efectos sobre personas, familia y sociedad, a una nueva fase en que se realizan investigaciones empíricas, tomando en cuenta que entre tanto algunos nuevos medios ya están en el “mercado” y pronto entrarán otros.

En Alemania Federal el interés con relación a la **TV por cable** está centrado en los proyectos piloto de Berlín Oeste, Dortmund, Ludwigshafen y Munich. La **radiodifusión vía satélite** todavía no es tema de investigaciones, porque en su primera fase los programas serán aquellos que ya

fueron difundidos previamente o que en gran parte están almacenados en las redes de cable, con lo cual la investigación no ofrece aspectos novedosos.

Sobre el **Videotext** existe actualmente una gran encuesta telefónica a quienes utilizaron el sistema. La investigación se está efectuando por encargo del primero y segundo canal de televisión (ARD y ZDF) de Alemania Occidental

El aspecto de la **comunicación internacional e intercultural** no ha sido sistematizado satisfactoriamente, pero en los últimos años ha aumentado su importancia. El número de investigaciones y publicaciones ha crecido enormemente, se puede mencionar el “Handbook of intercultural communication” de Molefi K. Asante, “The cultural dialogue” de Michael H. Prosser y naturalmente el informe MacBride. En idioma alemán este campo de investigación no ha sido tratado, aunque lentamente se va tomando conciencia de su importancia y por eso el Instituto de Publicística y Comunicación de la Universidad de Göttingen ha creado una cátedra para este campo de enseñanza e investigación.

El ensayo de Gerhard Maletzke termina aclarando que no se mencionó la comunicación no-verbal y tampoco los aspectos sociales de la comunicación de masas, porque rebasarían el marco del trabajo. (Ronald Grebe López)



Comunicación y cultura 9

LA COMUNICACIÓN MASIVA EN EL PROCESO POLÍTICO LATINOAMERICANO

*25 años de satélites
artificiales*

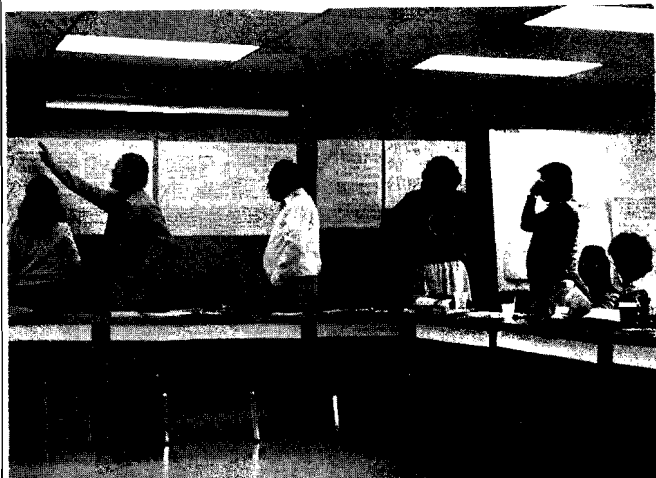
Como escuchar la radio

*El cambio tecnológico en
las comunicaciones*

*La investigación de la
comunicación en América
Latina*

DE VENTA EN LAS PRINCIPALES LIBRERIAS
INFORMES Y SUSCRIPCIONES EN LA UAM-XOCHIMILCO
CALZADA DEL HUESO 1100,
EDIFICIO CENTRAL, PRIMER PISO
TELEFONO 594-78-33 EXT. 169

comunicación y cultura aparece bajo el auspicio de la división
de ciencias sociales y humanidades de la universidad autónoma
metropolitana, unidad xochimilco.



CURSO DE PROYECTOS DE COMUNICACION: INVESTIGACION Y PLANIFICACION

Con un total de 19 becarios de distintas escuelas y facultades de comunicación se realizó en Guadalajara, México, el curso Proyectos de Comunicación: Investigación y Planificación, del 27 de junio al 28 de julio. La organización estuvo a cargo de CIESPAL, del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO, y del Consejo Nacional de Investigación de la Comunicación Colectiva, CONEICC.

Como en los cursos anteriores que sobre el tema viene ofreciendo CIESPAL, se trabajó sobre proyectos de comunicación orientados a la acción con sectores populares, investigación aplicada, identificación y formulación de problemas, técnicas de diagnóstico y autodiagnóstico, formulación de objetivos, diseño de estrategias, programación y evaluación de proyectos.

El curso fue dictado por los expertos Eduardo Contreras Budge y Daniel Prieto Castillo.

Participaron como profesores asistentes el licenciado Carlos Corrales y el maestro Carlos Luna. La coordinación general estuvo a cargo del licenciado Raúl Fuentes Navarro, director de la carrera de Comunicación del ITESO. El curso fue posible gracias al auspicio de la Fundación Friedrich Ebert en CIESPAL.

Este evento, como otros que viene desarrollando CIESPAL en el contexto latinoamericano y en su sede en Quito, se fundamenta en un análisis de las necesidades de capacitación existentes en el área. El trabajo en proyectos orientados hacia sectores populares tiene ya una larga historia en nuestros países, pero ha sido siempre necesario sistematizar y profundizar los problemas comunicacionales, en relación con la participación directa de los propios interesados. Mal se puede aspirar a esto último si cuando se capacita existe la tendencia a mantener esquemas tradicionales de enseñanza. Por esta causa el curso fue diseñado, y así se lo llevó a la práctica, para lograr

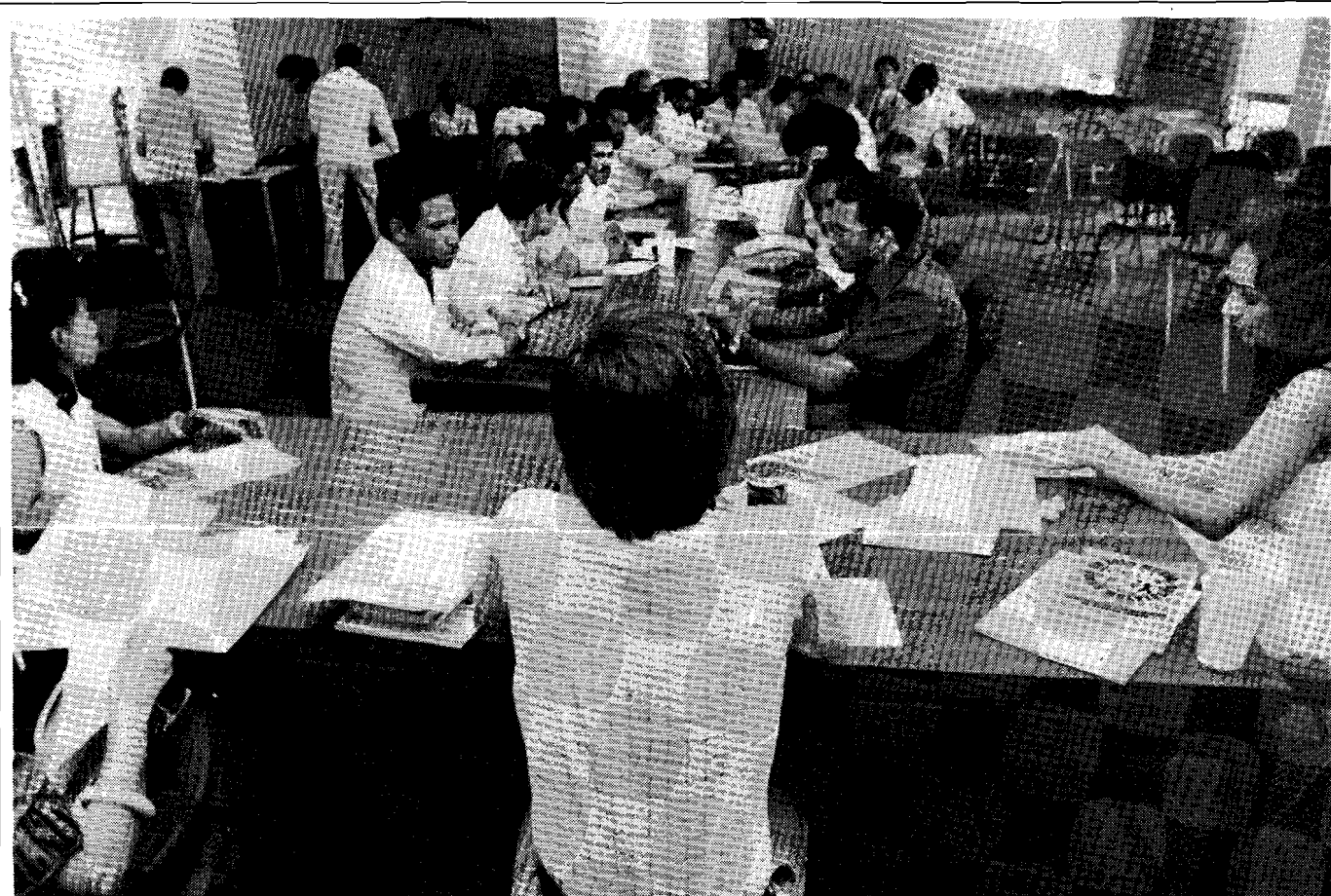
el máximo de participación de los de sesiones expositivas y una constante actividad individual y grupal. Esto permitió un permanente intercambio de experiencias y una adecuación de los temas propuestos al contexto mexicano.

Los participantes fueron: Hélène Lagacé, ITESO—Guadalajara; Juan Carlos Ramírez Aguilar, ITESO—Guadalajara; Pedro González López, Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA)—Guadalajara; Francisco de J. Aceves González, UNIVA—; Oscar Alvarado Nieves, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán, UNAM; Javier Arévalo Zamudio, Facultad de Ciencias Políticas, UNAM—Distrito Federal; Consuelo Beas Oropeza, Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, D.F.; Rafael Castro Lloria, UAM-Xochimilco; José Luis Cerdán Díaz, Universidad Veracruzana—Veracruz; Ignacio Oropeza López, Universidad Veracruzana; Graciela Corro Caballero, Universidad Intercontinental D.F.; Patricia Favela Aldana, Escuela de Comunicación Social—Culiacán, Sinaloa; Adriana González Guzmán, Universidad Latinoamericana—D.F.; Fernando García Pérez, Universidad Iberoamericana, Plantel Nuevo León—Nuevo León; Lilian Ribeiro de Andrade, Universidad Iberoamericana, plantel Puebla—Puebla; Concepción González Molina, Universidad Iberoamericana, plantel Puebla; Edna Amparo Romo Becerra, Universidad de Monterrey y María de Jesús Oros Lvengo, Universidad de Tepeyac D.F.

“LA COMUNICACION POPULAR EDUCATIVA: BALANCE Y PERSPECTIVAS EN AMERICA LATINA”

El Seminario—Taller “La Comunicación Popular Educativa: Balance y Perspectivas en América Latina” se llevará a cabo en la sede CIESPAL (Quito-Ecuador) del 14 al 18 de noviembre de 1983. Las organizaciones que auspician este Seminario—Taller son CIESPAL, Fundación Friedrich Ebert de la República Federal de Alemania, Radio Nederland Training Centre de Holanda y la Asociación Católica Latinoamericana para la radio y TV (UNDA/AL).

El Seminario está dirigido a directivos de instituciones o proyectos que apoyan esfuerzos de comunicación y educación popular, con la intención de compartir experiencias, ampliar horizontes, fortalecer vínculos y sugerir mecanismos prácticos para mejorar las actividades propias de cada institución. Han confirmado su asistencia: CELADEC (Perú), CESAP (Venezuela), INCUPO (Argentina), Centro Pastoral Vergueiro (Brasil), FASE (Brasil), ERBOL (Bolivia), IMDEC (México), Centro J.M. Pellín (Venezuela), CINEP (Colombia), CEPA (Nicaragua), CEASPA (Panamá), CENAP (Costa Rica), CEDE (Rep. Dominicana), ALER (Ecuador) y CEAAL (Chile). Mayores informes: CIESPAL, Apto. 584 Quito—Ecuador.



TALLER DE COMUNICACION EN REPUBLICA DOMINICANA

Con el auspicio de la Oficina de Desarrollo de la Comunidad, ODC, de la República Dominicana, y de la Fundación Friedrich Ebert, CIESPAL realizó en Santo Domingo un Taller de Comunicación, del 19 al 22 de julio.

El evento se inscribe dentro de la nueva política de CIESPAL en el sentido de apoyar a sectores no especializados en comunicación, que trabajan en programas de desarrollo comunitario. Su antecedente más inmediato fue el taller dictado en Quito, para promotores del Consejo Provincial de Pichincha.

Participaron 16 personas, representantes de la ODC, la Secretaría de Estado de Agricultura,

SEA; el Instituto de Desarrollo y Crédito Cooperativo, INDECOOP, y la Secretaría de Educación, Bellas Artes y Cultos, SEEBAC.

El taller tuvo por objetivo fundamental la capacitación en teoría de la comunicación aplicada a problemas comunitarios, diagnósticos de comunicación y análisis de mensajes, a fin de facilitar el trabajo de los promotores y a la vez poner al alcance de las comunidades recursos de evaluación de sus propias situaciones.

La coordinación del taller estuvo a cargo del doctor Daniel Prieto Castillo, experto de la FES en CIESPAL.



TALLER DE INVESTIGACION DE LA COMUNICACION

Un Seminario-Taller

sobre Proyectos de Comunicación, con énfasis en Investigación y Planificación, se llevó a cabo en Santiago, Chile, organizado por el Instituto Chileno de Educación Cooperativa y el Grupo de Investigaciones Agrarias y con la colaboración de CIESPAL y la Fundación Friedrich Ebert de la República Federal de Alemania.

El objetivo principal de este Taller fue promover un intercambio de experiencias y conocimientos actualizados en materia de investigación y planificación con el propósito de fortalecer su obligación práctica en los proyectos que ejecuta la ICECOOP y la GIA.

El Seminario-Taller se efectuó entre el 8 y 12 de agosto y contó con la asistencia de veinte participantes.

Responsable académico del Taller fue el Dr. Eduardo Contreras Budge, experto de la FES en CIESPAL.

TALLER SOBRE LA RADIO-REVISTA EDUCATIVA

Del 16 al 24 de agosto de 1983, se realizó un Taller sobre la "Radio-Revista Educativa", en San José, Costa Rica. A este taller asistieron 30 personas implicadas directamente en el trabajo de capacitación, producción y realización de programas educativos y culturales del Proyecto de 28 pequeñas emisoras culturales que implementa el Instituto Costarricense de Educación Radiofónica -ICER-. Esta institución fue la organizadora del curso, contando con la asesoría de técnicos del proyecto CIESPAL-RNTC con base en Quito. La conducción del curso estuvo a cargo de Amable Rosario y Antonio Cabezas, por



parte de CIESPAL—RNTC, y Marco Tulio Araya, Miguel Jara, Marco Antonio Gómez y Francisco Morales por el ICER. Su principal objetivo fue la capacitación de los colaboradores de las pequeñas emisoras culturales en las técnicas de planificación, producción, elaboración y realización de una radio-revista educativa, acorde con sus programaciones específicas.

La metodología empleada fue la de un taller de producción, con breves exposiciones por parte de los facilitadores, seguidas por el trabajo individual y en grupos. Temáticamente se hizo hincapié en los pequeños formatos: la charla narrada e ilustrada, la noticia, la entrevista y el sketch. Los ejercicios de escritura y producción fueron complementados con prácticas de lectura y locución.

Todo ello para profundizar en la realización de la radio-revista, objetivo principal de la experiencia.

El taller estuvo dividido en tres etapas. La primera de orientación e información, donde se realizó intercambio de experiencias, estudio

técnico del medio radiofónico y determinación del marco conceptual.

La segunda etapa fue de producción: escucha crítica de los formatos modelos, la elección de los temas didácticos, elaboración de proyectos, y análisis de los guiones, grabación y edición.

En la tercera etapa se llevó a cabo la escucha crítica de la producción de los participantes, análisis y generalización de la experiencia en términos de enseñanza-aprendizaje, llegando a conclusiones prácticas para el trabajo diario en las pequeñas emisoras.



CURSO—TALLER LATINOAMERICANO DE COMUNICACION POPULAR

Del 21 de junio al 9



de julio se realizó el Curso-Taller Latinoamericano de Comunicación Popular en el Centro de Formación de CESAP, situado en Pozo de Rosas, Estado Miranda, Venezuela.

Este curso-taller estuvo auspiciado por el Centro al Servicio de la Acción Popular (CESAP), de Venezuela, y el convenio CIESPAL—Radio Nederland Training Center. A este evento asistieron 31 participantes, representando a instituciones que trabajan en el campo de la comunicación popular en: México, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Rep. Dominicana, Colombia, Venezuela, Brasil, Ecuador, Perú, Bolivia, Uruguay, Chile, y Argentina.

El programa comprendió cuatro áreas o bloques, que se fueron desarrollando paralelamente y en permanente interconexión. En la primera parte del curso, funcionaron dos talleres simultáneos de Periódico y Teatro Popular, razón por la que los participantes tuvieron que elegir. En la segunda parte, se ofrecieron talleres de Audiovisuales y Cassettes-Foro.

En el transcurso del curso—taller se

desarrolló una propuesta consistente y coherente de comunicación popular, que los participantes sintieron aplicable a su trabajo. Por otra parte, se cumplieron trece sesiones de presentación de experiencias de comunicación popular, donde los participantes expresaron sus éxitos, fracasos, inquietudes y esperanzas, relacionadas con el desarrollo de su trabajo, el cual abarca una variada gama de medios: radio, parlantes, periódicos, folletos, juegos educativos, títeres, audiovisuales, etc.

El equipo docente estuvo integrado por Mario Kaplún, coordinador general, Alfredo Paiva, Guillermo Brown, Ana Hinsz y Mauricio División de Comunicación de Cesap; y Amable Rosario, por CIESPAL—RNTC. Además, como docentes colaboradores, estuvieron Oscar Misle, Alberto Monteagudo y Fernando Pereira.



SEMINARIO SOBRE EL NUEVO ORDEN

Un Seminario sobre el Nuevo Orden Internacional de la Información y de la Comunicación fue realizado en Santo Domingo, República Dominicana, los días 23 y 24 de julio, patrocinado por el Sindicato Nacional de Periodistas Profesionales de ese país, CIESPAL y la Fundación Friedrich Ebert de la República Federal de Alemania.

La coordinación estuvo a cargo del doctor Daniel Prieto Castillo, quien presentó las ponencias "El Nuevo Orden Internacional de la Información y de la Comunicación, antecedentes" y "Las nuevas tecnologías de la información, situación actual y perspectivas".

Por parte de los periodistas dominicanos hubo también dos ponencias:

"Problemática de la comunicación en la República Dominicana", de José Rafael Vargas y Pablo Graciano; "Los periodistas y el Nuevo Orden Informativo", de Manuel Quiterio Cedeño y Virginia Alvarez.

Participaron 35 periodistas de distintos medios impresos y audiovisuales. Las conclusiones del seminario aparecen en la sesión Documentos de este mismo número de CHASQUI.



CONSULTORIA EN COMUNICACION

Continuando con las nuevas actividades de CIESPAL en apoyo a instituciones latinoamericanas especializadas en comunicación, el Dr. Eduardo Contreras Budge, experto de la Fundación Friedrich Ebert en CIESPAL, efectuó del 15 al 17 de agosto una asesoría al Instituto Superior de Comunicación y Diseño de Santiago de Chile.

El Instituto tiene planeado establecer un Departamento de

Investigación y por eso consideró muy importante que el Dr. Contreras les presente una visión panorámica de los principales paradigmas y enfoques sobre investigación en comunicación, con especial énfasis en la investigación evaluativa en teleducación.



VISITARON CIESPAL

Mario Parisi, argentino, miembro del Departamento de Comunicación en Población de la UNESCO, Santiago de Chile. Estuvo en junio en Quito para estudiar con los directivos de CIESPAL diferentes aspectos relacionados a una mayor cooperación entre ambos organismos internacionales.

Gunter Lehrke, alemán, miembro del Departamento de Medios de Comunicación Social de la Fundación Friedrich Ebert, Bonn. Estuvo en mayo para analizar el estado del proyecto que la FES desarrolla en este Centro Internacional e intercambió criterios relacionados con la prolongación del proyecto y con el trabajo futuro en diversos aspectos de la comunicación a los que la Fundación presta su apoyo.

Germán Carnero Roque, peruano, Secretario Ejecutivo del Comité del SELA para ALASEI. Informó sobre la próxima inauguración de la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información que tendrá su sede central en ciudad de México.

Judy Brace, norteamericana, Directora y Jefe de Personal del Clearinghouse on Development

Communication en Washington. Edita un Report sobre diferentes aspectos de la comunicación en varias regiones del mundo. Visitó Quito en septiembre y conversó con personeros de CIESPAL.

Felipe Korzenny, mexicano, profesor de Comunicación en la Universidad Estatal de Michigan. En CIESPAL estuvo en septiembre donde mantuvo charlas preliminares sobre un posible convenio de cooperación entre el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA) y CIESPAL.

Hugo Muñoz, ecuatoriano, funcionario del Departamento de Educación de la Organización de Estados Americanos (OEA), Washington. Estuvo en septiembre para observar la marcha del proyecto de Comunicación Educativa para áreas rurales que CIESPAL desarrolla con el auspicio de la OEA.

Susan Benson, norteamericana, funcionaria del Departamento Cultural de la OEA, Washington. En junio vino a conocer CIESPAL y además discutir posibilidades de cooperar en diversos campos de la comunicación, especialmente en proyectos de radio.

Corry W. Klugkist, holandesa, encargada de la división de cooperación al desarrollo educacional de la Fundación Universitaria Neerlandesa de Cooperación Internacional (NUFFIC), La Haya. Visitó Quito en julio con el propósito de observar el desarrollo del proyecto que Radio Nederland ejecuta en CIESPAL y además analizar la posibilidad

de llevar a cabo otros trabajos de cooperación.

D. Lawrence Kincaid, norteamericano, profesor de la Universidad de Nueva York en Albany. Enseña teoría, metodología y tecnología de la comunicación. Anteriormente trabajó durante diez años en el Centro Este-Oeste de Hawaii donde desarrolló una nueva teoría de comunicación que se denomina "Teoría de convergencia" y que es aplicada a culturas autóctonas o grupos, no para el individuo. En 1981 publicó junto con Evert Rogers su último libro que se llama "Communication Networks".

José Zepeda, chileno, trabaja en el Departamento de Español de Radio Nederland en Hilversum, Holanda. Estuvo en agosto durante tres semanas como profesor invitado en el curso de Radio Nederland para profesores universitarios. Tuvo a su cargo la capacitación en el área de noticias, entrevistas, mesas redondas, debates y radio-revistas informativas.

John Boyer, norteamericano, Director de Investigación del programa de TV pública (PBS) en Nueva York. Visitó CIESPAL en septiembre con la finalidad de conocer el trabajo del Centro Internacional y analizar con los directivos la posibilidad de una futura cooperación en la investigación y producción de series de TV desde una perspectiva latinoamericana para el público de los Estados Unidos.



Seminarios

SEMINARIO SOBRE TELECOMUNICACIONES

Con motivo del Año Mundial de las Comunicaciones se celebró en San José, Costa Rica, una Reunión Seminario.

Richard Butler, Secretario General de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), presentó una síntesis del informe preparado por esa organización sobre el estado actual de las telecomunicaciones en el mundo.

La investigación se realizó por el creciente desequilibrio generado en las telecomunicaciones en los países en desarrollo y la necesidad de financiar esos servicios en las áreas rurales y a fomentar las inversiones nacionales e internacionales.

