

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 64 - DICIEMBRE 1998

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Fernando Checa Montúfar

Lucía Lemos

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Wladimiro Alvarez Grau,
Ministro de Educación y Cultura

Paulina García de Larrea,
Min. Relaciones Exteriores.

Juan Centurión, Universidad de
Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA
Consuelo Feraud, UNESCO.

Luis Espinoza, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Lenin Andrade, AER.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Rubén Vásquez

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584, Quito, Ecuador

Tel. 506 149, 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

<http://www.comunica.org/chasqui>

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

ISSN 13901079

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

NOTA A LOS LECTORES

El e-mail cayó con el peso enorme de la ausencia que anunciaba: "Mi padre, Mario Kaplún -nos escribía su hijo Gabriel- murió el 10 de noviembre pasado. Estos han sido, entonces, días de despedida, con dolor y tristeza, pero también con serenidad y ternura. Por una vida bien vivida, en la que nos dio mucho a muchos... 'Tu viejo vive viajando', me decían a veces. Me gusta pensar que ahora sigue viajando y, de ese modo, viviendo entre nosotros" -concluía Gabriel. Sí, viajero incansable, no solo en el sentido físico del magnífico espacio de Nuestra América y otros lares, que enriqueció con su presencia, sino también en el sentido existencial, más trascendente, que le permitió recorrer el corazón, el sueño y las mentes de miles de alumnos que le hacen el homenaje cotidiano, el mejor, con su práctica de una comunicación democrática. Su corpórea ausencia no hace más que acrecer su entrañable presencia a través de su obra viva, abierta, con múltiples ecos.

Han sido cerca de 60 años de prolífica actividad y compromiso con la "educación comunicativa" -como le gustaba llamar a lo que hizo- y con la utopía de una sociedad más humana, más fraterna, más justa. Desde sus 17 años, cuando empezó a preocuparse por una radio creativa, educativa y verdaderamente democrática; hasta sus últimos días cuando su lucidez y experiencia relativizaron la supuesta panacea en que muchos han convertido al ciberespacio: "¿acaso -se preguntaba- no estamos tecnológicamente hipercomunicados, pero socialmente aislados?". Sin embargo, se reconoció apenas como "un aprendiz de comunicador" -humildad consonante con su sabiduría- y lo demostró en cada acto de su vida. Su praxis educomunicativa en varios ámbitos y con diversos grupos: las organizaciones populares de la Patria Grande o las aulas universitarias; CIESPAL (que honró muchas veces y donde publicó las primeras ediciones de tres de sus libros) o los estudios de varias radios y de la TV uruguaya... Por donde anduvo dejó la huella de esa relación dialéctica, de ese dar y recibir, enseñar y aprender, siempre en comunión.

Con **Mario Kaplún, un homenaje**, Chasqui comparte trabajos en torno a su palabra y pensamiento. Primero, su texto último e inédito en el cual ratifica lo de la "educación comunicativa", y sostiene que la conformación del "ciberespacio educativo" implica un espectacular avance; pero, desde una racionalidad pedagógica, se pregunta, ¿lo será también?, ¿se establece una verdadera comunicación?, y responde que las nuevas tecnologías son válidas siempre y cuando vayan más allá de la relación hombre-máquina y permitan una construcción común del conocimiento.

Segundo, una semblanza del Maestro escrita por su hijo Gabriel desde el corazón de una relación filial, de alumno y amigo. Semblanza aderazada para el regodeo con algunas anécdotas cálidas y sustanciosas, extraídas de su conversatorio en el I Festival de Radiosapasionados y Televisonarios realizado en CIESPAL, en noviembre de 1995. Por último, diez consejos entresacados de sus libros y seleccionados por José Ignacio López Vigil.

Al dedicar esta edición al Maestro queremos y creemos que el mejor homenaje que le podemos rendir es continuar su obra, no repitiéndola sino recreándola, en el marco de la utopía que guió su vida y su quehacer: "Definir qué entendemos por comunicación -dijo- equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir... Comunicación es una calle ancha y abierta que amo transitar. Se cruza con compromiso y hace esquina con comunidad". Gracias Maestro por todo. Hasta siempre.


Fernando Checa Montúfar
Editor

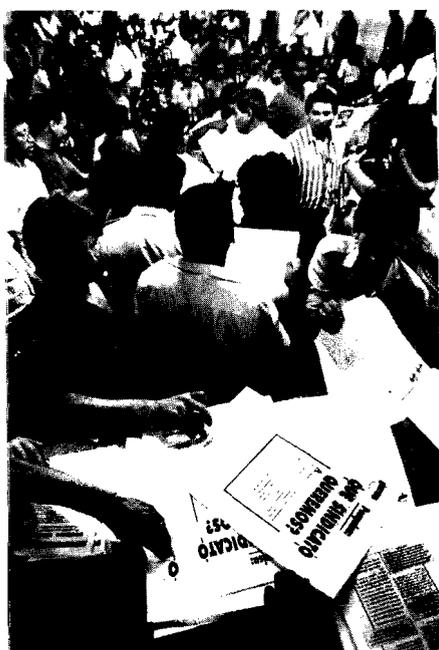
MARIO KAPLUN, UN HOMENAJE



Aunque se autodefinió como “aprendiz de comunicador”, no hay duda alguna que es y será el Maestro de los radioapasionados y educomunicadores de Iberoamérica. Esta edición se la dedicamos como un modesto homenaje al hombre y su obra.

- 4 Procesos educativos y canales de comunicación
Mario Kaplún
- 9 Mario Kaplún, El viajero
Gabriel Kaplún
- 15 Diez consejos de Mario Kaplún
José Ignacio López Vigil

DERECHOS HUMANOS Y COMUNICACION



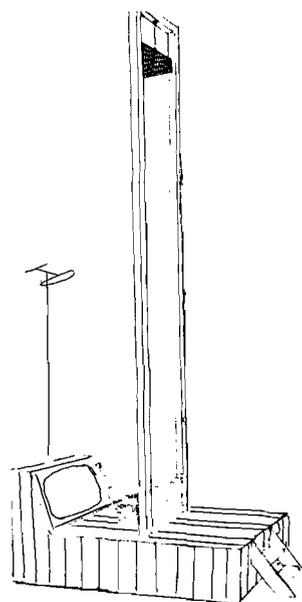
A propósito de los 50 años de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU, presentamos análisis y propuestas desde la perspectiva de la comunicación, que también es un derecho, y muy importante.

- 18 Un malestar invisible: derechos humanos y comunicación
Rossana Reguillo

- 24 Comunicadores y derechos humanos: ¿de malos amigos a ángeles guardianes?
Luis Ramiro Beltrán S.
- 29 Iniciativas ciudadanas por el derecho a la comunicación
Osvaldo León
- 33 Ghetto cybernético amenaza a los derechos humanos
Alain Modoux

LA “MASSMEDIACION” DE LA SOCIEDAD

Sin duda alguna, los medios ocupan un lugar privilegiado en la sociedad contemporánea, hecho que exige reflexiones profundas y propuestas creativas para evitar peligrosas concentraciones de poder.



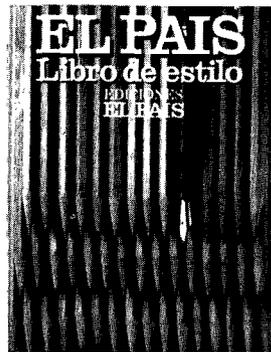
- 36 La socialidad de la comunicación
Irey Gómez,
Luis Alarcón,



- 38 Medios masivos y movimientos sociales
Francisco de Jesús Aceves
- 42 Grupos minoritarios y medios de comunicación
María Elena Hernández, Sergio René de Dios
- 46 La comunicación computarizada y su impacto en las organizaciones
Federico Varona Madrid
- 51 Opinión pública, medios y ciudadanía
Rosa María Alfaro
- 55 Un dilema cultural de fin de siglo
Kintto Lucas

CONTRAPUNTO

- 58 Manuales de estilo: entre la utilidad y el anacronismo
José Luis García
- 62 Manuales de estilo: ¿Y en qué quedamos?
Hernán Rodríguez Castelo



APUNTES

- 65 Humor y periodismo científico
Manuel Calvo Hernando
- 68 América Latina: hacia la reforma de la TV Pública
Valerio Fuenzalida
- 73 Violencia y medios de comunicación
Luis Fernando Vélez
- 78 Las Radios Universitarias en México
Irving Berlín Villafaña
- 83 Globalización e interculturalidad
Enrique Ipiña Melgar

86 NOTICIAS

87 ACTIVIDADES DE CIESPAL

RESEÑAS

- 89 Libros sobre la radiodifusión iberoamericana
Daniel E. Jones



PORTADA Y CONTRAPORTADA

RUBEN VASQUEZ

“Vendrá la muerte y no tendrá sus ojos”

Tinta. 45 x 60. 1985.

Sin título.

Tinta. 45 x 60. 1988.



- Eric Kaplan: un mensaje
- Brecht: humanos y comunicación
- “massmediación” de la sociedad

Procesos educativos y canales de comunicación

Este texto -uno de los últimos del maestro- analiza las teorías del aprendizaje y su relación con la comunicación. Parte de la premisa de que la comunicación va más allá de ser un mero instrumento mediático y tecnológico, es ante todo un componente pedagógico. El autor descalifica a la educación a distancia en su modelo hegemónico y unidireccional. Sostiene que la conformación del "ciberespacio educativo" implica un espectacular avance; pero, desde una racionalidad pedagógica, ¿lo será también?, ¿se establece una verdadera comunicación?, ¿acaso no estamos tecnológicamente hipercomunicados pero socialmente aislados? Las nuevas tecnologías son válidas siempre y cuando permitan una construcción común del conocimiento.



Archivo Chasqui

Eso que ves, ¿cómo lo expresarás con palabras? El mundo nos entra por los ojos pero no adquiere sentido hasta que desciende a nuestra boca.

Paul Auster

La comunicación educativa ha tendido pronunciadamente a limitar su ámbito a los *media*, a establecer una implícita equivalencia entre comunicación, medios y tecnologías de comunicación. Es necesario trascender esa visión reduccionista, postular que la comunicación educativa abar-

ca ciertamente el campo de los *media*, pero en prevalente lugar, el tipo de comunicación presente en todo proceso educativo. Esto supone considerar a la comunicación no como un mero instrumento mediático y tecnológico sino, ante todo, como un componente pedagógico. En la comunicación educativa, así entendida, convergen una lectura de la pedagogía desde la comunicación y una lectura de la comunicación desde la pedagogía.

Cuando se concibe a la comunicación en esa dimensión amplia, se advierte que ella enfrenta una instancia crítica. Si

el paradigma informacional, actualmente en auge, termina por entronizarse, a la comunicación educativa no le quedará presumiblemente otra función que la instrumental de proveer recursos didácticos y tecnológicos a un modelo de educación cuyas coordenadas pedagógicas están siendo determinadas sin su participación.

MARIO KAPLÚN, uruguayo. Aprendiz de comunicador. E-mail: "Comunicación es una calle ancha y abierta que amo transitar. Se cruza con compromiso y hace esquina con comunidad". Este texto fue presentado en el Congreso Internacional de Comunicación y Educación, São Paulo, 20-24 de mayo, 1998.

El paradigma informacional

Para caracterizar este paradigma que se perfila como hegemónico, nos parece representativo un pasaje de un artículo aparecido en *Chasqui*. Al exponer las potencialidades de la informática en el desarrollo de la moderna sociedad del conocimiento, el autor vaticina para un futuro cercano -y el pronóstico parece bastante factible- la implantación de "la educación a distancia por medios electrónicos", esto es, "la posibilidad, tecnológicamente cierta, de la creación de aulas virtuales", en las cuales cada estudiante en su propia casa podrá disponer de "toda la información necesaria. La red informática, el CD Rom, la Internet y los nuevos softwares, constituidos en herramientas de aprendizaje, le abrirán horizontes inusitados para sus tareas educativas" (Borja, 1996).

Desde una mirada tecnológica, no hay duda de que la conformación de este "ciberespacio educativo", implica un espectacular avance. Pero, desde una racionalidad pedagógica, ¿lo será también? ¿No estaremos ante la vieja "educación bancaria" tantas veces impugnada por Paulo Freire, solo que ahora en su moderna versión de cajero automático? Esa augurada aula virtual se identifica, entre sus rasgos más salientes, por su carácter individuado, esto es, por estar dirigida a individuos aislados, receptores de instrucción. Ya la actual enseñanza, a todos los niveles, está marcada por esa matriz.

Hasta una época reciente, el carácter social y comunitario de la educación era no solo reputado como una condición natural, inherente a la misma, sino como un valor. La escuela existía como el espacio generador de la socialización y posibilitador de las interacciones grupales, apreciadas como un componente básico e imprescindible de los procesos educativos. Recuérdense las propuestas de Dewey y su valoración del trabajo en equipo; los aportes metodológicos de Freinet, centrados en el intercambio de productos comunicados entre los alumnos organizados en redes de interlocución, como marco propicio para el desarrollo de la autoexpresión de los escolares; el constructivismo sociointeraccionista de Vygotsky y Bruner, para quienes el aprendizaje es siempre un producto social. "Aprendemos de los otros y con los otros -sosten-

drá Vygotsky (1978)-: En el desarrollo [del educando] toda función aparece dos veces: primero a nivel social y más tarde a nivel individual; primero entre personas (intersubjetiva) y después en el interior del propio educando (intrasubjetiva). Todas las funciones superiores de la inteligencia -sea la atención voluntaria, la memoria lógica, la formación de conceptos- se originan como relaciones entre los seres humanos". A lo cual Bruner (1984) añadirá que, si la reflexión es indudablemente una fase vital en todo auténtico proceso de aprendizaje, ella "es mucho más fácil de iniciar en compañía que en soledad. El pensamiento comienza siendo un diálogo que después se hace interior". Y eran tanto sociopolíticos como pedagógicos los fundamentos que llevaron a Paulo Freire a postular que "el grupo es la célula educativa básica".

Pero este paradigma ya no parece regir. Ha perdido valor, peso, importancia. A medida que la enseñanza se ha ido masificando, cada vez hay menos espacio para la comunicación y los intercambios entre los educandos, también menos interés y menos voluntad para propiciarlos, menos conciencia de estos. Insensiblemente, sin pregonarlo, ha sido desplazado y sustituido por el paradigma informacional.

¿Comunicación unidireccional?

Este desplazamiento incrementa su impulso con el desarrollo de la enseñanza a distancia, en cuyo modelo hegemónico, la individuación pasa a ser un presupuesto intrínseco. "La enseñanza a distancia sirve expresamente al estudiante individual en el estudio que este realiza por sí mismo" (Holmberg, 1985); uno de sus rasgos definitorios es "la enseñanza a los estudiantes como individuos y raramente en grupos" (Keegan, 1986), ya que "las oportunidades ocasionales de encuentros con sus supervisores, con los profesores y con otros estudiantes" constituyen "un recurso caro" y que "no está previsto" (Kaye, 1988), y que a lo sumo puede darse circunstancialmente, pero no es reconocido como requerimiento específico del sistema.

Dado su intenso empleo de medios, suele vincularse esta modalidad con la comunicación. Más cuando sus especialistas explicitan los flujos comunicacionales del sistema, los definen en términos de bidireccionalidad, por la que entien-

den exclusivamente "una comunicación organizada de ida y vuelta entre el estudiante y la organización de apoyo" (Holmberg, 1985); esto es, la existencia de "medios de contacto entre el estudiante y su supervisor", también llamado tutor (Kaye, 1988). Otros autores relativizan incluso la real dimensión de ese componente; así por ejemplo, Rowntree (cit. por García Aretio, 1990) afirma que el estudio se realiza básicamente por medio de los materiales didácticos previamente preparados en tanto que "el contacto directo con los profesores es escaso". Sarramona (1992) coincide en reconocer la inviabilidad de establecer a distancia, en forma fluida y frecuente, esta comunicación bidireccional docente/discente. Pero, aunque así no fuera, lo que importa subrayar es que, en el mejor de los casos, el educando cuenta con un único interlocutor; y ello solo para hacerle preguntas

Lo que estamos presenciando no parece encaminarse a la concreción de esa "aldea global" del sueño macluhaniano sino más bien a la instauración de un archipiélago global, compuesto de seres tecnológicamente hipercomunicados pero socialmente aislados (la interactividad, las más de las veces, se está entendiendo por tal el ida-y-vuelta que se establece entre el ser humano y la máquina y no entre personas).

y despejar dudas sobre aspectos que no halle suficientemente claros en los textos de estudio.

No es de sorprender, entonces, que, con la revolución tecnológica, ese ascendente proceso de individuación y de fortalecimiento del paradigma de la información venga a culminar en esa "aula virtual" en la que un educando, recluso en total soledad, pueda abrir las compuertas a un torrencial volumen de información, el que supuestamente lo habilitará para apropiarse del conocimiento. Aun ese mínimo contacto con un supervisor o tutor es eliminado para ser sustituido por bases de datos informatizadas.

Hipercomunicados, pero socialmente aislados

Indaguemos no solo lo que propone este proyecto de educación informatizada, sino también lo que calladamente desdeña y substraer al estudiante: el grupo y la palabra. El "aula virtual" instituye un educando que estudia sin ver a nadie ni hablar con nadie; y que, privado de interlocutores, queda confinado a un perenne silencio.

Hay preguntas para las que la educación a distancia en su modelo hegemónico no solo carece de respuestas sino que ni siquiera se las formula: ¿con quién se comunica -tomado este verbo en su real dimensión- este navegante solitario del

conocimiento?, ¿qué canales le provee el sistema para ejercitar su propia expresión?, ¿qué espacio le es ofrecido para ser él, a su vez, leído y escuchado, para dialogar con sus compañeros de navegación, enriquecerse con sus aportes y compartir y confrontar su propio pensamiento?, ¿la comunicación solo consiste en poder hacer consultas y aclarar dudas?, ¿el estudiante no tiene nada propio valioso que decir?, ¿la única comunicación que importa preservar es la del alumno con el docente; la comunicación de los estudiantes entre sí no es un componente capital en el proceso del aprendizaje?

Lo que estamos presenciando no parece encaminarse a la concreción de esa "aldea global" del sueño macluhaniano, sino más bien a la instauración de un archipiélago global, compuesto de seres tecnológicamente hipercomunicados pero socialmente aislados (encuentro a la interactividad sospechosamente ambigua, porque las más de las veces se está entendiendo por tal el ida-y-vuelta que se establece entre el ser humano y la máquina y no entre personas). Lo que sus profetas omiten preguntarse es qué podrán intercambiar y comunicarse personas que vivan reclusas las 24 horas del día. Tecnológicamente, tendrán más posibilidades que nunca de interconectarse; pero, extinguida la práctica de la

participación social y ciudadana, ¿les quedará algo por comunicar más allá del intercambio de pseudoexperiencias virtuales?

Los regresivos saldos sociales y políticos de esta educación individuada aparecen suficientemente evidentes: de estudiantes educados en y para el silencio cabe esperar ciudadanos pasivos y no-participantes (Marques de Melo, 1997). Desde una perspectiva ética, advierte Morin (1997), "moral, solidaridad, responsabilidad, no pueden ser dictadas en abstracto; no es posible embutirlas en los espíritus como se ceba al ganso entubándolo con el alimento apropiado. Deben ser inducidas a través del modo de pensamiento y de la experiencia vivida". Es decir, en la vivencia de la cooperación, en el trabajo grupal compartido, en la construcción común del conocimiento.

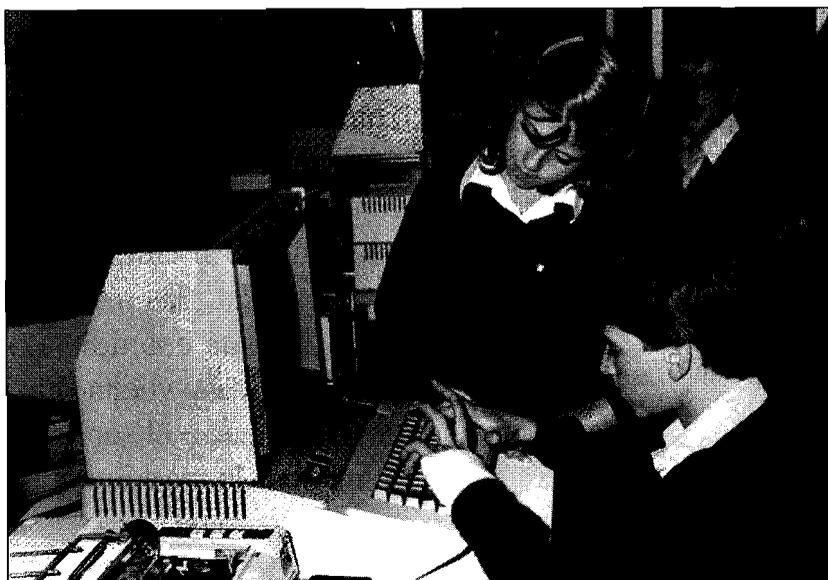
El lenguaje como constructor del conocimiento

Un aprendizaje comprensivo culmina con la adquisición e incorporación, por parte del educando, de los símbolos lingüísticos representativos de los conceptos adquiridos, el concepto puede existir porque existen palabras que lo representan.

Las indagaciones psicogenéticas de Vygotsky han revelado el papel capital del lenguaje en el desarrollo de las facultades cognitivas: "El desarrollo del pensamiento está determinado por el lenguaje... El desarrollo de la lógica es una función directa del lenguaje socializado... El crecimiento intelectual depende del dominio de los mediadores sociales del pensamiento, esto es, del dominio de las palabras. El lenguaje es la herramienta del pensamiento".

Ahora bien: ¿cómo logra el sujeto educando su competencia lingüística, esto es, el dominio y la apropiación de ese instrumento indispensable para construir pensamiento y conceptualizar sus aprendizajes? La respuesta se halla nuevamente en el investigador ruso cuando asevera que "las categorías de estructuración del pensamiento proceden del discurso y del intercambio" mediante los cuales el ser humano se apropia de esos símbolos culturalmente elaborados -las palabras- que le hacen posible a la vez comunicarse y representar los objetos, vale decir, pensar.

El lenguaje, materia prima para la



Las redes telemáticas, además de unir e intercomunicar a millares de grupos de escolares, deben abrir canales de autoexpresión e interlocución, que ensanchen sus horizontes y les lleven a ser más participantes y solidarios.

construcción del pensamiento e instrumento esencial del desarrollo intelectual, se adquiere, pues, en la comunicación, en ese constante intercambio entre las personas que hace posible ejercitarlo y de ese modo apropiárselo. No basta recibir (leer u oír) una palabra para incorporarla al repertorio personal; para que se suscite su efectiva apropiación es preciso que el sujeto la use y la ejercite, la pronuncie, la escriba, la aplique; ejercicio que solo puede darse en la comunicación con otros sujetos, escuchando y leyendo a otros, hablando y escribiendo para otros.

Para cumplir sus objetivos, todo proceso de enseñanza/aprendizaje debe, entonces, dar lugar a la expresión personal de los sujetos educandos, desarrollar su competencia lingüística, propiciar el ejercicio social mediante el cual se apropiarán de esa herramienta indispensable para su elaboración conceptual; y, en lugar de confinarlos a un mero papel de receptores, crear las condiciones para que ellos mismos generen sus mensajes pertinentes en relación al tema que están aprendiendo.

Cuando el sujeto educando logra expresar una idea de modo que los otros puedan comprenderla, es cuando él mismo la comprende y la aprehende verdaderamente (Kaplún, 1993). Comunicar es conocer. El sentido no es solo un problema de comprensión sino sobre todo un problema de expresión (Gutiérrez & Prieto Castillo, 1991). Se llega al pleno conocimiento de un concepto cuando se plantea la oportunidad y a la vez el compromiso de comunicarlo a otros.

La comunicación de sus aprendizajes, por parte del sujeto que aprende, se perfila así como un componente básico del proceso de cognición y ya no solo como un producto subsidiario del mismo. La construcción del conocimiento y su comunicación no son, como solemos imaginarlas, dos etapas sucesivas en la que primero el sujeto se lo apropia y luego lo vierte, sino la resultante de una interacción: se alcanza la organización y la clarificación de ese conocimiento al convertirlo en un producto comunicable y efectivamente comunicado. Pero, para que el educando se sienta motivado y estimulado a emprender el esfuerzo de inteligencia que esa tarea supone, necesita destinatarios, interlocutores reales: escribir sabiendo que va a ser leído, preparar sus

comunicaciones orales con la expectativa de que será escuchado.

Educarse es involucrarse en un proceso de múltiples flujos comunicativos. Un sistema será tanto o más educativo cuanto más rica sea la trama de interacciones comunicacionales que sepa abrir y poner a disposición de los educandos (Kaplún, 1992a). Porque si es verdad que no hay educación sin expresión, no lo es menos que, como nos lo advierte Freinet, no existe expresión sin interlocutores. Una Comunicación Educativa concebida desde esta matriz pedagógica tendría como una de sus funciones capitales la provisión de estrategias, medios y métodos encaminados a promover el desarrollo de la competencia comunicativa de los sujetos educandos; desarrollo que supone la habilitación de vías horizontales de interlocución e intercomunicación.

Comunicación cara-a-cara

Lo expuesto no descalifica en bloque a la educación a distancia, al empleo de medios en la enseñanza y a la introducción en el sistema educativo de las modernas tecnologías informáticas.

La matriz individuada y el paradigma informacional -ellos sí, objeto de nuestros señalamientos críticos- no sientan sus reales exclusivamente en el territorio de la educación a distancia. La enseñanza presencial -y así nos hemos preocupado por dejarlo en claro- no se halla hoy permeada en mucho menor medida por ellos. Por otra parte, bueno es recordar que el modelo de enseñanza a distancia de cuño individuado es hoy ciertamente el hegemónico pero en modo alguno el único posible. Existen modalidades alternativas, de estructura grupal y metodología interaccionista, las que ya han dejado de ser tan solo propuestas teóricas y están siendo implementadas exitosamente en América Latina así como en otras regiones del mundo (Kaplún, 1992b).

En lo que incumbe al empleo de medios en la educación, bienvenidos sean, en tanto se los aplique crítica y creativamente, al servicio de un proyecto pedagógico por encima de la mera racionalidad tecnológica; como medios de comunicación y no de simple transmisión; como promotores del diálogo y la participación; para generar y potenciar nuevos emisores más que para continuar acrecentando la muchedumbre de pasivos receptores. No tanto, en fin, medios que

Educarse es involucrarse en un proceso de múltiples flujos comunicativos. Un sistema será tanto o más educativo cuanto más rica sea la trama de interacciones comunicacionales que sepa abrir y poner a disposición de los educandos.

hablan sino medios para hablar (Beltrán, 1981; Kaplún, 1990).

No se apuntaba tampoco a negar el aporte de los soportes informáticos ni menos aún a desconocer el papel imprescindible de la información en los procesos de aprendizaje. Una vez más, la cuestión estriba en la estrategia comunicacional que presida su uso. Advuértase que, en su anticipación del "aula virtual", el texto que hemos tomado como expresivo exponente de la tendencia en auge, al enumerar los múltiples recursos informáticos puestos a disposición del educando, omite mencionar las redes telemáticas, que posibilitarían a cada estudiante, aun desde la reclusión en su aula virtual, comunicarse con los otros y enriquecerse recíprocamente en la construcción común del conocimiento. Y es que, cuando se ve a la educación desde la perspectiva unidireccional que el paradigma informacional conlleva, se tiende casi inconscientemente a no asignar valor a la expresión de los educandos y a sus intercambios.

Afortunadamente, estas redes telemáticas están ya uniendo e intercomuni-



El maestro, enseñando y aprendiendo, en uno de los tantos talleres que dirigió en CIESPAL.

cando a millares de grupos de escolares y de estudiantes de enseñanza secundaria del mundo entero, abriéndoles canales de autoexpresión e interlocución, ensanchando sus horizontes y llevándolos a ser más participantes y más solidarios (Reyes, 1996). Mucho cabe esperar de la evolución de estas redes, inscritas, como lo están, en un claro proyecto pedagógico de afirmación de los valores humanos; organizadas para la comunicación entre grupos más que entre individuos aislados y, por consiguiente, como un ensanchamiento de la comunicación cara-a-cara y no como su virtual sustitución.

Lo que definirá en buena medida la concepción de Comunicación Educativa por la que se opte en los años venideros, será el valor que esta le asigne a la formación de la competencia comunicativa de los educandos.

Si bien nos hemos centrado aquí en la vertiente cognoscitiva de la educación, no es menos válido el apuntar que, si se aspira a una sociedad global humanizante, no avasallada por el mercado, la competitividad y la homogeneización cultural,

sino edificada sobre el diálogo, la cooperación solidaria y la reafirmación de las identidades culturales, el desarrollo de la competencia comunicativa de los sujetos actuantes aparece como un factor altamente necesario y gravitante; como lo es asimismo para la participación política y social. ●

REFERENCIAS

- BELTRAN, L.R. 1980. "Adios a Aristóteles. Comunicación Horizontal". En: *Comunicação & Sociedade* 6, IMS, São Paulo.
- BORJA, R. 1966. "La democracia del futuro". En: *Chasqui* 56, Quito, diciembre 1966.
- BRUNER, J. 1984. *Acción, pensamiento y lenguaje*. Alianza, Barcelona.
- GARCIA ARETIO, L. 1990. *Un concepto integrador de educación a distancia*. Ponencia presentada en la XV Conferencia Mundial de Educación a Distancia, Caracas, noviembre, 1990.
- GUTIERREZ, F. & PRIETO C., D. 1991. *La mediación pedagógica*. R.N.T.C., San José de Costa Rica.
- HOLMBERG, B. 1985. *Educación a distancia: situación y perspectivas*. Kapelus, Buenos Aires.

KAPLUN, M. 1990. *Comunicación entre grupos*. Humanitas, Buenos Aires.

- 1992a. *A la Educación por la Comunicación*. UNESCO-OREALC, Santiago de Chile.

- 1992b. "Repensar la educación a distancia desde la comunicación". En: *Cuadernos de Diálogos de la Comunicación* 23, FELAFACS, Lima, junio, 1992.

- 1993. "Del educando oyente al educando hablante". En: *Diálogos de la Comunicación* 37, FELAFACS, Lima.

KAYE, A. 1988. "La enseñanza a distancia: situación actual". En: *Perspectivas* 65, UNESCO, París.

KEEGAN, D. 1986. *The Foundation of Distance Education*. Croom Helm, London.

MARQUES DE MELO, J. 1997. "Derecho a la información: agenda para el debate". En: *Chasqui* 59, Quito, septiembre, 1997.

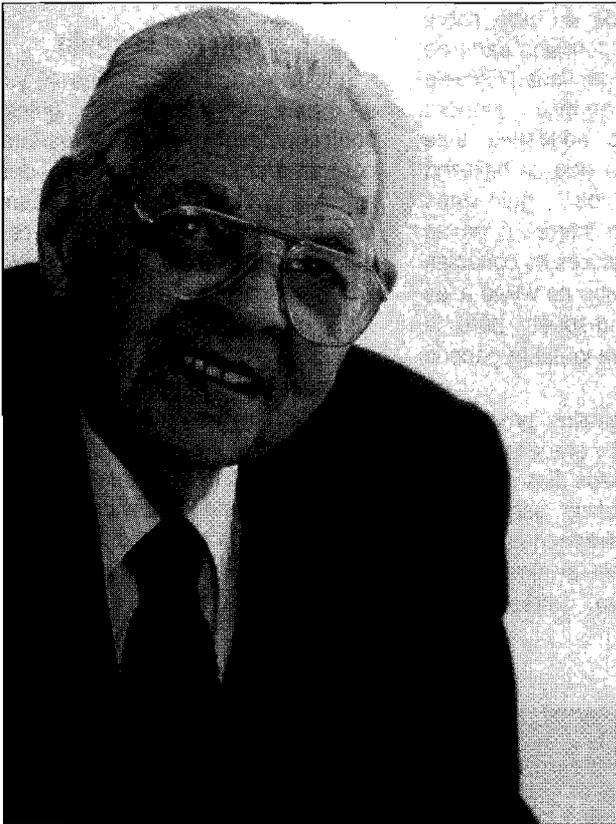
MORIN, E. 1997. "Reforma intelectual y educación". En: *Le Monde de l'Éducation*, París, octubre, 1997.

REYES, D. 1996. *Estrellas solidarias en el barrio grupal*. Buenos Aires. Doc. Policopiado.

VYGOTSKY, L. 1978. *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Crítica, Barcelona.

---- 1979. *Pensamiento y lenguaje*. La Pléyade, Buenos Aires.

Mario Kaplún, El viajero



"Algunos recuerdan los debates que animaba en la televisión uruguaya de los años 60. Otros, sus programas radiales que recorrieron las emisoras del continente. Sus libros sobre comunicación popular y educativa. Su trabajo con grupos y organizaciones de base. Su compromiso político, pedagógico y cristiano. Su presencia de viajero incansable en cada país de nuestra América Latina. 'Tu viejo vive viajando', me decían a veces. Me gusta pensar que ahora sigue viajando, y de ese modo viviendo entre nosotros", escribe Gabriel, hijo de Mario, al iniciar esta reseña de la vida y obra del maestro, un texto escrito especialmente para Chasqui, desde el corazón de una relación filial, de alumno y amigo.

La casa vacía

Aquí estoy, en esta casa donde ya no vive nadie y todo está tan vivo. Todas las habitaciones están vacías, pero una sigue llena de libros y papeles. No sé qué haré con todos ellos. Manuscritos, mecanografiados, fotocopiados o impresos: en todos está mi padre, leyendo o escribiendo, enseñando y aprendiendo.

Otra casa vacía vuelve a mi memoria: la que abandonamos cuando mis padres y mi hermano menor partieron a Venezuela en 1978. Legiones de amigos

desfilaban por allí despidiéndose... y llevándose objetos, libros y papeles ofrecidos de brazos abiertos. Del mismo modo -imagino- habrán quedado otros libros y papeles por el camino en 1952, cuando vinieron de Buenos Aires a Montevideo. Pero algunos navegaron con ellos hasta aquí y sobreviven tras más de medio siglo. Como estos dos amarillentos anuncios de *Radio Splendid* de comienzos de los años 40 y que descubro por primera vez, junto con unos apuntes manuscritos más recientes.

El descubrimiento me lleva a recordar otro: un tesoro en tonos sepia encontrado en la casa de mi abuela, fotografías tomadas en la Rusia de sus

antepasados, en la Córdoba de su niñez, en el Buenos Aires de su juventud y madurez. En muchas estaba mi abuelo Lázaro, grabador de metales, artesano paciente que apenas llegué a conocer.

Mucho antes de recorrer los veranos de mi infancia con su risa y sus incansables agujas de tejer, mi abuela Paula quiso ser maestra. Eran aquellas maestras-niñas que inventó Sarmiento:

GABRIEL KAPLÚN, uruguayo. Comunicador social. E-mail: gkaplun@liccom.edu.uy

Los textos en los recuadros de este artículo son versiones editadas de "Remembranzas de un aprendiz de comunicador", título que Mario Kaplún puso a su conversación con los participantes del I Festival de Radioapasionados y Televisonarios, realizado en CIESPAL, en noviembre de 1995.

MARIO KAPLÚN, UN HOMENAJE

el magisterio era una opción de estudios secundarios que, a los 17 años, las dejaba ya prontas para salir a alfabetizar la Argentina. Diversas circunstancias frustraron su vocación, pero la inoculó en Mario, su hijo mayor. Igual que hoy, eran pocos los maestros hombres y había una solitaria escuela normal mixta, a la que aquel adolescente llegaba cada mañana tras una larga hora de viaje en tranvía, levantándose muy temprano para aprovechar el boleto obrero a mitad de precio. A los 17 años, en 1940, el maestro recién recibido descubre que para conseguir un puesto se necesitaban "recomendaciones" que no tenía.

Pero, entre tanto, durante los años 30, la casa de mis abuelos se había poblado de sonidos que salían de una caja de madera llena de válvulas. Hablando de amor o de humor, cantando o contando las guerras -la española, la mundial-, aquellos sonidos fueron decisivos para mi padre.

Días de radio

La pasión por la radio fue, antes que nada, una pasión de oyente. Pasión compartida por miles, en un Buenos Aires donde programas como "Chispazos de tradición" obligaron a los cines de barrio primero a interrumpir sus funciones para transmitirlos y luego a hacerles lugar para sus legendarias "fonoplateas", dando de paso trabajo a cientos de actores y músicos desocupados por la crisis. Uno de estos espacios fue "Platea Club", de *Radio Stentor*, un programa de "actualidad cultural" cuyo director facilitó el inicio de una experiencia fermental que le propuso un joven, Mario Kaplún de 17 o 18 años: el Club del Libre Debate, donde sábado a sábado una multitud de jóvenes discutía sobre todo. Entre las asistentes había una tal Ana Hirsz, que no mucho después lo acompañaría por el resto de su vida.

Entretanto, Mario consigue por casualidad su primer trabajo como empleado para todo servicio en un estudio de grabaciones. Grabar en los años 40 era en realidad producir discos, o bien precarias grabaciones de uso publicitario con técnicas ya olvidadas, previas a la cinta magnética. Aquel estudio sobrevivía penosamente, hasta que una agencia decide concentrar allí la transmisión de los tres o cuatro radioteatros que, con el auspicio de una

conocida marca de jabón, emitía cada tarde en distintas emisoras. No para grabarlos, lo cual era imposible, sino simplemente para evitar las corridas de todo el equipo de actores, directores y guionistas de una emisora a otra. Viendo y oyendo tarde a tarde, Mario empieza a entender un oficio que lo acompañaría toda la vida.

El 1º de setiembre de 1942, al día siguiente de cumplir sus 19 años, *Radio del Estado* y la *Red Argentina de Emisoras Splendid* emiten su primer guión: un programa de un ciclo sobre historia argentina, que formaba parte de la programación de la llamada "Escuela del Aire". Para aquella pionera experiencia de radio educativa este maestro sin aula había sido un hallazgo valioso, porque los guionistas comerciales no tenían interés o no se adaptaban y los educadores no conocían el oficio radial. El maestro no volvió a las aulas hasta mucho después, pero la comunicación educativa lo había ganado para siempre.

Según parece, aquellos programas eran bastante retóricos y grandilocuentes y su autor rescata de esos días más bien el aprendizaje de un oficio: escribir dos guiones por semana, dirigir un equipo de actores y técnicos, salir al aire con un mínimo de ensayo, crear una

ambientación sonora convincente con efectos artesanales... y todo directamente al aire, sin grabaciones. Las anécdotas de esa época integrarían luego la cultura familiar.

Mi abuela Paula vio frustrada una vez más su vocación. Mi abuelo materno entretanto, para explicar lo que hacía su yerno solía decir "¿Usted vio lo que dicen por la radio? Bueno, todo eso lo escribe él". (Claro que en esa época Mario hizo varias otras cosas, como co-traducir el teatro de Chejov...).

Vamos a la tanda

La Argentina de los años 40 y 50 es un país cruzado por golpes y contragolpes militares, marchas y contramarchas peronistas, debates abiertos y censuras veladas, censuras abiertas y debates velados. La censura peronista apunta por el lado ideológico. La de los militares es con frecuencia de tono moralista, llegando a extremos ridículos como cuando les dio por defender la "pureza del lenguaje", obligando al tango a decir "muchacha que me dejaste" en vez de "percanta que me amuraste". El ambiente se torna difícil para el radialista ya casado con la actriz. Junto a su primer hijo de dos años, cruzan el Río de la Plata y se instalan en Montevideo, en el 52.



De izquierda a derecha: Mario Kaplún, Luis R. Beltrán y Antonio Pasquali cuando fueron condecorados, en reconocimiento a su prolífica trayectoria comunicacional, por el Grupo de los 8, en CIESPAL, en 1995.

Es el Uruguay batllista, el del segundo Batlle, don Luis, cuya presidencia es a la vez el auge y el fin del "país de las vacas gordas", Suiza de América y campeón mundial de fútbol. Un programa radial como "Buenas noticias", encuentra buena acogida en Radio Carve y entre los oyentes y permite la continuidad de un oficio. Aunque no alcanza para vivir, y la publicidad se transforma entonces en un segundo oficio, que absorbe crecientes horas y llena nuestra casa de productos de auspiciantes, vasos y ceniceros con marcas y logos, regalos útiles e inútiles. Tiempo después, esta experiencia le permitiría una lectura crítica informada desde adentro, desde la construcción publicitaria experimentada con éxito... y creciente disgusto.

Aquel país laico, donde Estado e Iglesia se separaron tempranamente, fue sin embargo propicio para el pasaje de mis padres de un judaísmo heredado a un cristianismo asumido con convicción y reflexión. Una vivencia de fe que luego se traduciría, por ejemplo, en una larga amistad personal e intelectual con el teólogo Juan Luis Segundo. Que los llevó también a vivir, durante 1958, en el sur de Francia, en la comunidad no-violenta de El Arca, lejos de la luz eléctrica y cerca de la tierra. (En el barco de regreso yo venía como polizonte en el vientre de mi madre...).

A comienzos de los años 60 un nuevo electrodoméstico empieza a atraer cada vez más miradas. La de mi padre mezclaba la percepción de su potencialidad con la desconfianza. Así, durante esos años produjo, con el seudónimo de Mario César, algunos de los programas periodísticos más exitosos de la televisión nacional y no había quien no lo reconociera por la calle. Pero en mi casa no había televisor...

Veinte años después, de algún modo, el "Club del Libre Debate" revivía ahora en la pantalla chica y con un formato de estructura dramática, la del juicio oral. "Sala de Audiencias" primero y "Las dos campanas" después, ponían en discusión a medio Uruguay. Según parece, una de las premisas de la conducción era: "mientras me critiquen de ambos lados, estoy bien rumbo". Pero sobre fines de los años 60 la crítica empezó a venir de otro lado y se tradujo una vez más en censura abierta o

Cuando el alma puede más que la técnica

Mi primera producción para América Latina fue "El padre Vicente". Fue a fines de 1968 cuando la organización SERPAL, con sede en Munich, me propuso colaborar como guionista y escribir programas de radio para ser distribuidos en toda América Latina. Les hice una propuesta que venía a romperles sus esquemas: escribir una serie de 20 programas y, en añadidura, en formato de radiodrama.

Al proponerla, yo creía que ya casi la tenía escrita, porque unos ocho o nueve años antes había hecho las historias de un cura de barrio en una emisora de mi país. El padre Vicente no fue un personaje inventado, era el párroco de una barriada muy humilde de Montevideo, que lo conocí tocando el acordeón en una fiesta popular. Andando el tiempo, surgió el proyecto de hacer un programa de radio. Le propuse que lo hiciéramos juntos: él me contaba recuerdos, vivencias, momentos de su vida de cura de barrio y, dramatizando esas historias, yo escribía los guiones. Le propuse que él fuera el actor de su propio personaje, para darle así mayor autenticidad, y porque venía muy bien que tocara el acordeón.

Cuando me dispuse a escribir los capítulos de muestra, sobrevino lo que me pareció una catástrofe: en el archivo de la productora, aquellos libretos ya no estaban. La serie íntegra había desaparecido. Yo, tras los años, recordaba fielmente al personaje -su carácter, sus rasgos, su modo de ser- pero había olvidado totalmente los argumentos. Fue preciso imaginar, crear nuevas historias.

Escribí los cuatro capítulos de prueba, quedé bastante satisfecho. Los envié a Munich y me fui con mi familia de vacaciones. Al regreso, me esperaba una reticente carta de SERPAL. Una carta que trasuntaba disconformidad: reservas, reparos sobre la ortodoxia de algunos de los guiones. Allá les fue una fuerte respuesta mía fundamentada con pasajes del Concilio y citas de teólogos ilustres, como Karl Rahner, y rematada con una categórica declaración de rechazo a la censura.

Pasadas unas semanas, una nueva carta de Munich volvió las aguas a su cauce: que no los había interpretado bien, que no era para tanto, que siguiera adelante con los restantes capítulos. Y cuando fueron lanzados aquellos veinte y se comprobó la entusiasta recepción y la cálida acogida que tuvieron, se me pidieron sesenta más.

Puesto que aquellos guiones iban a ser grabados en otro país y lejos de mi presencia, me preocupé por insertar en ellos prolijas acotaciones con vista a su realización: caracterización de cada personaje, planos, tonos, inflexiones; indicaciones muy precisas para la musicalización y el montaje sonoro.

Una actitud muy honesta por parte del técnico de ACPO que atendía las relaciones con SERPAL: aquellos textos -les escribí- eran de alta calidad pero por eso mismo los superaba, les planteaba exigencias de interpretación y de realización a las que el equipo de ACPO no estaba en condiciones de responder.

Por diversas razones, y pese a convenios previos de SERPAL, me propusieron producirlos yo mismo en Montevideo. Esto me significó todo un desafío: convertirme en productor independiente... Acepté el reto.

Dos años después, en 1971, tenía lugar, como cada bienio, el Concurso Mundial UNDA-Sevilla. Supe que SERPAL había resuelto concursar con "El padre Vicente". El capítulo elegido para presentar en el concurso se titulaba "Misa versus fútbol".

En mayo de 1971, yo estaba participando en un seminario en México, totalmente olvidado de la existencia del concurso e ignorando, incluso, la fecha precisa en que este se celebraba. Llegó un telegrama a mi nombre. Solo tres palabras: "Gol de Pepín". Tardé un rato en comprender y otro en creer: ¡El padre Vicente había ganado aquel prestigioso premio mundial! Así y tal como era: técnicamente precario pero hecho con alma. (Mario Kaplín)

encubierta... pero cada vez más completa. Mientras morían estudiantes en las calles, el horizonte se ensombrecía y el Uruguay se "integraba" del peor modo a Latinoamérica, bajo la transnacional del terrorismo de Estado.

La Patria Grande

Pero ya antes que eso, los viajes habían comenzado. En primer lugar el que realizaron sus radioteatros (ahora sí, grabados) por todo el continente, en

cientos de miles de discos y casetes, en centenares de emisoras y miles de grupos, en español, en quechua, en aymara, en portugués. "El Padre Vicente" y "Jurado 13", entre otros, ganaron una audiencia insólita e incesante: en estos días una emisora boliviana estrena por primer vez una de estas series, 25 años después de producida. "Jurado 13" (otra vez el juicio oral, ahora en la ficción periodística) se hizo además sobre la base de lo que luego Mario llamaría

"prealimentación": un viaje por siete países latinoamericanos, donde Ana y él relevaron la vida, los sufrimientos y esperanzas que luego traducirían en centenares de programas. En muchos de ellos anda mi voz (personaje infantil o adolescente) y la de mi hermano mayor (cantando y tocando la guitarra), entreverada con la de cien actores uruguayos de primer nivel, que debían hacer un esfuerzo permanente para disimular la pronunciación rioplatense y decir "aiuda" y no "ashuda".

En algún momento mi padre habló y escribió sobre la modestia técnica de aquellos programas multipremiados. Con franqueza, creo que exagera. Aunque es cierto que el estudio de grabaciones no era de última generación y el equipo de producción casi familiar, el cuidado en la realización era absolutamente obsesivo. El rigor con que dirigía las grabaciones resultaba francamente insufrible por momentos, pero, como le pasó luego en muchos otros ámbitos, a la larga todos terminaban agradeciéndolo.

En junio del 73 el silencio cayó sobre todo el país y los canales y radios interrumpieron toda su programación para emitir marchas militares. "Jurado 13" aún se escuchó un tiempo en alguna pequeña emisora del interior, gracias a los buenos oficios de un obispo que todavía tocaba el acordeón y que, en su época de cura de barrio, había inspirado al "Padre Vicente".