El Secretario General de la UIT señaló que cuanto menor sea el grado de desarrollo de un país, mayor será la contribución que pueden aportar las telecomunicaciones al desarrollo económico. "El teléfono, agregó, es un factor mucho más importante de lo que se pensaba en el proceso de desarrollo" y se refirió a los diferentes usos que se pueden dar a un circuito telefónico, como consecuencia de los progresos técnicos registrados en materia de transferencia, a bajo costo, de los mensajes informativos grabados.

El documento preparado por la UIT se pondrá a disposición de la

Comisión Internacional Independiente para el Desarrollo Mundial de las Telecomunicaciones, creada por la Conferencia Plenipotenciaria de la UIT, celebrada en Nairobi. (IPS, agosto 1983)



SEMINARIO INTERNACIONAL SOBRE NUEVAS TECNOLOGIAS

En Bogotá, Colombia, se llevó a cabo el Seminario Internacional sobre "Aplicaciones de nuevas y modernas tecnologías en las Transmisiones telefónicas vía satélite", en el que participaron más de 50 delegados de diversos países del mundo y varios expertos de INTELSAT.

El foro fue organizado por la Empresa Nacional de Telecomunicaciones de Colombia (TELECOM) con el auspicio de la Asociación de Empresas Estatales de Telecomunicaciones del Pacto Andino y de la Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite.

En el Seminario se estudió la tecnología conocida como "acceso múltiple por división en el tiempo" (TDMA), que será implantada a partir de 1985 en los países latinoamericanos con el fin de utilizar más eficientemente los sistemas de satélites de comunicación. Este nuevo sistema reemplazará al utilizado al momento denominado "acceso múltiple por división de frecuencia" y permitirá la utilización de un mayor número de canales telefónicos con los mismos repetidores del satélite.

El Seminario formó parte de una serie de acciones tecno-didácticas que realizará TELECOM como preámbulo a la incorporación de la nueva tecnología, la más avanzada en la actualidad en el ámbito de la comunicación telefónica por satélite. (IPS, 4 de agosto 1983)



IMAGEN FEMENINA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION

La imagen femenina a través de los medios de comunicación analizó el Seminario "La Mujer, la comunicación y el desarrollo en América Latina" llevado a cabo en Roma, en junio de este año, y auspiciado por el Departamento para la Cooperación al Desarrollo del Ministerio de Asuntos Exteriores de Italia.

Dividido en dos comisiones de debate y estudio el encuentro presentó una serie de recomendaciones específicas: La necesidad de definir un lenguaje a favor de la lucha por la incorporación de la mujer en el desarrollo; la necesidad de lograr decisiones estatales sobre las políticas que requieren los medios de comunicación social para responder a la necesidad de identidad e igualdad de los pueblos; el apoyo a toda medida tendiente a la democratización de los medios de comunicación; la necesidad de vincular la lucha en favor de la mujer a las luchas políticas por la paz y el bienestar social; las posibilidades de crear alternativas que den voz a los grupos marginados y discriminados.

Sobre la situación de la mujer negra brasileña, Beneditta de Silva, representante del partido del Trabajo en el ayuntamiento de Río de Janeiro, destacó que esta marginación es triple porque "a su condición de negras en un país racista como el Brasil se agregan su condición de mujeres y de habitantes de favelas".

La periodista Rosario Utreras, Jefa de Prensa de la Presidencia de la República del Ecuador, anotó que la mujer está discriminada y su situación en los medios de comunicación ecuatorianos es realmente crítica. Dijo que de los 3.200 estudiantes matriculados en los tres centros de Ciencias de la Información que existen en el Ecuador, el 60 por ciento son hombres y el 40 por ciento mujeres y señaló que en la Federación Nacional de Periodistas 8 de cada 10 profesionales son hombres. (HOY/EL COMERCIO, Junio 1983)



CURSO DE POST-GRADO EN NAVARRA

Como parte de las tareas de selección de candidatos para el XIII Programa de Graduados Latinoamericanos de la Universidad española de Navarra, estuvieron en Quito el director del Programa, Francisco Gómez Antón, y el decano de la Escuela de Comunicación, Carlos Soria.

Los cursos que reúnen anualmente a 25 periodistas de América Latina duran seis meses y cuentan con los auspicios de la Fundación Católica "Adveniat" de Alemania Federal.

Hasta la fecha han pasado por las aulas de esa Universidad más de 250 profesionales de los medios de comunicación. Los cursos son dictados por profesores de esa Facultad y por otros catedráticos y profesionales invitados especialmente de Estados Unidos y Europa Occidental. Al término del curso se realiza un viaje de promoción por París y Londres, capitales donde los estudiantes tienen la oportunidad de visitar centros de comunicación y realizar encuentros personales con periodistas de radio, televisión y prensa escrita.

Uno de los objetivos fundamentales del curso es incentivar los trabajos de investigación sobre diferentes puntos y temas relacionados con la labor en los medios y en los centros de formación de profesionales. Las clases de la mañana se destinan a exposiciones de los profesores y las tardes a tareas de investigación.

El programa de Graduados Latinoamericanos realiza cada cinco años encuentros en diferentes ciudades de América Latina con la asistencia de los ex-alumnos; donde son enfocados diferentes aspectos de la comunicación. El próximo encuentro está previsto para 1985 en Santiago de Chile. Mayores referencias se puede solicitar a: Programa de Graduados Latinoamericanos Univ. de Navarra Pamplona-España.



CURSO PARA PRODUCTORES AYMARAS

La Universidad Católica

Boliviana y el Centro Regional de Investigación en Teleducación, con el apoyo del Ministerio de Informaciones y Escuelas Radiofónicas Bolivianas (ERBOL), organizaron el primer curso-taller experimental para productores aymaras que se llevó a cabo del 8 de agosto al 30 de sept. en la Paz.

Los objetivos principales del curso fueron, por un lado, incentivar la creación de un sistema de comunicación alternativa para contribuir a la toma de conciencia del campesino aymara acerca de su realidad y a que participe en el desarrollo, y contribuir, por el otro, a la organización del sector de productores de radio para una mejor realización de sus labores.

El antecedente más importante para la realización de este curso de productores aymaras se encuentra en el hecho de que la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana, con el financiamiento del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID), acaba de concluir una investigación sobre la radio aymara en Bolivia, la misma que abarcó tanto la estructura de recepción, esto es públicos, como la estructura de producción, programación y difusión de las radioemisoras aymaras del departamento de La Paz.

Los resultados preliminares de la investigación señalan que se trata de un fenómeno importante, pero marginal de la actividad radiofónica en Bolivia, en la que sus

protagonistas principales, desde locutores hasta libretistas y operadores, tienen urgentes necesidades de capacitación profesional para mejorar su producción y su nivel.

Fue precisamente con el propósito de llenar ese vacío existente en el campo de la producción, locución y operación que se organizó el primer curso-taller experimental. (J.R.V.)



LA REVOLUCION EN LA COMUNICACION

La revolución en la comunicación o el ingreso a la Era de la Información presenta grandes oportunidades y también graves problemas para el Tercer Mundo.

Ante esta perspectiva, el Institute East-West Center en Honolulu, Hawaii, USA, realizó un seminario bajo el título de "La Revolución en la Comunicación".

Tanto en América Latina, como en Asia, el Pacífico o en Africa, las personas preocupadas por el desarrollo de sus países comienzan a prestar atención sobre los problemas y oportunidades que puedan producirse con relación a los grandes cambios en los medios de comunicación. Teniendo en cuenta esta realidad el East-West Center auspició un seminario de dos meses de duración para comunicadores de países en vías de desarrollo y de algunos desarrollados para analizar las nuevas tecnologías, las implicaciones en el uso de satélites, los sistemas interactiva, el control de bancos de datos y bases de datos.

Desafortunadamente los asistentes al seminario no tuvieron acceso a los excelentes artículos del número 6 de CHASQUI dedicado a las "Nuevas Tecnologías de Comunicación". Sin embargo, los comunicadores sociales de la India, Nueva Zelanda, Australia, Taiwan, Qatar, Indonesia, Tailandia, Filipinas, Sri Lanka, Malasia, Bangladesh y Estados Unidos tuvieron la oportunidad de escuchar excelentes ponencias.

El Dr. Wilbur Schramm, director emérito del Instituto de Comunicación y uno de los mayores expertos en comunicación, presentó el trabajo "Una Historia del Futuro".

"La fase actual del desarrollo de la comunicación es imponente" declaró Schramm a los asistentes. "Ahora nosotros debemos estar interesados en lo que 'la información tiene y lo que la información no tiene' " añadió. El cree que la llegada a la Era de la Información constituirá un gran desafío, nunca antes enfrentado. "Estamos por llegar a nuevos continentes en el horizonte de la información" indicó Schramm.

Después de algunas semanas de trabajo con el sistema de comunicación interactiva, correo electrónico, videotexto, así como ponencias de expertos en desarrollo tecnológico, el seminario se dividió en grupos para tratar el impacto de la revolución tecnológica en la sociedad y los cambios necesarios en la comunicación educativa.

El East-West

Communication Institute publicará en los próximos meses un libro con las ponencias presentadas por el grupo que analizó el impacto social de las tecnologías.

La obra se puede solicitar a: East-West Communication Institute; 1777 East-West Rd.; Honolulu, Hawaii.

Mucho de lo que se dice en los artículos de los asistentes al seminario tiene aplicación en América Latina así como en el resto del mundo.

El East-West Center es una institución financiada especialmente por los Estados Unidos pero con la ayuda de países del Asia y del Pacífico y tiene la finalidad de fomentar la interacción e intercambio cultural. (A.H.)



TECNOLOGIA DE LA COMUNICACION PARA EL TERCER MUNDO

En Stuttgart-Hohenheim, República Federal de Alemania, se realizó un simposio internacional para tratar la temática de la tecnología de comunicación apropiada para cada país del Tercer Mundo al mismo que asistieron alrededor de 200 expertos y altos funcionarios que se ocupan de la cooperación Norte-Sur. La organización estuvo a cargo de la Universidad de Hohenheim cuyos estudiantes presenciaron y participaron en las discusiones del evento y la "Fundación SEL" de la empresa Standard-Elektrik-Lorenz AG, productora de tecnología para la comunicación.

A nombre de los países del Hemisferio Sur habló el Profesor Sarath L. Amunugama de Sri Lanka, Director del Nuevo Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) de la UNESCO, quien se refirió a la necesaria evaluación y el análisis de las diversas infraestructuras de comunicación en cada país en desarrollo para recién después tomar las decisiones a fin de implementar en estos países la tecnología de comunicación más apropiada.

El Director Adjunto de la Sección Cultural del Ministerio de Relaciones Exteriores en Bonn solicitó llevar los foros internacionales en pos de un Nuevo Orden Internacional de la Información y de la Comunicación hacia metas concretas, para vencer los desequilibrios informativos Norte-Sur y para una mayor reciprocidad informativa. (JN-PRESS, G. W.)



PLANIFICACION SOCIAL PARA USO DE COMPUTADORAS

Sean MacBride, que dirigió la Comisión de Organización Educacional, Científica y Cultural de las Naciones Unidas, y es mundialmente conocido por haber presidido la Comisión Internacional para el estudio de los problemas de la comunicación de la UNESCO, declaró que la introducción de computadoras y nuevos sistemas de comunicación se debe realizar

preferentemente por medio de planificación social y económica, y no por presión de las fuerzas de mercado que actualmente manejan las tecnologías.

Este criterio lo expresó en una reunión de académicos y creadores de políticas que fueron convocados por el Instituto de Desarrollo y Cooperación Internacional de la Universidad de Ottawa, Canadá, para discutir el tema "las tecnologías de la comunicación y el desarrollo internacional".

A la reunión asistieron expertos de Canadá, Estados Unidos y de algunos países africanos y asiáticos.

MacBride expresó también que los países en desarrollo deberían tener especial cuidado en adaptar la nueva tecnología a sus propias necesidades y condiciones y que se les debe advertir que no acepten demasiado pronto el alto poder de venta de las inescrupulosas multinacionales.

La crisis económica actual -dijo MacBride- ha sido acelerada por la aplicación de la computación al intercambio mundial de divisas, creando un casino fuera del control de las actuales agencias de control, tales como el Fondo Monetario Internacional.

Indicó también que la amenaza nuclear, junto con la carrera armamentista y la preparación para una tercera guerra mundial, ensombrecen iniciativas en todos los campos, incluyendo las comunicaciones computarizadas. (ALTERCOM. No. 30)

POSTGRADO EN COMUNICACION SOCIAL

Actualmente existen en Latinoamérica ocho programas regulares de postgrado en comunicación social, de los cuales cinco están en el Brasil.

Los programas brasileños están localizados en las siguientes instituciones: Universidad de Sao Paulo (maestría y doctorado); Univeridad Federal de Rio de Janeiro (maestría y doctorado); Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo (maestría y doctorado); Universidad de Brasilia (maestría), y el Instituto Metodista de enseñanza superior en Sao Bernardo do Campo (maestría).

Otros programas de postgrado se ofrecen en la Universidad Central de Caracas, Venezuela, Universidad Autónoma de México, México, Universidad de Chile, Santiago, Chile.

Tres programas están en proceso de constitución: Universidad del Valle, en Colombia, Universidad de Lima, en Perú y Universidad de Córdoba, en Argentina. (Boletín Intercom, No. 44)



SEMINARIO-TALLER DE COMUNICACION EDUCATIVA

Sesenta maestros de los diversos centros de enseñanza públicos y privados de Bolivia asistieron en La Paz a un seminario-taller que tuvo como objetivo central proporcionar conocimientos y prácticas sobre la comunicación educativa.

El evento se desarrolló del 28 de junio al 1 de

julio con el auspicio del Departamento de Mejoramiento Docente de "Fé y Alegría" y el apoyo de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana.

Durante el seminario se trataron temas relativos al proceso de la comunicación en el contexto de la enseñanza, las características y recursos de los medios de comunicación (radio, prensa, cine y televisión) así como un taller destinado a la planificación y realización de materiales didácticos.

Los profesores coincidieron en la necesidad de incorporar al educando en forma activa a los procesos de enseñanza — aprendizaje de manera que el objeto de conocimiento propuesto, sea descrito, explicado y conceptualizado desde diferentes puntos de vista, aspecto que, según los mismos maestros, proporcionaba un enriquecimiento del proceso comunicacional.

A los asistentes se les impartió diversas técnicas relativas a la información, comentario, editorial y elaboración de periódicos murales en las escuelas de barrios populares.

En cuanto a la radio se formularon y ejecutaron guiones y libretos con materiales disponibles. En televisión y cine se discutieron esquemas básicos para lograr montajes audiovisuales adecuados en base a los recursos de la imagen, sus lenguajes y posibilidades en las actividades de enseñanza escolar. Respecto al área de taller de materiales

didácticos los participantes realizaron prácticas de diseño gráfico con instrumentos convencionales y a bajo costo.

Los educadores bolivianos comprendieron mediante la práctica sugerida que el proceso de comunicación es parte indisoluble de la actividad educacional y ésta debe merecer una atención prioritaria para el logro de sus objetivos curriculares.

La Universidad Católica tiene previsto proseguir con un plan de apoyo inter-institucional organizando cursos de actualización para productores de radio quechuas y aymaras comprendidos en tareas de teleducación. (M.Ch. B.)



IV EXPOSICION MUNDIAL DE TELECOMUNICACIONES

TELECOM 83: "Telecomunicaciones para todos" es la cuarta de una serie de exposiciones y reuniones mundiales de telecomunicaciones que se celebran cada cuatro años. Esta vez tendrá lugar en el Palexpo, nuevo palacio de exposiciones y congreso de Ginebra, Suiza, del 26 de Octubre al 1 de noviembre de 1983.

En TELECOM 83 se reunirán autoridades, especialistas, ingenieros y representantes de las administraciones y la industria de todo el mundo para apreciar, discutir y evaluar los

progresos de las telecomunicaciones logrados desde TELECOM 79, así como las tendencias y los acontecimientos previsibles. TELECOM 83 expone todo el universo de las comunicaciones: la telefonía, la telemática, la radio, la televisión, la gama mundial completa de sistemas de comutación electrónica, las redes terrenales y espaciales, los satélites, las estaciones terrenas, las fibras ópticas y mucho más.

Asistirán más de 650 expositores de los cinco continentes. Paralelamente se efectuarán Conferencias, Simposiums, feria del libro, festival mundial del film de comunicaciones.

TELECOM 83 está organizada y patrocinada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones. Mayores informes solicitar a: Unión Internacional de Telecomunicaciones Place des Nations. 1211 Genève 20 Suiza.

MAGNATE DE Prensa CONTROLA TV. VIA SATELITE

El magnate australiano Rupert Murdoch, dueño del consorcio británico de prensa News International y editor del Times de Londres, amplió sus actividades al campo de la televisión vía satélite. Su compañía adquirió por 5 millones de libras esterlinas (aprox. 7.5 millones de dólares) el 65 por ciento de la Satellite Television Co.

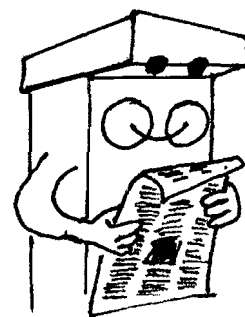
Desde 1981 la compañía británica Satellite Television transmite, a través del satélite europeo OTS, programas en inglés para los sistemas de TV por

cable de Finlandia, Malta, Noruega y Suecia llegando a unos 400.000 telespectadores.

Simultáneamente, la News International ha ingresado al mercado norteamericano de medios de comunicación. Gracias a un acuerdo con la empresa californiana Inter-American Satellite Television, la compañía de Murdoch comenzará a partir de septiembre de 1983 la transmisión de un programa vía satélite que llegará a 24 millones de espectadores. (Media Perspektiven 5/83)

MAQUINA PARA "LEER" DIARIOS

Científicos catalanes del Centro de Cálculo de la Universidad española Politécnica de Barcelona (CCUPB) han conseguido una máquina capaz de leer todas las cosas impresas.



En 1979 se constituyeron dos equipos del CCUPB para trabajar en la consecución de las máquinas que serían necesarias para el proyecto final: la Lectora Rápida Universal (LRU) y el Sistema de Indexación Precoordinado Automático (SIPA). Un equipo de lingüistas solventó los problemas teóricos de lenguaje natural, el

equipo de los informáticos del CCUPB se encargó de diseñar la lectora y construirla.

La LRU es capaz de leer páginas de diario que tengan caracteres impresos en que la distancia entre ellos pudiera no ser uniforme, con familias de letras distintas, distingue bloques de noticias y tiene una velocidad de proceso mínima de 300 caracteres por segundo o una página por minuto.

Sin utilizar más que el material -hardware- que se puede encontrar en el mercado, el equipo ha utilizado la técnica del multiprocesador -en vez de colocar un solo cerebro electrónico, poner varios en el mismo aparato- paralelizando su utilización, es decir, hacer trabajar a todos los procesadores a la vez, repartiendo la carga de trabajo entre ellos.

El banco de datos del New York Times, el más importante del mundo, necesita más de mil personas y cuesta 20 millones de dólares. Con la LRU, que cuesta alrededor de 290.000 dólares, podría reducirse parte del costo. (El País. Agosto 1983. Edición Internacional)



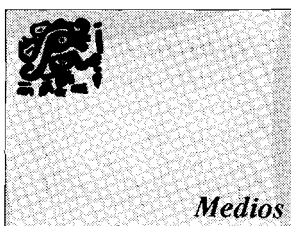
EN 1984 LOS ESPAÑOLES DISPONDRAN DE VIDEOTEX

El Ibertex, la versión española del videotex, ha superado ya la fase de experimentación y se prepara para asentarse en la esfera personal de los españoles quienes a finales de 1984 tendrán acceso a los principales datos de tipo médico, bancario, deportivo, educativo y cultural, a través del teléfono y del televisor.

Ochenta empresas españolas ya están preparadas para suministrar contenidos y la Compañía Telefónica Nacional de España tiene los instrumentos técnicos suficientes como para inundar el mercado individual con lo que algunos llaman el periodismo electrónico que caracteriza a la era postindustrial.

En una primera fase el servicio de videotex español tendrá carácter eminentemente profesional y se espera que para 1986 su utilización esté ya generalizada en los hogares españoles.

A finales de 1985 el videotex será utilizado en forma unitaria en Europa. (El País. 29. 8. 1983. Edición Internacional)



NUEVA ORIENTACION EN LA TELEVISION COLOMBIANA

“Los programas de la televisión colombiana deberán contribuir a elevar el nivel cultural de la población y a lograr y preservar la paz del país”, establece en parte esencial el estatuto de un decreto del gobierno del presidente Belisario Betancur en donde además se destaca que la televisión será un instrumento para impulsar el talento nacional.

Además, el decreto advierte que los programas de televisión no podrán ser de contenido violento ni menos hacer la instigación o apología de la violencia. Tampoco podrán estar al

servicio exclusivo de ningún movimiento político.

Las nuevas reglas hacen eco de las quejas de muchos miles de colombianos que han denunciado que la televisión es foco de enlatados rebozantes de violencia y en varios estudios se ha señalado a la TV. como “escuela del hampa”.



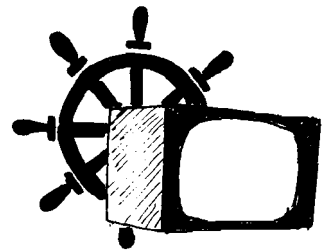
Los programadores en general recibieron con satisfacción el estatuto y reconocieron las buenas intenciones del gobierno, mientras que en algún sector de la opinión pública se comentó que la televisión será muy pobre y aburrida pues no hay suficiente calidad en la producción televisiva nacional. (El Comercio, Quito-Ecuador. 83-8-11)



CÍRCULA DIARIO PROTESTANTE

“La Palabra”, diario de las sectas evangélicas de Guatemala, circula en el país centroamericano desde el mes de septiembre y está bajo la dirección del periodista Rafael Escobar Arguello, Subsecretario de Relaciones Públicas de la Presidencia de la República durante el régimen del Gral. Efraín Ríos Montt.

Escobar declaró que el nuevo periódico “no será independiente, pues tendrá



una identificación cristiana y recogerá ese pensamiento en su opinión editorial”.

El director de “La Palabra” explicó que la empresa nace con la idea de que “todas las iglesias cristianas (evangélicas) compren acciones” y desmintió versiones de que el diario era de la secta protestante “Verbo”, a la que pertenecen el Gral. Ríos Montt y varios de sus ex-colaboradores. (IPS, septiembre 1983)



ARGENTINOS CUESTIONAN TELESERIES MEXICANAS

La Asociación Argentina de Actores criticó la difusión de series mexicanas y brasileñas en la televisión local argumentando que constituyen una seria amenaza a las fuentes de trabajo de los artistas argentinos. Además manifestaron que la difusión de esas series agrava la relación de dependencia de la televisión argentina de las principales cadenas estadounidenses.

El documento de denuncia presentado por la Asociación agrega que los problemas de la televisión como los de cine son los mismos de la industria nacional, devastada por una política claramente orientada a favorecer la importación.

Las series mexicanas de más éxito que se difunden diariamente por los canales de TV argentina son las cómico -infantiles "El Chapulín Colorado" y "El Chavo". La telenovela brasileña "La mestiza" figura entre las más vistas. (El Tiempo, Julio 26, 1983)



ESTAN CAMBIANDO HABITOS DE TELEVIDENTES

La compañía A.C. Nielsen en su informe de 1983 sobre televisión dice que las nuevas alternativas de video están cambiando los hábitos de los televidentes en Estados Unidos. Esta aseveración se basa en estadísticas correspondientes a 1982.

El promedio de horas diarias que los norteamericanos miran televisión es de 6 horas y 48 minutos, la más alta registrada en los Estados Unidos.