Al achicarse la patria adoptiva, mi viejo empieza a recorrer la Patria Grande latinoamericana cada vez con más frecuencia. Largas estadias en el Perú de Velasco Alvarado, otras más breves en Ecuador... Finalmente la opción del exilio parece inevitable y aquella casa siempre llena de gente, por la que pasaron tantos uruguayos y latinoamericanos ilustres o anónimos, se quedó vacía. La familia ya no volvería nunca a vivir en el mismo país, disgregada entre España, Venezuela y Uruguay. Mis hermanos ya no volverían nunca del todo y yo en cambio nunca me fui. Ese desgarró pesó siempre para mis padres en los últimos veinte años.

Pero antes de la partida habían aflorado en Mario ya varias de sus nuevas preocupaciones: por la sistematización de lo que sabía y la facilitación de los aprendizajes de otros; por la investigación de la realidad

Hacia la democratización de la comunicación

En 1981, durante mis años de exilio en Venezuela y en el marco de un programa promovido por el Centro de Capacitación de *Radio Nderland*, estaba asesorando a una radio educativa rural de la región andina del país: *Radio Occidente*, de Tovar, estado Mérida.

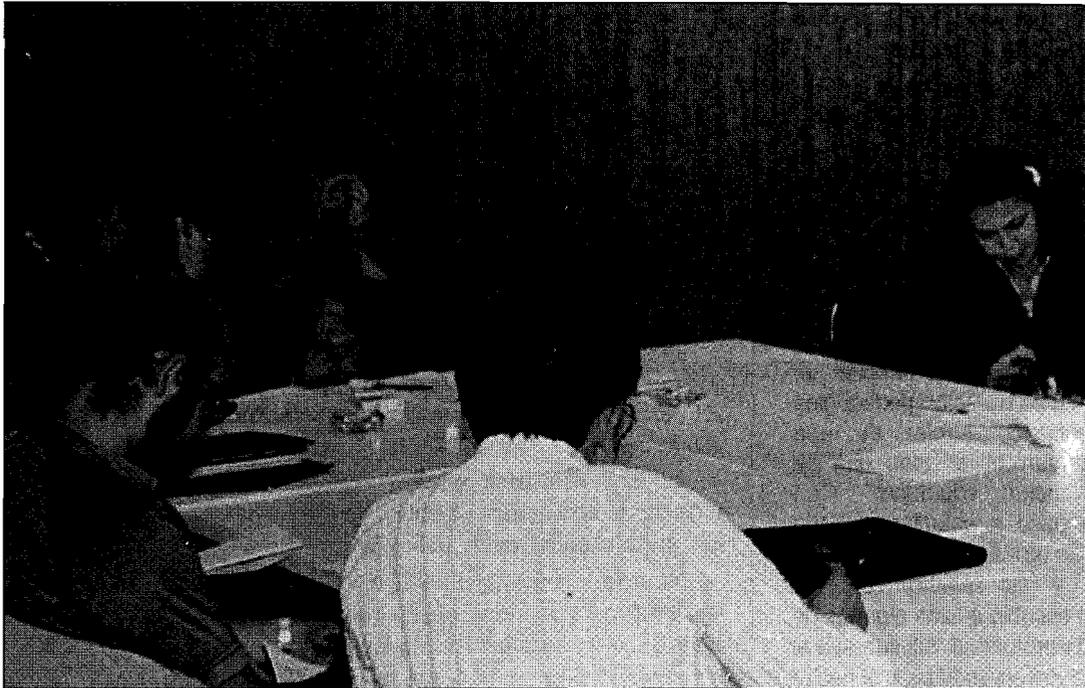
En el diagnóstico que colectivamente hicimos quedó en evidencia que los informativos de la emisora contaban con noticias nacionales e internacionales, pero la información local brillaba por su total ausencia.

Sugerí entonces la idea de organizar una red voluntaria de corresponsales campesinos. El proyecto comenzó a ponerse en marcha. Se logró integrar a numerosos campesinos -casi todos democráticamente elegidos por sus vecinos- y se les ofreció capacitación sobre cómo captar las noticias de su comunidad, cómo darles forma, cómo hacerlas llegar a la emisora.

En el estado Mérida estaba constituido el correspondiente Colegio Estadual de Periodistas. Aunque la iniciativa de organizar esta red de corresponsales populares y abrirles el micrófono representaba un aporte concreto a la democratización de las comunicaciones, hubiera sido lógico que los periodistas profesionales, declarados promotores del Nuevo Orden Informativo, le dieran su apoyo y su aplauso. Pero lo que nunca esperamos era su oposición, su guerra. ¡Y qué guerra!

Primero, notas a la emisora conminándola a cancelar esa actividad ilícita; después, campaña de prensa contra la iniciativa: artículos editoriales en los que se denunciaba y fustigaba ese "ejercicio ilegal de la profesión" (!) Y algo aún más doloroso y agresivo: caricaturas en los periódicos merideños. En una que recuerdo hasta hoy, los campesinos corresponsales aparecían representados como piratas, a bordo de un barco filibustero.

Por esos días tuvo lugar en Maracaibo el Congreso Nacional de Investigadores de la Comunicación, donde presenté la experiencia de comunicación democrática que estaba desarrollándose en Radio Occidente. Se encontraba presente en el evento el senador Eleazar Díaz Rangel, connotado periodista, investigador y docente y por entonces presidente de la FELAP (Federación Latinoamericana de Periodistas). Cuando, en un aparte, le conté lo que estaba pasando en el estado Mérida y la despiadada guerra que nos estaba llevando el Colegio Estadual, le oí lanzar una sonora carcajada y dijo que aquello era sencillamente "una aberración". El mismo redactó un proyecto de declaración por la cual el Congreso apoyaba y adhería a las iniciativas de democratización de la comunicación que se estaban llevando a cabo en el estado Mérida. La moción fue aprobada por unanimidad. (Mario Kaplún)



Archivo Chasqui

Gracias a su condición de Maestro, centenares de semillas quedan dispersas por Nuestra América.

comunicacional; por la educación para los medios, con su método de lectura crítica. Respecto a este último fuimos en esos años, junto a un grupo de amigos adolescentes, gozosos conejillos de indias. Muchos de nosotros nunca olvidaremos lo cuestionador que resultaba, por ejemplo, vislumbrar que la publicidad, más que "generar falsas necesidades", como solía -y aún suele- simplificarse, ofrece con frecuencia dudosos satisfactores a necesidades reales.

También por esos años apareció su preocupación por el uso de las distintas teclas de los, ya popularizados, grabadores a casete...

Play-Rec

Entre sus últimos trabajos, antes de partir de Uruguay en 1978, estuvo la puesta en práctica (luego explicitada y teorizada) del método del Casete-Foro, ese que en Venezuela alguien rebautizaría "Foruco", porque "nos forma, nos une y nos comunica". El Casete-Foro ponía su acento en la posibilidad de revertir la unidireccionalidad comunicacional y recuperar el sentido dialógico de la comunicación, frente al paradigma dominante informacional y transmisor. Tanto que en la evaluación de aquella primera experiencia Mario se

declaraba insatisfecho respecto a la participación de los agricultores involucrados, porque para él, el indicador clave de esa participación no era ni su escucha atenta ni sus intervenciones puntuales, sino sobre todo la cantidad de temas de debate en aquel foro propuesto por ellos en relación a los lanzados desde la coordinación del programa. Utilizar la tecla *record* y no solo la tecla *play* era un paso necesario, aunque no suficiente.

Esta obsesión por la recuperación de la palabra, por "potenciar emisores", ya no lo abandonaría jamás. Venezuela fue un campo especialmente propicio para ello, sobre todo a partir de su incorporación al CESAP (Centro al Servicio de la Acción Popular), en 1980. A las decenas de cursos y talleres con grupos de base en todo el país se sumaron luego los "Talleres Latinoamericanos de Comunicación Popular", por donde pasamos más de cien aprendices de comunicadores de todo el continente. De esa etapa tan fermental quedan, entre otros testimonios, uno de sus libros clave *El comunicador popular* y muchas semillas dispersas por toda América Latina. En Venezuela, en particular, hasta hay una "Escuela Andina de Comunicadores Populares Mario Kaplún", con sede en

Mérida. Dicen que escrita en una pared, hay una frase de aquel libro: "Definir qué entendemos por comunicación equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir". Y tal vez también otra que dice: "Comunicación es una calle ancha y abierta que amo transitar. Se cruza con compromiso y hace esquina con comunidad".

Es de esa época también su creciente contacto con el ambiente académico, cuando las universidades de distintos países comienzan a tenerlo como invitado frecuente. Tal vez por eso fue natural que, a su vuelta a Uruguay tras la reapertura democrática, en 1985, participara activamente en la reestructura de la recién creada carrera de Ciencias de la Comunicación, diseñando y coordinando durante varios años la opción de Comunicación Educativa.

El aprendiz

Estos últimos trece años en su patria adoptiva fueron tiempos de investigación y docencia activa, de escritura y reflexión, ahora ya decididamente en dos canales simultáneos: el académico y el del trabajo educativo con organizaciones sociales. En el último tiempo, ambas dimensiones se conjugaron además en el programa universitario Apex (Aprendizaje

y Experiencia), con sede en la popular barriada del Cerro de Montevideo.

A esto se sumó, entre otras cosas, alguna reaparición televisiva, columnas periodísticas y la militancia político-partidaria. Aunque tal vez el Uruguay no supo aprovechar al máximo sus potencialidades y eso reforzó su tendencia a aceptar muchas de las incontables invitaciones que recibía de todas partes.

Estos años significaron también un acento fuerte en su vocación pedagógica original, prefiriendo hablar de una "educación comunicativa" más que de una "comunicación educativa". Con humildad, se puso a estudiar a fondo nuevamente las teorías del aprendizaje y sobre ellas y su relación con la comunicación escribió quizás algunos de sus textos más profundos. Allí subraya el carácter social del aprendizaje y el hecho de que "se conoce lo que se comunica", porque organizar el lenguaje es organizar el pensamiento. Varios de esos textos fueron recogidos por la UNESCO, que esperaba todavía publicar alguno más. Se puede leer en ellos el hilo de un pensamiento vivo, siempre en movimiento y capaz de seguir aprendiendo. Por eso tal vez su "mini autobiografía", escrita a pedido de amigos antes de los homenajes recibidos en 1992, se llamaba Mis (primeros) cincuenta años de aprendiz de comunicador.

Sus últimos trabajos, que quería y no pudo ampliar y profundizar, ponían una mirada lúcida sobre el universo virtual de la informática, sus potencialidades y límites pedagógico-comunicacionales. Desmitificando conceptos como el de interactividad, casi siempre referida a la relación hombre-máquina, y subrayando el de interacción, en cuanto relación entre seres humanos. Recordando que la navegación solitaria en las autopistas de la información no pueden reemplazar el aprendizaje, esencialmente social. Mis últimas conversaciones con este viejo tan "cascarrabias" y exigente, tan querible e inteligente, giraron, pocos días antes de su muerte el 10 de noviembre pasado, en torno a esos temas y a esos libros que quedaron sin escribir.

Pero junto a eso recordaré siempre el impacto que supo producir en él el testimonio de uno de sus enfermeros,

De cómo "Jurado 13" me salvó de dormir a la intemperie

1978. Con un compañero iniciamos un recorrido por algunos países de América Latina, con el fin de reunir información para diseñar un proyecto de comunicación educativa campesina.

En Medellín nos encaminan a un joven sindicalista de extracción campesina que puede asesorarnos y orientarnos. Este nos propone viajar a la zona cafetalera del departamento de Antioquia y comenzar por su pueblito natal, llamado Tarso, donde él conoce bien a los trabajadores de los cafetales.

Al llegar a Tarso, nos encaminamos a la casa de nuestro guía. Asistimos a la sorpresa de la no avisada familia. Sorpresa mezclada con desazón porque la casa se hallaba desbordada de ocupantes.

Inquieto y preocupante, nuestro joven cicerone se culpabilizaba por su imprevisión: "¿Dónde se van a alojar ustedes? Yo me acomodaré como pueda en algún lugar de casa, pero a ustedes, ¿dónde los meto, dónde los llevo?". En Tarso no había hotel ni pensiones ni fondas. Nada.

Nuestro amigo vislumbra una idea salvadora: en la casa parroquial ciertamente hay lugar. El párroco lo conoce desde niño y es buena gente. Tan pronto esboza el recurso, sus familiares le notician que el cura ha sido sustituido por un párroco nuevo. Aun así hay que intentarlo, no queda otra alternativa.

La recepción no puede ser más gélida. Lo de "proyecto de educación para campesinos" le suena inventado, marciano, nada creíble. Se echa de ver que no tiene la menor intención de darnos albergue ni por una noche ni por una hora. Ya a punto de marcharnos con las orejas gachas como perros mojados, a mi compañero se le ocurre una idea loca:

- Por acaso, padre, ¿usted no habrá escuchado alguna vez un programa que se llamaba "Jurado 13"?

(Yo, para mis adentros: ¡Qué ocurrencia absurda!)

- "Jurado 13?" ¡Claro que sí! ¡Si habré usado esos casetes con los campesinos, con los jóvenes, con las familias!

- Bueno, -replica mi amigo- le presento al autor de "Jurado 13".

Transfiguración súbita y total del dueño de casa.

- ¿De veras es usted el que hizo "Jurado 13"?

Se le enciende el rostro, se levanta, viene hacia mí con los brazos abiertos, me abraza.

- ¡Qué gusto! Usted no puede saber todo lo útil que ha sido su programa.

Se extiende en una cantidad de elogios. Llama a la señora encargada de la casa, ordena que prepare el cuarto de huéspedes y... cena para todos.

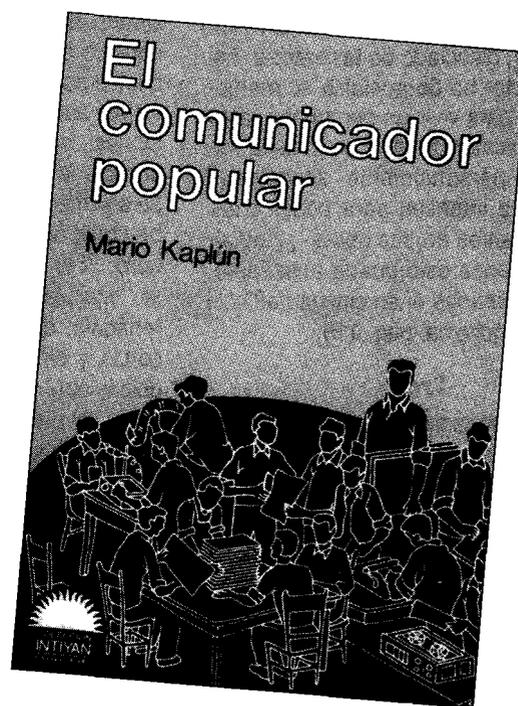
(Mario Kaplún)

capaz de poner en cuestión mucho de su trabajo de los últimos años en el programa Apex, al mostrarle cómo la exigencia del "trabajo de comunidad" en el lejano Cerro y a horarios diversos, había terminado siendo para él, estudiante del interior con muy pocos recursos, un obstáculo decisivo en su

carrera de Medicina. "Nunca lo había visto desde ese ángulo. Me dio toda una lección", me dijo. Es decir, aun al borde de la muerte, estaba dispuesto a aprender, a cuestionarse hasta el fondo. Porque si algo lo caracterizaba era esa capacidad de estar siempre aprendiendo. Y, por eso mismo, enseñarnos tanto. ●

Diez consejos de Mario Kaplún

El autor de este artículo comparte algunos consejos, "entresacados" de los libros del maestro. Son variadas y valiosas pistas y pautas para mejorar nuestra comunicación. Después de tantos años, estas reflexiones mantienen intacta su vigencia.



El editor de *Chasqui* me pidió un artículo sobre el pensamiento de Mario Kaplún. Acepté con gusto. Poco después, comprendí mi atrevimiento. Porque Mario se explica por sí mismo, sin necesidad de muchas exégesis. Y porque uno de sus principios comunicativos fue, precisamente, que los implicados tomen la palabra y se expresen directamente.

JOSÉ IGNACIO LÓPEZ VIGIL, cubano. Comunicador social, coordinador regional AMARC-AIC.
E-mail: ignacio@amarc.org.ec

Así las cosas, rebusqué sus libros en mi desordenada biblioteca y entresaqué de ellos varias pistas y pautas para mejorar nuestra comunicación. Después de tantos años, estas reflexiones mantienen intacta su actualidad. Son consejos, sabios consejos, aunque a Mario no le gustaba mucho esa palabrita. (Por mi parte, siempre he pensado que el mejor consejero es quien no se cree tal.)

Uno

El primer consejo va para los locutores y locutoras, aburridos y aburridores,

que piensan en un público con vocación masoquista:

"Quienes alguna vez hemos hecho radio, tuvimos que aprender por experiencia a no olvidar nunca esta sencilla verdad: todo aparato receptor tiene dos perillas, una que sirve para apagarlo y la otra para cambiar de estación. Así, si nuestro programa no logra suscitar su interés, nada más fácil para el oyente que silenciarnos. O reemplazarnos por una cumbia". *El comunicador popular*, pág. 110.

Dos

El segundo consejo se dirige a los escritores jóvenes, tan impacientes como inexpertos, que imaginan las musas revoloteando sobre su cabeza y olvidan que la inspiración nace de la transpiración. Y de la vida.

"Más de una vez en los cursos a mi cargo me ha tocado trabajar con participantes que demostraban buenas aptitudes literarias y técnicas, en términos de destreza y captación del oficio, para componer radiodramas: por ejemplo, habilidad y sentido radiofónico para construir sus diálogos. Pero tenían una vida encerrada y fácil, sin contacto con el pueblo, sin sufrimientos ni dilemas hondos. Estos estudiantes no lograron producir buenos radiodramas ni sé si alguna vez lo lograrán. No sentían los temas ni vibraban con ellos. Y en sus guiones, todo era convencional, falso, disociado de la realidad. Así como un actor ha de apelar a su memoria emotiva para vivir un personaje, tanto o más un escritor dramático necesita haber vivido personalmente situaciones conflictivas e intensas para poder crear otras semejantes en sus obras. ¿Hay algún curso donde esto pueda enseñarse, ni en diez semanas ni en cincuenta?" *Un taller de radiodrama*, pág. 119.

Tres

El tercer consejo es para los comunicadores sordos, para las comunicadoras engreídas, los que nunca preguntan, las que jamás dudan, para quienes están convencidos de la importancia de sus ideas y descuidan lo principal de la comunicación:

"Comunicar es una aptitud, una capacidad. Pero es sobre todo una actitud. Supone ponernos en disposición de comunicar, cultivar en nosotros la voluntad de entrar en comunicación con nuestros interlocutores. Nuestro destinatario tiene sus intereses, sus preocupaciones, sus necesidades, sus expectativas. Está esperando que le hablemos de las cosas que le interesan a él, no de las que nos interesan a nosotros. Y solo si partimos de sus intereses, de sus percepciones, será posible entablar el diálogo con él. Tan importante como preguntarnos qué queremos nosotros decir, es preguntarnos qué esperan nuestros destinatarios escuchar. Y, a partir de ahí, buscar el punto de convergencia, de encuentro. La verdadera comunicación no comienza

hablando sino escuchando. La principal condición del buen comunicador es saber escuchar. *El comunicador popular*, págs. 115 y 118.

Cuatro

El cuarto y sabio consejo, para los libretistas cuando tienen delante el papel en blanco, cuando comienzan a escribir y no saben cómo hacer para que los diálogos resulten amenos y atractivos:

"Aunque esté escribiendo su guión, no olvide nunca que el lenguaje hablado es diferente al escrito. Debemos poner por escrito nuestro texto, pero él está destinado, no a ser leído con la vista, como un texto impreso, sino a ser oído. Tiene que sonar con la llaneza, la naturalidad y la espontaneidad del lenguaje hablado. Incluso, a veces, con las imperfecciones del lenguaje hablado. El mejor consejo que puedo darle es: escriba escuchándose. A medida que escriba, lea en voz alta lo que va escribiendo. En ocasiones, incluso, adelántese: pronuncie primero la frase y luego escribala. Díctese a sí mismo. Escuche cada frase, pruebe cómo suena. Sienta su ritmo oral, sonoro. Si le suena pesada, larga, artificiosa, con vericuetos, con idas y venidas, rehágala, divídala en dos o más frases cortas y directas. El oído le dirá dónde ubicar con más naturalidad el sujeto, el verbo, el predicado". *Producción de programas de radio*, pág. 280.

Cinco

Un quinto consejo para los panfletarios del mundo y para quienes confundieron aquello de hablar de la vida cotidiana con la monserga de andar repitiendo lo que la gente ya sabe:

"Hace pocos años, tuve oportunidad de escuchar por radio un informativo popular dirigido a las barriadas. Llevé la cuenta: el 80% de las noticias transmitidas eran denuncias sobre la acumulación de basura. No pude menos que ponerme en el lugar de esa gente de los barrios populares a la que el programa pretendía llegar y servir. Pensé en esos vecinos que ven basura desde que se levantan hasta que se acuestan, que viven oliendo a basura. ¡Y cuando ponen la radio, esta les habla otra vez de basura! Lo que sucede en estos casos es que el emisor no tiene claro quién es su destinatario. Esta insistencia en la denuncia tal vez pudiera tener algún sentido si nos estuviéramos

dirigiendo acusadoramente a los responsables de los malos servicios públicos, es decir, a las autoridades. Pero, ¿qué valor informativo encierra el repetirle permanentemente a la comunidad que no tiene agua, que no tiene luz, que no tiene pavimentos? ¡Ella ya lo sabe de sobra! Con eso, tal vez no hacemos más que reforzar su sentimiento de desesperanza, de impotencia: 'estamos jodidos'. Lo que la comunidad necesita es que la ayudemos a comprender con claridad las causas del problema: por qué no hay servicios para ella. Y, sobre todo, que la ayudemos a encontrar alternativas, salidas de solución". *El comunicador popular*, pág. 117.

Seis

El sexto consejo, más conceptual, para los que siguen apostando por una educación bancaria, que difunde conocimientos y no problematiza. Una educación que da todo masticado y ahorra el esfuerzo de pensar por cabeza propia:

"La educación de adultos, sea presencial o a través de un medio, será educación en la medida en que se proponga y logre activar las potencialidades de auto y de coaprendizaje que se encuentran presentes en sus destinatarios; que estimule la gestión autónoma de los educan-

Tan importante como preguntarnos qué queremos nosotros decir, es preguntarnos qué esperan nuestros destinatarios escuchar. Y, a partir de ahí, buscar el punto de convergencia, de encuentro.

dos en su aprender a aprender, en su propio camino hacia el conocimiento: la observación personal, la confrontación y el intercambio, la resolución de problemas, el cotejo de alternativas, la elaboración creativa, el razonamiento crítico. Así concebida, más que una educación a distancia, sería propio hablar de una autoeducación orientada". *A la educación por la comunicación*, pág. 31.

Siete

El siguiente consejo es para los siempre serios, para las que nunca se ríen de sí mismas, los Jorge de Burgos, las severas y los sesudos del gris monasterio:

"Estamos demasiado acostumbrados a que los programas de radio educativos sean una cosa árida y aburrida. Como esas medicinas de nuestra infancia que, para que 'hicieran efecto' y fueran juzgadas confiables por nuestros padres, debían tener necesariamente 'gusto a remedio', un sabor amargo y desagradable. Cuando se nos habla de 'radio educativa', la imagen que nos surge espontáneamente es la de un solitario profesor instalado ante el micrófono y enseñando, con voz y tono de *magister*, a un invisible alumno, las tradicionales nociones de la clásica escuela elemental. Y hay que convenir en que, desgraciadamente y salvo honrosas excepciones, la mayor parte de la radio educativa que se ha venido haciendo hasta ahora en América Latina ha contribuido a reforzar esa imagen más que a modificarla. Este libro sustenta una concepción muy diferente. Piensa que un programa de radio educativo no tiene por qué ser aburrido. Más: que no debe serlo". *Producción de programas de radio*, pág. 18.

Ocho

El octavo consejo, breve y urgente, va para aquellos comunicadores que no comunican nada porque todo lo abstraen, lo conceptualizan, lo vuelven un discurso incoloro, insaboro e inodoro:

"Siempre que sea posible, optemos por el relato como forma privilegiada de comunicación popular: en lugar de hacer una exposición del tema, procuremos convertirlo en una historia. Comunicarse es, sobre todo, contar, 'echar el cuento'. Los contadores de historias han sido y aún siguen siendo los grandes comunicadores naturales del medio popular". *El comunicador popular*, pág. 175.

Nueve

El noveno, para los improvisados de siempre, las que entran a cabina sin guión y sin ideas, los que se creen dueños y señores del micrófono, las que no investigan nada porque creen saberlo todo, los que confían en el *feed-back* y no sospechan el *feed-forward*:

"El esquema clásico 'emisor-mensaje-receptor' nos acostumbró a poner al emisor al inicio del proceso comunicativo, como el que determina los contenidos del mismo y las ideas que quiere comunicar; en tanto el destinatario está al final, como receptor, recibiendo el mensaje. La experiencia nos enseña, sin embargo, que si se desea comenzar un real proceso de comunicación en una comunidad, el primer paso debiera consistir en poner al destinatario no al final del esquema, sino también al principio: originando los mensajes, inspirándolos, como fuente de prealimentación. La función del comunicador en un proceso así concebido ya no es la que tradicionalmente se entiende por 'fuente emisora'. Ya no consiste en transmitir sus propias ideas. Su principal cometido es el de recoger las experiencias de la comunidad, seleccionarlas, ordenarlas y organizarlas y, así estructuradas, devolverlas a los destinatarios, de tal modo que estos puedan hacerlas conscientes, analizarlas y reflexionarlas". *El comunicador popular*, pág. 101.

Diez

Y un décimo consejo, para cerrar: el de sentido común. Mario no creía en recetas ni en esquemas rígidos. Una vez le oí decir: "el mejor formato es el que se rompe". Estudiamos la técnica, conocemos las leyes y las posibilidades que brinda el medio radiofónico. Después, ponemos a un lado todas las normas y damos permiso a la imaginación:

"A veces, en los talleres, me inquietan algunos participantes que plantean: 'Entonces, ¿esto se puede hacer? ¿Es lícito, es válido, o no lo es?' Parecen estar necesitando y pidiendo reglas, preceptos. Ante esas preguntas, me acude a la memoria la profunda respuesta de San Pablo a los cristianos de Corinto que le pedían reglas morales, normas de conducta: 'Todo es lícito', tuvo la audacia de responder el apóstol, rompiéndonos así seguramente todos sus esquemas. Pero enseguida añadió: 'Todo es lícito, pero no todo es conveniente, todo es lícito, pero



no todo construye'. Análogamente, habría que decir que en comunicación popular no existen reglas fijas ni inmutables. Todo se puede hacer. Lo que hay que ver si la opción que tenemos es la más conveniente y adecuada para ese caso concreto, la más pedagógica y eficaz para esa situación determinada. Y eso nos llama permanentemente a la creatividad". *El comunicador popular*, pág. 263.

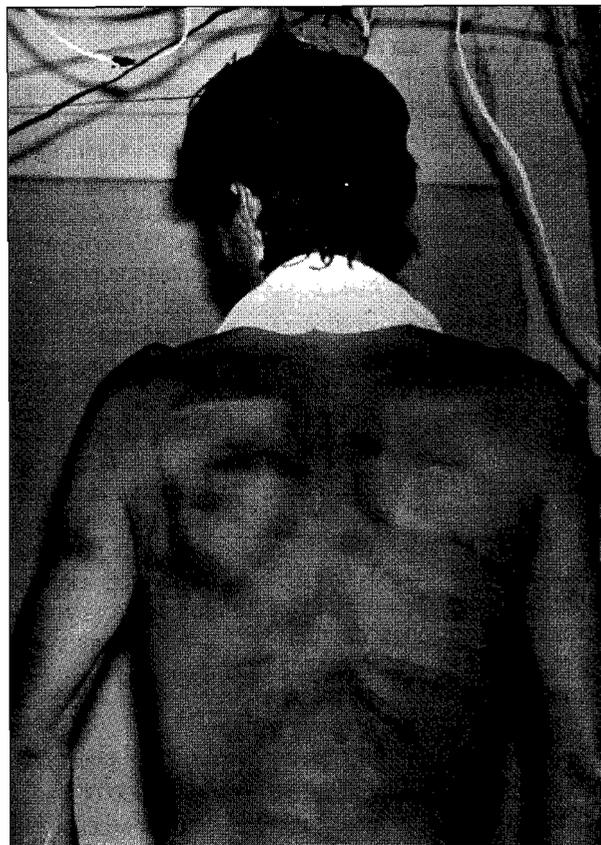
Con estos diez consejos, mi deseo es patente y manifiesto: que se animen, quienes no lo hayan hecho todavía, a leer los libros completos de Mario Kaplún, el gran maestro de los radialistas latinoamericanos. ❁

REFERENCIAS

- El comunicador popular*, Colección Intiyan, CIESPAL, Quito, 1985.
- Un taller de radiodrama*, Materiales de Trabajo, CIESPAL, Quito.
- Producción de programas de radio*, CIESPAL, Quito, 1978.
- A la educación por la comunicación*, UNESCO-OREALC, Chile, 1992.

Un malestar invisible: derechos humanos y comunicación

La relación entre derechos humanos y comunicación alude a una relación cultural, se trata fundamentalmente del debate entre la inclusión y la exclusión, por lo que se impone un trabajo para el desmontaje crítico de los dispositivos, discursos y mecanismos que naturalizan la exclusión y expropian la posibilidad de la palabra a mujeres, indígenas, jóvenes... Para analizar el modo en que estos son construidos y representados en el espacio público, la autora recurre a tres estrategias: el desmontaje de una expresión popular, la crítica a un pensamiento legitimado y el uso del relato etnográfico.



Archivo CEDHU

"Quién se hace la pregunta, ha de trabajar para responderla..."

Humberto Maturana

En un espléndido y hermoso libro coordinado por Pierre Bourdieu, titulado *La miseria del mundo*, este sociólogo francés señala que "la verdadera medicina, de acuerdo a la tradición hipocrática, comienza por el conocimiento de las dolencias invisibles, esto es, de los hechos que el doliente no cuenta, de aquellos de los que no tiene conciencia y de los que olvida relatar". Así que plantear la relación entre comunicación y derechos humanos,

exclusivamente como una cuestión de visibilidad y acceso a los circuitos de la comunicación masiva, por parte de los grupos y sectores sociales que coexisten hoy en condiciones de desigualdad, es no solo reducir un problema a sus "síntomas visibles", sino renunciar a la posibilidad de re-pensar la comunicación no en sí misma, sino en relación con los deseos y con los proyectos que son su motor.

No basta la explosión de televisoras, radiodifusoras, productoras de cine, proyectos editoriales que cumplen, más o menos, con ciertas cuotas de inclusión "políticamente correctas" de ciertos temas y actores sociales, que en increíbles ejercicios de banalización, pretenden

convencernos de que la democracia en esos ámbitos es un valor practicado. Tampoco se trata de los interminables debates legislativos para la elaboración de leyes sobre "políticas de comunicación" que, generalmente, no hacen sino aquietar las malas conciencias de "los tecnócratas que frecuentemente ignoran casi toda la vida cotidiana de sus conciudadanos y a quienes nadie recuerda su ignorancia" (Bourdieu, 1993), Muchas leyes

ROSSANA REGUILLO, mexicana. Profesora-Investigadora, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. Profesora, Departamento de Estudios Socioculturales (ITESO). Este artículo es una versión editada de su ponencia presentada en el II Festival de Radioapasionados y Televisonarios, Bogotá, 1998.
E-mail: rossana@atenas.gdl.iteso.mx

no significan, necesariamente, mayor democracia si tras esto no hay un proyecto político y social.

El derecho a la comunicación es, sin duda, incuestionable, pero no hay que olvidar que se trata de un "continente" al que hay que dotar de contenido y este es el terreno donde las cosas se complican, porque el riesgo es el de substancializar los contenidos. Por ello, es importante colocar la reflexión y la discusión en el contexto de la experiencia cotidiana en la que mujeres y hombres se construyen como ciudadanos. Pienso que hoy, como nunca, la relación entre derechos humanos y comunicación se centra en la disputa entre los diferentes proyectos sociales que compiten en condiciones diferenciales por la conquista de una nueva hegemonía planetaria que habrá de decidir quiénes caben y quiénes no: se trata fundamentalmente del debate entre la inclusión y la exclusión.

De qué manera acercarse a una problemática que, desde mi perspectiva, rebasa la dimensión jurídica e incluso a los propios medios de comunicación, que no son sino la expresión más visible o un elemento más de una estructura de desigualdad que tiene que ver no solo con indicadores económicos, sino fundamentalmente con las maneras en que los seres humanos se construyen a sí mismos en su relación con los otros, en condiciones de respeto mutuo y de equidad. Poco se ganará con la apertura de los medios de comunicación o con la creación y fortalecimiento de redes comunicativas al proyecto dominante, sin un trabajo previo para el desmontaje crítico de los dispositivos, discursos y mecanismos que naturalizan la exclusión y expropián la posibilidad de la palabra, a los seres comunes, que dé sentido a un presente siempre pospuesto por las glorias de un futuro que siempre está en fuga.

Primer encuadre

Mientras se fortalece el discurso triunfalista del mercado y la nueva profecía neoliberal, y los Estados nacionales claudican de su papel en la política social y se transforman en el aparato de seguridad y control para que la transformación de la geografía política y social del mundo se verifique sin tropiezos, crecen en América Latina y en otras partes del mundo, los escenarios de pobreza dura.

Según datos de la CEPAL, el número

de latinoamericanos y caribeños en situación de pobreza -210 millones- es hoy más alto que nunca en términos absolutos. En conjunto, América Latina ha producido más pobres en las últimas dos décadas que en toda su historia; tenemos menos oportunidades de empleo, un crecimiento acelerado de las economías informales y una brecha creciente entre la población con acceso a condiciones dignas de vida y los que viven en situación de pobreza extrema. No hay empleos, no hay viviendas, no hay educación de calidad.

La pobreza dura se expresa no solo a través de indicadores económicos, sino especialmente a través de una exclusión social justificada por los atributos asignados a algunas categorías socioculturales como la dimensión étnica, la edad y el género que, vinculadas a la pobreza, dan forma a un imaginario que, al movilizar los miedos de la sociedad, justifica la represión y la opresión.

Lo que esto revela de fondo es que el tejido sociocultural se está reconfigurando en sus formas de interacción, de integración y de gobernabilidad. A este panorama hay que añadir la emergencia de unas fuerzas ubicuas y crecientemente poderosas, cuya actuación clandestina es, paradójicamente, visible en prácticamente todos los niveles y esferas sociales: el narcotráfico y el crimen organizado.

Muchos medios de comunicación han encontrado en estas realidades una mina altamente productiva para explotar, no solo en los noticieros y espacios "informativos", sino en los géneros "nuevos" como el *reality show* y el *talking show*, que cuentan con impresionantes niveles de *rating*.

Sin embargo, no se trata aquí de hacer apología "de la catástrofe". Lo que se intenta mostrar con este panorama es el contexto que permite pensar de manera más densa la relación entre derechos humanos y comunicación.

Segundo encuadre

Las narrativas sociales que alimentan el imaginario de la pobreza, mejor, de los pobres, como directamente productores de la violencia, de la inseguridad y el deterioro de las sociedades, no son una novedad. Sin embargo, este imaginario se ve hoy fortalecido por la presencia ubicua

de unos medios que establecen para cada acontecimiento una sola verdad, un solo ángulo de interpretación, deshistorizando los procesos que propician el inmediatismo y la lectura simplista de acontecimientos que requerirían marcos de intelección profundos y reflexivos.

Abunda la evidencia empírica de la espectacularización de ciertos acontecimientos sometidos a un proceso de "domesticación", cuyo fin es no solo el de contribuir a perpetuar la "naturalidad" del orden social, sino además el de reducir la complejidad social, al trabajar siempre con pares de oposición binaria: víctimas y verdugos, malos y buenos, normales y desviados.

Así, mediante este trabajo de reducción, los grandes medios han terminado por favorecer el endurecimiento del dis-

El mejor antídoto contra la violación sistemática a los derechos humanos desde la comunicación, estriba en la posibilidad de intervenir directamente en la ruptura de las representaciones asumidas como "orden natural" y develar así el disfrazamiento simbólico que construye a ciertos actores y ciertos espacios para representar acciones que se rechazan, convirtiendo la desigualdad estructural en un problema de diferenciación cultural.

curso de la exclusión, de la automarginación y la asunción de los estigmas por parte de los actores sociales desfavorecidos, como constitutivos identitarios. Desde el trabajo antropológico es común encontrar entre los sectores populares una disposición a aceptar pasivamente "la lectura" que, desde fuera, se les impone: "pues qué le vamos a hacer, seño, no tenemos educación, no sabemos cómo hacer las cosas bien", o "era natural que mi muchacho acabara así, si no lo hubiera matado el policía ese, solito se hubiera muerto de tanta droga".

Con absoluta impunidad, los medios erigen héroes y antihéroes, construyen estigmas sobre ciertos lugares y personas, violan el derecho a la privacidad no solo de los grandes personajes, sino de todos aquellos que puedan ofrecer como espectáculo un drama ejemplar: así, pierden su condición de seres humanos para convertirse en la evidencia contundente e irrefutable del mal que anida en ciertos estratos sociales. Lo que nunca se revela son las condiciones estructurales que explican, más allá de la anécdota, el drama de estos actores sociales, invisibilizando o neutralizando los mecanismos sociales que están a la raíz de las pequeñas o grandes tragedias individuales.

¿Más medios, más leyes sobre los medios, resolverían estos problemas? No hay respuestas unívocas; pero, sin duda alguna, el mejor antídoto contra la violación sistemática a los derechos humanos desde la comunicación, estriba en la posibilidad de intervenir directamente en la ruptura de las representaciones asumidas como "orden natural" y develar así el disfrazamiento simbólico que construye a ciertos actores y ciertos espacios para representar acciones que se rechazan (Bartra, 1996), convirtiendo la desigualdad estructural en un problema de diferenciación cultural: los pobres son malos, flojos y pecadores, porque son diferentes, son portadores de creencias degradadas; las mujeres son tontas e incapaces, por su condición biológica; los indígenas, ¡pobrecitos!, son sucios, tienen parásitos, no hablan español y se empeñan neciamente en mantener sus tradiciones, porque son premodernos y anacrónicos; los jóvenes son perversos y vulnerables, porque están enfermos de juventud. Así el aparato cultural legitimador y simplificador hace desaparecer las condiciones que explican la desigualdad y

justifica la intervención de las instituciones de control para "normalizar", a través del castigo, la "folklorización" y la exclusión, todos aquellos elementos, creencias, prácticas y actores que se alejan del modelo cultural dominante.

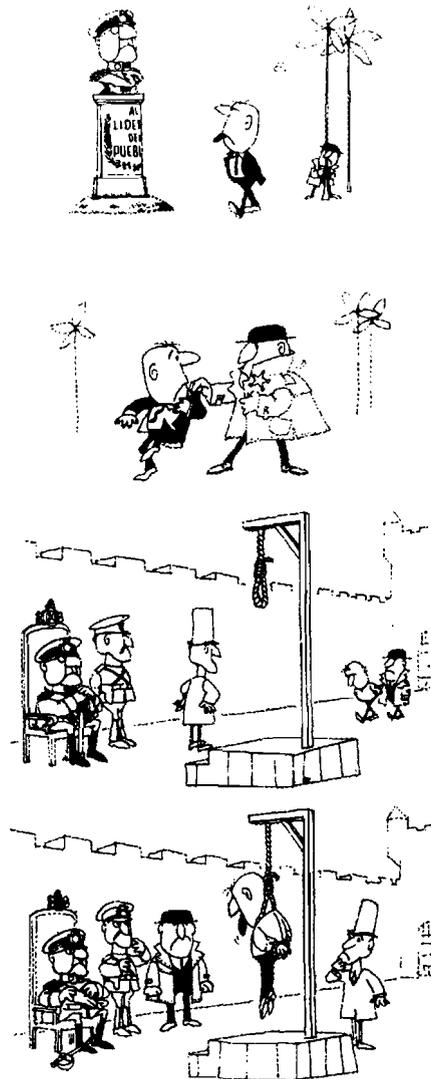
A partir de esto, el desafío que se nos presenta entonces es el de abrir un debate que, en condiciones de igualdad, coloque como tema central los proyectos societales en disputa, desde una perspectiva cultural. Es decir, la democratización del espacio público, condición fundamental para garantizar una relación equilibrada entre derechos humanos, y comunicación, es centralmente un problema cultural. ¿Por qué?, porque la realización de los derechos humanos, como valor cotidiano, implica la posibilidad de que todos y todas puedan pronunciarse con certeza sobre su lugar en el mundo y ello solo se-

rá posible cuando la sociedad abra el juego para las diferentes formas de interpretar y colocarse en el mundo, sin que ello suponga una amenaza para nadie.

Una comunicación que realice los valores democráticos, no es un problema de emisores y receptores, ni de simulacros de representación de actores sociales en los distintos medios de comunicación. Lo que se juega en este debate es la lucha por la legitimación de la palabra propia en el contexto de las múltiples voces.

Tercer encuadre

El desafío cultural que coloca la relación entre derechos humanos y comunicación puede argumentarse a través de varias figuras sociales que hoy condensan los desequilibrios sociales: las mujeres, los indígenas y los jóvenes de los



Mundo Quino

sectores populares que, paradójicamente, se han convertido en motivo de encendidos debates y apasionadas promesas en diferentes circuitos políticos.

Desde luego que no son las mujeres, los indígenas, ni los jóvenes populares, los únicos actores sociales sobre los que pesan un conjunto de estereotipos reductores, pero me parece que en mucho se beneficia la reflexión y la discusión, cuando un problema social se focaliza empíricamente. Pero no es solo una cuestión de método o de estrategia argumentativa, además en el transcurso de varios años dedicados a la investigación de la cultura, he desarrollado la hipótesis de que hay en estas identidades socioculturales pistas claves para transformar el espacio público de nuestras sociedades latinoamericanas, en la medida en que ellas representan la alteridad que puede ponerle contrapesos a los proyectos modernizadores de la región, que, con sus diferencias nacionales, se centran en lo masculino, lo blanco-criollo y lo adulto. Las mujeres han desafiado de múltiples modos, y generalmente en condiciones adversas, los esquemas de dominación masculina; los indígenas han colocado al centro del debate el desarrollo injusto y desequilibrado en sociedades que miran hacia el norte; los jóvenes han erosionado a través de sus prácticas irruptivas, las certezas del mundo adulto y racional, que no puede defender más la institucionalidad en crisis.

Para hacer la crítica del modo en que mujeres, indígenas y jóvenes populares, son construidos y representados en el espacio público, recurro a tres estrategias: el desmontaje de una expresión popular; la crítica a un pensamiento legitimado y el uso del relato etnográfico. Intento, con ello, apuntalar el argumento de que las relaciones entre derechos humanos y comunicación son, de fondo, relaciones culturales.

1. De la neutralización de las mujeres

La expresión "mujeres públicas" a diferencia de la de "hombres públicos", lejos de hacer alusión a la dimensión política y a la visibilidad en el espacio público, tiene una fuerte carga sexual: las "mujeres públicas" son las mujeres de todos. Lo público no es equivalente para ellos y ellas.

En el escenario político social hay en

tonces "hombres públicos" y "mujeres famosas o importantes". En América Latina existen hoy, indudablemente, muchas "mujeres importantes", sin embargo una mirada rápida al impacto de estas mujeres en la vida pública, arroja aún saldos negativos. Hay que pensar, por ejemplo, en el nombre de cinco mujeres que sean protagonistas claves en los distintos ámbitos de la vida pública del continente, este es un ejercicio difícil; en cambio, abundan los ejemplos para los hombres.

Salvo contadas excepciones, las mujeres importantes lo son en cuanto satélites de los hombres públicos. Con mucha frecuencia, las mujeres se hacen públicas por el acto masculino que las hace existir. Puede argumentarse en contra que, en muchos casos, por ejemplo en los de Clinton, son ellas y no ellos quienes llevan la batuta y que a este tipo de mujeres lo que les sobra es proyecto propio. De acuerdo. Pero, en términos de la percepción social, más allá de la política intramuros, hay una tendencia, culturalmente construida, a pensar a las mujeres como políticamente incapaces.

Una expresión aparentemente inocente y desprovista de peligrosidad, "hombres públicos", es, simultáneamente, producto y productora de un esquema organizativo del mundo, que señala que lo público es el dominio masculino. Y si la comunicación es lo público por excelencia, puede inferirse que a las mujeres se las expulsa hacia dentro y se las expulsa el derecho a la palabra pública.

2. De la negación de los indígenas

Los movimientos indígenas del continente han levantado una importante discusión para las sociedades, no solo en México, aunque de manera importante en nuestro país, debido al movimiento zapatista, el debate ha cobrado visibilidad. No es fortuito que hoy los pueblos indígenas, alzados o no, se constituyan en uno de los temas centrales en los ámbitos políticos, sociales y académicos, ya que en su existencia (ancestral) y su vigencia (actual), en un mundo que no logra resolver el problema de la diferencia y se desgarran en innumerables conflictos raciales, étnicos, religiosos; estos pueblos indígenas cuestionan de fondo el modelo de desarrollo asumido por Occidente.

Para plantear este tema y vincularlo a la problemática que aquí nos ocupa,

Los grandes medios han terminado por favorecer el endurecimiento del discurso de la exclusión y, lo que es más grave, de la automarginación y la asunción de los estigmas por parte de los actores sociales desfavorecidos, como constitutivos identitarios.

quiero citar un artículo (*El País*, 7/03/98) en el que Enrique Krauze propone un neologismo para definir lo que él considera la formación de una nueva ideología de tintes fundamentalistas: "el neoindigenismo", que sería para él una nueva fe intelectual que desdeña "el movimiento social más original e importante de la historia de México: el mestizaje". El historiador se refiere a los "nuevos profetas" de este "neoindigenismo", pero, al no dar nombres de los representantes de esta corriente, ni proporcionar referencias explícitas, este argumento es difícil de seguir. Sin embargo, resulta tramposo señalar que la discusión y la preocupación en torno a la situación de los pueblos indígenas, invalida o descalifica "el valor de cohesión que el mestizaje ha tenido en la historia de México", como piensa Krauze.

El mestizaje no es el cuento de hadas que reconfiguró la geografía política y social del continente para siempre jamás, ni el tema indígena significa soñar "con una vuelta al ilusorio edén de comunidades culturales y étnicas detenidas en el tiempo, amuralladas en el espacio", como cri-

tica Krauze. Los argumentos deben transitar por otras vías, precisamente por las del reconocimiento a la multiculturalidad existente en América Latina y en México y por la complejidad política que ello representa; porque si bien, en eso hay acuerdo, no se trata de convertir a los pueblos indígenas en un modelo único y en únicos guardianes de la verdadera esencia, tampoco se trata de meterlos en la licuadora de la integración modernista global. Hoy, y no solo en México, asistimos a las consecuencias de una ceguera histórica que optó por la homogeneidad, amputando, en la superficie, formas culturales, sociales, religiosas que, lo estamos viendo, reemergen con mucha mayor fuerza y con expresiones violentas. Por ello resulta urgente generar las condiciones para un diálogo que pueda traducirse en un *¿neopacto?*, por utilizar el lenguaje de Krauze, de convivencia incluyente y equitativa.

Para Krauze, el mayor problema de México es la pobreza, "que no es étnico, sino social y económico... esa condición que no respeta las diferencias de raza ni se explica mayormente por ellas, y menos aún se combate enardecíendolas". La frase es impecable, pero olvida Krauze a sus colegas historiadores y a lo que la antropología nos ha enseñado: las di-

ferencias raciales y culturales, al ser convertidas en categorías de clasificación se convierten rápidamente en pretexto para la opresión y la marginación. ¿Cuántas grandes fortunas se encuentran en manos indígenas, cuántos indígenas ocupan puestos de dirección en las grandes transnacionales, cuántos llegan a la universidad, cuántos al Congreso? Negar el racismo velado que ha prevalecido en nuestra sociedad, no es "servir a la verdad objetiva" como compromiso intelectual que preocupa a Krauze. La pobreza sí tiene adjetivos.