Setenta y siete por ciento de los hogares con televisor pueden recibir nueve o más canales de programación, incluyendo el cable. Aun cuando el 62 por ciento de los televidentes que reciben cable pagado escogieron la programación de las grandes redes durante el horario estelar, la preferencia por la programación de cable ha aumentado el 42 por ciento con respecto a 1981.

El estudio Nielsen sobre Indices de Video Casero indica que la posesión de grabadores video-cassette es mayor en los grandes condados urbanos, en el Oeste y

dentro de los hogares suscritos al cable pagado.

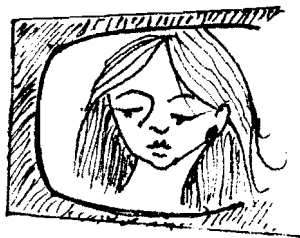
La cantidad de adultos en el típico hogar televidente ha aumentado en 8 puntos desde 1970 a 75 por ciento el año pasado, mientras que la cantidad de niños televidentes ha descendido de 21 a 15 por ciento. Tanto adolescentes como mujeres entre 35 y 54 años han demostrado aumentos en sus hábitos televisivos para 1982.

Las mujeres adultas componen la más numerosa fracción de televidentes durante el horario estelar, más de 10,5 millones de la teleaudiencia normal para la programación de las grandes redes, a partir de noviembre de 1982. (ALTERCOM, No. 29)



BELLEZA FISICA PRIMA PARA TRABAJO EN TV

La presentación de los informativos en la televisión de los Estados Unidos guarda más relación con el aspecto físico del periodista que con su capacidad como profesional y su futuro en el canal depende del sitio que ocupe en los sondeos de opinión.



Los 1.500 periodistas que presentan a los norteamericanos las informaciones locales en televisión están controlados

por las leyes de negocio del estrellato y son lanzados como un producto de consumo cualquiera, rodeados de un enjambre de agentes y consejeros.

Un ejemplo de esta aseveración lo da Christine Craft, periodista de 38 años, quien afirma que al cabo de siete meses de buenos y leales servicios en el teledario de la noche de una estación de TV de Kansas City, el director la despidió por ser "demasiado vieja, demasiado fea y poco respetuosa de la autoridad masculina". Por su lado el periodista Patrick Emery, asegura que los periodistas masculinos están sometidos más o menos al mismo trato que sus colegas femeninas.

Los periodistas que llegan a ser estrellas del informativo pueden ver recompensadas sus angustias (al menos por un tiempo) con contratos que oscilan entre 500.000 y 700.000 dólares anuales. (HOY, 5.9.1983)



VIDEO-JUEGOS PROHIBIDOS EN VARIOS PAISES

Día a día va aumentando la lista de los países que han prohibido los video-juegos por considerar que glorifican la guerra, la destrucción y la violencia así como por su incidencia en el bajo rendimiento en los estudios y el aislamiento de la realidad de los jóvenes y niños.

La Asociación de Defensa del Consumidor de Malasia presentó un documento en el que reconocía la popularidad de los juegos pero indicaba igualmente una considerable cantidad de influencias negativas.

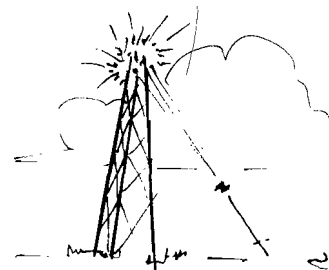
Cerca de dos mil máquinas de video había en Malasia al momento de ser prohibidas. Las razones que dio la Asociación para exigir su prohibición fueron, entre otras; que van en contra del desarrollo moral, cultural y social de los niños y también de los adultos, así como la incidencia en actos delictivos.

En los Estados Unidos se vendieron 400 mil juegos en 1979; 2.2 millones en 1980 y ocho millones de unidades de máquinas en 1982. Para el Ejército de los Estados Unidos los juegos de video son "emocionantes, divertidos y ofrecen un reto" asegurando que son simuladores de adiestramiento y pueden llenar lagunas vitales en el entrenamiento militar. (Diálogo Social, No. 156. Panamá)



ATENTADO CONTRA RADIODIFUSORA EN CHILE

La radiodifusora "La Voz de la Costa" en Chile sufrió en mayo un atentado que derribó su antena. En 1979 un incendio intencional consumió su planta transmisora.



En ambas ocasiones, los radioescuchas y los 40 trabajadores de la

Fundación Radioescuela para el Desarrollo

Rural (Freder) sumaron sus esfuerzos para superar la adversidad. Esta vez volvieron al aire con una antena provisoria levantada en medio de la lluvia; la construyeron con cañerías de cobre y alcanzó 15 metros de altura, lo suficiente para iniciar una campaña de finanzas destinada a reponer la antena de 45 metros que le permitía llegar a toda la provincia de Osorno y parte de Llanquihue y Valdivia, con un alcance de cien kilómetros a la redonda para continuar con su labor docente.

La emisora ha ampliado su tarea docente e imparte rudimentos de veterinaria o conservería, educación familiar o economía campesina, catequesis o capacitación del más diverso tipo. Además se ha convertido en un punto de encuentro de la comunidad.

Freder y su emisora, en sus 16 horas diarias de transmisión, dan tribuna a campesinos e inválidos, mujeres y cesantes. Además cumple un papel informativo especial como cadena de los noticieros de radio Chilena. "Con el atentado quieren acallar informaciones nacionales que no conoceríamos a través de la televisión ni ningún otro medio" dice Uberlinda Carrasco, madre de dos detenidos desaparecidos y cabeza de la Agrupación de Familiares de Osorno. (Altercom No. 29)



IV ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE FACULTADES DE COMUNICACION SOCIAL

Del 2 al 7 de octubre de 1983 se llevará a cabo en Florianópolis, Brasil, el IV Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación. Simultáneamente se realizarán el VII Congreso de ABEPEC y la I Asamblea Ordinaria de FELAFACS.

Estos eventos tienen como tema general "Políticas Nacionales de Comunicación y la Enseñanza de la Comunicación en América Latina"

Las entidades organizadoras de estas reuniones son la Universidad Federal de Santa Catarina, la Asociación Brasileña de Enseñanza e Investigación de la Comunicación (ABEPEC) y la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Además cuentan con el apoyo de la Fundación Konrad Adenauer de Alemania Federal y UNESCO a nivel internacional y el Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico y el Gobierno del Estado de Santa Catarina, del Brasil.

Podrán participar en el Encuentro profesores, estudiosos, investigadores, estudiantes, de todas las Escuelas o Facultades de Comunicación de América Latina. Mayore informes: IV Encuentro Latinoamericano de Facultades de

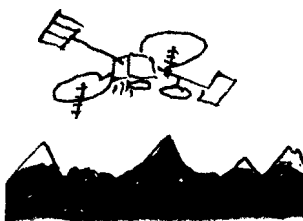
Comunicación Social. Curso de Comunicación Social. Universidad Federal de Santa Catarina Caixa Posta 476 88000 - Florianópolis, SC - Brasil.



UNESCO DISCUTIO PROYECTO DE TV ANDINA

En la IV sesión del Consejo Intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PICD) de la UNESCO, se analizó el proyecto para la creación de un sistema de distribución de programas andinos de televisión en Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela.

La Reunión que se realizó en Tachken (URSS) del 5 al 12 de septiembre, además del proyecto sobre televisión andina analizó otros como la automatización progresiva de los centros de la Red Internacional de Centros



de Documentación sobre la Investigación y las Políticas en Materia de Comunicaciones (COMMET) y el incremento de la cooperación y de los intercambios internacionales de material audiovisual de enseñanza (AVINTER).

Se trató asimismo sobre el lanzamiento en Botswana de un semanario independiente y de la ampliación de la Agencia de Información de

Mozambique, creada en 1976, y sobre una ayuda al Instituto de Asia y del Pacífico para el Desarrollo de Emisiones Radiales (AIBD), con sede en Kuala Lumpur y a los centros de formación de esa región. (Diario HOY/AFP)



FAO PREMIO PROYECTO APOYADO POR FUNDACION FRIEDRICH EBERT

En el festival internacional de cine agrario de Zaragoza, España, el documental keniano "Village Technology - The Women's Burden and Change" obtuvo el premio especial de la Organización Mundial para la Alimentación y la Agricultura (FAO).

La película de 30 minutos describe el trabajo de un grupo de mujeres del campo en Kenia dedicadas a mejorar sus condiciones de vida a través de la auto-gestión.

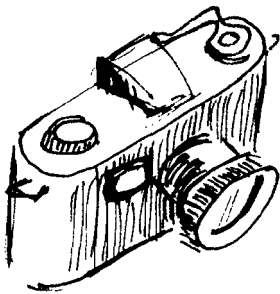
El documental fue realizado por estudiantes del departamento de cine del Instituto de Medios de Comunicación de Nairobi que cuentan con el apoyo de la Fundación Friedrich - Ebert de la República Federal de Alemania.

El premio especial del festival de Zaragoza fue concedido por la FAO en forma de un trofeo "Osiris" a la mejor producción fílmica por su aporte a la solución y desarrollo de problemas rurales. (FES, 25, 4, 83)



EXPOSICION INTERNACIONAL DE FOTOGRAFIA

La Organización Internacional de Periodistas (OIP) por medio de su Secretariado invita a los reporteros fotógrafos de sus organizaciones afiliadas a participar en la exhibición "Juventud de los 80" que celebrará con ocasión del Año Internacional de la Juventud en 1985, bajo los auspicios de la UNESCO.



La muestra principal consistirá de 200 a 300 fotografías y será inaugurada en París, en la sede principal de la UNESCO, al iniciarse la Conferencia Mundial sobre la Juventud, programada para 1985.

A finales de 1983 se seleccionaron 50 a 100 fotografías para una exhibición móvil que podrán verla los visitantes de los países miembros de la UNESCO en el curso de 1984.

Para participar en esta exhibición se requieren: Presentar materiales que propicien la reflexión. Las fotos deben referirse a la situación de jóvenes en todas las esferas y niveles de la vida social, económica y cultural. Deben ilustrar en particular las aspiraciones y las necesidades de los jóvenes en diversas áreas;

reflejar la visión del mundo de la juventud de hoy y simbolizar un llamamiento al compromiso de los jóvenes con las grandes causas de nuestro tiempo: participación, desarrollo, paz.

La dimensión mínima de las fotografías será de 18 x 24 cm, sin rebasar un máximo de 30 x 40 cm. Deben ser blanco y negro y no estar pegadas en otro material. En el dorso de la fotografía deberán estar escritos el apellido y nombre, nacionalidad y domicilio del fotógrafo, incluyendo de ser posible, la fecha y una breve explicación del tema. Esto deberá estar escrito en uno de los seis idiomas oficiales de la UNESCO.

El plazo fijado para la recepción de las obras es el 30 de octubre de 1983 y deben enviarse a: Secretariado General de la OIP - Parizská 9, 11001 Praga 1, Checoslovaquia. (Correo de la OIP No. 14)



GRUPO ANDINO LANZARIA SATELITE

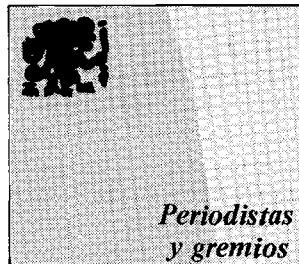
El Ministro de Obras Públicas y Comunicaciones del Ecuador, Ing. Edwin Ripalda, manifestó que existe la posibilidad de que los países del Grupo Andino lancen al espacio un satélite, que se denominaría "Cóndor" para facilitar la integración de las comunicaciones en la zona e inclusive el sistema telefónico interno en los diferentes países de

la región, Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela.

A nivel de Grupo Andino este hecho se torna difícil pero entre todos los países se podría cubrir el costo del lanzamiento del satélite, con los ahorros que se generen en el costo actual de las comunicaciones mediante microondas, radio, etc.

Es posible que en 1985 el Brasil ponga un satélite en órbita, con el mismo propósito cuyo presupuesto es de 300 millones de dólares.

Estos proyectos se presentaron en la reunión de ministros de comunicaciones de los países del Pacto Amazónico que se realizó en Manaus, Brasil. (El Comercio. Julio de 1983)



CONSTITUYEN ASOCIACION ARGENTINA DE FACULTADES DE COMUNICACION

En la última reunión de Facultades de Comunicación Social de la Argentina, celebrada el 19 de agosto, quedó constituida la Asociación Argentina de Facultades de Comunicación Social.

La Presidencia de este nuevo gremio está a cargo del Profesor José María Rodríguez Vázquez del Instituto de Investigación en Ciencias de la Educación y de la

Comunicación Social de la Universidad del Salvador.

La dirección de la Asociación es: Hipólito Yrigoyen 2441 (1089) Buenos Aires - Argentina.



SE CREO COLEGIO DE PERIODISTAS DOMINICANOS

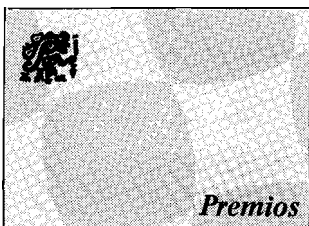
En el Congreso de República Dominicana se aprobó la ley que crea el Colegio Dominicano de Periodistas y regula el ejercicio de la profesión de periodista sin tocar el derecho de cada ciudadano a expresar su pensamiento.

Define la profesión de periodista y los cargos que sólo podrán ser desempeñados por periodistas, excluyendo a los ejecutivos de los medios de comunicación y los de publicaciones no comerciales. A partir de la promulgación de esta ley será necesario ser graduado universitario para ingresar a la profesión.

Los periodistas deberán registrar sus títulos en el Colegio para ejercicio de la profesión y se regula el uso del título y el emblema de periodista.

Asimismo el Congreso creó un impuesto del 1.25 por ciento del valor neto de la publicidad que ingresará a los fondos del Colegio y servirá para sostener sus programas, principalmente el Instituto de Previsión y Protección del Periodista que dará pensiones, jubilaciones y otros beneficios sociales a sus miembros. Creó sanciones para los que incurran en usurpación de títulos o emblemas distintivos propios de los periodistas y a las empresas que violen el

articulado de la ley.
(El Nuevo Diario.
Rep. Dominicana.
25. 6. 1983)



PREMIO DE COMUNICACION MCLUHAN

El Premio Internacional de Comunicación denominado "Premio McLuhan Teleglobe Canada" se entregará por primera vez este año. Para el mismo ha sido propuesto el Dr. Luis Ramiro Beltrán, investigador y tratadista boliviano, miembro del Consejo Internacional de Redacción de CHASQUI. Autor de numerosos escritos sobre comunicación educativa, comunicación para el desarrollo y políticas de comunicación*. Su contribución ha sido muy importante a las discusiones y formulaciones del Nuevo Orden Mundial de la Información en cuyo proceso integró varias comisiones.



La nominación para el Premio partió de la Comisión Nacional de la UNESCO en Colombia y fue respaldada por la Comisión Nacional de la UNESCO en Bolivia, el Ministerio de

Informaciones, la Federación de Trabajadores de la Prensa de Bolivia, la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación y la Universidad Católica Boliviana.

El Premio McLuhan fue instituido por la Comisión Canadiense para la UNESCO junto con un organismo público, la Sociedad Teleglobe Canadá, que aporta los fondos necesarios durante un período inicial de seis años renovables. El premio consiste en 50.000 dólares canadienses y una medalla conmemorativa y será otorgado cada dos años a una persona o un grupo de personas que trabajen en equipo. Su objetivo es destacar una obra o una acción que haya contribuido de manera excepcional a mejorar la comprensión de la influencia ejercida por los medios y la tecnología de la comunicación sobre la sociedad en general y sobre la vida cultural, artística y científica en particular.

Marshall McLuhan, que dio su nombre al Premio, se hizo célebre por sus teorías sobre los medios de comunicación. Crítico literario notable, se dedicó hasta su muerte (31 de diciembre 1980) a estudiar los efectos de las nuevas tecnologías electrónicas sobre la comunicación humana. (Presencia 07-83/ Perspectivas de la UNESCO).

** Una entrevista con Luis Ramiro Beltrán se publicó en el No. 3 de CHASQUI.*

PREMIO INTERNACIONAL "ESPAÑA" DE RADIODIFUSION

Radio Nacional de España S.A. creó el Premio Internacional "España" de Radiodifusión para programas, profesionales y organizaciones radiofónicas, como parte de las actividades para celebrar el V Centenario del Descubrimiento de América.

Radio Nacional de España busca fomentar la creatividad en la producción y emisión de programas de radio en lengua castellana y reconocer la especial actividad en este campo de las entidades de radiodifusión de todo el mundo. Los premios correspondientes a esta primera convocatoria se concederán a trabajos efectuados entre el 1 de junio de 1982 y el 31 de mayo de 1983.

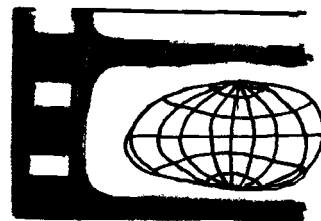
Los premios establecidos son: 1. Premio Internacional al mejor programa en lengua castellana, 2. Premio Internacional a la mejor tarea radiofónica individual, desarrollada en el área de los países de lengua castellana, 3. Premio Internacional a una entidad radiodifusora de cualquier parte del mundo que se haya distinguido por su actividad en la difusión de programas en lengua castellana que haya contribuido a la defensa y al fomento de la libertad de expresión.

Mayores informes solicitar a: Dirección de RNE. S.A. Premio Internacional "España". Casa de la Radio. Prado del Rey. Madrid - 24. (ESPAÑA)

NOVENA BECA MARCONI

La novena beca internacional Marconi en ciencias de la comunicación y tecnología fue concedida al científico italiano Francesco Carassa, profesor de comunicaciones eléctricas del Politécnico de Milano, Italia, por su trabajo con frecuencias de radio y los experimentos realizados en satélites de comunicación en frecuencias extremadamente altas.

La beca Marconi, que fue establecida en 1974



para conmemorar el centenario del nacimiento del físico italiano Guillermo Marconi (1874-1937) el primero en realizar pruebas de transmisiones inalámbricas por ondas hertzianas, está dotada con un premio en efectivo de 35.000 dólares y una réplica de la escultura original de Marconi, creada por el artista italiano Otello Guarducci.

Mayores referencias sobre esta beca anual se puede pedir a: Marconi International Fellowship Polytechnic Institute of New York 333 Jay Street Brooklyn, NY 11201 EE.UU.



PREMIO DE PERIODISMO "ORTEGA Y GASSET"

El Consejo de Administración de

DOCUMENTOS

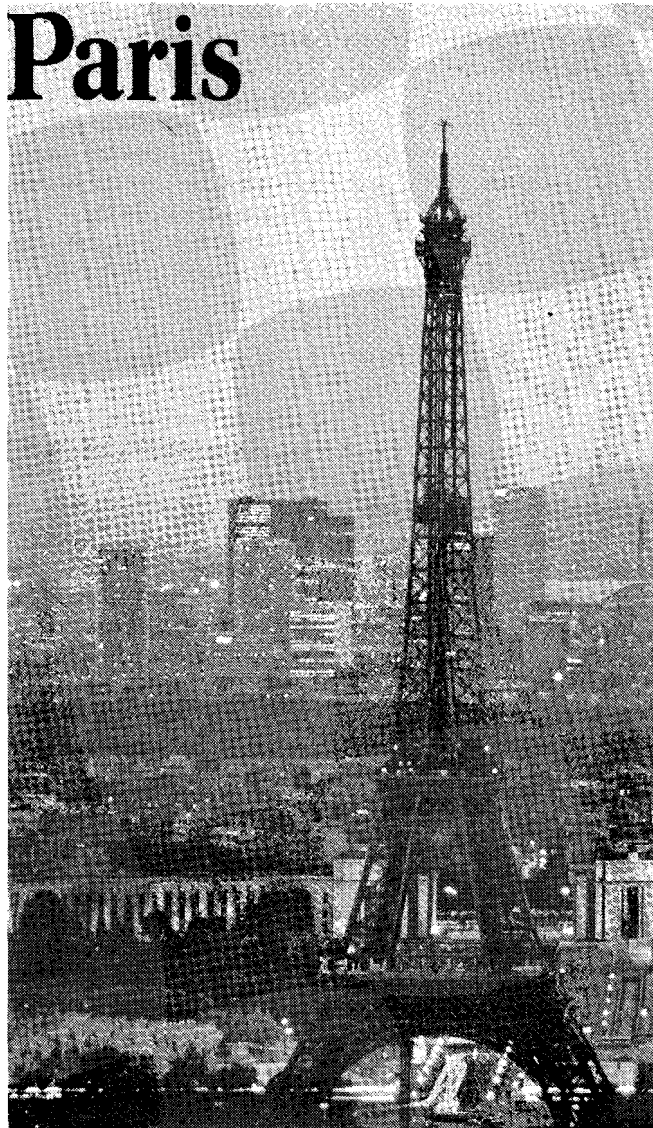
INFORME DE LA XIII ASAMBLEA GENERAL Y CONFERENCIA CIENTIFICA I AMCR/AIERI

Introducción

Ningún tema podía resultar más adecuado que el de "Comunicación y Democracia" para la reunión conmemorativa del XXV Aniversario de la Asociación Internacional para la Investigación de la Comunicación Masiva, celebrada en París. La historia parisina y, con mayor amplitud, la historia francesa, evoca experimentos en participación democrática. El desarrollo de un público político, nutrido en los salones y cafés, en grandes debates políticos y morales sobre los Derechos del Hombre y las posibilidades de un orden social distinto y mejor, culminaron en la acción directa de la toma de la Bastilla y en la primera revolución moderna en 1789. Un siglo después, los ciudadanos de esa gran ciudad nuevamente mostraron su sagacidad política al crear la Comuna de París en 1871, momento histórico brillante pero de breve auto confianza política y democracia participativa. Y aun en otro siglo, las calles de París nuevamente vibraron al sonido de las manifestaciones y los slogans de estudiantes, trabajadores e intelectuales que conjuntamente deseaban ampliar la base de participación en todas las esferas de la vida francesa. En ese mismo año, 1968, los experimentos con la democracia en otra ciudad, Praga, tampoco tuvieron éxito. Y ahora, en el decenio de 1980, a través de los mecanismos bien institucionalizados de la democracia occidental, del partido político y las urnas, el pueblo francés ha elegido su primer gobierno socialista, que en la actualidad presta atención particular a las nuevas formas de participación en las comunicaciones. Existe pues una continuidad y una vibración en esta tradición particular de práctica intelectual y política que se encuentra en el centro de la experiencia democrática de Occidente.

Fue también en París donde en 1957 se estableció la Asociación Internacional para la Investigación de la Comunicación Masiva. Como organización internacional de base amplia, con miembros de más de 60 países de Occidente, de Oriente, del Norte y del Sur, la Asociación promueve la fraternidad intelectual internacional. Es un foro para el debate abierto y para la discusión sobre todos los aspectos del proceso de comunicación, y ha sido particularmente activa en su contribución al análisis y definición de las argumentaciones en favor de un Nuevo Orden Internacional de la Información, que en la actualidad es una de las preocupaciones fundamentales de la UNESCO, a partir de la publicación del Informe MacBride. Pero la función principal de la Asociación consiste en efectuar investigaciones científicas comparativas sobre las comunicaciones y en esto nuevamente el contexto francés para la reunión del XXV Aniversario resulta adecuado. Los levantamientos revolucionarios que acompañaron al desarrollo de la industrialización capitalista y los conflictos políticos y sociales del siglo XXVIII precisamente fueron los que aceleraron el surgimiento de la investigación científica social. Desde Saint-Simon y Comte, pasando por Durkheim hasta llegar a los analistas contemporá-

Paris



neos, las interrogantes fundamentales sobre la naturaleza del orden y la fragmentación sociales, del cambio y del progreso, de la estratificación y la identidad cultural han sido planteadas y replanteadas. Las mismas interrogantes básicas que continúan siendo medulares para la investigación científica actual y que son centrales en cualquier discusión de las relaciones entre la Comunicación y la Democracia.

La evocación de estas tradiciones históricas de inmediato contribuyeron a orientar nuestros debates, aun cuando también para concientizarnos sobre las tensiones y ambivalencias que rodean nuestros esfuerzos. Forman parte de una experiencia histórica particular y de una visión intelectual limitada, aunque importante y poderosa. El desarrollo socio-económico actual ocurre en un contexto mundial totalmente diferente; adopta por tanto formas muy diferentes y expresa preocupaciones diferentes en una diversidad de formas de comunicación. La posibilidad universalizadora de los Derechos de todos los pueblos no ha sido aún lograda y la investigación científica social ha evidenciado sus limita-

ciones, al no ser capaz de valorar, mucho menos de comprender, las verdaderas diferencias. De modo que debemos permanecer atentos y reflexionar sobre la naturaleza y la finalidad de la empresa científica en la que estamos empeñados. En verdad gran parte del debate de la conferencia hizo justamente eso.

La Conferencia: Comunicación y Democracia

En este contexto vibrante de vinculaciones intelectuales se celebró la reunión conmemorativa del XXV Aniversario de la IAMCR, del 6 al 10 de septiembre de 1982. La Conferencia fue inaugurada por George Fillioud, Ministro de Comunicaciones de Francia, quien no sólo describió el trasfondo histórico de la reunión sino también definió el desafío central de la actualidad. Al asegurar que las nuevas tecnologías se conviertan en instrumentos de la libertad y no de la enajenación. Esta preocupación aparece en todas las estipulaciones sobre comunicación y fue el tema central de la reunión.

La Conferencia resultó ser la mezcla usual de sesiones plenarias, de apertura y de clausura de la Conferencia, reuniones de las Secciones formales de la Asociación, discusiones en mesa redonda, grupos de trabajo y otros cónclaves que se celebraron durante los días programados. Este año hubo una cantidad de inscripciones particularmente grande, más de 300 personas y numerosas nuevas reuniones de grupo.

Este breve trabajo tan solo puede dar una idea de la riqueza del debate, mientras que otro más extenso tratará ampliamente sobre las cuestiones sustantivas que se discutieron.

Problemas epistemológicos: Lenguaje, investigación, teoría

El primer problema que cada ponente del tema enfrentó fue el de la definición de términos y la necesidad de determinar los parámetros del debate. Durante toda la Conferencia se evidenciaron dos niveles de discusión. El primero trató principalmente sobre el papel que la comunicación masiva desempeña y el que puede desempeñar en la promoción de un proceso democrático más amplio en la política general. El segundo se centró dentro de límites mucho más restringidos, en el significado y la naturaleza de la democratización del propio proceso de comunicación.

Obviamente ambos niveles tienen interconexiones e implicaciones mutuas de importancia -en verdad, muchos reconocieron que la democratización de las comunicaciones sólo podía ocurrir dentro de un proceso más amplio de cambio estructural en las sociedades. Esta vacilación entre los niveles de análisis insinúa la eterna interrogante de si la comunicación es la variable dependiente o independiente en el enfoque analítico y, realmente, ¿por dónde se comienza al analizar la relación entre la comunicación y la democracia? Edward Saïd mostró en forma brillante los profundos problemas filosóficos inherentes a los "comienzos" -estableciendo relaciones tanto de continuidad como de antagonismo respecto a lo que existe, al intento de producir diferencias y de proponerse alguna meta. Podría argumentarse que la elección misma del tema refleja la conjunción de muchos procesos diferentes. De pronto llegan nuevas "minorías"

que exigen derechos a la comunicación; la demanda internacional por un Nuevo Orden, promovida principalmente por el Movimiento de los Países No Alineados; y el gran énfasis que pone el Informe MacBride en la democratización. Al mismo tiempo, científicos de todos los tipos y tal vez ninguno como los expertos en comunicación confrontan no sólo el problema de los comienzos hermenéuticos sino también de los políticos. La relación entre la investigación crítica y la confección de una política, entre la teoría y la defensa se torna más problemática y más difícil de circunvalar; la formación de la Unión para la Comunicación Democrática es un ejemplo de la necesidad que se siente a favor de un compromiso directo por parte de los especialistas de comunicación. Con demasiada frecuencia el problema definitorio fue evadido, siendo muchos términos definidos en forma muy imprecisa y ambigua. Fueron frecuentes las referencias a diferencias ideológicas profundas, reflejadas en definiciones del término "democracia"; sin embargo, faltaron las ocasiones en que estas diferencias se tornaron explícitas y se analizaron las bases de las mismas.

Otra forma de comenzar sería examinar el trabajo ya existente sobre un tema. Cees Hamelink tuvo la poco envidiable tarea de comenzar en realidad y las discusiones que siguieron deben mucho a su presentación, breve aunque estimulante. Al parecer, a pesar de la importancia que la cuestión tiene para la práctica social en todo el mundo, son pocas las investigaciones y los materiales que existen sobre la relación entre comunicación y democracia. Gran parte del magro conjunto de trabajos que efectivamente existe es obsoleto, habiéndose emprendido entre las dos guerras mundiales y después. Con frecuencia surge de la preocupación por combatir el fascismo y posteriormente por continuar la Guerra Fría. Casi nunca cuestiona la práctica política y de comunicaciones de Occidente y resulta inadecuada en una época de distensión, de desarrollo del Sur y en momentos de tensión de las propias democracias occidentales. Verdaderamente, el concepto de democracia pocas veces aparece en la literatura sobre la comunicación política; se da por sentado que nunca aparece como problemático o es el trasfondo irrelevante para los verdaderos puntos focales que se analizan: los partidos políticos, la propaganda y las urnas. Esto significa que gran parte del trabajo existente es en extremo impresionista y está sobrecargado de valores o son presentaciones empíricas de recolecciones de datos sobre la maquinaria formal de la democracia, tales como análisis de votación, habiéndose poca exploración teórica. Se analiza poco sobre cómo los sistemas y procesos de comunicación contribuyen a formar y sostener los intereses y las relaciones políticas o cómo la relación con frecuencia es muy a la inversa. También ha habido tendencia a que exista un enfoque muy limitado tan solo sobre los medios masivos. Sin embargo, en la actualidad se evidencia que cualquier discusión sobre comunicación y democracia tiene que utilizar un concepto sumamente amplio de la comunicación. Por otra parte, los medios masivos están a punto de ser reemplazados por canales más importantes de procesamiento de la información. El desarrollo tecnológico ha acarreado la fusión de áreas antes diferenciadas tales como las telecomunicaciones y el procesamiento electrónico de datos lo cual crea formatos drásticamente nuevos para la comunicación en la sociedad. Por otra parte, como se desprende de la experiencia iraní, entre otras, parece estar claro que los medios masivos no han tenido el impacto que

tanto la teoría de la modernización como el paradigma de la dependencia les imputan, puesto que los canales tradicionales de comunicación pública retuvieron gran flexibilidad.

Verdaderamente cabría preguntarse si el desarrollo de las comunicaciones en realidad retarda el desarrollo de la comunicación.

Algunos opinaron que la investigación científica estaba siendo sofocada por su monismo epistemológico y lo que se requería era el eclecticismo epistemológico y el pluralismo de la teoría. Sin embargo, otros argumentaron que coexistían perspectivas divergentes sin jamás desafiarse o enfrentarse debidamente y que una verdadera ciencia significaría el surgimiento y la caída de los paradigmas "dominantes". De nuevo el problema resultó ser la falta de discusión respecto a las bases de las divergencias. Estos problemas plantean la antigua interrogante de si la comunicación no constituye una disciplina científica sino antes bien un campo de investigación cuyos horizontes en la actualidad se expanden tan rápidamente que el contenido se torna demasiado difuso y perdido. El elitismo esencial de la investigación científica y su propia gran divergencia de los procesos democráticos también se señaló como otro enigma adicional que enfrenta el científico social, parte a su vez del propio problema que requiere solución.

Los debates sustantivos

Acceso y participación — La mujer y la juventud

Uno de los temas centrales del debate sustantivo fue, naturalmente, la naturaleza del acceso y la participación a las posibilidades de comunicación. Pavlic suministró una definición de trabajo de democracia como el reconocimiento de un pluralismo de intereses y la libertad de todos los grupos en la sociedad para expresar esos intereses y necesidades. Esto significa acceso igual de todos los grupos sociales a todos los medios de comunicación o la dotación de derechos de comunicación a la mayor cantidad de personas. Aun cuando la composición de las "minorías" difiere de una sociedad a otra, todas ellas tienen que confrontar dos "problemas" centrales: la mujer y la juventud. Por tanto tal vez fue conveniente que se celebraran dos sesiones especializadas sobre estas cuestiones. Ambas discusiones trataron entre otras cosas, sobre la socialización en papeles estereotipados según el sexo y plantearon la cuestión vital de la naturaleza de la democratización de nuestro grupo social primario, la familia. Las sesiones sobre la mujer también acometieron el problema de la persuasión de la mujer hacia la división internacional del trabajo y la exportación cultural de estereotipos particulares de sexo/género al mundo en desarrollo como parte del equipaje de la "modernización". El dilema de la participación de la fuerza de trabajo femenina que en la realidad promueve la explotación sexual y cultural es consecuencia que hace recordar el desarrollo transnacional de las industrias de comunicación/información. También se enfocó la cuestión vital de la diferencia que en la realidad significa la participación femenina en la producción de la televisión, con materiales recogidos de un estudio de telenoticieros desde una perspectiva femenina. Cabe aquí plantear dos cuestiones principales. Una de ellas se centra en la participación de la mujer profesional en estructuras de los medios dominados por hombres y pregunta qué diferencia real esto entraña tanto por la naturaleza de la institución

como por su producción de medios. ¿Cómo puede la mujer establecer una diferencia y trascender los supuestos del entrenamiento profesional, pensar de nuevo la producción, etc.? Particular interés tiene el campo de las noticias, donde una perspectiva feminista puede contribuir a desarrollar un conjunto alterno de criterios para definir lo que merece ser noticia; y, dentro de esto, qué imagen diferente, más "positiva" de las propias mujeres puede proyectarse y cómo esto refleja o promueve el verdadero desarrollo social.

En la actualidad se alienta a los niños a que participen como consumidores a una edad cada vez más temprana, mientras que carecen de acceso alguno a los principales canales de comunicación y con frecuencia están faltos de cualquier semblanza de derechos sociales, mucho menos políticos. En numerosas sociedades occidentales, la tensión que genera el presentar una juventud que, en términos del consumo, toma decisiones racionales pero es sin embargo inmadura en relación con las cuestiones morales y políticas, resulta explosiva. Particularmente a medida que el desempleo amenaza a tantos recién egresados de la escuela, resulta vital la tarea de un sistema de comunicación orientado hacia el servicio público, que suministre no sólo entretenimiento sino un contenido educativo, esclarecedor. Al propio tiempo los jóvenes originan y a la vez son los principales consumidores de gran parte de lo que en la actualidad es dinámico en las nuevas industrias culturales pop, musicales, de la moda, etc. Al igual que sucede con las mujeres, la extensión al plano internacional de la "cultura juvenil" occidental es un fenómeno ambivalente, que ofrece tanto la posibilidad de compartir experiencias e intereses comunes como también de aumentar la explotación y el dominio cultural. Ambas áreas son zonas vitales para la investigación.

Comunicación alternativa

En esto, al igual que sucede con todos los demás grupos que desean tener mayor participación en el proceso de comunicación, el dilema con frecuencia parece consistir en la dificultad de penetrar las grandes organizaciones burocráticas profesionales o de crear canales de comunicación "alternativos". Estos con frecuencia son muy diferentes no sólo en contenido sino en todo el modo de operación, como posible refiguración de un modo de comportamiento social colectivo más participativo. En este punto, las áreas de discusión fueron: ¿Cuál es la relación entre lo "alternativo" y los medios masivos? ¿Pueden los medios comunitarios de grupo desafiar a los gigantes del medio? ¿Cómo y sobre qué problemas? ¿Qué tipo de público logran y cual es su impacto? ¿Son simplemente tolerados como especie de "espacio libre," debido precisamente a su impotencia social y política, que deja intactas las estructuras dominantes? Por otra parte, ¿qué se aprende o gana de estas formas de posibilidades comunicativas de base comunitaria? Se dedicó una gran mesa redonda a discutir algunos de estos problemas, bajo la rúbrica de Radio Comunitaria y Televisión por Cable.

Nueva tecnología

La televisión por cable plantea toda una serie de preguntas que llevan en dirección ligeramente contraria. Forma parte de aquello que con frecuencia se denomina "nuevas tecnologías de comunicación", aun cuando esta frase es

extremadamente ambigua puesto que obviamente lo que es nuevo para algunos países puede haber existido desde hace tiempo en otros. Siempre resulta esencial los desarrollos tecnológicos que aún no son plenamente operativos o que no han sido aún plenamente puestos en práctica (como sucede con los sensores remotos de datos) y la puesta en práctica de una tecnología de comunicación nueva para un medio social determinado. La televisión por cable participa de ambos tipos de "novedad" y su trascendencia tanto para muchos sistemas sociales avanzados como para el Sur es de largo alcance. El imperativo tecnológico que rodea el cable y otras tecnologías nuevas favorece la propiedad privada de los canales de comunicación y podría socavar las tradiciones del servicio público de radiodifusión.

En el holgado hogar electrónico del futuro, donde el video y el cable satisfacen las necesidades de entretenimiento, las compras, las actividades bancarias y demás requerimientos se satisfacen a través del cable mientras la información se recibe y procesa a través de una diversidad de aparatos, la necesidad de salir de casa disminuye cada vez más. Por eso, las nuevas tecnologías ofrecen pues un conjunto muy variado de posibilidades. Al parecer ofrecen mayor amplitud de medios para el acceso a la información y a otros mensajes deseados y aun para que todos se conviertan en comunicadores, pero también llevan consigo la posibilidad de quebrar las antiguas colectividades e identidades. El papel histórico de los medios masivos ha consistido en crear públicos nacionales, contribuyendo a formar y mantener una opinión pública nacional y suministrando una base de información amplia, que todo un público pueda recibir y compartir. Su desarrollo está estrechamente vinculado al desarrollo del sistema parlamentario. No se evidencia lo que para los sistemas políticos nacionales implica la fragmentación que las nuevas tecnologías pueden propiciar. Los mensajes especializados pueden fragmentar al público, con graves consecuencias para la solidaridad y la movilización políticas. Es urgente estudiar todas estas cuestiones, debido en particular a que es frecuente que las nuevas tecnologías se reciban como heraldos de un nuevo modo de participación social. Una democracia basada en computadoras, en botones de control, sólo puede ofrecer una participación espúrea en cuestiones carentes de importancia o en asuntos cuya solución ha sido ya determinada en otra parte. Si la fijación del orden del día político sigue estando fuera del control público, los nuevos artefactos cuya base es la propiedad y el interés particularizados tan sólo pueden contribuir a socavar la antigua esfera pública de la democracia parlamentaria sin ofrecer en absoluto un nuevo tipo de práctica democrática.

La opinión pública

Dos sesiones, una organizada por la Sección Legal de IAMCR y una reunión conjunta de IAMCR y WAPOR (Asociación Mundial para la Investigación de la Opinión Pública), reflejaron la importancia continuada del concepto de opinión pública dentro de los estudios occidentales sobre los medios. Ambas sesiones reconocieron el poder de la opinión pública en una democracia que plantea la interrogante de si los medios masivos reflejan o crean esa opinión, cómo lo hacen y hasta qué punto se prestan los medios a presentar nuevos cambios de actitud, por ejemplo el movimiento por la paz y el movimiento feminista. Los tipos de

relaciones entre los medios y la estructura política, el nivel de autonomía o integración y la diversidad de opinión manifestada en cada esfera fueron también tema para el debate. Otra de las áreas de exploración centrales fue la idoneidad de las teorías sobre los efectos de los medios en la esfera política, lo cual abarca los efectos de las votaciones de opinión sobre los resultados reales, el nivel de información/concientización de los acontecimientos públicos promovidos por la presentación de noticias y la cuestión más amplia del papel de los medios masivos en la formación de la opinión pública. Estas sesiones trataron muy decididamente sobre la experiencia occidental; sin embargo es importante plantear la cuestión de la especificidad histórica de "opinión pública" en Occidente y preguntar qué relevancia y utilidad tiene este concepto en contextos no occidentales y en especial del Tercer Mundo. La noción ha sido relacionada en forma central al desarrollo de una esfera pública, cívica, de relaciones sociales, al desarrollo de la capacidad de leer y escribir y a una prensa "libre" y por tanto a constataciones particulares de prácticas clasistas y culturales.

Puesto que éstas difieren en otras partes, ¿implicaría esto que el populacho no tiene "opinión" o cuáles son los mecanismos para hacer escuchar sus opiniones? Verdaderamente, la idoneidad del concepto de opinión pública como indicador de hasta qué punto es saludable la participación democrática continúa siendo un problema a pesar de los numerosos incidentes históricos en que es posible mostrar la vitalidad de la opinión pública como fuerza para el cambio político. La sección sobre Comunicación Política también discutió varias de estas cuestiones y amplió el debate para incluir el empeño de los medios en cuestión de asuntos internacionales y de política exterior.

Problemas internacionales y transnacionales

Para muchos, el nivel internacional tal vez resulte el más serio y con frecuencia el más conflictivo. Para muchos, el ímpetu de la discusión ha girado en exceso hacia Occidente. El material sobre este tema sigue siendo escaso en el mundo socialista y con frecuencia la pertinencia que para las naciones en desarrollo tiene el debate resultó incierta. El paradigma de Comunicación y Desarrollo que ha predominado ha tendido a recalcar el crecimiento económico, con frecuencia a expensas de la participación política y de la integridad cultural. Aunque es posible aducir buenas razones en favor de la conveniencia que para el crecimiento económico tendría la revolución desde arriba, a través de un gobierno militar o de un sistema unipartidista, esos sistemas son con frecuencia inestables y la transición hacia una forma de estructura política más abierta en extremo precaria. La estabilidad aparente del régimen del Shá de Irán y su tan rápida eliminación es un ejemplo ilustrativo. Sin embargo es posible que la democracia fuera un lujo, creado en circunstancias sociales especiales, holgadas, un experimento que jamás se repetirá. Así para el Sur la relación entre democracia y desarrollo es problemática, al igual que sucede con la comunicación democrática. La estructura actual de las relaciones internacionales, que incluye los flujos transnacionales de diversos tipos de productos culturales, significa que los países en desarrollo son actores mucho más dependientes que autónomos cuando se trata de la toma de decisiones. Los flujos de propaganda internacional, de la programación y las noticias de los medios masivos y la pre-

sión por adoptar nuevas tecnologías de comunicación hacen surgir problemas específicos para la formación de una política nacional en el Sur. Gran parte del conflicto interno en el Sur está en la actualidad directamente relacionado con cuestiones culturales y de comunicación y resulta obvio que hasta que el propio sistema internacional no se torne más democrático, el proceso de democratización dentro de cada país se verá gravemente impedido. De ahí los argumentos a favor de un Nuevo Orden Internacional de la Información, parte integrante de un Nuevo Orden Económico Internacional. La rapidez de los flujos de datos a través de las fronteras viene en particular a socavar la soberanía política nacional a medida que el poder para tomar decisiones se ubica cada vez más fuera del Estado, con frecuencia casi "en ninguna parte". Esto es tan cierto para los países desarrollados como para los del Sur y exige que se reconsidere el antiguo supuesto de que mientras mejor sea la democracia, mayor será la variedad de canales de comunicación. El poder creciente de las corporaciones transnacionales y de las burocracias altamente centralizadas puede aún hacer oscilar el delicado balance de las fuerzas democráticas de Occidente: esto requeriría una investigación comparativa. Al igual que con la dinámica interna, según la cual la democratización de la comunicación no puede ocurrir sin una profunda reestructuración de la organización social, también en el nivel internacional la democratización dentro de cada nación se ve enormemente impedida por el actual sistema desequilibrado de comunicación internacional.

Para concluir

Este informe difícilmente puede hacer justicia a todas las áreas analizadas en la discusión, ni a los argumentos, evidencias y cuestiones de política que se plantearon. De este breve análisis se desprende que ésta es un área vital del debate que llega al centro de las cuestiones políticas, de comunicaciones y científico sociales. Muchas áreas requieren de investigaciones comparativas posteriores, aunque del propio proceso de investigación surgen interrogantes sobre el elitismo de los científicos sociales y de los intelectuales en general y su relación con los movimientos sociales y con los que confeccionan las políticas. En verdad, el desplazamiento y la enajenación de muchos intelectuales del Tercer Mundo de sus contextos originales fue en sí tema de discusión amplia.

Es de esperar que un trabajo posterior analice y aborde estos tópicos con mayor profundidad y detalle.

**ESTATUTOS DE LA
AGENCIA LATINOAMERICANA DE SERVICIOS
ESPECIALES DE INFORMACION
A.L.A.S.E.I.**

PREAMBULO

Los suscritos representantes de los Estados de:

Considerando:

1. Que las ingentes necesidades de la Región en todos los órdenes de su realidad política, económica, social, y cultural imponen la urgencia de diseñar y establecer mecanismos participativos y fórmulas multinacionales

que contribuyan a la reafirmación de su soberanía e independencia; a la consolidación de los procesos de descolonización, cooperación e integración; al desarrollo integral y a la seguridad económica de América Latina y el Caribe.

2. Que la información y la comunicación social son condiciones esenciales para el adecuado encauzamiento de dichos procesos, para lo cual es imprescindible crear vías auténticamente latinoamericanas, que respondan a los principios y objetivos del Convenio de Panamá, constitutivo del Sistema Económico Latinoamericano (SELA).
3. Que es una necesidad perentoria el dotarse de un instrumento informativo y noticioso propio, que coadyuve significativamente a los esfuerzos de desarrollo autónomo y soberano de los pueblos y los Estados de América Latina y el Caribe.
4. Que en virtud de la crucial importancia que para estos fines tienen los procesos de comunicación social, la información y la noticia deben ser concebidas, producidas y utilizadas como un bien social y no como una mercancía.
5. Que es imprescindible, igualmente, la creación de mecanismos que puedan garantizar la participación efectiva y el acceso democrático de todos los sectores sociales en los procesos de la comunicación y la información.
6. Que la región reconoce antecedentes históricos de alta significación en la búsqueda de fórmulas adecuadas para hacer realidad esos nobles ideales, y de modo particular la decisiva contribución de la Primera Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación de América Latina y el Caribe, convocada por la UNESCO (Costa Rica, 1976).
7. Que todos esos esfuerzos regionales forman parte de la voluntad internacional de las naciones en desarrollo que buscan expresarse en un pie de igualdad y con su propia voz mediante el proceso de construcción de un Nuevo Orden Informativo.
8. Que el Consejo Latinoamericano del SELA, acogiendo esta realidad histórica regional y mundial e interpretando la voluntad explícita de los Estados miembros, sancionó la Decisión 104, en la que se invitó a establecer el Comité de Acción para la creación de la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (ALASEI).
9. Que este Comité de Acción se constituyó formalmente el 31 de mayo de 1981 y fue integrado por los siguientes Estados: Bolivia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Granada, Guyana, Haití, México, Nicaragua, Panamá, Perú, República Dominicana y Venezuela.
10. Que la decisión 137 del Consejo Latinoamericano del SELA acogió con satisfacción la instalación y las tareas cumplidas por el Comité de Acción para la creación de la ALASEI, y al reiterar su apoyo a este proceso lo incluyó como una tarea prioritaria de su Programa Bial de Cooperación Regional, septiembre 1982 - agosto 1984.
11. Que importantes estamentos no gubernamentales de la región han expresado reiteradamente su más decidido respaldo a la concepción de la ALASEI, por su carácter innovador que abre el panorama de la comunicación so-

cial a todos sus sectores representativos, creando en esta forma una vía concreta de acceso y participación.