No se trata de enardecer la diferencia, ni de exaltarla románticamente, pero sí se trata de escuchar en los movimientos indígenas una voz de alerta a lo que puede significar una sociedad que termine por negar, por indiferencia, cansancio, miedo o cinismo, ese antídoto contra la uniformidad y el autoritarismo, que es el respeto a la diferencia en la igualdad.

3. De la culpabilización de los jóvenes

Mientras la noche descendía rápidamente por las laderas de Petare en Caracas, Ronald dijo: "la policía de ahí, esa que ves, son los fontaneros, los que sacan la mierda de las cloacas". Con un in-

tento de suicidio a cuestas, Ronald es un "chamo" de 16 años, que asumía con pasmosa tranquilidad que los jóvenes de los barrios (como se denomina en Venezuela a los cinturones de miseria) representaban el deshecho de la sociedad. Otro muchacho, que miraba a todas partes con ojos preocupados mientras suabíamos por el Cañaveral, comentó "mi cédula tiene huequitos". Me tomó un rato comprender el significado de la afirmación: en Caracas, cada vez que la policía detiene a los jóvenes (pobres) por cualquier motivo, hace una perforación en la cédula de identidad que deben portar a toda hora. Así, poco a poco, la identidad se les llena de hoyos y el futuro es una coladera por la que se filtran los sueños.

En Guadalajara, mi ciudad, durante 1997, se presentaron a la CEDH, un total de 733 quejas por agravio en contra de jóvenes de 14 a 29 años. De ellas, las más frecuentes (205) se dieron por abusos de autoridad y por aprehensión ilegal (223).

De cara a los procesos de democratización, cómo explicar que unas sociedades que se presumen involucradas en su propio desarrollo, fracasen en preservar la vida (en condiciones dignas) de una parte importante de sus jóvenes. La pregunta por plantearse aquí es cómo intervenir a tiempo para que nuestros jóvenes no mueran real y simbólicamente de manera precoz.

Neutralizar (para ser mujer es muy inteligente), negar (en realidad él no querría ser indio) y culpar (el anarquismo juvenil es intolerable), no son sino otros rostros de la exclusión y son mecanismos a los que los medios de comunicación recurren con absoluta impunidad, ya que operan sobre un imaginario extendido y no problematizado que actúa como horizonte orientador de la acción, que el periodista, locutor, fotógrafo o camarógrafo, reproducen sin siquiera darse cuenta y de igual manera, es recibido, con diferencias, pero sin problematización. A la llamada mayoría silenciosa le parece absolutamente "normal", que las mujeres que toman decisiones hayan tenido que masculinizarse para sobrevivir en el juego o que en los géneros de ficción o en los noticiarios, se destaque la condición femenina como explicación de la incapacidad; o que los indígenas sean representados a través de sus comidas típicas y de sus "curiosas" costumbres, haciéndolos de-



Edgar Narangó, Ecuador

En nuestras sociedades injustas y discriminadoras, ser mujer es suficiente para la exclusión y la subvaloración, más todavía si se es indígena y joven.

saparecer como actores políticos; nadie se queja por el recurso mediático de las imágenes de jóvenes comunes y corrientes para ilustrar los reportajes sobre violencia urbana.

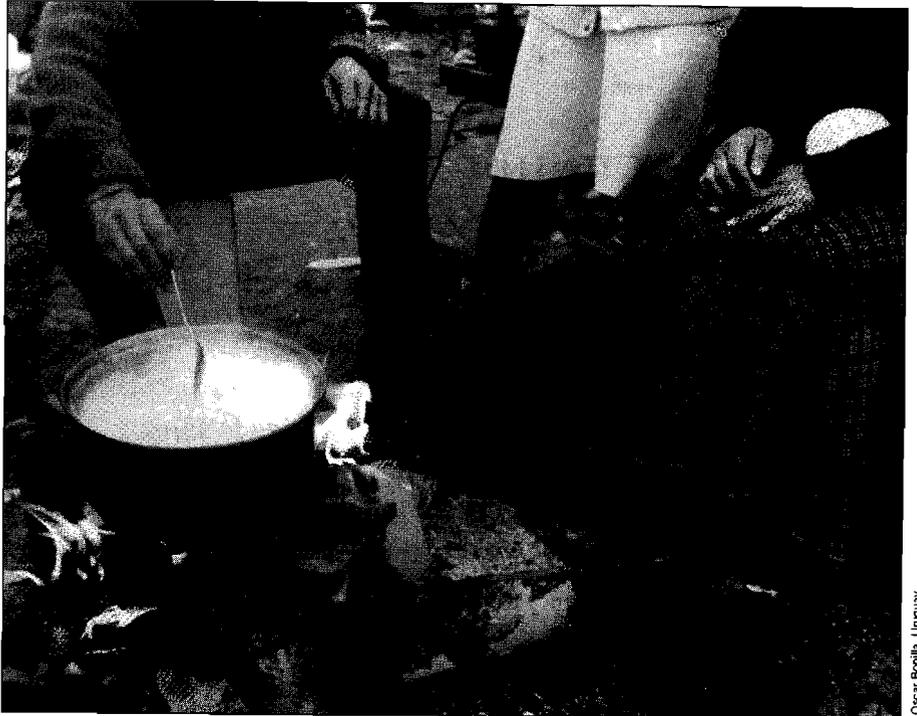
La marginalidad y la exclusión son condiciones que se aprenden, se hacen piel, se hacen conducta y esta es la mayor violación a los derechos humanos. Me parece imposible plantear el tema de los derechos humanos y la comunicación, sin un previo trabajo que desmonte los mecanismos legitimadores de la exclusión. Por ello, considero que no es suficiente con multiplicar los proyectos de comunicación alternativa, abrir espacios en los grandes medios, legislar sobre el derecho a la información y a la comunicación, si todo ello no va acompañado de una profunda revolución simbólica que altere de manera radical nuestra mirada, es decir, nuestra manera de entender el mundo. Va en juego el futuro.

El malestar difuso

La sensación generalizada y creciente de que por más cosas que se hagan, aumenta el deterioro y la descomposición social, genera varias formas de respuesta que, para decirlo de manera simple, van de la ignorancia optimista al pesimismo militante. Lo que parece común en estas actitudes es una especie de "acostumbramiento", una pérdida de la capacidad de asombro y de indignación con escapes y protestas rituales, cada vez que un acontecimiento parece ser la síntesis final de "lo intolerable", "lo inaudito", "la gota que derrama el vaso", hasta que un nuevo suceso irrumpe en la desmemoriada cotidianeidad mediática, para disputarle al anterior el récord de la desgracia y de la desdicha social. La cadena sigue interminablemente.

Sin embargo, los diferentes temas que hoy configuran las agendas públicas, en los distintos países de la región, tienen un elemento en común, señalan de diversas maneras que las reglas del juego político han cambiado y que la relación entre el Estado y la sociedad civil se está redefiniendo.

De los panoramas electorales a la creciente fuerza de los organismos no gubernamentales, la sociedad adquiere un nuevo protagonismo que debería ser tomado muy en serio por las autoridades, por los partidos políticos y por los medios de comunicación.



Oscar Bonilla, Uruguay

En las últimas dos décadas, América Latina ha producido más pobres que en toda su historia.

Entre los espacios ganados destaca el ámbito de los derechos humanos que, desafortunadamente, se ha convertido en un "lugar" de alta concentración de conflictos, en la medida en que los derechos humanos ponen a prueba cotidianamente el estado que guardan los procesos de democratización de la región. Es en este territorio, en el de los derechos humanos, donde el discurso de la modernización política se ve confrontado con la realidad.

No basta la declaración de intenciones cuando las evidencias señalan que en materia de derechos humanos todavía hay mucho por aprender y muchas deudas pendientes. Esto es, quizás, lo más significativo del momento actual, el aprendizaje colectivo que supone hacer realidad el principio de incorporación plena a la sociedad y el establecimiento de los acuerdos que la hagan posible.

De fondo, se trata centralmente de nuevas formas de cultura política, lo que implica dos asuntos importantes: para las autoridades gubernamentales, supone "aprender" a mirar a la sociedad como interlocutora y como delegadora de un poder transitorio cuyo ejercicio debe ser vi-

gilado, sin que ello suponga la presunción de conjuras desestabilizadoras; para los ciudadanos, implica el acceso a la palabra pública y la asunción responsable de sus derechos.

Los vientos internacionales señalan con sutil presión que los derechos humanos dejaron de ser un tema para convertirse en condición irrenunciable de las democracias modernas. ♦

REFERENCIAS

- BARTRA, Roger (1996): *Las redes imaginarias del poder político*. México: Océano.
- BOURDIEU, Pierre (1997): *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- (1993): *La misère du monde*. Paris: Editions du Seuil.
- GEERTZ, Clifford (1987): *La interpretación de las culturas*. México: Editorial Gedisa
- MATURANA, Humberto (1998): *Emoções e linguagem na educação e na política*. Bello Horizonte: Ed. UFMG.
- MARTIN-BARBERO, Jesús (1995): "La comunicación plural: alteridad y socialidad". En: Varios Autores, *Los medios, nuevas plazas para la democracia*. Lima: Calandria.
- TOURAINÉ, Alain (1997): *Pourrons-nous vivre ensemble? Egaux e différents*. Paris, Fayard.

Comunicadores y derechos humanos: ¿de malos amigos a ángeles guardianes?

A medio siglo de la proclamación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el autor hace un balance de la situación, su vigencia y cumplimiento por parte de los Estados miembros de las Naciones Unidas, que se dieron el mandato a sí mismos públicamente. Analiza el papel de los comunicadores y de los medios de comunicación masiva para el logro de esa vigencia y concluye que, con muy pocas salvedades, los medios contribuyen a la falta de vigencia de los derechos humanos fundamentales, unas veces por omisión (indiferencia e insensibilidad) y otras veces por comisión (convalidación de la inequidad).



Luis Mejía, Ecuador

La Declaración Universal de los Derechos Humanos dio personalidad jurídica internacional a un conjunto de derechos básicos de los seres humanos, considerados como individuos, y formuló para el mundo el ideal de una existencia con dignidad, justicia, libertad, paz y prosperidad para todos los seres humanos.

A medio siglo de ello, ¿cuál es la situación de esos derechos? ¿Están vi-

gentes o no? ¿Han cumplido los Estados miembros de las Naciones Unidas el mandato que se dieron a sí mismos pública y solemnemente?

Inventario desolador

"Cincuenta años después -responde Amnistía Internacional- las víctimas de las violaciones de estos derechos no han visto aún el mundo libre de crueldad e injusticias que prometieron los gobiernos en 1948" (Amnistía Internacional, 1998,

p. 21). Ese informe hace un recuento de los atropellos cometidos contra los derechos humanos en 141 países, a lo largo de 1997. La entidad documentó, en ese año, ejecuciones extrajudiciales en 55 países, casos de tortura en 117 y desapariciones en 31, incluyendo en ese conjunto de violaciones a países de América

LUIS RAMIRO BELTRÁN S., boliviano. Escritor y comunicador. Consejero para América Latina de la Universidad Johns Hopkins. Premio Mundial de Comunicación "McLuhan".
E-mail: ariperez@mail.entelnet.bo

Latina como México, Cuba, Colombia y Argentina. Atribulado por estas y otras evidencias, su secretario general, Pierre Sané, afirma que para la mayoría de la humanidad los derechos proclamados en la Declaración del 48 "no significan mucho más que papel mojado" (cit. por Amnistía, 1998, p. 21).

Y la propia Comisionada de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, Mary Robinson, expresa con franqueza su insatisfacción por lo poco logrado hasta el presente momento del cincuentenario: "... Yo no veo a esta como una ocasión para celebrar. Súmense los resultados de 50 años de mecanismos de derechos humanos, los 30 años de programas de desarrollo multi-billonarios y la interminable retórica de alto nivel, y el impacto de todo ello es harto desalentador... Aún tenemos abundante discriminación por razones de género, etnicidad, creencias religiosas u orientación sexual y aún hay genocidio, dos veces solo en esta década. Existen 48 países con más de una quinta parte de la población que vive en lo que nos hemos acostumbrado a llamar 'pobreza absoluta'... La pobreza es en sí misma una violación de numerosos derechos humanos básicos" (Robinson, cit. por *Index on Censorship*, 1998, p. 189).

Homo homini lupus

¿Qué explica tan abismal y lacerante disparidad entre la enunciación del ideal y su realización?

La explicación central no es otra que la obstinada pervivencia de la barbarie en el ser humano, la prevalencia del instinto salvaje que privilegia a la fuerza sobre la razón, al egoísmo sobre el altruismo y a la ignorancia sobre la cultura.

Desde esa torva raíz ancestral se desencadenan hasta hoy varias fuerzas contrarias a una existencia civilizada, como la que propician los derechos universalmente proclamados en 1948. El machismo, el racismo y el fanatismo religioso. El belicismo, el terrorismo y el autoritarismo. La delincuencia. Y la inequidad. Obrando en todo el globo, por separado o en conjugación, son esos agentes del oscurantismo los principales enemigos de una digna existencia humana al amparo de los derechos básicos.

Muy notorio, por ubicuo y por tenaz, el autoritarismo estatal ofende y atormenta a millones de personas en muchas

partes del mundo. A menudo, quienes toman el poder, por golpes o por votos, se enquistan con soberbia y avidez en la maquinaria gubernamental para favorecer los intereses creados de minorías privilegiadas, abusando de su autoridad en muchas formas. Y descargan sobre los pocos que se atreven a oponerse a ello toda la brutalidad de la represión que va desde quitar el empleo y torturar, hasta privar de la libertad y de la vida misma. Paradójica y lamentablemente, esa conducta halla asidero nada menos que en enunciados del propio documento constitutivo de las Naciones Unidas: "La Carta de la ONU fue dirigida a los Estados en tanto que la Declaración Universal se dirigió a los individuos. En los 50 años transcurridos, todos los regímenes que practican abusos contra los derechos humanos se han refugiado detrás de las garantías de soberanía estatal y no interferencia de la Carta de la ONU" (Ignatieff, 1998, p. 23).

Más aún, desde hace pocos años atrás, algunos gobiernos están oponiéndose crecientemente a que los derechos humanos sean aplicados universal e indivisiblemente, principio fundamental que alienta a la Declaración de 1948. Aduciendo la prelación de consideraciones

Los medios tienen que mantener vigilancia sobre las siempre posibles transgresiones de los derechos en diversos frentes y, cuando ocurren, deben denunciarlas clara, firme y sostenidamente. Solo su decisiva influencia en la opinión pública puede ayudar a sancionar atropellos y a proteger a los damnificados por estos.

particularistas de credo o cultura, y hasta la primacía del desarrollo económico, pretenden dejar la vigencia de los derechos humanos en suspenso y supeditada a sus conveniencias.

En suma, el panorama de los derechos humanos en el mundo no solo que no ha mejorado en comparación con 1948 sino que se va ensombreciendo más.

El desconocimiento de esos derechos por la gran mayoría de la gente contribuye en alto grado a que ellos no sean respetados. No solo la masa del pueblo carece de información sobre ellos. Los estamentos dirigentes de las sociedades tampoco están familiarizados con su enunciación. Mal pueden, pues, los ciudadanos abogar porque se respeten sus derechos si no tienen una idea clara y completa de ellos. Esa idea solo puede ser forjada en las mentes de las personas por la educación formal -desde la escuela hasta la universidad- y por la comunicación masiva, la maestra no formal de lo cotidiano. Ergo: "Los educadores y los responsables de la comunicación deberían asumir conjuntamente la responsabilidad de poner los derechos humanos en conocimiento de todos, de enseñarles a respetar y a imponer el respeto de los derechos humanos, para sí mismos y para los demás" (McBride, 1980, p. 322) ¿Lo estarán haciendo?

Educación y comunicación

Advirtiendo que solo muy excepcional y ocasionalmente se da alguna enseñanza sobre derechos humanos en escuelas y colegios, Amnistía Internacional ha montado un programa para propiciar aquello. Incluye actividades cooperativas con otros organismos no gubernamentales y con entidades estatales responsables de la educación formal. Entre esas actividades están la inclusión de la Declaración de 1948 en los planes de estudio, el establecimiento de información sobre los derechos como materia regular, la publicación de manuales, folletos y videos como apoyo didáctico a cursos y talleres sobre los derechos humanos, la realización de campañas, y hasta la formulación de estrategias nacionales para la educación sobre los derechos humanos. A lo largo de 1997 hubo así una variedad de empeños educativos sobre los derechos humanos en varios países del mundo.

A diferencia de las demás empresas comerciales, los medios de comunicación masiva -cruciales como son para la vida de la colectividad- tienen una delicada responsabilidad de servicio público. Además de cumplir su función de informar, tienen la obligación moral de orientar, el deber social de ayudar a educar al público en aspectos del comportamiento colectivo. Desde el civismo hasta la solidaridad y la unidad. Desde la no violencia, la libertad y la justicia, hasta la preservación del medio ambiente y el cuidado de la salud. Y desde la contribución al esfuerzo pro-desarrollo y el repudio a la corrupción, hasta la obediencia a la ley.

La vigencia generalizada de los derechos humanos es, sin duda, el factor fundamental para asegurar la convivencia civilizada, pacífica y productiva. Y los medios de comunicación masiva están llamados a cumplir el papel central en el logro de esa vigencia plena. Es, en lo esencial, un papel de divulgación y defensa. Por una parte, y como punto de partida, propiciar el más amplio y constante conocimiento posible sobre los derechos fundamentales que las declaraciones internacionales y las legislaciones nacionales reconocen a las personas. Viene luego, por otra parte, la tarea de propiciar el respeto a esos derechos por todos, gobernantes y gobernados. En el cumplimiento de esta función social los medios tienen que mantener vigilancia

sobre las siempre posibles transgresiones de los derechos en diversos frentes y, cuando ocurren, deben denunciarlas clara, firme y sostenidamente. Solo su decisiva influencia en la opinión pública puede ayudar a sancionar atropellos y a proteger a los damnificados por estos. De ahí lo indispensable y trascendental de su intervención.

De consuno con viejas convicciones como estas, la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC), en su segundo congreso realizado en México en 1995, emitió una declaración en el marco del concepto de "comunicación para la dignidad humana" que incluyó este acápite: "Los comunicadores tienen el deber de estar informados acerca de los instrumentos y mecanismos disponibles en sus países para implementar y proteger los derechos humanos y diseminar la información sobre los derechos humanos a sus respectivas audiencias. Deben denunciar las violaciones a estos derechos en todos los niveles de gobierno y empresas privadas, movilizándolo el apoyo a víctimas de esos abusos ..." (*Media Development*, 1996, pp. 39-40).

¿Estamos los comunicadores actuando así? Con muy escasas salvedades, la respuesta es infortunadamente negativa. Más bien estamos contribuyendo a la falta de vigencia de los derechos humanos fundamentales, unas veces por omisión y otras veces por comisión.

Pecados de omisión

La indiferencia y la insensibilidad caracterizan al pecado de omisión. Para muchos periodistas la cuestión de los derechos humanos no interesa, a menos que presente ribetes de espectacularidad, generalmente rociados de violencia y escándalo. El criterio clásico prevaliente de que "noticia es cuando el hombre muerde al perro" deja por fuera mucho del acontecer cotidiano contrario a aquellos derechos. Se agrega a esto la insensibilidad ante el padecimiento ajeno, la creciente falta de solidaridad con los demás, debida a la exacerbación del egoísmo individualista que va llegando, ante la crisis económica y el aumento de la inseguridad, al grado del "sálvese quien pueda". "La razón de existir -anota Carlos Valle, dirigente internacional de comunicadores cristianos - se está diluyendo y ya nada importa. En muchos lugares inclusive la religión se muestra ahora en 'paquete liviano' para calmar los nervios, para hacer sentir a uno OK. Todo se ha vuelto entretenimiento y el aburrimiento debe ser evitado a toda costa. Por eso, el conflicto tiene que ser puesto a un lado, cada uno tiene que arreglar las cosas por sí solo ya que, después de todo, nada tiene demasiado sentido" (Valle, 1996, p. 4).

Y a ello suele agregarse alguna vez una suerte de entumecimiento de la sensibilidad del público, debido a una expo-



Mundo Quino

sición muy frecuente a noticias sobre violaciones a los derechos humanos. Por ejemplo, el lector de diarios cansado de esas informaciones prefiere descartarlas y evadirse de la realidad que las provoca, apelando a alguna recreación estupefaciente que lo aleje de su propia problemática (González, 1995).

Pecados de comisión

Pero más graves que los de omisión suelen ser los pecados de comisión. El mayor de estos es el de convalidar la inequidad no solo en los campos económico, político y cultural sino en términos de segregación de seres humanos por razones de origen étnico, sexo y edad o de credo y cultura.

En diversos grados y formas, los medios masivos tienden, a veces, a fomentar el racismo favoreciendo al etnocentrismo exacerbado, denostando a minorías y promoviendo agresividad contra inmigrantes y menosprecio por los indígenas. También tienden los medios a favorecer, en muchos sentidos, a las clases altas de la sociedad y a desfavorecer a las bajas. Ignoran la existencia de los humildes y desconocidos, en tanto que destacan en exceso la vida de los ricos, poderosos y famosos. Los pobres son noticia solo cuando amenazan la estabilidad del sistema que los sojuzga. Algunos medios tienden a señalar a los pobres, a los marginales, como posibles delincuentes. Cómplices del machismo, los medios menosprecian a las mujeres si es



"La pobreza es en sí misma una violación de numerosos derechos humanos básicos".

que no llegan a cosificarlas. Y, expresando la desconfianza de los dueños del poder, los medios desdeñan también a los jóvenes cuando no los descalifican y hasta vituperan. La comunicóloga mexicana Rossana Reguillo afirma que los medios reducen la complejidad social abordándola por medio de dicotomías (buenos/malos, normales/desviados, verdugos/víctimas) y que así ellos terminan por "favorecer el endurecimiento del discurso de la exclusión y lo que es más grave de la automarginación y la asunción de los estigmas por parte de los actores sociales desfavorecidos ..." (Reguillo, 1998, p. 5).

El "amarillismo" de algunos medios tiene dos caras: la del sensacionalismo y la de la morbosidad, que a veces van juntas. Un caso extremo del primero se dio hace pocos días en Inglaterra al renunciar súbitamente un ministro, luego de haber sido asaltado y robado en un parque. Los diarios sensacionalistas londinenses deformaron truculentamente el episodio tejiendo contra el damnificado imputaciones de conducta impropia. Lejos de calmarlos, su renuncia "enloqueció de excitación a los sabuesos de la prensa, que salieron de inmediato en cacería. No habían pasado 48 horas cuando las vísceras del pobre exministro alimentaban el morbosos apetito de los millones de lectores de esa inmundicia impresa cono-

cida en el Reino Unido como tabloide", según Mario Vargas Llosa (1998).

La morbosidad frecuente en los programas noticiosos por televisión está dramáticamente retratada en estas anotaciones del periodista boliviano Hernán Maldonado (1998, p. 5): "Ahí está el Telenoticiario Nacional de Colombia con imágenes de la última emboscada guerrillera y la veintena de cadáveres despanzurrados ... Telenoche de Argentina, con su reportero mostrando los huecos por donde entró la bala en la cabeza de un taxista asesinado en Buenos Aires. Telenoticiario de Brasil exhibiendo cómo un policía mata a un menor de edad en una calle de Río de Janeiro. O Televen de Venezuela mostrando cómo un francotirador policial le revienta la cabeza como una calabaza a un delincuente..." Hay otros programas televisivos que hacen de situaciones de penuria humana un despiadado espectáculo. Por ejemplo, algunos del tipo *talk show* o *reality show* que no trepidan en convertir la miseria y la delincuencia en motivo de enfermizo entretenimiento y abominable instancia de comentario.