12. Que tras intensos trabajos de elaboración y a través de amplias consultas, donde fueron incluidos especialistas representantes de las más diversas disciplinas de la comunicación social, tanto del sector público como del privado, el Comité de Acción ha cumplido a satisfacción el mandato que le dio origen.

Por lo tanto, ACUERDAN:

Constituir la AGENCIA LATINOAMERICANA DE SERVICIOS ESPECIALES DE INFORMACION (ALASEI), la cual se regirá por los siguientes ESTATUTOS:

CAPITULO I CONSTITUCION

Artículo 1.- Constitúyese la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información, que se identificará con la sigla "ALASEI", como empresa multinacional de servicios de información y comunicación social para la cooperación regional e internacional, sujeta a los presentes Estatutos.

CAPITULO II OBJETIVOS

Artículo 2.-

- a) ALASEI, con el objeto de servir a los genuinos intereses regionales, tendrá como propósito fundamental la recolección, la elaboración y la difusión de material informativo sobre los aspectos relativos al desarrollo, la integración y la identidad cultural de América Latina y el Caribe;
- b) ALASEI promoverá los objetivos del Convenio de Panamá, en especial los contenidos en el Artículo 5. del Capítulo II de Dicho Convenio;
- c) ALASEI actuará como empresa latinoamericana para responder, según sus principios y posibilidades, a las necesidades informativas de los protagonistas de los procesos de desarrollo autónomo, integral y soberano de la región y principalmente de los medios de comunicación social;
- d) ALASEI promoverá su actividad en otras regiones en desarrollo, en virtud de esos mismos principios y con criterios de recíproca cooperación solidaria;
- e) ALASEI reforzará, también, la acción regional en el seno de los países industrializados, mediante vinculaciones específicas que no contraríen los propósitos de la empresa;
- f) ALASEI funcionará sobre bases de profesionalismo, autonomía e independencia, no sólo ante los Estados de la región, sino ante cualquier grupo de presión.

Artículo 3.- Los órganos directivos de ALASEI realizarán las acciones necesarias para el establecimiento y funcionamiento de la Empresa en lo jurídico, administrativo, profesional, técnico y financiero. En particular deberán;

- a) Organizar la infraestructura técnica y profesional necesaria para operar con eficacia, conforme a lo establecido en el Artículo 2. de estos estatutos;
- b) Realizar acuerdos o contratos pertinentes de prestación de servicios;

- c) Programar las actividades de la empresa para alcanzar fórmulas adecuadas de financiamiento y de cooperación técnica y financiera internacional, asegurando su gradual expansión conforme a los objetivos y a las necesidades operacionales, y respetando, a la vez, los criterios de bien social de la información que excluyan el ánimo de lucro como fin principal de su actividad;
- d) Promover una constante relación de actividad con las entidades y asociaciones de todos los sectores involucrados en el campo de acción de ALASEI, para contribuir a un mayor acceso y participación a la información y la comunicación social;
- e) Utilizar al máximo los recursos y tecnologías disponibles en la región, dentro de los requerimientos de eficacia y competencia propios de su ámbito de acción;
- f) Instrumentar acciones de promoción de ALASEI entre todos los sectores de la sociedad latinoamericana y caribeña, y llevar a cabo una intensa labor pedagógica para ampliar los niveles de conciencia en cuanto a la importancia de las características innovadoras de su actividad;
- g) Establecer relaciones de cooperación mutua con otras redes e instituciones especializadas de la región, en el marco de objetivos comunes y para el máximo aprovechamiento de los recursos regionales. ALASEI contribuirá fundamentalmente a otros esfuerzos e iniciativas tendientes a concretar un Nuevo Orden Informativo.
- h) Extender en el futuro la acción de ALASEI a otras regiones con una estrategia informativa basada en la cooperación y el mutuo entendimiento, como un factor de estímulo a la Cooperación Sur-Sur y al Diálogo Norte-Sur.

CAPITULO III SEDE Y DURACION

Artículo 4.- ALASEI tendrá su Sede Central en la Ciudad de México, D.F., cuyo Gobierno proporcionará las facilidades operacionales y de infraestructura para el desempeño de dicha Sede. A esos efectos, se suscribirán los instrumentos legales pertinentes.

Artículo 5.- ALASEI tendrá un plazo indefinido de duración. Cumplirá sus objetivos y programas mientras no se decida su término y disolución de conformidad con el Capítulo VIII.

CAPITULO IV PATRIMONIO Y RECURSOS FINANCIEROS

Artículo 6.- El Patrimonio y los Recursos Financieros de ALASEI estarán constituidos por:

- a) Aportes directos gubernamentales de los Estados que la constituyen, en la proporción que se determine tomando en cuenta la capacidad económica de los Estados y conforme a las necesidades de la Empresa.
- b) Los ingresos obtenidos por la prestación de sus servicios;
- c) Otros recursos conforme el inciso c) del Artículo 3. de estos estatutos.

Artículo 7.- ALASEI goza de plena y autónoma capacidad

jurídica patrimonial para adquirir, enajenar y contratar conforme a la ley nacional de cada uno de los Estados en los que desempeñe sus actividades; ejercitándola la Gerencia General, con la autorización del Comité Ejecutivo, cuando esto fuere necesario, sin más formalidades y limitaciones que las que establecen los presente Estatutos.

La empresa no podrá prestar fianza, aval, caución ni pignorar o hipotecar sus bienes para garantizar obligaciones distintas a las suyas.

Artículo 8.- Los Presupuestos de Gastos y Recursos de la Empresa serán anuales y propuestos, considerados y sancionados por los órganos de gobierno, según los artículos pertinentes de estos mismos Estatutos.

CAPITULO V ORGANIZACION Y FUNCIONES

Artículo 9.- Los órganos de gobierno y administración de ALASEI son los siguientes:

- a) El Consejo;
- b) El Comité Ejecutivo;
- c) La Gerencia General.

Del Consejo:

Artículo 10.- El Consejo es el órgano supremo de la empresa.

Son atribuciones del Consejo:

- a) Fijar las políticas generales de la empresa en concordancia con los principios y objetivos contenidos en estos Estatutos;
- b) Aprobar el presupuesto anual de gastos y recursos en los términos del inciso c) del Artículo 3 de estos Estatutos;
- c) Aprobar el programa anual de actividades;
- d) Pronunciarse respecto del Informe Anual o Memoria y sobre los estados financieros que le presente el Gerente General en la respectiva reunión ordinaria, así como sancionar las normas e informes relativos a la auditoría interna y externa que fuere menester en los términos del Artículo 8 de estos Estatutos;
- e) Nombrar al Gerente General;
- f) Considerar y decidir sobre las solicitudes de ingreso a su seno de nuevos miembros no gubernamentales.
- g) Reformar o modificar los Estatutos de la Empresa;
- h) Sancionar los reglamentos elevados por la Gerencia General por intermedio del Comité Ejecutivo.

Artículo 11.- El Consejo estará compuesto por:

- a) Un delegado de cada uno de los Estados miembros del SELA que formen parte de la empresa, nombrado cada uno por su Gobierno y por un período de tres años. Corresponde exclusivamente al Gobierno de cada Estado la designación y remoción de sus delegados;
- b) Un delegado de las organizaciones regionales, representativas de los diversos sectores no gubernamentales protagonistas del proceso de la comunicación social que llenen los requisitos señalados en el Artículo 13;
- c) Un delegado en representación de los usuarios de los medios de comunicación, que con su actuación en el

Consejo contribuya a asegurar para sus representados los derechos de acceso y participación y que sea nombrado con criterios que determinará el Consejo;

- d) Un delegado de los trabajadores de la empresa elegido por ellos mismos, de acuerdo con sus propios criterios organizativos.

Artículo 12.- Cualquier Estado miembro del SELA que lo desee tiene pleno derecho a formar parte de la Empresa y por lo tanto del Consejo con la sola aceptación de estos Estatutos.

Artículo 13.- Cualquier entidad no gubernamental del sector comunicación social que solicite ingresar a la Empresa y formar parte del Consejo, deberá acreditar el carácter mayoritario de su representación regional en el ámbito específico de su desempeño, quedando la decisión a cargo del Consejo en concordancia con lo establecido por el inciso f) del Artículo 10. del presente Estatuto.

Artículo 14.- El Consejo tendrá un Presidente y un Vicepresidente, elegidos entre los representantes gubernamentales, los cuales ejercerán durante un período de dos años, al cabo del cual no podrán ser reelegidos. El Presidente, y en su ausencia el Vicepresidente, hará la convocatoria a las reuniones del Consejo y dirigirá los debates.

Artículo 15.- La Secretaría del Consejo estará a cargo del Gerente General de la Empresa, con voz pero sin voto.

Artículo 16.- Cada miembro del Consejo tendrá derecho a un voto indelegable, respetando para las votaciones lo establecido en el Artículo siguiente.

Artículo 17.- El quorum para celebrar las sesiones del Consejo será la mayoría simple de los miembros, salvo cuando se trate de votaciones calificadas, que requerirán un quorum de dos tercios de los citados miembros.

Los acuerdos se tomarán por mayoría simple de los delegados que concurren; sin embargo, se requerirá mayoría de dos tercios de los miembros del Consejo cuando las decisiones se refieran a las políticas generales de la ALASEI, y a la interpretación de los presentes Estatutos:

Se requerirá mayoría de dos tercios de los miembros gubernamentales del Consejo cuando las decisiones se refieran a los literales b), e) y f) del Artículo 10. de los presentes Estatutos.

Se requiere el consenso de los representantes de todos los Estados miembros del Consejo cuando la decisión implique reforma o modificación de estos Estatutos.

Artículo 18.- El Consejo celebrará una reunión ordinaria anual en la Sede Central de ALASEI y podrá celebrar reuniones fuera de la Sede si así lo decidiera por mayoría de dos tercios de sus miembros.

A pedido de la mayoría simple de los miembros del Consejo, podrán realizarse reuniones extraordinarias, indicándose el motivo especial que ha de tratarse. De acuerdo al Artículo 14. de los presentes Estatutos, dichas solicitudes deberán ser dirigidas al Presidente del Consejo.

Del Comité Ejecutivo

Artículo 19.- El Comité Ejecutivo será el Organismo responsable de supervisar la ejecución de las políticas que para la Empresa fije el Consejo.

Son atribuciones del Comité Ejecutivo:

- a) Acordar, con el Gerente General, las acciones y procedimientos destinados a realizar y activar las políticas generales de la Empresa, determinadas por el Consejo;
- b) Estudiar y producir dictamen para el Consejo sobre el presupuesto de gastos y recursos y el Programa anual de Actividades que prepare la Gerencia General, así como la memoria o informe anual, estudios contables y auditorías;
- c) Evaluar el cumplimiento de las tareas y cometidos de la Gerencia General y sancionar los manuales de procedimientos administrativos de la empresa;
- d) Aprobar los contratos de servicios o de operación que la empresa celebre con entidades privadas y cuya importancia, y en su caso, monto, requiera dicha aprobación previa, según reglamento aprobado por el Consejo;
- e) Evaluar y dictaminar los proyectos de reglamentos que eleve la Gerencia General y remitirlos para aprobación del Consejo. Asimismo, elaborar su propio reglamento presentándolo al Consejo para la respectiva aprobación;
- f) Recibir y atender cualquier queja que se presentara acerca del funcionamiento de la agencia, en atención sobre todo, a los derechos de réplica y rectificación;
- g) Ejercer las demás atribuciones que le correspondan según la legislación aplicable y conforme a estos Estatutos.

Artículo 20.- El Comité Ejecutivo estará integrado por cinco representantes de los estados miembros del Consejo, elegidos cada dos años por esos estados, y por dos representantes de organismos no gubernamentales elegidos también cada dos años por dichos organismos. El Gerente General de la Empresa será miembro de oficio del Comité Ejecutivo, en cuyo seno tendrá derecho a voz, pero no a voto.

Artículo 21.- El Comité Ejecutivo sesionará en la Sede Central de la Empresa, por lo menos dos veces por año, con un quorum de cinco de sus miembros con derecho a voto. En su primera sesión elegirá un Presidente que dirigirá los debates y hará las convocatorias. Deberá convocar además, a solicitud de dos de los miembros con derecho a voto, o del Gerente General, según el Reglamento aprobado por el Consejo.

Artículo 22.- Las decisiones del Comité Ejecutivo se tomarán por mayoría simple.

Del Gerente General

Artículo 23.- El Gerente General de la Empresa será nombrado por un período de tres años, el cual podrá ser prorrogable.

Artículo 24.- El Gerente General representará jurídicamente a la Empresa y tendrá las funciones de conducción de la misma, en cumplimiento de estos Estatutos.

Artículo 25.- El Gerente General:

- a) Elevará a la consideración del Consejo el programa anual de actividades y el correspondiente presupuesto de gastos y recursos, acompañándolos del respectivo dictamen del Comité Ejecutivo.
- b) Elevará a la consideración del Consejo la memoria anual y los informes financieros que correspondan;
- c) Será responsable de la conducción profesional y administrativa de la empresa, para lo cual designará al personal necesario de acuerdo con los programas y presupuestos que se aprueben;

- d) Deberá preparar los reglamentos internos y, previo dictamen del Comité Ejecutivo, los elevará al Consejo. Asimismo preparará los manuales de procedimientos administrativos que someterá a la aprobación del Comité Ejecutivo;
- e) Igualmente cumplirá las tareas que, no contempladas en los presentes Estatutos, le encomiende el Consejo para alcanzar los objetivos de la empresa.

CAPITULO VI DE LA AUDITORIA

Artículo 26.- Para los efectos del Artículo 10, inciso d), la empresa dispondrá de los servicios permanentes de auditoría interna como parte de su estructura administrativa.

Artículo 27.- El Consejo contratará, cuando lo estime necesario, servicios profesionales para la realización de auditoría externa que aseguren una revisión de los estados financieros y de la gestión de la empresa, que incluya las observaciones y recomendaciones necesarias.

CAPITULO VII ADHESION Y PUESTA EN VIGOR

Artículo 28.- Los presentes estatutos estarán abiertos a la adhesión de todos los Estados Miembros del SELA y entrarán en vigor, inmediatamente después de su suscripción.

CAPITULO VIII EXTINCION DE LA EMPRESA

Artículo 29.- La Empresa terminará sus actividades y funciones cuando así lo acuerden por consenso, los Estados que la integran. Ellos fijarán las medidas y procedimientos necesarios para la disolución y la forma de disponer del patrimonio final de la Empresa.

Disposición Transitoria

Artículo Unico: Los Estados Miembros del Comité de Acción del SELA para la creación de ALASEI y todos los otros Estados Miembros del SELA, que suscriban los presentes Estatutos, se constituirán en Consejo Provisional de la Empresa, por un plazo no mayor de un año a partir de dicha suscripción, con los fines siguientes:

- a) Convocar a las entidades no gubernamentales según los criterios previstos por estos estatutos, para que se integren a la empresa como miembro del Consejo. En particular convocará a:
Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR);
Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC);
Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS);
Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP);
Sociedad Interamericana de Prensa (SIP);

Asimismo recibirá y procesará las solicitudes que otras entidades no gubernamentales formulen de acuerdo con el artículo XIII de los presente estatutos.

- b) Nombrar y contratar, por un período de tres años, al Gerente General.
- c) Aprobar aquellos planes, programas y mecanismos presupuestarios que haya elaborado el Comité de Acción del SELA para la creación de ALASEI, a los efectos de poner en marcha la Empresa, teniendo, durante el período de su vigencia, todas las atribuciones del Consejo, estipuladas en el Estatuto de la Empresa.

**CONCLUSIONES DEL SEMINARIO SOBRE EL NUEVO
ORDEN MUNDIAL DE LA INFORMACIÓN
—REPUBLICA DOMINICANA—**

El Seminario sobre el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, celebrado el 23 y 24 de Julio de 1983, en Santo Domingo, República Dominicana, bajo los auspicios del Sindicato Nacional de Periodistas Profesionales (SNPP), el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) y la Fundación Friedrich Ebert (FES), de la República Federal de Alemania, y la coordinación del Dr. Daniel Prieto Castillo, experto de la FES en CIESPAL, adoptó las siguientes conclusiones y recomendaciones:

CONCLUSIONES:

- 1.- Que el Nuevo Orden Informativo se inscribe dentro de la búsqueda de un Orden Económico Internacional más justo.
- 2.- Que independientemente de los regímenes políticos que están insertos en los debates sobre el Nuevo Orden, sus planteamientos fundamentales en torno a la democratización de la información y la comunicación debieran reflejarse dentro de los respectivos países.
- 3.- Que el debate sobre el Nuevo Orden se inscribe en la lucha por la descolonización de la cultura en relación con la influencia de la metrópoli.
- 4.- Que el logro del Nuevo Orden a nivel internacional y la concreción de sus ideas en el plano nacional permitiría afianzar la democracia y la cultura del pueblo dominicano.
- 5.- Que las nuevas tecnologías de la información constituyen potencialmente una amenaza económica y cultural para los países del Tercer Mundo, en caso de que se continúe en la línea actual de concentración de esos recursos en manos de unos pocos países o de empresas transnacionales.
- 6.- Que es deber del Estado crear las condiciones que viabilicen la democratización de la información.
- 7.- Que la concentración (económica, geográfica, política) de los medios de difusión es un obstáculo para la utilización democrática de éstos, porque impide el acceso y la participación de las mayorías.

Con base a las anteriores resoluciones, el seminario acordó formular las siguientes recomendaciones:

RECOMENDACIONES:

- 1.- Que es necesario apoyar los esfuerzos que en relación con el Nuevo Orden realizan organismos como UNESCO, FELAP, CIESPAL y otros similares.
- 2.- Que el Estado dominicano actúe en la línea del Nuevo Orden y difunda sus acciones dentro del país, a la vez que promueva el debate sobre el tema.

3.- Que el Estado desarrolle una política concreta en materia de información y comunicación que conlleve a la democratización de los medios de comunicación. Para que esto sea posible es necesario que los sectores más conscientes sobre la problemática, concienticen a su vez a los sectores populares organizados para que ejerzan presión en torno a esta necesidad.

4.- Que el gobierno dominicano otorgue un trato justo a todos los medios de comunicación, en la colocación de la publicidad.

5.- Que es preciso que los países latinoamericanos generen un amplio debate sobre las consecuencias de la aplicación de las nuevas tecnologías a ramas vitales de la economía.

6.- Que es preciso que el Estado Dominicano desarrolle una política clara en relación con esas tecnologías, en defensa de los recursos del país, las fuentes de trabajo y la cultura.

7.- Que los medios de comunicación nacionales asuman la defensa de la cultura nacional en contraposición de la penetración cultural provenientes de Estados Unidos, México, Venezuela y España.

8.- Que el SNPP conforme una comisión que elabore una propuesta tendiente a consagrar en la Constitución de la República el derecho a la información y comunicación.

9.- Que el SNPP busque el apoyo de las Escuelas de Comunicación de las Universidades del país, de las Asociaciones de medios de comunicación, así como del gobierno, para crear el Instituto Nacional de Investigación de la Comunicación.

10.- Que el gobierno, en coordinación con las universidades del país que tienen escuelas de Comunicación Social, realice un diagnóstico y evaluación de los medios, que conduzca al diseño de una política de comunicación coherente, consecuente con el interés nacional.

11.- Que se impulsen todos los mecanismos tendientes a democratizar la información: los talleres de corresponsales, la creación de una biblioteca especializada en comunicación, publicaciones alternativas y programas de comunicación alternativa.

12.- Que los periodistas luchen en sus medios por la democratización de la información, exigiendo mayor participación en la toma de decisiones de la política editorial e informativa y propugnando por la creación de sindicatos en cada medio.

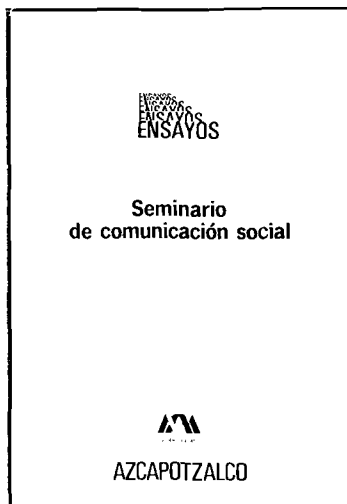
13.- Que la FELAP celebre un seminario de periodistas latinoamericanos para tratar las políticas estatales en materia de comunicación e información.

Comisión Relatora: Lic. Rafael Núñez Grassals, Dr. Rodolfo Coiscou Weber, Federico Pinales, Lic. Onofre de la Rosa, Lic. Rafael Peralta y Virginia Alvarez.

Santo Domingo, 24 de julio de 1983

SEMINARIO DE COMUNICACION SOCIAL

Colección Ensayos
Universidad Autónoma Metropolitana,
Unidad Azcapotzalco
México, 1983.



En marzo de 1982, en la Unidad Azcapotzalco de la Universidad Autónoma Metropolitana, México, fue realizado un seminario de Comunicación Social, organizado por la Coordinación de Extensión Universitaria de esa casa de estudios y por la Asociación Mexicana de Investigación de la Comunicación, AMIC. Los trabajos presentados forman el libro motivo de este comentario. Se trata de:

“El condicionamiento social de los medios de comunicación de masas”, de Javier Esteinou Madrid;

“La legislación vigente en la comunicación social de México”, de Beatriz Solís;

“La formación y la práctica profesional de los recursos humanos de la comunicación social”, de Alberto Rojas Zamorano;

“La sociedad”, de Jorge Calvimontes.

A partir de una gran cantidad de información, Esteinou Madrid orienta su ponencia hacia el modo en que los grandes medios son organizados para incidir en distintas capas de la población. Aporta datos sobre empresas transnacionales y sobre el modo en que éstas operan en el contexto mexicano.

Afirma en sus conclusiones:

“El control unilateral de la orientación discursiva de los medios permite que sus directrices de sentido sean manipuladas en base a los requerimientos de existencia y reproducción que presentan las necesidades materiales, políticas y significantes del sector en el poder. Es decir, a través del sello de clase que imprime el grupo hegemónico sobre la producción, circulación y consumo de los bienes culturales que generan los medios, estos canalizan la atención de su auditorio hacia el conocimiento exclusivo de los intereses coyunturales necesarios para la expansión de la minoría social que retiene el poder material, político y cultural de la sociedad”.

El aporte de Beatriz Solís se inscribe dentro de una larga polémica que no está de ninguna manera resuelta en el contexto mexicano: la relativa a la legislación de la comunicación social. Hace unos meses fue organizado un foro nacional de la comunicación durante el cual fueron presentadas más de dos mil ponencias. Los resultados son, hasta ahora, la publicación de esa multitud de puntos de vista. Lo cierto es que la legislación viene siendo un problema desde hace años, tanto para el Estado como para sectores sociales comprometidos con una transformación de las relaciones comunicacionales vigentes en aquel país.

La autora pasa revista, de una manera metódica, a las leyes y reglamentaciones que se han ido proponiendo a partir de la constitución del 17. Distingue los siguientes períodos: 1.- 1917 a 1931, etapa en la que se define la forma de propiedad de los medios electrónicos y demás formas de telecomunicaciones; 2.- gobierno de Cárdenas, con la creación de la ley definitiva en materia de vías de comunicación, que consagra las ondas electromagnéticas como propiedad de la nación; 3.- gobiernos de Avila Camacho, Ruiz Cortines y López Mateos, promulgación de ordenamientos que consolidan el control de los grupos privados sobre los medios, con el consiguiente debilitamiento del Estado en materia de comunicación; 4.- gobiernos de Gustavo Díaz Ordaz, Luis Echeverría y José López Portillo, con intentos realizados por el Estado para lograr una mayor participación en el campo que nos ocupa.