La radio encajando micrófonos en bocas de agonizantes y preguntando a muchachas violadas si sintieron dolor, o las cámaras fotográficas invadiendo abusivamente los recintos de la vida privada son otras instancias del mal comporta-

Para muchos periodistas la cuestión de derechos humanos no interesa a menos que presente ribetes de espectacularidad, generalmente rociados de violencia y escándalo.

miento de la comunicación masiva. Como lo son la fabricación de situaciones conflictivas para atraer públicos y la exacerbación de la pornografía.

Algunos analistas reprochan a los periodistas por dar a actos de terrorismo una cobertura tan amplia y destacada que llega a favorecerlos ante el público, en desmedro de las víctimas, y para burla de la autoridad. Otros analistas estiman, por inversa, que la información pública sobre tales actos es indispensable para controlarlos y hacerlos reprobables. De todas maneras, se da a menudo en esos casos un conflicto entre el derecho y el deber de la prensa de informar y el derecho y el deber del Estado de proteger la vida de las personas y asegurar la paz pública, actuando contra ese tipo de delincuencia política sin facilitar la cobertura periodística. El ex-director del CIESPAL, Luis Proaño, propone que este dilema no sea planteado simplistamente entre informar o no informar sino "... entre informar bien e informar mal, disyuntiva que exige un difícil equilibrio y un criterio formado..." por desgracia tal vez no muy frecuente ni entre autoridades ni entre periodistas (Proaño, 1991, p. 98).

La prensa light

No pocos de los comportamientos lesivos a la vigencia de los derechos humanos pueden atribuirse hoy a la creciente tendencia hacia un periodismo sin sensibilidad social cada vez menos serio. El escritor y periodista Mario Vargas Llosa, quien llama a la frivolidad la reina y señora de la civilización posmoderna, cri-

ticó duramente la trivialización de la prensa en la asamblea de la SIP en Uruguay en noviembre último. "Los medios de comunicación, sobre todo los diarios, eran grandes promotores de cultura. Hoy lo son mucho menos y los audiovisuales se han convertido en enemigos de la cultura" (Cit. por *La Razón*, 1998, p. 6), dijo el famoso novelista. Y, en la Cumbre Latinoamericana de Periodistas realizada en Bolivia, en mayo de 1998, el comunicólogo y periodista Erick Torrico coincidió con esa apreciación al señalar que "el periodismo parece haber perdido los referentes del compromiso social ... se ha inscrito abiertamente en los patrones del comercialismo y la competencia..." (Torrico, 1998, p. 5).

¿Qué hacer?

El problema es tan vasto y complejo que hallar solución para él ciertamente no ha de ser fácil, pues involucra nada menos que provocar el cambio de mentalidad y de comportamiento en millares de actores de la comunicación nada más que en Latinoamérica. Y esto solo puede lograrse si los niveles directivos de todas las principales instituciones de comunicación de la región asumen conjuntamente la responsabilidad de propiciar resueltamente ese cambio.

Por eso, creo que el primer paso sería un encuentro para analizar la situación a fondo, a base de una investigación amplia y sistemática. Empresarios, directores y operadores de medios reunidos con líderes de las ONG regionales de comunicación, con docentes e investigado-

res y auxiliados por expertos en la defensa de los derechos humanos -gente de Naciones Unidas, UNESCO, OEA, Amnistía Internacional, etc.- pueden, sin duda, hacer un diagnóstico integral y determinar luego estrategias de acción cooperativa para resolverla.

Acaso ese venga a ser el gran reto histórico para nosotros los comunicadores de Latinoamérica en la ya inminente alborada del año 2000. ●

REFERENCIAS

Amnistía (España). "Informe 1998: 50 años sin derechos humanos". En: *Amnistía* (España) nº 31:21-22. Junio 1998.

GONZÁLEZ, Aliana. "Derechos humanos y medios de comunicación social". En: *Revista SIC* nº 579:414-416. Mayo 1995.

IGNATIEFF, Michael. "Out of danger". In: *Index on Censorship* (United Kingdom) 27(3):21-29. May-June, 1998.

Index on Censorship (United Kingdom). "Into the future: views from around the world on the successes and failures of the Universal Declaration, and thoughts for the future". In: *Index on Censorship* (United Kingdom) 27(3):184-189. May-June, 1998.

MCBRIDE, Sean y otros. *Un solo mundo: voces múltiples*. México, D.F., Fondo de Cultura Económica y UNESCO, 1980. 508 p.

MALDONADO, Hernán. "El periodismo moribundo gana cada vez más terreno". En: *Bolivia Today* (U.S.A.) Año 1(5):5. Octubre 1998.

Media Development. "Comunicación para la dignidad humana: Declaración de México". En: *Media Development* nº 1:39-41. 1996.

PROAÑO, Luis E. "Prensa, estado y terrorismo". En: *Chasqui* (Ecuador) nº 37:94-98. Enero-Marzo 1991.

REGUILLO, Rossana. "Un malestar invisible: derechos humanos y comunicación". En esta misma edición de *Chasqui*.

TORRICO, Erick R. *Hacia una libertad de prensa real por la centralidad de los derechos humanos y la expansión de la democracia*. Documento presentado a la Cumbre Latinoamericana de Periodistas "Dr. Eduardo Umaña", realizada en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, el 23 de mayo de 1998. 9 p. (mimeo.)

VALLE, Carlos A. "Community and dignity: from Manila to Mexico". In: *Media Development* nº 1:3-5. 1996.

VARGAS LLOSA, Mario. "Piedra de toque: nuevas inquisiciones". En: *La Razón* (La Paz, Bolivia) domingo 5 de abril de 1998. p. 7-A.

----"La prensa se ha vuelto light". En: *La Razón* (La Paz, Bolivia) jueves 19 de noviembre de 1998. p. 6.



Francisco Solfrzano

Para la mayoría de la humanidad, los derechos proclamados en 1948 "no significan mucho más que papel mojado"

Iniciativas ciudadanas por el derecho a la comunicación



Chistian Tauchner, Ecuador

El "Foro Mundial Viena + 5", uno de los eventos centrales en la conmemoración de los cincuenta años de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que agrupó a importantes sectores de la sociedad civil, se constituyó en un espacio amplio de discusión en torno a la vigencia de los derechos humanos y a la democratización de la comunicación. Esta reunión abrió nuevas perspectivas que permiten superar la visión de grupo de presión para pensar en términos de movimiento social y ciudadanía. El autor presenta los principales ejes de discusión de esta reunión y del Foro Internacional Comunicación y Ciudadanía, realizado en septiembre de este año, en San Salvador.

A cincuenta años de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el panorama en esta materia permanece sombrío pues los informes dan cuenta de que, a lo largo y ancho del planeta, persiste la discriminación y las violaciones a la dignidad humana. Y el futuro no se avizora nada esperanzador. Bajo este contexto, para los organismos comprometidos con la vigencia plena de los derechos humanos, la celebración del

cincuentenario de dicha Declaración constituyó un momento de reflexión y de formulación de propuestas prácticas para hacer avanzar los derechos consagrados e incorporar nuevos derechos.

Una de las actividades centrales protagonizada por estos organismos fue el "Foro Mundial Viena + 5", que tuvo lugar en Ottawa, del 22 al 24 de junio. Como se recordará, en junio de 1993 se celebró en Viena la Conferencia Mundial de Derechos Humanos organizada por las Naciones Unidas. Por disposición del orga-

nismo mundial (que establece que las conferencias que promueve sean evaluadas cada cinco años), en 1998 correspondía hacer el balance de los avances alcanzados en los compromisos que los gobiernos adquirieron en dicha cumbre. La cita de Ottawa fue programada como un proceso para realizar el balance desde la sociedad civil.

OSVALDO LEÓN, ecuatoriano. Doctor en Psicología y master en Ciencias de la Comunicación (Universidad de Montreal), coordinador de la *Agencia Latinoamericana de Información (ALAI)*.
E-mail: info@alai.ecuanex.net.ec

La coincidencia con el cincuentenario de la Declaración Universal, hizo que esta iniciativa adquiriera un sentido catalizador que se tradujo en el involucramiento de una diversidad de movimientos sociales y ciudadanos (mujeres, ambientalistas, indigenistas, afros, gays, campesinos, urbano-populares, de desarrollo, de comunicación, entre otros) y en la consiguiente ampliación de ejes y perspectivas en la lucha por los derechos humanos¹.

Uno de los temas emergentes en la agenda de derechos humanos adoptada en el "Foro Viena + 5", fue el Derecho a la Comunicación. Es así que, entre sus resoluciones, acordó exhortar a la Organización de Naciones Unidas para "que convoque a una Conferencia Mundial de la Comunicación, que contemple una amplia participación de la sociedad civil, con el mandato de analizarla y sustentar el reconocimiento del Derecho a la Comunicación"².

Esta propuesta surgió de la dinámica de intercambio -a través de una lista electrónica- que estableció el primer "Encuentro Latinoamericano sobre Derechos Humanos y Comunicación", realizado en Quito, en febrero de 1998, con la partici-

Mientras más se atraviesan los sistemas y medios de comunicación en nuestras vidas, asumiendo incluso roles de control social que antes estaban reservados a otras instituciones, la posibilidad efectiva de control desde la sociedad tiende a escurrirse como el agua entre las manos, con la consecuente distorsión del convivir democrático.

pación de unos 30 organismos y redes de derechos humanos, regionales y nacionales, para debatir y buscar consensos en torno a dos temas centrales: el derecho humano a la comunicación y los retos que plantea el uso de las nuevas tecnologías para la defensa de los derechos humanos³. Cabe destacar que otro logro significativo de este evento fue la decisión de las organizaciones participantes de incorporar a sus plataformas de lucha el Derecho a la Comunicación.

Derecho a la comunicación

Con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, en su artículo 19, quedó consagrado el Derecho a la Información como derecho humano fundamental que comprende, a nivel individual, el derecho a informar y ser informado, la libertad de opinión y expresión, la protección de la privacidad y el libre acceso a la información; a nivel institucional, el derecho a publicar o emitir informaciones u opiniones, la libertad de acceso a las fuentes de información y el derecho al secreto profesional y a la reserva de las fuentes; a nivel colectivo, el derecho al libre y equilibrado flujo de la información, el derecho de réplica y la preservación de la integridad cultural.

Tras destacar que el Derecho a la Información "es resultado de un devenir histórico", el Foro "Viena + 5" consideró que ahora "se torna ineludible incorporar un derecho más extensivo: el Derecho a la Comunicación". Precizando al respecto que: "El vertiginoso desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación, de la mano de la globalización de la economía, ha transformado el mundo contemporáneo y, por ende, los procesos sociales de comunicación a nivel planetario. Nunca como ahora la humanidad ha podido contar con un inédito potencial para comunicar, sin embargo se ha visto diluido por la persistencia de desbalances en el acceso y distribución incluso de la tecnología más básica".

En la medida en que "la nueva realidad en el ámbito de la comunicación tiene consecuencias directas sobre la convivencia y gobernabilidad tanto a nivel de las naciones como global", el Foro acordó exhortar a la ONU para que asuma esta problemática, proponiéndole específicamente la convocatoria a una Conferencia Mundial que dé cuenta del derecho a la comunicación.

La importancia del planteamiento radica en que, la incorporación de este tema como punto de la agenda del organismo mundial, abre la posibilidad de darle un marco más definido y, a la vez, ampliar el debate que al respecto se viene desarrollando desde casi tres décadas, pero de manera dispersa.

En efecto, el principio del "derecho humano a la comunicación" apareció en 1969 en un artículo de Jean D'Arcy, entonces Director de Información de la ONU en New York, quien diez años más tarde volvió a referirse al carácter "prospectivo" de su propuesta, señalando que: "Hoy día parece posible dar un nuevo paso adelante: el derecho del hombre a la comunicación, como resultado de nuestras últimas victorias contra el tiempo y el espacio, así como de nuestra mayor conciencia del fenómeno de la comunicación. Este derecho fundamental estuvo implícito y subyacente desde los orígenes en todas las libertades conquistadas, tales como la de opinión, de expresión, de prensa y de información. La aparición de las máquinas, que se interponen entre los hombres, nos hizo olvidar su existencia. Hoy vemos que este derecho abarca todas las libertades, pero que, además, aporta tanto para los individuos como para las sociedades, las nociones de acceso y participación a la información y de corriente bilateral de la información, nociones todas necesarias, como bien comprendemos ahora, para el desarrollo armonioso del hombre y de la humanidad"⁴.

Desde entonces para acá, el principio del derecho a comunicar ha caminado de la mano de una multiplicidad de iniciativas democráticas en el campo de la comunicación. Y en la medida en que muchas de estas se quedaron en el camino, tal el caso del movimiento en torno al Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), el desarrollo de sus ideas-fuerza se ha visto limitado, a la vez que fragmentado.

Todo parece indicar que se está abriendo una nueva fase en la lucha por el derecho a la comunicación, que parte por reconocer los errores cometidos para encarar desde una mejor posición los nuevos desafíos. Entre los *mea culpa* destaca el reconocimiento de que la sobrecarga voluntarista, cuando no elitista, que dejó de lado la participación de la gente, constituye uno de los principales

factores de los fracasos, sin que esto invalide los aportes que en su momento hicieron tales iniciativas.

Esta constatación es importante pues abre la perspectiva de superar la visión de grupo de presión, hasta ahora predominante, para pensar en términos de movimiento social, cuyo asidero radica en los cambios estructurales que se están procesando en la realidad contemporánea, donde el factor comunicación es uno de los componentes centrales. Para descargo del fracaso del NOMIC, podría decirse que también le faltó esta base estructural.

Una de las secuencias de las transformaciones estructurales es que el concepto de ciudadanía, circunscrito a los límites de los Estados, precisa redefinirse en términos de democracia. Y es en este plano donde el derecho a la comunicación -al igual que las demandas de género, ambientalistas, de identidad étnica, entre otras- adquiere una nueva dimensión.

Son, precisamente, estas consideraciones las que animaron a otra iniciativa: el "Foro Internacional Comunicación y Ciudadanía", que se desarrolló de manera complementaria al Foro "Viena + 5".

Comunicación y ciudadanía

Bajo el lema "comunicación para la democracia, democracia en la comunicación", del 9 al 11 de septiembre, en San Salvador (El Salvador) se llevó a cabo el "Foro Internacional: Comunicación y Ciudadanía", con la participación de cerca de 200 personas de 40 países del mundo, aunque a la distancia -vía comunicación electrónica- fue seguido al menos por un número similar.

Esta iniciativa fue concebida como un proceso para propiciar una confluencia entre el mundo de la comunicación y los movimientos sociales, con miras a articular propuestas y acciones en favor del derecho y democratización de la comunicación. Esto es, el evento de San Salvador no fue sino un momento de la dinámica de intercambios que se ha establecido en torno al tema.

Uno de los elementos destacados del Foro constituyó la significativa presencia de representantes de movimientos sociales, étnicos y ciudadanos -particularmente de derechos humanos, mujeres, campesinos, comunales, indígenas, afroamericanos, ambientalistas y ecuménicos-

que comienzan a incluir en sus agendas el tema de la comunicación, en la perspectiva de ejercer derechos en este ámbito.

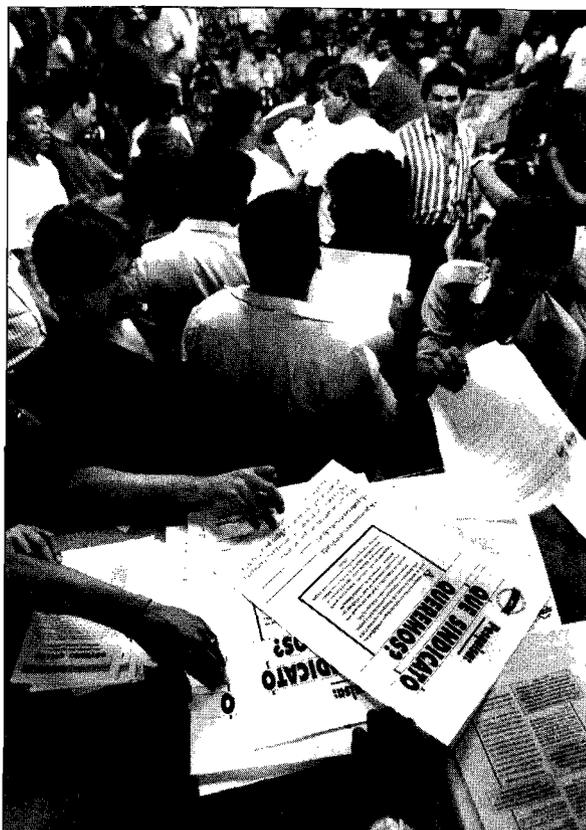
Otro aspecto novedoso fue los acercamientos y diálogos que se entablaron entre representantes sociales y miembros del mundo de las comunicaciones (agencias y medios alternativos, radialistas, videastas, académicos, entre otros), coincidiendo en la necesidad de alianzas para posibilitar los flujos de información, acceder y capacitarse en las nuevas tecnologías, mantener y fortalecer los medios alternativos, exigir la democratización del espectro radioeléctrico, e incorporar el enfoque de género y los puntos de vista étnicos en las comunicaciones.

Durante el evento, el tema de la comunicación fue abordado desde la perspectiva de los derechos humanos, de género, de la sociedad civil y redes sociales, de los pueblos indígenas, del poder local y de la espiritualidad. El eje de tales discusiones estuvo dado por el criterio universalmente aceptado de que la vitalidad de la democracia depende de la

participación ciudadana, para lo cual resulta fundamental que los diversos actores sociales estén debidamente informados y puedan expresar sus particulares puntos de vista al conjunto de la sociedad. Esto es, que al ser la comunicación un proceso social fundamental, resulta un imperativo democrático que en ella prevalezca el principio de igualdad, en todos los niveles, entre quienes intervienen en tal proceso.

Pero también se reflexionó desde el otro punto de entrada: el de la ciudadanía, cuyo sentido ha sido puesto en entredicho por la tendencia dominante en curso, cuyo referente central es el mercado total. Y es que la lógica con que este se mueve es inapelable: todo debe tener un precio, un dueño y generar ganancias. Ergo, lo que cuenta son los consumidores, no los ciudadanos. De ahí que quienes no califican para el primer rango, simple y llanamente son excluidos y, al límite, considerados "desechables".

La ocasión permitió, asimismo, que se pusiera sobre el tapete las tendencias principales que se están operando en el



Jesus Carlos, Imagen Latina, Brasil

Es necesaria una confluencia, entre el mundo de la comunicación y los movimientos sociales, para luchar por el derecho y la democratización de la comunicación.



Carlos Amérgo, Uruguay

En nuestras sociedades de fin de siglo, lo que cuenta son los consumidores, no los ciudadanos, quienes no califican en el primer rango por "desechables".

campo de la comunicación cuyo impacto tiene serias repercusiones en las diversas esferas del convivir social. Por decir algo, el hecho de que el desarrollo de las nuevas tecnologías de comunicación corre entrelazado con el proceso de globalización, como efecto y causa, al tiempo que la información se afirma como el principal insumo de los procesos productivos de punta. En el plano político, a su vez, que las reglas del juego estén cambiando aceleradamente al son del impacto mediático y del refinamiento de técnicas comunicacionales como las mediciones de opinión, mercadeo, manejos de imagen, etc. Y que en este nuevo escenario el peso de los medios de difusión se esté tornando cada vez más preponderante, al punto de que se ha hecho común que actúen con una agenda pública propia.

En el ámbito cultural, en tanto, que fenómenos como la televisión por satélite o el Internet registren un impacto inédito, cuyo potencial para contribuir a ampliar el diálogo intercultural esté siendo disminuido por la acción homogeneizadora de la poderosa "industria cultural" dominante.

Es más, como es conocido, en el curso de los avances de la ciencia y la tecnología tienen un rol determinante los patrones impuestos por los centros de poder. El desarrollo de la comunicación no escapa a esta pauta; por el contrario, su

condición de factor de poder hace que se refuerce tal tendencia. Un indicio de ello nos dan las proporciones que están alcanzando los procesos de monopolización y transnacionalización de las empresas que actúan en este campo, acentuando los ancestrales desequilibrios existentes.

De modo que mientras más se atraviesan los sistemas y medios de comunicación en nuestras vidas, asumiendo incluso roles de control social que antes estaban reservados a otras instituciones, la posibilidad efectiva de control desde la sociedad tiende a escurrirse como el agua entre las manos, con la consecuen- te distorsión del convivir democrático.

Lo fundamental es que estas constataciones, lejos de dar lugar al pesimismo, contribuyeron a clarificar las estrategias de los diversos sectores sociales presentes y a definir compromisos comunes, entre los que se destacan el respaldo al exhorto del "Foro Viena + 5" ante las Naciones Unidas para que convoque a la Conferencia Mundial de la Comunicación y la adhesión a la iniciativa que nació de la Carta de Comunicación de los Pueblos para realizar un Congreso Mundial sobre Medios y Comunicación con miras a "articular un movimiento social planetario para retar la nueva ortodoxia de la dominación del mercado en el ámbito de la comunicación".

Y como colofón, cada quien se comprometió a asumir la "responsabilidad de apoyar y contribuir al desarrollo de un amplio movimiento ciudadano por la democratización de la comunicación". ●

NOTAS

1. *Servicio Informativo ALAI* nº 276-277, 16 de julio, 1998.
2. En la Cumbre de Viena, ALAI y APC presentaron la propuesta sobre el Derecho a la Comunicación que surgió del Encuentro de Medios Alternativos y Populares realizado en Quito, en abril de 1993.
3. Este encuentro fue organizado por ALAI, CEDHU (Ecuador) y APRODEH (Perú). Una síntesis de las conclusiones fue publicada en el *Servicio Informativo ALAI* nº 268, 5 marzo, 1998.
4. D'ARCY, Jean. "El derecho a comunicar". En: *Aportes de la Comunicación Social*, nº 3, México, Coordinación General de Comunicación Social, 1981, p. 59.
5. La comisión organizadora de este evento estuvo integrada por ALAI, AMARC, ALER, APC, Videazimut, ICIC, FMIC, UCA, APES y ARPAS. La comisión de auspicio, por Rigoberta Menchú, Adolfo Pérez Esquivel, José Ramos Horta, Noam Chomsky, Cees Hamelink, Eduardo Galeano, Frei Betto, Roberto Savio, Oswaldo Guayasamín, Federico Pagura, Federico Mayor (UNESCO), Noeleen Heyzeer (UNIFEM) y Graca Machel. La documentación completa se encuentra en la página web: <http://www.ecuanex.apc.org/foro-comunicacion>

Ghetto cybernético amenaza a los derechos humanos

Más allá de las oportunidades que ofrecen las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación, el autor plantea la necesidad de esfuerzos solidarios para que estas tecnologías lleguen a amplios rincones del mundo, para evitar la formación de "ghettos" cybernéticos que amplíen la brecha entre info-pobres e info-ricos.



Ilustración: Revista Udele Perú

Varias conferencias, mesas redondas y seminarios se organizan en todo el mundo sobre el tema de las formidables oportunidades ofrecidas por las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC), en materia de educación, ciencia, comercio, diversión, etc.; pero son pocos los debates consagrados al tema fundamental de la relación entre las NTIC, en particular Internet, y los derechos humanos. Especialmente, la cuestión de los excluidos (los "info-pobres", según el neologismo consagrado) y la de los límites de las NTIC, ya sean resultado de la voluntad humana

o de carencias técnicas o económicas, son raramente temas del orden del día. Esta omisión es aún más preocupante que la exclusión de los "info-pobres" de la sociedad de la información, ya que en el futuro afectará a la inmensa mayoría de la población mundial. La brecha que ya separa a los ricos de los pobres seguirá ensanchándose con el desarrollo fulgurante de los nuevos medios en las regiones industrializadas del planeta. Trátese de la brecha, aún más perniciosa, que existe en el Norte entre la mayoría de ricos y la minoría de pobres o en el Sur, entre la minoría de ricos y la impresionante mayoría de pobres.