Luego de un análisis de las distintas

leyes, reglamentos y disposiciones, en el que resaltan vacíos y disposiciones obsoletas, Beatriz Solís concluye:

“Resulta claro, pues, que frente a su incapacidad para ejercer la función reguladora el Estado enfrenta, en consecuencia, una peor incapacidad: la de vigilar y administrar los confusos y escasos intentos jurídicos en el área. Insistimos: detrás de toda esta realidad poco estimulante del marco regulador de la tarea de comunicación social, se encuentra la urgente necesidad de afrontar responsablemente el trabajo pendiente de definir una política nacional de comunicación social que tenga como base y sustente una participación de capas más amplias de población de nuestro país”.

El trabajo de Rojas Zamorano está basado en una investigación sobre 27 escuelas de comunicación de México, durante la cual fueron examinados los currícula y los respectivos planes y programas de estudios vigentes.

Veamos algunas de las conclusiones:

“... en ninguno de los documentos curriculares obtenidos de las escuelas se advierte la elaboración de estudios objetivos y sistemáticos sobre el perfil profesional... En el común de los casos, los objetivos trazados son más bien metas generales o buenos y ambiciosos deseos que no precisan qué es lo que se ha de enseñar, lo que se ha de aprender y cómo evaluar al proyecto educativo y a los sujetos que participan en el proceso... La ausencia o la ambigüedad de los objetivos acarrea consecuencias diversas... Así, es frecuente constatar programas en los que materias distintas repiten contenidos idénticos, y en los que además se incluyen asignaturas injustificadas...”.

En relación con la labor profesional:

“En la mayoría de los currícula se indica, como principal campo de ocupación de los egresados, los medios masivos de comunicación social. Y dentro de este ámbito se advierte mayor interés por el periodismo y la publicidad... En otros casos se releva también los campos de la comunicación organizacional e institucional. Solamente en un caso (aunque no se precisa el campo de acción de los egresados) se indica que predomina el ámbito de la comunicación

educativa en zonas rurales y urbanas”.

Y dentro de esta misma línea:

“El campo de la comunicación alternativa es apenas considerado por tres universidades y su enfoque sobre ésta es principalmente teórico y de reducida importancia en comparación con otros contenidos . . . No se registran, en los planes y programas de estudio, materias que permitan la formación de planificadores y administradores de programas de comunicación”.

Y un último dato: “El 53 por ciento de los estudiantes que ingresan a las carreras de comunicación del país abandonan sus estudios antes de concluir los períodos escolares regulares”.

El trabajo excede en mucho las citas que hemos seleccionado. Se plantea en él el modo en que la iniciativa privada y el Estado han influido en la creación y conformación de las escuelas y en la difusión de paradigmas profesionales que dejan fuera de la práctica profesional amplias demandas comunicacionales de la población.

Jorge Calvimontes analiza en su ponencia “La Sociedad” los distintos tipos de manipulación que se producen en el seno de la sociedad y hace las siguientes propuestas:

- oponer la manipulación política a la manipulación tecnológica;
- tomar conciencia de que en la conformación del todo, los comunicadores, por naturaleza propia, son la parte contraria, la que insemna la movilidad a lo estático, la desarticulación a la rutina, la identidad nacional a la emulsión homogeneizada en las metrópolis;
- hacer conciencia que no se vive para comunicar, se comunica para vivir. Pero, cuidado con las confusiones: la comunicación no es hija de los medios, los medios son como la rémora que vive a costa de la comunicación. (Daniel Prieto Castillo)



EL MEDIO RADIOFONICO EN LA COMUNICACION SOCIAL

Nelson H. Carvajal C.
Editorial GRAFICOM del Ecuador
1983 - 276 páginas.



“Gracias a la radio, todos palpitanos al unísono del acontecer nacional, en pleno ejercicio del derecho a informarnos y el deber de informar que tienen los comunicadores a través de los medios, como manifestación plena de la libertad de expresión”.

Sin embargo, el acto de informar es realizado con bastantes deficiencias demasiado frecuentemente. La mayoría de las personas que laboran en la radio lo hacen de manera empírica, habiendo aprendido su profesión en la práctica diaria. Por eso se busca con interés revistas, libros o manuales que hablen del trabajo radiofónico, que ayuden a conocer mejor el medio para sacarle un mayor provecho.

En este sentido, la obra, **El medio radiofónico en la Comunicación Social**, viene a llenar una laguna en la bibliografía radiofónica. Su autor, Nelson Hernán Carvajal Cadena, ecuatoriano, ha realizado una labor admirable que evidencia el dominio de la técnica y del arte radiofónico.

Esta obra representa un gran esfuerzo de síntesis, que pone en manos del lector una experiencia de más de veinte años de ejercicio profesional. Como dice el mismo autor: “De ninguna manera he pretendido orientar este modesto trabajo a los niveles de ‘obra’, ‘texto’, ‘título bibliográfico’ o lo que se tuviere como similar; llanamente he buscado la forma de compartir experiencias, inquietudes y en el mejor de los casos algún conocimiento, para que la gente de radio se acuerde de lo que sabe, mientras que los jóvenes que se inician como trabajadores, unos, y eñ su calidad de estu-

diantes de Ciencias de la Información, otros, tomen elementos necesarios a su futuro quehacer laboral.”

En esta obra los capítulos se suceden de manera coherente, constituyendo una unidad lógica y bien trabada en la que se pueden distinguir tres partes. La primera nos cuenta de manera detallada y documentada la historia de la radiodifusión, sus posibilidades cuantitativas y sus limitaciones. El lector es introducido minuciosamente al complejo mundo de la física y la técnica por medio del conocimiento de la energía radiante, el movimiento periódico vibratorio, el espectro radial, las ondas, etc., para concluir con un análisis profundo de la situación de la radio en el Ecuador.

La segunda parte se inicia con un planteamiento teórico sobre cultura, aculturación y alienación. En esta parte, el autor no se propone vender una ideología. Nos hace conscientes de lo que él llama las “tres grandes corrientes en el mundo” en materia de comunicación: “la tradicional o capitalista, la socialista y una naciente que propugna un nuevo orden internacional de la comunicación y de la información para el Tercer Mundo”.

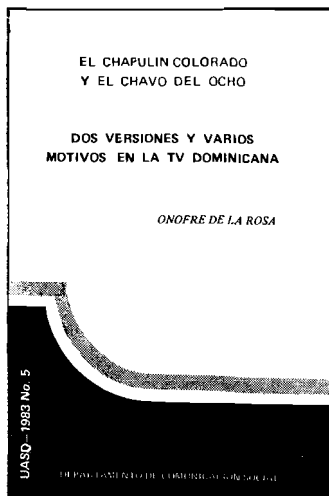
A partir de aquí, el autor nos plantea el camino para organizar una emisora verdaderamente profesional. Al leer esta parte sólo queda lamentar la “espontaneidad” con que han sido diseñadas la mayor parte de las emisoras de América Latina. Carvajal ataca este problema presentando con lujo de detalles el cuarto de control y el estudio, la consola, los micrófonos y las cintas, así como la organización del departamento de noticias, las relaciones públicas, la publicidad, la discoteca y el personal básico en la radio.

Finalmente, en lo que podría ser una tercera parte de la obra, el autor presenta lo que él mismo llama “vademecum legal”: una valiosa recopilación de leyes, códigos y decretos que constituyen la legislación del Ecuador en materia de comunicación social. Aunque la utilidad de esta parte es principalmente para el radiodifusor ecuatoriano, también puede servir como marco de referencia y comparación para el lector de cualquier país latinoamericano. (Amable Rosario)



**EL CHAPULIN COLORADO
Y EL CHAVO DEL OCHO
DOS VERSIONES Y VARIOS
MOTIVOS EN LA TV DOMINICANA**

Onofre de la Rosa
Cuaderno de Comunicación No. 5
Departamento de Comunicación Social
Universidad Autónoma de Santo Domingo. Santo Domingo 1983



El espacio cultural ganado por la televisión en nuestros países latinoamericanos goza en la actualidad de muy buena salud, a pesar de los intentos de introducir algunos cambios en el uso de los medios y de las denuncias que hace más de dos décadas vienen haciéndose. Hay países enteros que se han convertido en simples repetidoras de programas enlatados provenientes de los grandes centros del poder de Occidente o de otros que, aun cuando no obstante el poder económico y social, vienen desarrollando una creciente fuerza en el campo de la cultura.

Nos referimos en este último caso a países como México y Brasil, cuyos dos respectivos monstruos televisivos, Televisa y la Globo, se dan el lujo de enviar programas a múltiples rincones subdesarrollados y desarrollados de nuestro variado planeta. Ya no se trata solamente de la influencia de las transnacionales dirigidas desde los grandes centros hegemónicos. Se trata también de la influencia ejercida por grupos de poder de algunos países del Tercer Mundo.

El trabajo de Onofre de la Rosa, *El Chapulín Colorado y el Chavo del Ocho, dos versiones y varios motivos en la TV. dominicana*, se inscribe dentro de la línea de denuncia de esa influencia, tomando en cuenta las características de los mensajes en cuestión y la manera en que se insertan en la vida de los domini-

canos. En la República Dominicana ambos alcanzan un 49 por ciento del rating, muy por encima de telenovelas, programas cómicos, dramáticos y policiales.

Señala el autor que el Chapulín, aun cuando es presentado como un antihéroe, no hace más que reproducir los viejos esquemas del héroe promovidos con una clara intención ideológica.

“Lo cierto es que El Chapulín es evidentemente una expresión ideológica de la sociedad. Su esencia es el ordenamiento de una sociedad que se resuelve en solo las diferencias entre malos y buenos, nunca en términos de una práctica social”. Y añade:

“Su mundo de acción puede ser cualquiera que naturalmente no esté definido en su estructura social. La relación de los personajes todos con los medios de producción no se da puesto que se trata de un universo ‘fuera’ de los parámetros sociales. Allí no existen ni explotados ni explotadores, solo malos y buenos”.

Luego de señalar la abstracción social que significa el mundillo en que se mueven los personajes de El Chavo del Ocho, de la Rosa indica que la esencia de este programa es la violencia.

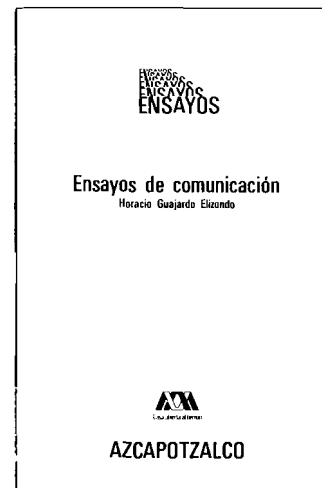
“... no en estricto sentido de muerte, sino en términos de acción... Existe violencia no solo en las relaciones verbales entre ellos, sino que también se da entre los mismos adultos y entre los adultos y los niños... Parecería como si todos, incluyendo a los niños, sufrieran de neurosis aguda”.

El autor hace hincapié en la forma en que los personajes aparecen fuera de un contexto social determinado: “... otro tipo de violencia se cierne en la estructura del vecindario: la desarticulación social de sus participantes”. Desarticulación producida por sus propias relaciones de violencia y por la falta de inserción real con el resto de la sociedad.

De la Rosa señala que programas de este tipo, si bien por momentos tienen algunas dosis de ingenio y de sentido del humor, no hacen más que consolidar formas de relaciones vigentes, además de naturalizar una visión estereotipada de la realidad y una aceptación de la violencia como modo de conducta cotidiana. El trabajo constituye un llamado a la reflexión en torno a los mensajes que no necesariamente nos llegan desde los grandes centros del poder de Occidente. (Daniel Prieto Castillo)

ENSAYOS DE COMUNICACION

Horacio Guajardo Elizondo
Colección Ensayos
Universidad Autónoma Metropolitana,
Unidad Azcapotzalco
México 1982



La obra de Horacio Guajardo Elizondo constituye un claro ejemplo de las posibilidades de relación directa entre lo que algunos entendidos llaman “personalidad literaria” y “personalidad del autor”. No hay una sola línea en todo lo que él ha escrito en la que no se refleje su jovialidad ante la vida, su inagotable capacidad de crear, su humor fino, su incansable búsqueda de formas de relaciones sociales más justas. Y conste que ha escrito mucho **Elementos de periodismo** (tres ediciones), **Teoría de la comunicación social** (tres ediciones), **Mensaje y máscara**, **Geopolítica**, **Historia de las ideas políticas I y II**. Y ahora sus **Ensayos de Comunicación**, publicado por la UAM-Azcapotzalco, dentro de la cual el autor viene desarrollando una intensa labor en el campo de la docencia y de la extensión universitaria.

La obra incluye los siguientes trabajos:

- La cultura
- Los signos
- Las letras y los números
- Los libros
- Las teorías de McLuhan

En el primero la pregunta central es algo vieja ¿Quién soy? Pero la respuesta se va tejiendo con una ironía fina, incesante: “A partir del acta de nacimiento, o la fe de bautismo en su caso, el mexicano colecciona credenciales y placas sobre la base de que entre más sellos y banderas tenga, mayor será su impacto. Y si los muestra con discreción, como lo hacen los agentes secretos al momento

de no pagar en un transporte de pasajeros o a la entrada de una sala de cine, multiplica su fuerza". El ¿quién soy? se ve especificando en tarjetas, cédulas, credenciales y salvoconductos, sobre los cuales el autor concluye: "Al final de cuentas se trata de mecanismos de control en una sociedad escindida en clase dominantes y clase dominada. Hasta que la podamos transformar".

Los signos y los símbolos ocupan su atención en el segundo ensayo, sobre todo por la manera en que estos últimos se han ido consolidando en la sociedad moderna.

"Hoy vivimos una nueva mitología. Además de los vestigios totémicos se dan reminiscencias de la mitología clásica con subrayamiento del idolismo. La fama, casquivana y huidiza, sufre el corse de la columna tipográfica, de la pantalla platinada, de las tablas y bambalinas, de las ondas y antenas".

En "Las letras y los números" Guajardo Elizondo se refiere a este maridaje actual entre las damas del alfabeto y los señores de la medida.

"Al letrado sigue el numerado" Crítica la tendencia a la clasificación, fundada en simplificaciones de la sociedad.

"Los libros", junto con el siguiente ensayo, dedicado a McLuhan, abarca la mayor parte de la obra. Por su forma de presentación podríamos estar ante el riesgo de una recreación pasatista de los libros que alguien ha ido leyendo. Pero el autor escapa a esa permanente tentación. Se dedica a recrear algunas obras (Estudio de la historia, de Toynbee; Técnica y civilización, de Mumford, entre otros) y a aplicar esa recreación al contexto social mexicano. Recuperando aquella expresión del último autor mencionado "fines paleotécnicos con medios neotécnicos" afirma:

"En México todavía usamos herramientas prehistóricas: el arado egipcio, el azadón y hasta el martillo de pederual; al mismo tiempo se utiliza el computador, aunque sea para contar desempleados"

"Las teorías de McLuhan" es un ensayo de corte polémico. Primero, porque no ataca al conocido autor de La comprensión de los medios. Segundo, porque retoma algunas afirmaciones y las aplica directamente a la realidad me-

xicana, directa y acertadamente. Tercero, porque, con toda imparcialidad, presenta a quienes han atacado justa o injustamente a McLuhan. Cuarto, porque evidenciando un prolijo conocimiento de la obra en cuestión, Guajardo Elizondo puede colocarse ante aquel autor en una actitud nada parcial.

Y el ensayo es polémico porque intenta rescatar algunos aspectos de McLuhan desde el punto de vista político. Pero a las citas ("La política ofrece respuestas de ayer a las preguntas de hoy") nuestro autor va añadiendo su propia y muy personal cosecha:

"La política no se explica por la herencia, el engaño o la intriga, sino por el pensamiento y el trabajo. El aparato y la investidura atemorizan. Burocracia, timocracia, aristocracia, tecnocracia, son figuras parciales de poder, hegemónicas por sí y ante sí. Nada sustituye al pueblo".

Con relación a la afirmación de McLuhan en el sentido de que ante los anuncios de nuestra época los jeroglíficos egipcios quedan muy a la zaga, dice Guajardo Elizondo: "Y al anuncio comercial se agrega el anuncio ideológico, que los países de economía central llevan a los mismos extremos: repetición indigesta, monopolio y exageración. En los países de economía mixta se reúnen ambos errores, como el caso de México donde la Coca Cola y el PRI entonan un mismo jingle: "hay que compartir".

Ensayos de comunicación muestra cómo ciertos temas fundamentales de la comunicación pueden ser tratados con un amplio bagaje de información, un sentido del humor y una ironía constante. Guajardo Elizondo no denuncia a los gritos, apela más bien al guiño cómplice, a la mirada inteligente, al estilo cuidado. Formas de encarar el trabajo intelectual a menudo más que ausentes en nuestros países latinoamericanos. (Daniel Prieto Castillo)

socialismo y participación

EDITORIAL

CRISIS DEL REGIMEN POLITICO

ARTICULOS

Javier Silva Ruede
ALTERNATIVA ECONOMICA

Armando Tealdo
DESASTRE Y CRISIS EN EL AGRO

Rubén Berríos
RELACIONES PERU-PAISES SOCIALISTAS

Walter Zegarra
LAS COOPERATIVAS AGRARIAS

Jorge Chávez Alvarez
LA POLITICA DE ESTABILIZACION. NEOLIBERAL

Leopoldo Mármora
MARIATEGUI Y EL PROBLEMA NACIONAL

Gonzalo García
LA CUESTION LATINOAMERICANA EN LA III INTERNACIONAL

ARTE

Wolfgang Luchting
LO INCONFESABLE EN LA OBRA DE RIBEYRO

Tulio Mora
ACONTECER DE CRISTOBAL

Juan Ventura
POEMAS

Paulina Matta
LA PATRIA EN NERUDA

DOCUMENTOS

Carlos Amat y León,
Carlos Franco
ACERCA DEL CONGRESO ECONOMICO NACIONAL

Reynaldo Alarcón
LA INVESTIGACION EN LA UNIVERSIDAD PERUANA

Felipe Mac Gregor
LA INVESTIGACION DE LA PAZ

Peridos:
CEDEP, Av. 6 de Agosto
425, Jesús María, Apartado
11701 - Lima 11, Perú.

SOCIALISMO Y PARTICIPACION

MEDIOS AUDIOVISUALES
Dirección-Redacción-Administración
Desengaño, 12
Madrid 13

Director-Editor: Antonio Morales

Esta revista se divide en varios apartados: editorial, mundo audiovisual, ediciones, nuevas tecnologías, cine, fotografía y videomercado.

El objetivo de la revista es mantener al subscriptor al corriente de los nuevos avances tecnológicos en los medios audiovisuales y sus aplicaciones. También informa sobre libros y artículos publicados en relación con los audiovisuales y sobre jornadas de trabajo que se hayan celebrado o vayan a celebrarse con la asistencia de profesionales en este campo.

El número 125 correspondiente al mes de enero de 1983 incluye los siguientes temas:

En el **Comentario Editorial**, titulado "La videopiratería en auge" se hace referencia a la falta de normativa jurídica aplicable a quienes distribuyan videocassettes con títulos no sujetos a derechos de propiedad, lo que está haciendo que el mercado español, al aumentar las posibilidades de adquisición de equipos, se convierta en un negocio a favor de los desaprensivos.

En la sección titulada **Mundo Audiovisual** aparecen comentarios cortos sobre la industria audiovisual y las ventajas del microordenador para ayudar en la función docente. Otros comentarios hacen referencia a la transmisión telefónica ultramoderna, el primer rayo laser sintonizable, el computador de mano y el diseño de un ordenador por escolares.

En el apartado **Nuevas Tecnologías** destaca el artículo

de Johan Lewell "Visión general sobre computadoras gráficas" en el que se hace referencia a los nuevos caminos que ofrecen las computadoras gráficas para visualizar una materia.

En el apartado **Cine** aparece un artículo de Enrique Fuentes Goyanes titulado "La ciencia en el cine de largometraje". En la sección dedicada a **Fotografía**, Erich Hartmann Magnus, conocido por sus ensayos fotográficos, escribe sobre el uso de la cámara en el laboratorio de investigación genética.

En el apartado **Videomercado**, Juan Riba y Cañardo expone algunas soluciones al problema de la piratería existente hoy en España. (Magda Alberó Andrés)

COMMUNICATION ET LANGAGE
No. 55, 1 er. Trimestre 1983

Este número se inicia, como ya es habitual desde hace dos años, con la publicación de **Le carnet de Jacques Mousseau** que en esta ocasión cobra una especial relevancia al ofrecernos un excelente informe sobre la actualidad de los proyectos de desarrollo de la televisión por cable y por satélite tanto en los Estados Unidos como en los países europeos. Mousseau recoge declaraciones de importantes cargos de la industria de las telecomunicaciones y de diversos representantes estatales que baticinan la puesta a punto definitiva de estas nuevas tecnologías hacia finales de la presente década impulsada básicamente por los intereses e imperativos comerciales e industriales.

Se destaca su informe sobre la experiencia piloto que el gobierno francés está llevando a cabo en la actualidad en la ciudad costera de Biarritz en la que se están aplicando estas nuevas tecno-

logías experimentalmente para poder permitir un perfecto conocimiento de su impacto con anterioridad a su diversificación por todo el Estado Francés.

El presente número continúa con un interesante artículo de Bonnie Lass, titulado **Portrait d'un lecteur précoce: mon fils**, en el que analiza las fases de aprendizaje de la lectura desde el nacimiento hasta los dos años de edad y de las características de los niños precoces (grado de inteligencia, ambiente familiar, disposiciones motoras, intereses cognitivos, etc.).

Dominique Belin, en su artículo titulado **L'ordinateur et la lecture à l'école**, se hace eco del avance en el uso de los ordenadores en el sistema educativo francés. En esta ocasión, Belin (miembro de la Asociación Francesa de Lectura) se refiere tan sólo al programa ELMO destinado al desarrollo del aprendizaje de la lectura al que critica en múltiples aspectos.

Donald Kunth ofrece un interesante estudio (**Le concept de métafonte**) en el que describe las posibilidades que ofrece el uso de los ordenadores para diseñar las formas gráficas de un texto mediante el cual la dialéctica entre automatización y diseño se nos muestra como un problema crucial en los próximos años para una redefinición del diseño gráfico en la sociedad post-industrial.

Por último, cabe destacar dos artículos más en los que se reflexiona abiertamente sobre el futuro de la prensa y sus relaciones con el poder. En primer lugar, Pierre-Ami Chevalier (editor de **Le Journal de Génève**) publica un artículo titulado **Strategies de la presse et pouvoir**, en el que se reflejan las implicaciones de las nuevas tecnologías (cableaje, satélites de comunica-

ción, banco de datos) en la prensa desde una perspectiva liberal. Chavalier reflexiona en torno a las amenazas que desde los grupos de presión y desde los estados se ciernen sobre la libertad de prensa y sobre la libertad de la información en un mundo en el que se acrecienta la interconexión de los intereses comerciales, industriales y políticos, y en el que la problemática de los diversos medios de comunicación de masas están unificándose con creciente rapidez. En este mismo sentido, Antoine Spire, publica un artículo, **Le Pouvoir du Journalisme**, en el que expone la función del periodista en el mundo moderno y su creciente pérdida de "poder". Mucho menor, según Spire, de lo que se ha creído habitualmente. (Anna Carrascal)

INTER-MEDIA
The Journal of International Institute of Communications
Volumen 11, No. 3,
Mayo 1983
Londres (Reino Unido)
Dir. John Howkins

La lectura de esta revista es importante para seguir de cerca el desarrollo de las nuevas tecnologías relacionadas con el campo de la comunicación: video, telefonía, computadores, satélites, video-discos, TV por cable, etc.