"Soberanía personal" vs. medidas restrictivas

Internet constituye hoy una formidables esperanza para miles de individuos

que, hasta ahora, estaban ahogados en el silencio por falta de recursos apropiados para comunicar más allá de la autonomía de sus voces o estaban condenados al silencio por la voluntad de sus dirigentes. Gracias a Internet, estos hombres y mujeres pueden salir de su aislamiento, despreocuparse de la censura y ejercer libremente su derecho a "buscar, recibir e impartir, sin consideración de fronteras, las informaciones y las ideas" tal como lo estipula el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos; están a punto de conquistar, en el plano de la información, su "soberanía personal".

Pero Internet también molesta, incluso, descarrila a un cierto número de poderes establecidos, en particular a aquellos en los países autoritarios o totalita-

ALAIN MODOUX, suizo. Director de la Unidad para la Libertad de Expresión y la Democracia, UNESCO, París. E-mail: a.modoux@unesco.org



Edgar Narango, Ecuador

Hay varias acciones restrictivas que limitan considerablemente el acceso a las redes electrónicas y acrecientan la brecha entre info-ricos e info-pobres. Estas son de tipo financiero, técnico, administrativo y legislativo.

rios, que tratan de hacer todo lo posible para limitar el acceso o impacto de Internet. De esta manera, el Internet se añade a una larga lista de los medios de expresión víctimas de las tijeras de Anastasia. Sin embargo, a diferencia de los medios de expresión tradicionales sobre papel o película, su control es mucho más difícil, ya que su propia naturaleza lo hace casi incapturable. A veces es sorprendente ver que las tentativas de restricción afectan principalmente a las poblaciones de países en vías de desarrollo, de esta manera se contribuye a ensanchar la brecha que ya los separa de los países industrializados. Persiste la esperanza de que una evolución hacia más libertad se concentre en el futuro en el marco de un proceso de democratización que nace o que pronto vendrá.

Las acciones restrictivas para limitar el acceso a Internet o debilitar su impacto pueden ser de tipo financiero (imposición elevada de tributos sobre el material necesario, altas tarifas de telecomunicación), de tipo técnico (desarrollo frenado de la red telefónica local, cortes de suministro eléctrico, imposición de materiales filtrantes u obstaculizantes a nivel de proveedores de servicios), de tipo administrativo (obligación de inscribir nuevos sitios con las autoridades o de pasar por esas autoridades para obtener permiso

de operar Internet, rechazo a proveedores extranjeros de Internet) o de tipo legislativo (leyes que obliguen a proveedores a hacer inaccesible los sitios que contengan material contrario a ciertas exigencias morales, políticas, religiosas, de seguridad, etc.).

Si algunos Estados, a raíz de consideraciones mayoritariamente políticas o de seguridad, estiman que deben limitar la libertad de información por medio de restricciones a Internet, como la imposición de materiales filtrantes para censurar el contenido -censura péfida, ya que siempre se puede contornar-, otros Estados, reafirmando su respeto a esta misma libertad, se inquietan de los abusos que permite Internet, ya sea en el tema de la protección de niños, confidencialidad de datos personales, protección de la vida privada o el de protección intelectual de derechos de autor. La lista no se termina ahí.

En lo que se refiere a la lucha contra la pedofilia y la propaganda racista o de odio, para nombrar algunos ejemplos, la tentación a veces es grande para señalar el arma del crimen, en este caso el Internet y sus servicios de distribución, y no al propio criminal que, es verdad, puede resultar más difícil de identificar. ¡No hay que equivocarse de blanco! se trata de cuestiones delicadas donde, al igual que

en la lucha anti-terrorista, es extremadamente difícil encontrar el equilibrio entre las medidas restrictivas que exige la lucha contra el crimen y el respeto a derechos humanos fundamentales, en especial al derecho a la información.

Los excluidos

Pero el problema más alarmante, porque no tiene solución a corto plazo, es el de los excluidos por pobreza. Excluidos de la "sociedad de la información", demunidos de un medio extraordinario -Internet- para ejercer su derecho a la información; centenas de millones de hombres y mujeres se verán aún más marginados de lo que están ahora. La brecha se ensancha no solo entre Norte y Sur, sino también dentro del Sur, entre la élite y las clases medias urbanas, y las poblaciones desfavorecidas en regiones marginales y rurales. Esta dicotomía también se presenta, en menor escala, en el Norte, donde el desempleo se ha transformado en el mayor factor de exclusión.

El PNUD, en su informe anual de 1998, evalúa en 100 millones el número de personas que, en países industrializados, viven bajo la línea de pobreza. Existe conciencia de la importancia del problema y la urgencia de afrontarlo en círculos intergubernamentales y en cierto número de organizaciones no-guberna-

mentales. En este contexto, se alcanzó una meta decisiva, hace poco más de un año, cuando en junio de 1997, en Toronto, se celebró la conferencia sobre "El saber al servicio del desarrollo de la era de la información". Pero el camino es largo de la toma de conciencia a la ejecución de proyectos concretos que respondan a la multitud y tamaño de desafíos sociales, económicos, políticos, culturales y éticos que incluye la "sociedad de la información".

UNESCO: Libre circulación de la información

Dentro de este contexto, la UNESCO, cuya misión, como lo indica su Constitución, es de "facilitar la libre circulación de ideas en palabra e imagen", se ha comprometido enteramente a promover la libertad de expresión, piedra angular del edificio de los derechos humanos, y su corolario, la libertad de prensa, parte esencial de toda sociedad democrática. El ejercicio de la libertad de expresión es la condición fundamental para la participación de todos los ciudadanos en la vida democrática de sus sociedades, su desarrollo y la construcción de la paz. El libre ejercicio de este derecho condiciona el de todos los otros derechos. Es indis-

pensable para un funcionamiento equitativo y justo de la justicia, ya que el principio de la prioridad de las leyes no es suficiente. Y es importante que estas sean justas, y no el producto de un régimen autoritario que escape al control de ciudadanos obligados a callar y obedecer.

La misión de la UNESCO no es solamente defender la libertad de expresión en Internet, sino también promover su acceso universal y ayudar a los más desfavorecidos a adquirir capacidades para participar en el proceso de comunicación, ya sea por medios tradicionales (prensa, radio, televisión) o por las NTIC, ejecutando estructuras y programas que permitan a los excluidos recibir la educación básica indispensable para que puedan conquistar su "soberanía personal" y, de esta manera, ser integralmente ciudadanos de la sociedad de la información.

En el marco global, se busca preservar el acceso a la información "pública", tratando siempre de lograr un justo equilibrio entre los intereses legítimos de los propietarios de derechos de autor y el interés público. Internet no debe transformarse en un lugar de intercambio dominado por intereses comerciales. Conviendría finalmente hacer todo lo posible

por instaurar un plurilingüismo en la sociedad de la información, una exigencia esencial, de un lado para que el individuo pueda beneficiarse de manera óptima de las posibilidades ofrecidas por estas nuevas tecnologías y, por otro lado, para que, paralelamente con el idioma dominante -el inglés-, otros idiomas tengan su lugar en el cyberspacio. Más allá del idioma, lo que está en juego es evidentemente la supervivencia y promoción de las culturas minoritarias.

En conclusión, solo con un esfuerzo solidario de toda la comunidad internacional será posible que un máximo de hombres y mujeres puedan beneficiarse de las oportunidades que ofrece la nueva sociedad de la información, en particular Internet, y así evitar que se forme, al margen de esta sociedad, un gigantesco cyberghetto -virtual- donde se verían relegados millones de individuos excluidos de la sociedad de la información, las nuevas islas del siglo XXI. Ya no sería solamente el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos que no sería respetado, sino todo el edificio de los derechos de la persona, en primer lugar su artículo primero que estipula que "Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos".

● artesanal

● abierto

● caliente

FM 88.7 MHz
LA TRIBU

un atentado cultural en los '90

FM LA TRIBU • 88.7 MHz
Lambaré 873 (1185) Buenos Aires
Argentina • Tel/Fax: (54-1) 865-7554

Piercing Social Analysis

Some behaviors scream. But what do people hear? How do they judge? What's real? In other words, how do stereotypes and language skills affect perceptions of intelligence, social class and behavior? We make snap judgements all the time. But, if you're looking for penetrating insights about everyday life, individuals and societies large and small around the globe, there are two places to start.

Sociological Abstracts (SA) and Social Planning/Policy & Development Abstracts (SOPODA)

Our data are drawn from more than 2,000 serials from 35 countries, along with books, conference papers, and other media reviews and dissertations.

You'll find the piercing social analysis that gets beneath the fashion and under the skin.

sociological abstracts

PO Box 22206 San Diego, CA 92192 0206
619/695-8803 Fax 619-0416
Internet: socinfo@cerinet.com
User Assistance: 800/752-3945

La socialidad de la comunicación

Los autores analizan la relación existente entre los mass media y la configuración del nuevo ethos social postmoderno. No cabe duda de que los medios de comunicación de masas, en la actualidad, representan el genuino avance tecnológico. Prescindir de ellos implicaría aislarse del mundo; pero, ¿cuáles son sus efectos en la configuración de la socialidad postmoderna?, ¿realmente estos están contribuyendo a la búsqueda de la nueva utopía del bienestar o condenan al hombre a una soledad narcisista?

"El sentido de la Postmodernidad se debe a que vivimos en una sociedad de la comunicación generalizada, la sociedad de los medios de comunicación (mass media)" Gianni Vattimo.

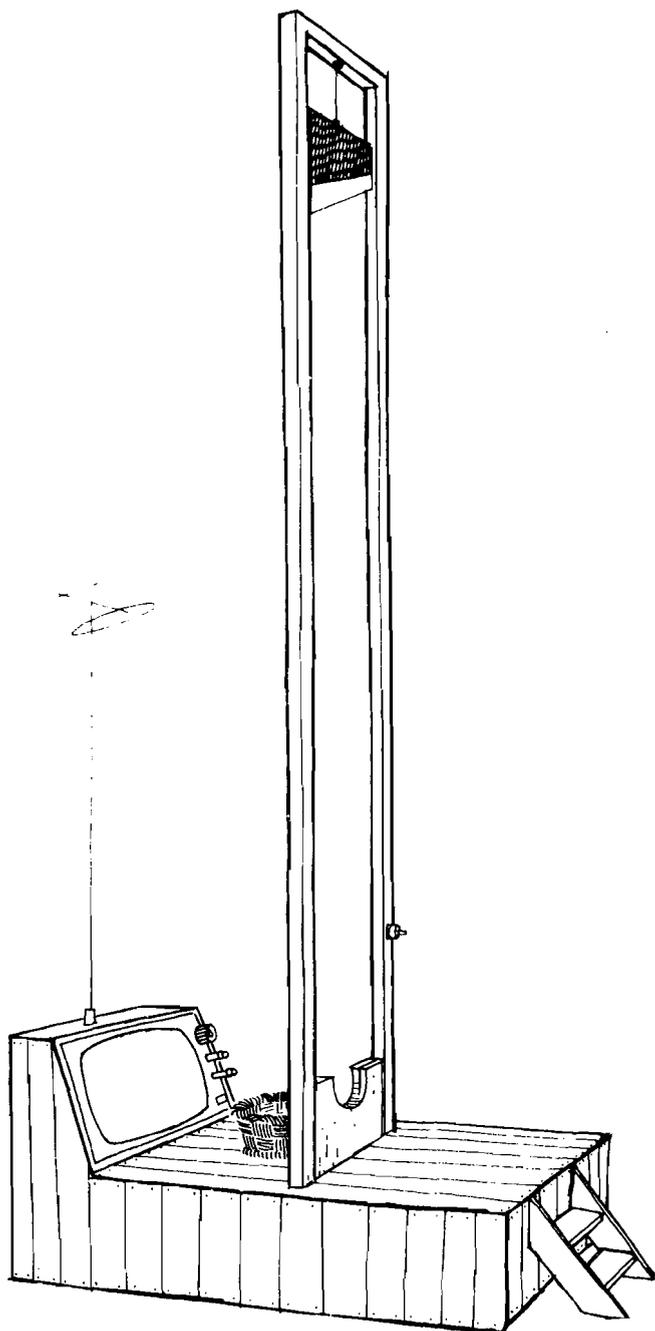
Disertar hoy acerca del avance y el rol de los medios de comunicación masiva, como una de las tecnologías más novedosas y avasallantes en el mundo actual, implica necesariamente una revisión -en algunos aspectos- del fenómeno que los entendidos han llamado Postmodernidad. No porque se trate de vincular el desarrollo de la telemática y de la informática o de la robótica con dicho fenómeno, sino porque ese exorbitante desarrollo de las telecomunicaciones lo caracterizan y definen como tal. Las comunicaciones son un rasgo esencial de la sociedad transparente (Vattimo; 1994:9). Ese aspecto nos indica el tránsito hacia la postmodernidad, fragmentada y narcisista.

Son muchos los autores que epistémicamente han tratado el fenómeno, sus discursividades están a la vista: condición postmoderna o derrumbe de los grandes relatos (Lyotard), deconstrucción (Derrida), fin de la historia (Fukuyama), socialidad o espacios íntimos (Maffesoli), defunción de las ideologías y paradigmas (Lanz) y sociedad transparente (Vattimo).

Mundo Quirno

IREY GÓMEZ, venezolana. Magister en Planificación del Desarrollo Regional, profesora en la Universidad de Oriente, Núcleo de Sucre.

LUIS ALARCÓN, venezolano. Tesista de la Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de Oriente, Núcleo de Sucre; tesista de Educación, Universidad Simón Rodríguez. E-mail: kirie@telcel.net.ve



En esta oportunidad trataremos de analizar el aspecto de la comunicación como rasgo genuino de la postmodernidad y de las nuevas tecnologías, vinculándola a las expresiones (subculturas) que el individuo adopta en los espacios vivenciales.

Del homo politicus al homo psicologicus

Con la caída de los grandes relatos (Lyotard) se abre la posibilidad a una nueva conformación subjetiva de lo social. En este aspecto son muchas las opiniones disidentes, puesto que aducen que es el ámbito político -derrumbe de las polaridades- lo que caracteriza los cambios que ahora están ocurriendo; pero si tomamos en cuenta la "fragmentación de lo social", que implica la puesta en cuestión de lo político y todo el cuerpo categorial que lo define (Estado, sociedad civil, representación, contrato social, partidos políticos), significa que el despliegue de la comunicología trastoca todos los espacios de la vida. Esta es como una especie de Espíritu Absoluto hegeliano que traduce el "tiempo real" -pasado, el ahora y la conciencia- en práctica informativa desprovista de sentido histórico y ético.

En otras palabras, la "massmediación" de los espacios surge de esa debilidad de la racionalidad moderna. Ya no es necesario una ética que justifique nuestras acciones, valores que sustenten las creencias; lo que realmente le importa al individuo es el culto al cuerpo, una estética del "buen vivir" -y en eso las nuevas tecnologías marcan la pauta, sobre todo algunos medios-. "No queramos tranquilizarnos demasiado de prisa, el malestar de la comunicación en nuestras sociedades no es menos real, y la soledad se ha convertido en un fenómeno de masas" (Lipovetsky; 1987:323).

Ya no es el crecimiento económico y la disputa política quienes reordenan los espacios vivenciales, ahora la conformación del *ethos* social en la postmodernidad viene dada por el reemplazo de la producción capitalista dejándole paso a la información -"massmediación" de lo social-, postcapitalista globalizada. De esta manera se configura otro *ethos*, al decir de Peter Drucker, "la Sociedad del Conocimiento", en donde lo más importante estriba en las nuevas tecnologías (los *mass media* y en ellos el conocien-

to). Todo esto a raíz, según algunos expertos, de la llamada crisis de los grandes relatos, con ella se inicia un desarrollo síquico, amparado en el papel preponderante de los *mass media*.

"Los medios masivos de comunicación, tal como predominan ahora, se inmiscuyen a menudo en la discusión en pequeña escala, y frustran la oportunidad de un intercambio de opiniones razonable, sereno y humano. Constituyen así una de las causas más importantes de la destrucción de la intimidad en su sentido humano más acabado" (Mills; 1985:175). Con el desarrollo de la informática también surge un nuevo estadio del individualismo, que reelabora las relaciones con el otro, el mundo y el tiempo; se produce la muerte del *homo politicus* y nace el *homo psicologicus*, en búsqueda de su ser y de su bienestar.

En otras palabras, con el fin de la historia unitaria, que tenía como sentido último "el progreso", surgen las pequeñas historias, subculturas que hasta ahora eran desconocidas por la imposición de la racionalidad decimonónica moderna. Esta emergencia -en gran parte- de nuevos agenciamientos se debe al desarrollo de los medios masivos de comunicación.

La fragmentación de lo social

Sin embargo, toda esta permeabilización del mundo -de lo público y privado-, por la influencia de los medios y de las nuevas tecnologías (informática, telemática), produce en los individuos una sensación de vivir para ellos mismos, para el ahora; sin preocuparse por la posteridad. Esto no es casual, puesto que lo que se inaugura a partir de toda esa amalgama de confusiones llamada "postmodernidad" es la sociedad narcisista, compleja y transparente, menos "ilustrada" y "consciente" que la moderna.

Esto tiene como consecuencia que los espacios privados -la vida doméstica- se haga posible gracias a la realidad virtual, que permite enlazarnos con todos los sitios "inimaginables" de la red. Ya no es necesario buscar afuera, cuando al sentarnos frente a un microcomputador podemos interactuar sexológicamente con una *top model* y de la forma más pueril informarnos acerca de las clonaciones de algún político ilustre. Al fragmentarse lo social, el narcisismo "humaniza" la información y crea sus propias estrategias -desafíos del inconsciente- aislándose de

la esfera pública. No cabe duda que estamos en la época de la comunicación generalizada, del narcisismo, de las confusiones existenciales y la desideologización de las acciones. En la época de los sistemas a la carta, la personalidad ya no debe ser de tipo gregario o mimético, debe profundizar su diferencia, su singularidad: el narcisismo representa esa liberación de la influencia del Otro, esa ruptura con el orden de la estandarización de los primarios tiempos de la "sociedad de consumo".

Pasamos de una sociedad dirigida por los otros a una sociedad manipulada desde el interior. En esto los medios juegan un papel determinante; desaparecida la idea de una racionalidad central de la historia, las comunicaciones estallan en múltiples racionalidades "locales" e íntimas -minorías étnicas, sexuales, religiosas, culturales o estéticas- (Vattimo; 1994:17).

En fin, el desarrollo de los *mass media* como una de las tecnologías más importantes de la sociedad del conocimiento, traducido en fragmentación de lo social, es un hecho paradójico que le corresponde vivir al individuo de este tiempo. Decimos paradójico porque la sensación que se experimenta no resulta del todo benéfica, sino, en muchos casos, perjudicial.

Mientras que Vattimo, a esa exacerbación de los medios en todos los espacios de la vida, la cataloga como causa emancipante de la liberación de las diferencias y de los "dialectos", para Lipovetsky significa una desgarnición moral y total del individuo, ya que no tiene apoyo ético, político y religioso que le asegure el sentido de su ser. Ese es el gran reto del ser humano de esta época postmoderna, la convivencia con los *mass media*; de modo que le corresponde virtualmente vivir o darse cuenta que apenas -virtualmente- es humano. ☛

REFERENCIAS

- LIPOVETSKY, Gilles. 1986. *La era del Vacío*. Edit. Anagrama. Barcelona. 1987.
- . *El Imperio de lo Efímero*. Edit. Anagrama. Barcelona.
- MILLS, Wright. 1985. "La Sociedad de las Masas". En: *La soledad del hombre*, de Erich Fromm. Monte Avila. Caracas.
- VATTIMO, Gianni et al. 1994. "Posmodernidad: una sociedad transparente". En: *En torno a la postmodernidad*. Anthropos. Santafé de Bogotá.

Medios masivos y movimientos sociales



Hay una interacción entre medios y movimientos sociales: estos son, muchas veces, sujetos de "noticia periodística" y aquellos son instrumentos imprescindibles para la difusión de la actividad de los movimientos pues, si esta no es masificada y legitimada a través de los medios, se convierten en "acciones inexistentes" para la sociedad. Sin embargo, esto ha provocado -dice el autor- una suerte de subordinación de los movimientos a los medios, en sucesivas fases y por algunos factores que aquí se analizan.

En la constitución de un grupo social, el aspecto comunicacional desempeña un papel fundamental. El carácter, fortaleza y consolidación de su estructura interna y de su expansión dependen, en gran medida, de la solidez de las redes de comunicación intra e intergrupales; pero, además y sobre todo, de su relación con los medios masivos. Otro aspecto importante, en los movimientos sociales, consiste en la imaginación y audacia que ma-

nifiestan en el uso de las nuevas tecnologías de comunicación.

La resonancia de los medios

La importancia de los modernos medios masivos, en su función de instrumento resonador de sus propuestas y actividades, ha sido reconocida ampliamente por los nuevos movimientos sociales (Walsh, 1981). Acercándose más a una concepción "funcionalista" que destaca su función básica en la formación de los procesos de opinión pública, por sobre la

concepción "determinista" que los descalifica en cuanto reproductores ideológicos del sistema establecido (Rivarola, 1987), los nuevos movimientos sociales buscan insistentemente su relación con los medios masivos de comunicación.

Las ruedas de prensa sostenidas por los miembros del Consejo Nacional de Huelga, en el movimiento estudiantil me-

FRANCISCO DE JESÚS ACEVES, mexicano. Master en Urbanismo, profesor-investigador y coordinador de maestría en la Universidad de Guadalajara.
E-mail: faceves@fuentes.csh.udg.mx

xicano en 1968, y su demanda de que el diálogo con el gobierno fuera transmitido por la red televisiva, tenían su correlación con las ruedas de prensa en la Sorbona del mayo francés. Un puñado de pacifistas asentados en el atolón de Muroroa, para impedir una explosión nuclear, lograba congregarse a representantes de agencias informativas de carácter internacional. Las madres argentinas de la Plaza de Mayo se convirtieron en una noticia que, de un plano anecdótico local, logró impactar la conciencia mundial y denunciar las atrocidades de la guerra sucia de la dictadura militar en el poder. El sindicato SOLIDARIDAD traspasaba la barrera del silencio al inundar las páginas de la prensa mundial.

Los nuevos movimientos han puesto al descubierto que una noticia acerca de su actividad, difundida por los grandes diarios nacionales, las cadenas radiofónicas y los telenoticieros, aun cuando se encuentren impregnados de elementos tendenciosos y de juicios negativos, alcanza una repercusión social, que de otra manera no obtendría.

Esta relación entre medios y nuevos movimientos, que define su carácter público, es uno de los rasgos distintivos de los movimientos sociales modernos, que se expresa en una "estrecha relación entre estos y los medios masivos de comunicación. Ambos se necesitan mutuamente: los movimientos hacen noticia; las noticias hacen públicas sus reivindicaciones" (Heller, 1987). Por su parte, Ilse Scherer (1987) apunta que "los movimientos culturales e ideológicos divulgan las nuevas ideas y crean nuevos adeptos. En este nivel, el desarrollo de los medios de información se torna particularmente relevante".

A pesar de su importancia, el tema de la interacción entre los medios masivos y los movimientos sociales se encuentra casi ausente de las preocupaciones de los estudiosos de

los fenómenos de comunicación. Los acercamientos predominantes en el análisis de esta relación presentan una doble característica. Aquellos estudios que circunscriben su objeto a los medios producidos por los propios movimientos, destacando su uso como instrumentos propagandísticos y organizativos; y los estudios que describen en forma rigurosa la cobertura informativa (medida en espacio y tiempo) que los grandes medios le dedican a los movimientos sociales (Aboites, 1990). Existen también, aunque muy contados, estudios que enfocan la relación medios-movimientos desde una perspectiva de interacción: de la mutua determinación y su influencia en el desarrollo, que observan los medios masivos con respecto a los movimientos, particularmente los nuevos movimientos y viceversa.