El artículo escrito por Wilson P. Dizard, que lleva el sugerente título de "**Re-inventing the telephone**", presenta un nuevo tipo de sistema nacional de teléfono que será fabricado, en los próximos años, en Estados Unidos, Inglaterra, Canadá, y otros países. Este sistema proporciona un servicio conocido como "radio móvil celular" que va a cambiar drásticamente las formas de usar el teléfono. El teléfono móvil, independizado del cable de conexión con la red, enlazará por micro-ondas a un conmutador

computarizado que transferirá la llamada a otro teléfono móvil.

Por su parte, Hillary B. Thomas, en su texto "Videotex gets down to business" analiza cuestiones relacionadas con el desarrollo tecnológico del videotex y su implantación en el mundo de los negocios. (Anna Carrascal)

MEDIA, CULTURE AND SOCIETY

**Volumen 4, No. 4,
Octubre 1982**

Ed. Academic Press

Londres Inglaterra

Dir. Nicholas Garnham

Todos los artículos de este número examinan, desde diferentes perspectivas, aspectos de la historia de los medios de comunicación social. Paul Di Maggio toma la ciudad de Boston como arquetipo a partir del cual analiza como una alta burguesía industrial y financiera crea las instituciones y prácticas características de producción y consumo cultural etiquetadas como "alta cultura", como parte de los procesos de formación de su propia clase y de legitimación de su dominación. En la primera parte del estudio —publicada en el volumen 4, No. 1— Di Maggio atendió la constitución de instituciones como el Museo y la Orquesta Sinfónica. En esta II parte analiza la lucha por imponer, en el interior de estas instituciones, una definición de práctica artística legitimizada y un modo apropiado de consumo que incluya como audiencia a la élite social y excluya a las clases inferiores.

Pat O' Malley, en un trabajo titulado "The invisible censor: civil law and the state delegation of press control, 1890-1952", intenta explicar cómo y por qué el Estado pasa a controlar la Prensa de forma indirecta a través de la justicia y los juristas. O' Malley insiste en la divergencia entre los intereses y prácticas

de la Prensa y los de la clase política dominante, y esta insistencia puede verse como un correctivo a las versiones funcionalistas y manipulacionistas de la historia de la Prensa.

Gerry Turvey —"1936, the culture of the Popular Front and Jean Renoir"—, hace un detallado análisis de la relación entre la práctica de producción cinematográfica de Jean Renoir en los últimos años de la década de 1930 y el contexto socio-económico y cultural del Frente Popular. En particular, argumenta que la emergencia de la clase trabajadora en Francia como un sujeto legítimo para producciones fílmicas favorece el surgimiento de una variedad de estrategias "realistas" para su representación, y que las formas de los films de Renoir en este período articulan la oposición entre una "cultura dominante efectiva" y una "cultura de signo opuesto emergente".

Además, en este número de la revista encontramos un artículo de Peter Spence sobre el Servicio Norteamericano de la BBC durante la II Guerra Mundial —"The BBC North American Service 1939-1945"—, y, finalmente, otro de Gerald Sussman sobre el desarrollo de las telecomunicaciones en el caso concreto de las Filipinas —"Telecommunications technology: transnationalizing the new Philippine information order" (Anna Carrascal)

PROBLEMI DELL' INFORMAZIONE

Nos. VII-4 y VIII-1

(1982-1983)

Bolonia - Italia

De los dos últimos números de la revista de Bolonia, **Problemi dell' Informazione**, que han llegado a nuestras manos, destaca sin duda la publicación de un estudio de Rosella Savarese titulado "Ar-

mas estratégicas y armas de guerrilla. Una metodología integrada para el análisis de las estrategias informativas de la prensa diaria", estudio que aparece en el último número correspondiente al año 1982.

Rosella Savarese se centra en el debate en torno a la imagen que la prensa contribuye a crear sobre la guerra, las armas y los sistemas armamentistas, y se propone dos objetivos: en primer lugar, examinar el discurso sobre las armas nucleares y el armamento en general, producido por la prensa diaria italiana, así como sus formas de enunciación; y por otra parte, poner a punto un dispositivo analítico apto para analizar un corpus específico de textos como el de los diarios. La hipótesis inicial de la autora se vio confirmada por la investigación. En síntesis su hipótesis era que la prensa italiana presenta a sus lectores dos imágenes distintas de las armas: una de las armas nucleares y otra muy diferente de las convencionales.

En este mismo número cabe mencionar un estudio de Carlo Macchitella sobre la evolución de la principal agencia informativa italiana, titulado "La Ansa, de la oficialidad al mercado de la noticia. Situación y perspectivas de nuestra mayor agencia de información".

En el primer número de 1983, resulta de gran interés una ponencia de Marco Revelli presentada en Cuneo al Congreso sobre "El fascismo hoy. Nueva derecha y cultura reaccionaria en los años 80". La aportación de Revelli, que se titula "Panorama editorial y temas culturales de la derecha militante", comprende sugestivas interpretaciones del fenómeno que designa como "la cultura de la derecha" y llega a firmar que en la Italia de esta década el "lugar" de referencia teórica para el neofascismo es la Alemania de los años 20.

Finalmente, "Más ayuda a los diarios, pero ninguna reforma" es el título con que Paolo Murialdi encabeza la segunda parte de sus "Apuntes para la historia política de la ley de la edición 1973-77", cuya primera parte había publicado en el número 3/1982. (J. Gifreu)

ANALISI

Quaderns de comunicació i cultura. Departamento de Teoría de la Comunicación. Facultat de Ciències de la Informació. Universitat Autònoma de Barcelona.

Marzo 1983.

Barcelona - España

En el marco de una línea teórica pluridisciplinar este número doble monográfico, coordinado por José Manuel Pérez Tornero y Lorenzo Vilches, se titula **Semiòtica de la Comunicació de Masses**. Ofrece un amplio panorama de las investigaciones que se realizan a escala internacional en este campo y hace hincapié en el hecho de que se intenta construir una herramienta válida para los investigadores de las comunicaciones de masas más que una revista especializada dirigida a los semióticos.

La publicación comienza con un artículo de J. M. Pérez Tornero y Lorenzo Vilches: "Semiòtica de la comunicació de masas. Los términos de la cuestión", donde hay una valoración de la situación actual de la semiótica y de sus métodos, y de la semiótica en relación a la comunicación de masas. En este contexto se sitúa una "Encuesta sobre el estudio semiótico de la comunicación de masas" la que responden: Gonzalo Abril, Jorge Lozano y Cristina Peña Marín (de Madrid), Francesco Cassetti (de Milán), Teun A. van Dijk (de Amsterdam), A. J. Greimas (de París), A. Helbo (de Bruselas), Cristian Metz (de París), Miguel de Moragas (de Barcelona), y T. A. Sebeok (de Bloomington).

Los artículos se agrupan por temas de la siguiente manera: teoría, prensa, audiovisual, publicidad, comic, teatro y arquitectura.

En la sección **Teoría**, Jordi Berrio profundiza en los mecanismos de la significación en el marco de la tradición filosófica —remarcando la aportación de Wittgenstein y Morris— con el objetivo de delimitar unos criterios básicos para la clasificación de los discursos sociales. Eric Landowski se preocupa por delimitar el espacio que une a la semiótica y las ciencias sociales en la perspectiva de encaminarse hacia una teoría de la acción. Claude Chabrol también opta por la vía interdisciplinaria —psicosociología y semiótica— para abordar el análisis de la comunicación de masas; critica las corrientes de Greimas y Hjelmslev, que intentan definir la enunciación textual a partir del análisis inmanente de los discursos sociales, y se delimita a favor de una pragmática que sería el punto de partida de una clasificación de los géneros en la comunicación de masas.

En el apartado **Prensa**, Teun A. Dijk analiza unas noticias concretas en el marco de las investigaciones de los medios de comunicación de masas y de la lingüística textual. Realiza una distinción entre texto y discurso, y establece las relaciones que se dan entre discurso, interacción y contexto social. Santiago Alcoba estudia el problema del tiempo en el acto enunciativo de los medios de comunicación de masas. Es un análisis lingüístico-textual del discurso de los titulares que, según el autor, no son defectivos, sino anafóricos. Finalmente, F. Bastide analiza la estrategia de la enunciación en la prensa. Parte de una noticia: el Voyager 1 pasará el 13 de noviembre de 1980 por el punto más próximo a Saturno, y estudia las diferentes estrategias de enunciación que se dan en *Nature*, *La Re-*

cherche, *Le Monde* y *Libération*.

En la sección de **Audio-visual**, Cristian Metz se plantea la posibilidad o no de aplicar una teoría generativa a los códigos cinematográficos. En contraposición a esta postura F. Casseti parte de la pragmática y aplica la teoría de la enunciación a un telediario de la televisión italiana. Por su parte, L. Vilches, en este mismo contexto de la pragmática y de la teoría de la enunciación, elabora una teoría sobre el rol del lector en la fotografía; concluye, finalmente, con una propuesta de encarar el problema de los géneros en la comunicación de masas. Para terminar, Eluís Bassets hace unas consideraciones generales sobre una posible definición del discurso radiofónico desde una perspectiva semiótica con el objetivo, a largo plazo, de elaborar una semiótica radiofónica; con este objetivo, se plantea la producción de sentido en este medio y apunta hacia una clasificación de los diferentes tipos de signos exclusivamente sonoros.

Marie Floch (“Originalitat i pertinència de l'enfocament semiòtic en publicitat”) y José Manuel Pérez Tornero (“Trascendencia, tiempo y estrategias enunciativas en el discurso de la publicidad”), en **Publicidad**, nos proponen nuevas líneas de investigación.

M. Floch hace una valoración crítica de los conceptos de signo, comunicación y connotación que hasta ahora han predominado en la investigación semiótica y propone un nuevo enfoque de los estudios sobre publicidad desde la semiótica del discurso para profundizar, a partir de aquí, en las ideas de persuasión y manipulación. Partiendo también de la semiótica discursiva, J. M. Pérez Tornero analiza una serie de anuncios para demostrar un tratamiento específico del tiempo que

influye en la dimensión semionarrativa, discursiva y enunciativa del texto.

El apartado **Cómic** consta de un artículo de Pierre Presnault Deruelle (“Elements per a un estudi de l'efecte del moviment en el cómic de suport fix”). Estudia la posibilidad de analizar una tipología de los estereotipos gestuales a partir del cómic, que en opinión del autor, presenta mayores ventajas que la foto.

En **Teatro**, el artículo “semiología teatral” de P. Pavis reproduce el texto que bajo esta misma expresión aparece en su **Diccionario Teatral**. Ofrece una visión de las tendencias de investigación que se ha dado en este campo y una valoración crítica de lo que se ha llamado “semiología teatral” para pronunciarse abiertamente por una “ciencia del espectáculo”. En esta misma perspectiva A. Helbo aborda en su artículo la necesidad de hacer una semiología del espectáculo, de definir la relación espectáculo-destinatario y analizar la producción de los sistemas significantes. Finalmente, Bettetini, al igual que Chabrol, aborda la crisis de los géneros que se ha producido en el cine, la televisión e incluso el teatro; propone una investigación encaminada a estudiar la práctica del consumo de los medios, para lo cual se manifiesta a favor de una teoría de la feria más que una teoría del espectáculo.

Para terminar, Martin Krampen (“El estilo y la metáfora arquitectónica”): en **Arquitectura**, analiza los estilos y la señales principales que las personas utilizan para poder diferenciarlos. (María Dolores Montero Sánchez)

COMMUNICAZIONI SOCIALI

Año IV, Abril - Septiembre 1982, No. 2 y 3
Ed. dell' Università Cattolica Milan - Italia.
Dir. Virgilio Melchiorre

La revista de la Universidad Católica nos presenta un largo ensayo de Bruno de Marchi **Realismo socialista e religione della verità** en el que intenta definir los grados de aceptación y de rechazo del realismo cinematográfico en la URSS y en tres países socialistas que mantienen entre ellos numerosas diferencias, como son los casos de Yugoslavia, Polonia y Hungría.

Efectivamente se constata que las variables nacionales han influido poderosamente en interpretar de forma particular el marco estético dentro del cual se han movido todos ellos.

La presente investigación intenta determinar las razones de los diferentes rechazos basándose en la separación de orden estético que está establecido en la Unión Soviética entre realidad y verdad. El método artístico corrige, dentro de un objetivo paréntico, la convergencia ontológica que establece que la verdad se asume a partir de lo que es útil para el pueblo y que la verdad en abstracto es totalmente inútil. De estos planteamientos se deriva una cinematografía de carácter maniqueo, centrada sobre el personaje del héroe como representante de los grandes anhelos sociales.

Así pues, el cine de los países socialistas, si quiere ser auténticamente socialista, debería proponerse como defensor de los valores propios, subrayando la identidad, las variaciones, las finalidades particulares.

En la sección de **Reseñas** se recoge un comentario de Giorgio Simonelli titulado **La Breve vita di un Talk-Show** en el que se ordenan los resultados del análisis elaborado en el interior de un ejercicio de la Escuela Superior de la Comunicación Social en el curso del año académico 1977-78 y 1979-80, relativa a la enseñanza de ética de la comunicación social.

En esta misma sección tenemos **Nota sul "bianco e nero" nel cinema** de Giuseppe Marcolí que trata el tema de la imagen en blanco y negro en el cine desde una perspectiva perceptiva. Finalmente, la sección se cierra con la reseña de Antonio Nova **Le transmissini private nel vuoto legislativo** en el que se analiza jurídicamente el tema.

Finaliza el número con el trabajo de Luigi Bini sobre **La teodramática di Von Balthasar**. (Jordi Berrio)

Las reseñas anteriores fueron enviadas especialmente para CHASQUI por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Autónoma de Barcelona (España).



NORDICOM REVIEW

Editor: Ulla Carlsson
Dept. of Political Science,
University of Goteborg 1983
P.O.Box 5048
S-402 21 GOTERBORG,
Suecia

NORDICOM es el Centro de Documentación Nórdico para Investigación en Comunicaciones. Además de este REVIEW publica una bibliografía comentada anual sobre comunicación de masas en Dinamarca, Finlandia, Islandia, Noruega y Suecia. El volumen de 1982 contiene datos de 1000 publicaciones y se edita en inglés.

Tareas importantes del Centro NORDICOM y del NORDICOM REVIEW son "proveer de conocimientos y medios de contacto entre las esferas de investigación nórdica e internacional" y -obviamente- difundir lo que se investiga en comunicaciones en países nórdicos.

Nuestro contacto como latinoamericanos con dichos países, salvo contadas excepciones, es pobre o nulo, merced a distancia y lenguajes. Pero esa es la región de Kaarle Nordenstreng, Tapio Varis, Olof Hultén, para citar investigadores cuyo nombre evo-

que algo en nuestras tierras. Y leyendo algunos números de NORDICOM REVIEW (semestral) nos encontramos con interesantes sorpresas y rumbos en la investigación en comunicaciones. El viejo truco de la investigación marcada por su contexto sociopolítico -en áreas de interés, selección de temas y problemas, tipos de metodologías, utilización de las investigaciones- se ejecuta una vez más.

Claro está, la revista es más bien un documento de referencia, de utilidad variable, que algo a ser devorado (en inglés) de tapa a tapa. Hay informes de investigación cuyas temáticas y preocupaciones son demasiado estrechas en su "nordicidad" como para solicitar nuestra atención, de no ser nordófilos convencidos. No podía ser de otro modo. Pero aún esos informes, bien planteados como resúmenes significativos, tienen la utilidad de ampliar perspectivas y proporcionar valiosa información para el estudioso de un tema específico. Y esto es ya un mérito: hacer accesible la información al interesado.

A un nivel más general, hemos encontrado interesantes artículos panorámicos. Así, el número 2/81 reúne varias ponencias de la V Conferencia Nórdica de Investigación en Comunicaciones. Ya el 1/81 (número inaugural) había presentado visiones nacionales para Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia. Y el último disponible (1/83) detalla los resultados de un extenso y prolongado estudio sobre los medios masivos en Noruega, parte de un estudio mayor sobre la distribución del poder, comisionado por el Gobierno.

Detengámonos en dicho informe. Según señala Hyer, se adoptó un modelo intermedio para el estudio empírico del poder de los medios, que no se limita a consideraciones micro como la rearticulación se habló de la necesidad de "demitificar a Bolívar". La expresión puede re-

sultar un tanto equívoca. Lo que se propuso Roig, y lo que se propone la Revista Comunicación, como veremos más adelante, es demitificar los usos que de la imagen del Libertador se ha venido haciendo.

La intención de la audiencia a determinado contenido, ni a proposiciones normativas sobre la ideología genérica de los medios. El estudio "intenta estudiar las relaciones entre todos los puntos de la cadena de comunicación". Westersahl critica a continuación dicho informe, centrándose en dos aspectos: las dificultades para lograr un todo coherente (varios autores, varios años), y la concepción de "poder" con la que trabaja el informe. No obstante, es una mina de oro para el estudioso, concluye el crítico. Para cerrar el tema, dos artículos más se refieren a las políticas de comunicación noruega, uno en relación con las europeas y las de Dinamarca. En suma se logra una discusión que logra interesar no sólo a los noruegos.

NORDICOM REVIEW publica además regularmente secciones sobre investigaciones en curso, buenos comentarios de libros, y noticias varias relativas a actividades de comunicaciones nórdicas.
(Eduardo Contreras Budge)

COMUNICACION

Estudios Venezolanos de Comunicación Perspectiva Crítica y Alternativa
N. 41-42
Abril 1983
Caracas-Venezuela

A partir del 24 de julio, en el suplemento cultural de El Comercio, Quito, comenzó a publicarse el texto de una conferencia pronunciada días antes por el filósofo argentino Arturo A. Roig: "Simón Bolívar y las dos revoluciones del proceso de la independencia". El trabajo tuvo fuerte repercusión en los medios intelectuales ecuatorianos y, a través de numerosos

Dice el autor que nos ocupa: "... entre él (Bolívar) y nosotros, se han ido construyendo sucesivos Bolívares. ¿Cuál de ellos es el válido? ¿Cuál de ellos es el que más se aproxima al personaje histórico?"

Y añade: "La respuesta solo podremos darla si nos colocamos en el terreno de la historia concreta y rechazamos y denunciemos todas las formas de historia abstracta desde las cuales se han esbozado tantos Bolívares. Entre ellos, por cierto, los de los oficialismos, los Bolívares que integraron e integran las ideologías de estado...".

Denuncia Roig las versiones que se han ido sucediendo, o superponiendo: el "héroe", personaje único y solitario; el "populista", como imagen maniquea del bien enfrentado a un mundo de malos y perverso; el "general de los humildes", como algunos lo han llamado...

Es precisamente en la denuncia de esos usos donde se sitúa buena parte del N. 41-42 de la Revista Comunicación, el cual lleva un título muy sugerente: "Bolívar superestrella". Se afirma en la presentación:

"... el tiempo transcurrido entre el Bolívar hombre y el mito ulterior, se ha prestado para toda clase de confusiones y equívocos. Así, bajo la imagen de Bolívar se escudan personas y actitudes que drástica y radicalmente lo niegan e insultan". Y si Roig se dirige a la historia para demitificar esos usos, los autores Jesús M. Aguirre, Berta Brito, Yolanda Osuna, Carlos Blanco, Federico Alvarez, etc., de la revista se lanzan al análisis de las versiones de Bolívar en la industria cultural.

Los artículos incluidos ofrecen una amplia visión en ese sentido:

"El mito de Bolívar y su función política".

"Bolívar y la comunicación".

"Bolívar desde la óptica esco-

lar”.

“A propósito del bicentenario: dos propuestas teatrales”.

“Rostros del cine para Simón Bolívar”.

“Así le canta el pueblo a Bolívar”.

“La ideología Bolivariana”.

“Bolívar en la calle”.

“Los que vinieron después”.

“Del pueblo de Bolívar al uso de los Bolívares del pueblo (reflexiones sobre el uso de la imagen de Bolívar en el contexto electoral)”.

“Bolívar tiene todavía que hacer en América”.

Se trata de artículos breves, concisos, a través de los cuales se procede a analizar metódicamente la forma en que la imagen del Libertador es utilizada según los intereses de cada grupo social. Así, aparecen tres tipos de fisonomía Bolivariana en los discursos social-cristiano, liberal y marxista; el Bolívar “valiente, noble, buen amigo, sincero, inteligente, honesto, tenaz, constante . . .” en el contexto escolar; el Bolívar que, según un grupo juvenil venezolano ha sido convertido en un ídolo “tan igual a un brioso Batman o un invulnerable Superman”.

Junto al proceso de demitificación de los usos aparecen trabajos que ilustran la manera en que el Libertador utilizó el periodismo como un arma privilegiada para su lucha y un extenso artículo en el que se plantean los grandes obstáculos que en la actualidad existen para el logro de la tan soñada integración latinoamericana.

En su sección documentos, la revista incluye:

“Hacia la constitución de la unidad latinoamericana”.

“Una nueva política interamericana para los años 80”.

“Comunicado de Managua (Declaración final de los NOAL)”.

Esta entrega de **Comunicación** constituye un aporte al largo proceso de demitifi-

cación de nuestros personajes históricos, el cual en la mayoría de los casos apenas si se ha iniciado. Si uno queda a merced de los usos interesados de quienes cumplieron papeles centrales en nuestro proceso histórico, mal puede pretender luego una transformación de la sociedad. (Daniel Prieto Castillo)

CONNOTACIONES

Número 4, Abril de 1983

México D.F.; México

Dir. Miguel Angel Granados Chapa.

El número 4 de CONNOTACIONES, revista de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), incluye, entre otros, trabajos de Enrique González-Manet, Daniel Prieto Castillo, Rafael Roncagliolo y Beatriz Solís, así como una bitácora de la comunicación en México correspondiente a los meses enero-marzo de 1983.

En su trabajo “Informática y control ¿armas de gigantes?”, el cubano González-Manet se ocupa de los problemas planteados a nivel planetario por la introducción de nuevas tecnologías llámense satélites, microprocesadores o bancos de datos. Estos adelantos han permitido, según el autor, “la concentración máxima de las tomas de decisión, optimizar los procedimientos de supervisión y control, y facilitar la descentralización total de las actividades operativas”. Siendo sus más importantes consecuencias “las de impulsar la superconcentración financiera. Transnacionalizar la producción y servicios, unificar sectores a nivel de empresa y favorecer la inversión multisectorial diversificada”.

González-Manet después de un análisis detallado sobre las repercusiones que estos adelantos tendrán en el futuro para la humanidad plantea que “el cambio socio-económico desencadenado por la revolución científico-técnica acrecentará las luchas de libe-

ración a escala mundial y hará a los pueblos más conscientes de la necesidad de defender su identidad propia”.

“Teoricismo y autocritica: en busca del tiempo perdido” se titula el trabajo del argentino Daniel Prieto Castillo, presentado como ponencia en el encuentro CONEICC-82, en el que en forma muy precisa plantea la situación por la que atraviesan muchas escuelas de comunicación del continente en las que predomina, después del impulso teórico a principios de los 70, un teoricismo que le “hace mucho daño tanto a la propia teoría como a la enseñanza y a la investigación de la comunicación”. El teoricismo apareció, según el autor, a través de tres caminos: la crítica a la conformación de la sociedad, la teoría del discurso y los desvanecimientos semióticos. No rechaza estos tres caminos sino la manera en que fueron incorporados a la enseñanza de la comunicación y la forma en que terminaron por hacer perder preciosas horas de investigación.

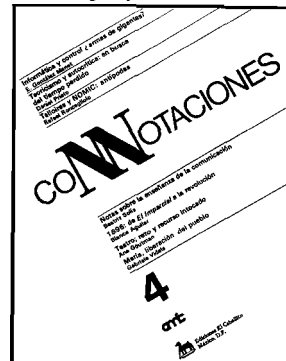
Ante la disyuntiva existente en muchos sitios entre los que ofrecen la capacitación técnica y quienes imparten la teoría, el autor considera que la solución consiste “en pensar y actuar siempre desde la comunicación”. Finaliza aseverando que “es hora de poner abiertamente el acento en la profesionalización, sin perder de vista los aportes que puede y debe hacer la verdadera teoría, porque si no se toman medidas

para corregir algunos de los problemas derivados del teoricismo, el progreso, la consolidación de la teoría y de la investigación de la comunicación se demorará todavía mucho tiempo”.

En su trabajo “Talloires y Nomic: antípodas”, el peruano Rafael Roncagliolo se ocupa de cuatro aspectos importantes 1.) el contexto en

el que surge tanto el debate internacional sobre las comunicaciones como la propuesta de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC); 2.) la relevancia del tránsito producido al pasar de una confrontación centrada principalmente sobre los flujos internacionales de noticias a un cuestionamiento global de las estructuras comunicativas; 3.) la propuesta de democratización de las comunicaciones; y 4.) las perspectivas que se abren a la discusión internacional sobre las comunicaciones, al cumplirse 10 años desde que el tema fue por primera vez introducido en la arena intergubernamental.

“Notas sobre la enseñanza de la comunicación” es el título del trabajo de la mexicana Beatriz Solís en el que, después de describir la situación por la que atraviesan desde su creación las 27 Escuelas de Ciencias de la Comunicación de México, analiza los planes de estudio de las mismas tomando en cuenta cuatro áreas fundamentales: objetivos, estructura del plan de estudios, régimen de enseñanza e investigación, y llega a la conclusión que “el análisis de la formación profesional debe ir más allá de la mera reflexión académica o técnica; su evaluación es fundamental, sobre todo en estos momentos de indefinición nacional en cuanto a comunicación social”. En la bitácora de Comunicación se desliza un error al mencionar a CHASQUI, de CIESPAL, como revista peruana. (Ronald Grebe López)



fichas

AMORIN, JOSE SALOMAO DAVID.

A radiodifusão no Brasil: 1974-1981/ José Salomao David Amorin.—Brasília: Departamento de Comunicação da Universidade de Brasília, 1982.—27 hojas; 33 cm.—xer.; portugués.

Reseña: El trabajo tiene como objetivo analizar la evolución de la radiodifusión en Brasil desde 1930 hasta 1981. Se subdivide en dos épocas de 1930 a 1974 y de 1974 a 1981 para dar un mayor énfasis en el análisis de la situación y explicar el comportamiento de la radiodifusión a partir de la realidad política y económica.

ENCALADA REYES, MARCO.

Vinculación de la comunicación y el desarrollo en América Latina/ Marco Encalada Reyes.—Quito: Curso Internacional de Periodismo Científico: VIII, CIESPAL, 1978.—18 hojas; 32cm.—xer.; español.

GUBER, ROMA.

"Poder económico y poder comunicacional".— Análisis quaderns de comunicació i cultura (Barcelona) (4): 45-51, Dic./81.— imp.; español.

/PODER POLITICO//ASPECTO ECONOMICO//COMUNICACION//GRUPO DE PRESION//CENSURA//TECNOLOGIA//PRODUCCION//MENSAJE//DIFUSION DE INFORMACION/

RAMOS G., VICTOR M.

"El periódico como propaganda, agitador y organizador colectivo: la prensa flores magonista 1900-1911".— Cuadernos del ficom (México) (5): 1-145, Mar./80.— min.; español.

Reseña: Estudia el período inmediato anterior a la Revolución Mexicana, a través de la visión de la prensa flores magonista, en especial la etapa en la que se fundó y circuló el periódico Regeneración. Es un análisis que busca comprender el proceso de construcción de un proyecto hegemónico nacional de principios del siglo XX.

GUPTA, V.S.

"Communication planning a plea for appropriate communication".—Media asia an asian mass communication quarterly (Singapore) 8 (3): 156-161, 1981.— imp.; inglés.

/COMUNICACION//ESTRATEGIAS DE COMUNICACION//MEDIOS DE COMUNICACION//DESARROLLO SOCIAL//DESARROLLO NACIONAL//PARTICIPACION SOCIAL/.

COTTERET, JEAN-MARIE.

"La démocratie cathodique".— Les cahiers de la communication (Paris) 1(4-5): 409-422, 1981.—imp.; francés.

/INFLUENCIA DE LA COMUNICACION/ TV/ DEMOCRACIA/

HALLORAN, JAMES.

"Introduction and background".—IN: *Communication in the community*.—París: UNESCO, 1982.— 85p.; 30 cm.— (Reports and papers on mass communication).— imp.; inglés.—p.5-14.

/COMUNICACION//INVESTIGACION/

GETINO, OCTAVIO.

El tercer mundo y las comunicaciones/ Octavio Getino.— Caracas: Federación Latinoamericana de Trabajadores de la Prensa, 1981.— 21 hojas; xer.; esp.— Congreso por el Derecho de los Trabajadores y los Pueblos a un Nuevo Orden Informativo Internacional.

Reseña: Analiza la problemática de la Comunicación desde una perspectiva tercermundista y ubica al Tercer Mundo como actor principal del actual conflicto mundial. Plantea la necesidad de nuevos modelos de desarrollo comunicacional. Ante la monopolización y dependencia de las comunicaciones plantea la necesidad de nuevos modelos de desarrollo comunicacional.

"Comunicación y pluralismo; alternativas para la década".—Comunicación estudios y documentos (Bogotá)III (9): 25-33: il, May./83— imp.; español.

CENTRO INTERNACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COMUNICACION PARA AMERICA LATINA

Seminario nacional de desarrollo y comunicación social: informe final./CIESPAL.—Quito: CIESPAL, 1980.— 53 hojas; 28cm.—mec.; español.

/PLANIFICACION DEL DESARROLLO//PLANIFICACION DE LA COMUNICACION//DESARROLLO SOCIAL//DESARROLLO NACIONAL//CEDEGE//ECUADOR/

DAVILA DE VELA, GLORIA.

Síntesis del proyecto comunicación educativa para áreas rurales.—Gloria Dávila de Vela.—Quito: Seminario Regional sobre Métodos y Procedimientos de Comunicación Social en Función del Proyecto Principal de Educación en América Latina y El Caribe, 1982.— 15 hojas; 28 c. Doc. T. No. 5.—min.; español.

/PROYECTO DE DESARROLLO//PROGRAMA DE ENSEÑANZA//COMUNICACION PARTICIPATORIA//ZONAS RURALES// ECUADOR//PARTICIPACION SOCIAL//DESARROLLO RURAL//DESARROLLO DE COMUNIDADES//CAPACITACION PARA LOS MEDIOS//INVESTIGACION SOBRE LA COMUNICACION/

SILVA, CARLOS EDUARDO LINS DA.

"Imprensa sindical na América Latina".— *Cadernos intercom*— (Brasil) I (1): 7-23, Mar./82.—imp.; portugués.

/PRENSA ALTERNATIVA//TRABAJADORES//SINDICATOS//AMERICA LATINA/

ENTREVISTA A JAMES HALLORAN

Ao começar sua entrevista sobre "Comunicação e Democracia", o Professor James D. Halloran, Diretor do Centro para Investigações sobre Comunicação Coletiva da Universidade de Leicester e Presidente da Associação Internacional para Investigações sobre Comunicação Coletiva (AIERI), apresenta uma opinião pouco favorável quanto à contribuição da comunicação atual ao sistema democrático. Os sistemas existentes não satisfazem as necessidades básicas de comunicação das pessoas, ao permitir um fluxo de informação vertical e orientados a manter o status-quo em vez de promover mudanças. As estruturas de poder, as exigências econômicas e políticas —aquí e lá— são responsáveis por esta desvantagem nos diferentes sistemas de comunicação.

Para mudar esta situação, o Prof. Halloran propõe que a investigação da comunicação tem que jogar um papel importante. Assegura que desde fins dos anos 60 a investigação foi muito tradicional, reforçando a ordem estabelecida. Mas desde o princípio dos anos 70, a investigação da comunicação se ocupou do desequilíbrio nacional e internacional no fluxo informativo e mais criticamente das estruturas de poder dos meios.

É por isso que agora está em melhores condições para cumprir suas funções básicas.

COMUNICAÇÃO E DEMOCRACIA NO DEBATE INTERNACIONAL

Rafael Roncagliolo

Para compreender as relações entre comunicação e democracia Roncagliolo afirma que a tal binómio "deve-se abordá-lo partindo de democracia, que é o objetivo, para entender e situar dentro dela os instrumentos de comunicação". Na atualidade parece produzir-se um novo processo de des-semantização da palavra democracia. Se as idéias democráticas originais foram primeiro confinadas a área de política, hoje se recoloca a esta pela "democracia do consumo" e pela "democracia da informação". "Ou seja, indústria, pelas ilusões de um consumo igualitário de uma participação informativa".

A atual fase transnacional que vive o plantea (no eco-

O Prof. Halloran opina sobre os efeitos da revolução tecnológica na comunicação, colocando que esta só produzirá mais "efeitos" em lugar de melhor informação, maior controle em lugar de maior democratização da vida social e maior dependência em vez de independência dos países do Terceiro Mundo. A investigação da comunicação deveria aportar nesta realidade altamente controversa. Para cumprir este propósito, Halloran oferece uma lista muito interessante de prioridades.

A entrevista termina com uma mirada introspectiva reveladora, asseverando que conceitos doutrinários e dogmáticos, que seguem dominando a investigação da comunicação, estão mal equipados para fazer justiça em realidades complexas e divergentes na área da comunicação mundial.

Simplemente mudar o sistema e as estruturas não basta.

Halloran defende um "diagnóstico de perspectiva múltipla", citando ao sociólogo polonês Stefan Nowak, que disse "a vida real tem muitas facetas e precisa de várias teorias e vários enfoques que devem aplicar-se juntos". Por este caminho, Halloran propugna a democracia também na investigação da comunicação, concluindo que "não seria uma má idéia que primeiro ponhamos em ordem nossa própria casa".

nomico, político e ideológico-cultural) provoca o seguinte:

1.- Os meios de comunicação tendem a converter-se em aparelhos de hegemonia e agente de socialização predominante, deslocando em parte a família, à igreja e ao sistema escolar; 2.- o conjunto dos fluxos de comunicação e culturais são matéria de colonização em virtude da expansão das corporações culturais multinacionais e a privatização dos fluxos informativos estratégicos, através do controle das novas tecnologias; 3.- o clássico pensamento liberal sobre a democracia, cede lugar à tese da "ingovernabilidade das democracias", em que se fundamenta o "totalitarismo neo-capitalista"; 4.- se concebe a democracia como "democracia do consumo"; 5.- a publicidade e a tecnologia se convertem em "palavras culturais dominantes".

Por tudo isso, os antagonismos culturais se expressam "com força particular na arena da cultura e das comunicações" através de experiências de comunicação alternativas.

AS POLÍTICAS CULTURAIS NA AMÉRICA LATINA

Néstor García Canclini

Em "As políticas culturais na América Latina" Néstor García Canclini analisa o que considerará as cinco concepções principais do nacional-popular aplicadas a questões culturais:

1.- a biológico-telúrica; 2.- a estatista; 3.- a mercantil; 4.- a militar e 5.- a histórico popular.

A análise se enquadra no contexto latino-americano e inclui numerosos exemplos tomados das experiências vividas em diferentes países da área.

Afirma que um elemento comum das políticas culturais na América Latina é "... ser desenhadas e aplicadas sem tomar em conta as necessidades efetivas das classes populares, ainda que frequentemente se aluda como destinatárias da ação de governo ou as convoque para aderir a ela".

O que fica fora numa atitude semelhante são a vida cotidiana e as necessidades reais da população.

Depois de propor o trabalho com organizações populares afirma:

"É hora de aceitar que o cambio de função da produção cultural não pode ser somente assunto de indivíduos bem intencionados, nem de ações isoladas. Deve incluir:

a) transformações radicais nas instituições dedicadas a produzir cultura; b) a inserção ativa e crítica dos artistas e intelectuais nos organismos ocupados da circulação da arte e da cultura (museus, centros educacionais, meios massivos de comunicação, etc.); c) a construção de canais alternativos de produção e distribuição ligados às organizações populares (partidos políticos, sindicatos, associações de bairro), reclamando delas uma atenção específica, não imediatamente pragmatista, para o valor do trabalho cultural".

Dedica parte de sua análise à influência dos meios de difusão coletiva e à maneira em que poderiam orientar-se os programas em função da cultura popular.

A TEORIA DO DESENVOLVIMENTO E AS IDEOLOGIAS MESSIÂNICAS

Majid Tehranian

Até o presente, as teorias liberais e marxistas da comunicação e do desenvolvimento internacional não conseguiram explicar plenamente certas forças culturais e políticas autóctones que surgem no Terceiro Mundo e desafiam os padrões de desenvolvimento tanto capitalista como socialista.

Este ensaio alega que, como ideologias seculares do progresso, tanto o liberalismo como o marxismo tem sido demasiadamente racionais, científicos e universalistas para entender o papel das emoções, a inércia cultural (continuidade) e a especificidade histórica nas políticas de desenvolvimento. O nacionalismo, o fascismo, o messianismo reli-

gioso e o comunismo compreendem melhor esse papel e portanto despertaram poderosos dogmas primordiais que mistificam e suplantam os frios cálculos da ganância econômica ou a disciplina abstrata da solidariedade de classe. A situação de dualismo socio-econômico e a dependência cultural e política no Terceiro Mundo também exacerbaram grandemente a alienação elite-massa, socavando ainda mais as ideologias seculares do progresso. Em lugar das teorias do desenvolvimento histórico por etapas, criticadas por seu etnocentrismo e determinismo, este ensaio oferece um marco conceitual alternativo que contempla a dialética do cambio social em termos das contradições múltiplas e probabilísticas dos crescentes níveis de acumulação, mobilização e integração. Depois de aplicar este marco conceitual ao caso de Iran, o ensaio termina grifando a importância crítica da integração nacional, a comunicação e a participação democrática nos processos de cambio social.

"A MAIOR TELA DO MUNDO: O RÁDIO COMO VEÍCULO VISUAL"

Walter Ouro Alves

Partindo do comentário de Orson Wells que "no rádio a tela é muito mais ampla", Walter Ouro Alves oferece-nos em forma clara as anotações que utiliza há anos sobre a Produção de Programas de Rádios nos cursos da Radio Nederland, tanto no estúdio central de Hilversum, Holanda, como atualmente em CIESPAL, Quito. No trabalho se apresentam diversas considerações para chegar em ótima forma, com meios de fácil acesso para desenvolver algo de relevância para uma audiência múltipla.

Com exemplos claros, precisos e descrevendo experiências pessoais em diversos lugares do mundo, Alves propõe que "o rádio é um meio visual e que a inspiração é ne-

cessária para ver o roteiro do programa e escutar-lo na imaginação antes de entrar no estúdio".

Recomenda uma série de indicações para que as pessoas que trabalham em rádio não percam de vista ao ouvinte. Empregando desde frases curtas, pensando que ao outro lado do microfone pode estar um menino de 12 anos, utiliza desde música clássica até rock, revisando a literatura e sem esquecer o toque de humor, para atrair ainda mais os ouvintes, num mundo onde a variedade de rádio é enorme e a competência muito importante.

Conclui tratando um aspecto importante sobre a "Educação para a Liberdade", na qual "a radio-difusão é um dos meios mais úteis para o desenvolvimento material e melhora espiritual das populações marginalizadas" e por isso recomenda aos que trabalham na radiodifusão, que pensem constantemente na obrigação de usar o microfone para ajudar a elevar a situação dos seres humanos.

english section

CHASQUI INTERVIEWS JAMES D. HALLORAN

In this interview on "Communication and Democracy", Prof. James D. Halloran, Director of the Centre for Mass Communication Research at the University of Leicester and President of IAMCR/AIERI starts with a dim view of present communication systems contribution to democracy: they do not satisfy people's basic communication needs, by permitting vertical, top-down information flows and being more oriented to maintaining the status-quo than promoting change. Power structures, economic and political demands, here and there, are responsible for this handicap of different communication systems.

Prof. Halloran holds that communication research has an important role to play in changing this situation. He stresses that till the late sixties, research had been too traditional, bolstering the established order. But since the early seventies, communication research has become more aware of national and international information flows imbalances and more critical of media power structures. It is therefore now in a better condition to fulfill its basic functions.

Prof. Halloran then voices concern over the effects of the technological revolution in communications, wondering whether it may not lead only to more of the same rather than better information, to more control instead of greater democratization of societal life and to more dependence instead of independence in Third World countries. Communication research is supposed to shed light on these highly controversial issues; accordingly, Halloran suggests a very interesting list of priorities for it.

Halloran rounds up his appreciations with a revealing introspective look on communication research itself. He stresses that doctrinaire and dogmatic concepts, still dominant in communication research, are ill equipped to portray the complexities of divergent world-wide communication realities. Just changing the system and structures won't do. What he advocates is the "multi-perspective diagnosis", following Polish sociologist Stefan Nowak, who states that "real life is many-sided and needs various theories and various approaches applied together". Thus, Halloran also pleads for democracy in communication research, concluding: "It would be no bad thing to put our house in order first".

CULTURAL POLICIES IN LATIN AMERICA

Néstor García Canclini

In "Cultural policies in Latin America" Néstor García Canclini analyzes what he considers the five main conceptions for confronting national and popular culture in the region: 1.- the biologic-teluric (race, soil, tradition) 2.- the state-oriented, 3.- the mercantile, 4.- the military, and 5.- the historical-popular.

He illustrates his analysis with several real-life examples from Latin American countries.

According to the author, the common trait of cultural policies in Latin America is "that they are designed and employed without considering the real needs of popular classes, though these are frequently referred to as the addressees of governmental action or are convoked to pledge their allegiance to it". The aspects of their daily life and their real necessities are not taken into account.

DEVELOPMENT THEORY AND MESSIANIC IDEOLOGIES: Dependency, Communication and Democracy in the Third World

Majid Tehranian

Liberal and Marxist theories of communication and international development have thus far largely failed to account for those indigenous cultural and political forces emerging in the Third World that defy both the capitalist and socialist patterns of development. It is the argument of this essay that as secular ideologies of progress, both liberalism and Marxism have been too rational, scientific and universalist to understand the role of emotions, cultural inertia (continuity) and historical specificity in development politics. Nationalism, fascism, religious messianism and communalism better comprehend that role and have thus stirred

García Canclini advocates the need for intensifying work with popular organizations, and he points out that "It is time to accept that the change in the function of cultural production cannot only be a matter of good-willed individuals, or of isolated actions. It should include: a) radical transformations in the institutions in charge of cultural production; b) active and critical participation of artists and intellectuals in organizations devoted to circulation of art and culture (museums, educational centers, mass media, etc.); c) the creation of alternative production and distribution channels linked to popular organizations (political parties, trade unions, neighbors' associations), demanding from them specific but not immediately pragmatic attention to the importance of cultural work".

The author also analyzes mass media influences and ways in which media could improve on contents promoting popular culture.

potent primordial loyalties that mystify and supersede the cold calculations of economic gain or the abstract discipline of class solidarity. Conditions of socio-economic dualism and cultural political dependency in the Third World have also greatly exacerbated the mass elite alienation and thus further undermined the secular ideologies of progress. In place of the stage theories of historical development, criticized for their ethnocentrism and determinism, the essay offers an alternative conceptual framework that views the dialectics of social change in terms of the open-ended and probabilistic contradictions of increasing levels of accumulation, mobilization and integration. Following an application of this conceptual framework to the case of Iran, the essay concludes by underlining the critical importance of national integration, social communication and democratic participation in the processes of social change.

THE LARGEST SCREEN OF THE WORLD: RADIO AS A VISUAL VEHICLE

Walter Ouro Alves

Reviving Orson Well's commentary that "in radio the screen is much larger", Alves discusses some concepts serving as guide-lines to the Radio Production courses that Radio Nederland sponsors since 1982 in CIESPAL, Quito. He presents several considerations with the aim of achieving, with media of easy access, the optimal production of relevant contents for a multiple audience.

Presenting precise examples and describing personal experiences, Alves holds that "radio is a visual media" and that "inspiration is necessary to see the program in the script and to listen to it in one's imagination before entering the studio".

With this in mind, he recommends to producers not to lose sight of the audience, and please for the use of short phrases, considering the young that might be listening. He also favors a broad selection of music, from classical till Rock, a wide range of literature and the use of a healthy dosis of humor.

Alves winds up stressing the importance of educational efforts for liberalizing Man. "Radio-broadcasting", he says, "is one of the most efficient media furthering material improvement and spiritual development of underprivileged population groups. Trying to help people solve their concrete problems should be the motto of those using this electronic medium for educational and development purposes.

COMMUNICATION AND DEMOCRACY IN THE INTERNATIONAL DEBATE

Rafael Roncagliolo

The author postulates that the relationship between communication and democracy "must be approached starting from democracy, which is the objective, so as to understand and locate therein the communicational instruments".

At present, a new de-semanticization of the term democracy seems to be taking place. Earlier democratic ideas were confined to the political arena. Now there is also talk about "consumption democracy" and "informational participation".

According to Roncagliolo the transnational phase through which our planet is passing in the economic, political and cultural sense, entails the following:

1. Communication media tend to develop into hegemonic apparatuses and domineering socialization agencies, partly displacing family, church, and school;
2. The communication and cultural flows are colonization subjects, due to the expansion of transnational cultural corporations and the privatization of strategic information flows through control of new technologies;
3. Classical liberal thinking on democracy is giving way to the notion of the "ungovernability of democracies", upon which "neo-capitalist totalitarianism" is based;
4. Democracy seen as "democracy of consumption";
5. Advertising and technology become "dominant cultural words".

COLECCION INTIYAN



SICOLOGIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

Gerhard Maletzke

Es un tratado de psicología y comunicación social que analiza e interrelaciona los conceptos básicos y los elementos que intervienen en la comunicación social y sus efectos psicológicos.

CINE Y TV A BAJO COSTO

Dietrich Berwanger

Novedoso y moderno manual de utilización del cine y la televisión al menor costo posible.

PRODUCCION DE PROGRAMAS DE RADIO: EL GUIÓN — LA REALIZACION

Mario Kaplun

Está dirigido a enseñar técnicas para escribir y realizar buenos programas de radio. Trata de establecer una pedagogía de la radio consustanciada con las exigencias específicas del medio.

COMUNICACION MASIVA: DISCURSO Y PODER

Jesús Martín Barbero

El complejo tema de la Semiología es trasladado en este libro al campo de la comunicación social.

POLITICAS NACIONALES DE COMUNICACION

Varios Autores

En ocho países latinoamericanos destacados autores analizan las políticas nacionales de comunicación sus características especiales.

PRINCIPIOS TECNOLOGICOS VIDEO Y CINE

Luis Masías Echegaray
Alberto Troilo

Se trata de un libro técnico, destinado a introducir a estudiantes y gente interesada en la comprensión detallada de la naturaleza, y los propósitos de dos medios de comunicación tan familiares a la vida del hombre contemporáneo.