Es decir que, en su íntima y compleja relación, medios y movimientos se sobredeterminan más allá de la aparente rela-

ción entre material noticioso e instrumento de difusión, provocando consecuencias que se concretan en el desarrollo y la actividad de ambas instituciones, impactando su conformación, su crecimiento, sus estrategias y sus tácticas.

La sobredeterminación de los medios

La emergencia de los nuevos movimientos anuncian el arribo y la constitución de nuevos sujetos sociales, de nuevas colectividades que generan nuevas formas de integración social, nuevas expresiones culturales, nuevos comportamientos políticos. En fin, una nueva concepción de práctica social que cuestiona y relativiza los modelos tradicionales.

En este contexto es donde se ubican las determinaciones que los medios imponen a los movimientos. En principio el acceso a los medios se convierte en condición de existencia para el movimiento. Una acción colectiva cuya actividad no se

difunde a través de los grandes medios, es una acción socialmente inexistente. La cobertura masiva de los medios garantiza una ampliación de la denuncia social hacia ámbitos que de otra manera resultarían inalcanzables.

Pero al mismo tiempo, los movimientos, al ser actores sociales y por tanto sujetos de "noticia periodística", se han convertido en fuente indispensable de información para los medios, como Gitlin (1986) ha documentado profusamente al analizar la relación que se estableció entre los medios masivos norteamericanos y el movimiento estudiantil Students for a Democratic Society (SDS), a mediados de los sesenta.

Las razones de los movimientos, para dirigirse a los medios, no se restringen únicamente a la difusión pública de sus actividades. Por paradójico que parezca, los medios han desempeñado un papel importante en la identidad de los nuevos movimientos. Así lo



Los medios proyectan ciertas imágenes, ciertas versiones de la realidad de los movimientos sociales.

Capalera 70, España

confirma Gitlin cuando afirma que "el movimiento (SDS) se reconoció a sí mismo a través de las imágenes mediadas por los medios masivos".

Por su parte, Edie Goldenberg (1986) apunta cuatro objetivos que persiguen los movimientos al acercarse a los medios:

1. Establecer la identidad de su grupo, como voceros legítimos de clientelas particulares, y erigirse ellos mismos como líderes y demostrar su capacidad para lograr que se hagan las cosas.
2. Proyectar ciertas imágenes y evitar otras.
3. Transmitir información específica y retener otra información.
4. Identificar a sus enemigos o metas públicamente y responsabilizarlos por su insatisfactoria situación presente.

En contraste, las razones de los medios masivos para acercarse a los movimientos, convergen en una sola: su capacidad de ser fuente de noticias; es decir, su "noticiabilidad".

Esta condición de noticiabilidad impone ciertas limitaciones y restricciones a las necesidades de difusión que tiene de-

Los nuevos movimientos han puesto al descubierto que una noticia acerca de su actividad, difundida por los grandes diarios nacionales, las cadenas radiofónicas y los telenoticieros, aun cuando se encuentren impregnados de elementos tendenciosos y de juicios negativos, alcanza una repercusión social, que de otra manera no obtendría.

terminado movimiento y los grupos organizados que los integran. Como, justamente, Goldenberg apunta "...que los grupos obtengan o no acceso a la prensa... depende en parte de los objetivos del grupo. Algunos objetivos, en sí y por sí mismos, son más dignos de nota que otros... cuanto más se desvían los objetivos políticos de un grupo de las normas sociales predominantes, más probable es que el grupo tenga acceso a la prensa... ciertas imágenes de grupo son más dignas de nota que otras... y cuanto más es la gente afectada por los objetivos del grupo, más probabilidades tiene el grupo de lograr el acceso a la prensa".

El autor desmenuza los requisitos que debe cumplir un movimiento para acceder a la prensa. La originalidad de sus demandas, su contraposición a las normas sociales predominantes, la amplitud de público que potencialmente se sienta interesado en sus demandas. Pero, sobre todo, los medios seleccionan los aspectos que les interesan en cuanto medios, independientemente de los deseos de los dirigentes y militantes del movimiento.

Esta situación ha provocado una subordinación de los movimientos a los medios, de tal manera "que sus acciones son modeladas en parte por los códigos de las operaciones de los medios masivos" (Gitlin, 1986).

Por otra parte, la relación de los medios con un determinado movimiento, tiene un carácter profundamente discontinuo plagado de vicisitudes. Este proceso contempla modificaciones sustanciales, tanto en la relación entre los medios y los movimientos, como al interior de los mismos movimientos, como consecuencia de la acción de los medios sobre ellos. El estudio de Gitlin documenta con asombrosa claridad las principales fases de este proceso.

En la primera fase se detecta una preocupación del movimiento por constituirse en el interior de su ámbito de actividad. Su actitud ante los medios masivos es casi de indiferencia.

La segunda fase caracteriza el mutuo descubrimiento entre los medios y los movimientos. La prensa descubre la dimensión noticiosa del movimiento; el movimiento descubre las potencialidades de expansión que le proporcionan los medios.

La tercera fase implica una nueva situación. Los movimientos se convierten en protagonistas de la noticia. Los medios comienzan a buscarlos, la cobertura hacia ellos se amplía... pero, también, los medios al difundir selectivamente los temas y las actividades del movimiento, empiezan a construir una determinada imagen del mismo.

La cuarta fase perfila las consecuencias que, al interior del movimiento, provocará la actitud asumida por los medios. Ante el despliegue publicitario, los agrupamientos que integran el movimiento reaccionan de diversa manera. La presencia de los medios se instala en las discusiones al interior de los grupos. Se encuentra presente en la determinación de cualquier actividad. El movimiento se sabe en la mira de los medios, no es posible ignorarlos, pero tampoco es posible utilizarlos de acuerdo a las conveniencias del movimiento. Un aspecto importante en la intromisión de los medios en los movimientos reside en la definición y reconocimiento de los líderes del movimiento.

La quinta fase se caracteriza por la intromisión de los medios en la vida de los movimientos. Esta intervención conlleva a la contrastación entre las estructuras organizativas de los grupos que integran el movimiento y la imagen que los medios difundieron del mismo. Con frecuencia, esta contrastación resulta catastrófica para el movimiento.

Ciertamente, estas cinco fases que ejemplifican el proceso de interacción de los medios masivos con un movimiento social determinado, en este caso el SDS, ilustran, a nivel general, las etapas de la relación entre medios y movimientos. La inevitable intervención de los medios en la vida interna de los movimientos que se acercan a ellos, no necesariamente debe conducir a la disolución de estos, como sucedió en el caso del SDS.

Estas apreciaciones constituyen, a nuestro juicio, las aportaciones más importantes que proporciona Gitlin para el desentrañamiento de la interacción medios-movimientos. La determinación que tienen los medios sobre los movimientos queda suficientemente documentada, así como el hecho de que esta interacción no tiene necesariamente que resultar fatal para los movimientos.

Es importante apuntar aquí los factores internos de los movimientos, que a



Francisco Sobrano

La "noticiabilidad" de los grupos sociales, sobre todo de sus hechos violentos, atrae a los medios.

consideración de Gitlin, incrementan la dependencia de un movimiento hacia los medios masivos:

1. La estrechez de su base social; y,
2. Su compromiso con objetivos políticos específicos para toda la sociedad...

Otros dos factores, cuando se agregan a los primeros, parecen producir las consecuencias más destructivas:

3. El giro del movimiento hacia el deseo y la retórica revolucionarias en una situación no revolucionaria.
4. Sus incertidumbres políticas no reconocidas, en especial sobre la legitimidad de sus propios líderes.

Los movimientos sociales en la práctica mediática

La ruptura con el ejercicio de una dirección vertical y autoritaria, y la consecuente orientación hacia la participación plural que caracteriza a los nuevos movimientos, ha impactado en las políticas tradicionales de los medios periodísticos y su rigidez editorial, provocando, modificaciones en cuanto los criterios de accesibilidad. Los medios se interesan cada vez más en responder a los intereses de la sociedad civil o, al menos, se encuentran más sensibilizados para permitir el acceso a sectores sociales a los que tradicionalmente ignoraban.

Habría que matizar, sin embargo, lo antes expuesto. Esta accesibilidad no supone una transformación radical en las prácticas informativas, sino que se realiza en el seno de la dialéctica que se deriva de la propia condición de existencia de los medios: su necesidad de noticias y su función ideológica. Esta situación es determinante en la permanencia que los movimientos logran en los medios. De tal forma que, si en principio son las características de noticiabilidad las que garantizan el acceso a los medios, su permanencia dependerá de la coincidencia de "las preocupaciones y los valores de los movimientos sociales con las preocupaciones y los valores de las élites en la política y en los medios". En tal caso, resulta probable la cooptación de estos movimientos y su incorporación en los "marcos predominantes" (Gitlin).

Empero, resulta determinante en la posición adoptada por los grandes medios, la política comunicacional instrumentada por los diversos movimientos y en forma particular sus tácticas informativas y propagandísticas. Como lo reconoce Melucci... "la acción colectiva contribuye a la emergencia de una nueva generación de personal especializado en el manejo de los medios de comunicación, publicidad y mercadotecnia de la sociedad informatizada" (Melucci, 1989: 75). ●

REFERENCIAS

ABOITES, Hugo. 1990. "Medios de comunicación y organizaciones populares: hacia una propuesta de recepción crítica a partir de los movimientos sociales". En: *Educación para la recepción*, Mercedes Charles y Guillermo Orozco (comps), Ed. Trillas, México.

GITLIN, Todd. 1986. "Convertir a los movimientos de protesta en temas periodísticos". En: *El poder de los medios en la política*, Doris A. Graber (comp), Ed. Grupo Latinoamericano, Argentina.

GOLDENBERG, Edie. 1986. "Prerrequisitos para el acceso a la prensa". En: *El poder de los medios en la política*, Doris A. Graber, op. cit.

HELLER, Agnes y FERENC, Feher, 1987. "Cromática política: del Rojo al Verde". En: suplemento de *La Jornada*, abril 12, México.

MELUCCI, Alberto. 1989. *Nomads of the present*. Temple University Press, Philadelphia.

RIVAROLA, Domingo. 1987. "Alternativas de una transición democrática: el caso paraguayo". En: *Los conflictos por la constitución de un nuevo orden*. Fernando Calderón y Mario Dos Santos (coord). CLACSO, Buenos Aires.

SCHRRER-WARREN, Ilse. 1987. "El carácter de los nuevos movimientos sociales". En: *Los conflictos por la constitución de un nuevo orden*, Fernando Calderón y Mario Dos Santos (coord.), CLACSO, Buenos Aires.

WALSH, Edward. 1981. "Resource Mobilization and citizen protest in communities around Three Mile Island". In: *Social Problem* 29, USA.

MARÍA ELENA HERNÁNDEZ
SERGIO RENÉ DE DIOS

GRUPOS MINORITARIOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La lógica comercial de la producción de noticias ha obligado a los medios a organizar el trabajo reporteril mediante un sistema "rentable", eficiente, que garantice la constante alimentación de los productos periodísticos al menor costo posible y con información "autorizada". Este sistema da preferencia a la cobertura de personajes y eventos oficiales previsibles, pero deja fuera del ámbito noticioso a los actores sociales "no-prominentes" y a las llamadas fuentes "no-autorizadas". Este artículo presenta un análisis del problema y plantea ideas para una estrategia de acercamiento de estos a los medios.



Uno de los problemas cotidianos de los grupos sociales minoritarios, muchas ONG y pequeños partidos políticos, es no poder dar a conocer sus propuestas, quejas o demandas, a sectores amplios de la población, por la dificultad de acceso a los medios de comunicación colectiva. Este acceso es indicativo de los márgenes de democracia en una sociedad, pero también es revelador de la lógica predominante en la producción de información en el periodismo comercial.

¿Por qué es tan difícil el acceso a los medios informativos para los grupos mi-

noritarios, los movimientos sociales emergentes o los actores sociales no legitimados? ¿cómo pueden convertirse en "noticia" las fuentes de información "no autorizadas"?

En las sociedades que tienden a la democracia, la función ideal del periodismo es la de mantener informado al ciudadano sobre los acontecimientos más relevantes en lo local, nacional e internacional, para que esté en condiciones de tomar decisiones frente a las situaciones

MARÍA ELENA HERNÁNDEZ, mexicana. Master, profesora-investigadora en la Universidad de Guadalajara. E-mail: hernande@cencar.udg.mx
SERGIO RENÉ DE DIOS, mexicano. Licenciado en Comunicación Social.

que le interesan o le afectan. ¿Qué, de todo lo que acontece día a día, es relevante para la vida social? ¿Cómo pueden los medios darse cuenta y dar cuenta de los acontecimientos "importantes"?

Frente a la necesidad de satisfacer requerimientos organizacionales (llegar a los lectores en las primeras horas de la mañana, cumplir con la periodicidad prometida, tener imágenes para las noticias televisadas, ofrecer declaraciones bien grabadas en los noticieros radiofónicos, entre otras), muchas veces las "noticias" que reciben los públicos de los diversos medios, no son precisamente el resultado de la aplicación estricta o siquiera aproximada de los criterios noticiosos que sugieren los manuales de periodismo.

Ante la inacabable oferta de acontecimientos que podrían ser presentados como noticia, con frecuencia se da preferencia a informaciones pre-elaboradas, a la cobertura de "eventos programados" (que permiten a los medios planificar sus emisiones a lo largo de la jornada o de la semana), o a las actividades de los funcionarios de "fuentes informativas" reconocidas por todos los medios. La periodicidad de las publicaciones y programas, los límites de espacio o tiempo, los costos y dificultades para obtener las notas, son razones que justifican la necesidad de los medios de seleccionar "lo más importante". Son más las razones organizacionales, que las ideológicas, las que determinan que solo una selección de los acontecimientos llegue finalmente al consumidor de información. Pero, ¿qué temas y qué actores sociales son noticia para los medios informativos?

El sistema de fuentes informativas

Para dar cuenta de "todo lo importante", los medios se apoyan fundamentalmente en una estrategia de cobertura que, además de asegurar el acopio de datos definitivamente relevantes para la sociedad (como es el caso de la información generada por los responsables de la administración pública), garantiza productos periodísticos en función de las necesidades del sistema de información (salir a diario y a tiempo, y presentar datos u opiniones "autorizados"). Producir información periodística es un proceso obligadamente estandarizado, bastante predecible, no tan sorpresivo ni tan abundante en información "nueva" como lo hacen

pensar las definiciones de noticia y los manuales de periodismo.

La estrategia de cobertura de los medios consiste en "dividir la realidad", o el territorio que deben "cubrir", en parcelas llamadas "fuentes de información", cuya selección es una de las operaciones más importantes en los procesos de producción de noticias. ¿Qué instancias y personas son consideradas como fuentes informativas? ¿Cuáles son los atributos que se esperan de una "fuente de información"?

Para Jean Charron, "los criterios de selección de fuentes y de mensajes son definidos, en primer lugar, en función de las necesidades del sistema de información; constituyen respuestas racionales a los imperativos de estandarización del proceso de producción de la noticia y de legitimación de la función periodística. Esto implica al menos una consecuencia mayor con relación al asunto del acceso a los medios: el proceso de la noticia se efectúa en función de un orden jerárquico que se establece en la selección de las fuentes" (1991: 12).

La jerarquización de las fuentes, en función de su "importancia" y, fundamentalmente, de su "productividad", deja fuera de la escena informativa a numerosos actores y temas, de relevancia para mu-

chos ciudadanos, que no son considerados por el común de los medios como fuentes "reconocidas" o "autorizadas".

Las fuentes de información más visitadas por los periodistas son las que cuentan con un cierto nivel de organización, capaces de proporcionar a los medios cantidades constantes de información. Una buena fuente es la "productiva", pero también la que ofrece información al menor costo posible y que tiene la capacidad de someterse al "código de los medios", o que entiende las lógicas y dinámicas del trabajo periodístico (Charron, 1991:12-13).

En la selección de los temas, personajes y acontecimientos son diversos los factores que influyen, y podrían analizarse a tres niveles:

Al nivel estructural o institucional, es el predominio del esquema de cobertura por fuentes de información lo que deja fuera a objetos y actores de los espacios informativos, pues este sistema termina privilegiando a los diversos detentores del poder.

Al nivel de las organizaciones, al interior de cada medio ocurren dinámicas, discusiones y negociaciones que abren o cierran el acceso a ciertos temas y actores sociales. Aun cuando las políticas informativas de los medios nunca son com-



Las personalidades públicas son privilegiadas por la lógica de producción informativa de la mayoría de medios masivos, en detrimento de actores sociales "no-prominentes".

pletamente claras y explícitas, todo reportero sabe que hay temas que "pasan" más fácilmente los filtros editoriales de su medio; sabe también que "cuando las noticias escasean" se aceptarán notas que en otra circunstancia no habrían tenido "suficiente importancia" para ser publicadas.

Al nivel individual se sitúan factores derivados de las características del periodista como individuo: la clase social del reportero, su sexo, su edad, nivel educativo, experiencia en el oficio... que, por supuesto, influyen en la selección de lo "noticiable".

Pese a la existencia de prácticas predominantes que llevan a la estandarización del proceso de producción de noticias, reduciendo el acceso a los medios a diversos actores sociales, los factores organizacionales e individuales que influyen en la selección informativa permiten siempre un margen de maniobra para que las fuentes alternativas y/o los actores sociales "no-prominentes", atraviesen las barreras impuestas por el sistema de fuentes legitimadas.

Acciones inusuales, buen recurso

Es difícil que los actores "no-prominentes" reciban cobertura de los medios, por el simple hecho de convocar a los reporteros a una rueda de prensa, o a presenciar sus eventos. Esto lo han aprendido muchos grupos y ciudadanos a través de la experiencia. También han aprendido que un recurso inequívoco para acceder a los espacios informativos es el de irrumpir el orden de lo cotidiano, realizar acciones inusuales, incluso perturbantes, para atraer la atención de los medios, a quienes han visto buscar generalmente algo nuevo, algo distinto, y hasta algo escandaloso.

En la práctica cotidiana del periodismo, "lo inusual" es, quizás, el criterio que por antonomasia define a las noticias. Si el reportero se encuentra frente a tres acontecimientos y tiene que elegir solo uno para publicarlo como noticia, tendrá que sopesar el valor informativo de cada uno, aplicar su "juicio noticioso". Si no se trata de un desastre natural, un accidente con alto saldo rojo, una declaración gubernamental de consecuencias dramáticas para la población... el acontecimiento inusual desplazará al acontecimiento de rutina. Lo inusual y lo nuevo parecen ir juntos. Lo nuevo es noticia, y

más si es inusual. La ruptura de rutinas, la irrupción del orden cotidiano hace voltear a los medios hacia sujetos y objetos que no clasifican como fuentes prolíficas en información "confiable" (o legitimada). Tal estrategia de los grupos minoritarios para atraer y captar efectivamente la atención de los medios y de la sociedad (así sea en sentido negativo), es conocida en el medio académico como "pseudo-eventos". Para Charron, el pseudo-evento es un recurso empleado por los grupos opositores, y "constituye fundamentalmente una acción de comunicación pública; se trata de una acción simbólica cuya razón de ser es la difusión pública de un mensaje que difícilmente pasaría la rampa de los medios sin el recurso explosivo que va con ella" (Charron, 1991: 102).

Ciertamente, como lo dejan ver Molocho y Lester (citado por Charron, 1991:104) si un grupo "no-autorizado" se reúne en un lugar inoportuno, en el momento inoportuno y hace algo inoportuno... la prensa no podrá ignorarlo. Es común que el público recuerde las acciones inusuales que desatan alguna noticia sobre grupos minoritarios, aunque no siempre recuerde el porqué de estas acciones. Veamos algunos ejemplos de "pseudo eventos" organizados por grupos de mexicanos.

En 1993, un grupo de pequeños productores agrícolas de Jalisco, autodenominado "El Barzón", emprendió una caravana rumbo a la capital del estado para protestar contra las políticas usureras de las instituciones financieras, a quienes adeudaban créditos ahora impagables, debido a la capitalización de intereses bancarios y, posteriormente, a la devaluación de la moneda nacional. Lo singular de esta caravana fue que, partiendo desde diferentes puntos, los agricultores marcharon por la autopista sobre sus tractores hasta la capital del estado, para bloquear con ellos algunas avenidas importantes, la plaza frente al Palacio de Gobierno, subirlos a las aceras y colocarlos a las puertas de las instituciones bancarias... Este fue solo el comienzo, y duró semanas. Posteriormente, 250 maquinarias agrícolas fueron "estacionadas" en la carretera que comunica con el aeropuerto de la ciudad. No podían ser más "visibles". Esta acción desencadenó otras en su apoyo y se convirtió en un movimiento que ha enarbolado diferentes

causas relacionadas con los problemas de los deudores de la banca nacional. "El Barzón" logró convertirse en una fuente de información alternativa, que ahora ya es "autorizada", pues cuenta con oficinas y mantiene una buena estrategia de comunicación con los medios (independientemente de lo pertinente o no de sus acciones).

Un grupo de barrenderos que habían sido destituidos del empleo injustamente, "los barrenderos de Tabasco", se manifestaron "desangrándose": extrajeron sangre de sus brazos con jeringas y la proyectaron contra los muros del edificio gubernamental frente al cual se manifestaban. Demandaban la restitución de sus puestos y el pago de sueldos caídos. En otro momento y en otro lugar, "los mineros de Pachuca", se desnudaron para manifestar su inconformidad ante la falta de equipo de trabajo.

Las "huelgas de hambre" son un buen ejemplo de "pseudo-eventos", y en casos recientes han adoptado diversos aderezos, como el de "encadenarse" al kiosco de una plaza pública, para hacerse evidentes ante un mayor número de espectadores.

Hasta este momento nos hemos referido a la práctica, predominante en los medios informativos, de basar su cobertura en las fuentes de información más

Con todo, el problema del acceso de los grupos minoritarios a los medios subsistirá, mientras estos no aprendan a facilitar el trabajo de los periodistas, mediante la estructuración de una estrategia de acercamiento y relación hacia los medios.



AFP, Photo, Cris Bouronè

Un buen recurso para que ciertos grupos accedan a los espacios informativos mediáticos es irrumpir el orden de lo cotidiano, realizando acciones inusuales, incluso perturbantes.

estructuradas y legitimadas. Ciertamente, el periodismo que se hace en México parte de distintas concepciones periodísticas, de distintos modelos, y hay medios que empiezan a incorporar una forma de cobertura que organiza el trabajo periódico por temas, sin por ello eliminar la visita de fuentes obligadas. El periodismo que se hace a partir de temas da mayor cabida a fuentes de información alternativas, no legitimadas. Se buscan ángulos del tema, reacciones de posibles sectores interesados, y se maneja una mayor información documental, se realiza más investigación.

Con todo, el problema del acceso de los grupos minoritarios a los medios subsistirá, mientras estos no aprendan a facilitar el trabajo de los periodistas, mediante la estructuración de una estrategia de acercamiento y relación hacia los medios.

Las razones por las que se acercan a los medios grupos y personas pidiendo la difusión de sus mensajes o la cobertura de sus eventos, son de las más diversas, van desde las causas más legítimas hasta las exigencias muy personales de individuos con trastornos psicológicos importantes. En muchas ocasiones, los medios

no responden, porque el acercamiento es inadecuado, porque no hay un mínimo conocimiento de cómo funcionan las empresas periodísticas.

Por ejemplo, algo aparentemente secundario, pero que en el funcionamiento real de los medios llega a ser esencial, es el de saber a quién dirigir una comunicación dentro de la empresa. Si se envían invitaciones a personas que ya no trabajan ahí, o a "cargos" inexistentes (en algunos medios ya no hay "jefe de información"), la invitación puede perderse. Muchos movimientos ni siquiera convocan a los medios, esperan como algo natural o lógico que el reportero aparezca en el mismo sitio y a la misma hora que ellos deciden manifestarse.

Para acceder a los medios...

Hay que saber cómo funcionan, a qué intereses responden, cuáles son sus rutinas, las estrategias de búsqueda de información de los periodistas; saber que entre sus informaciones hay notas de diferente tipo, y saber cómo generarlas; aprender a producir "subsídios informativos"; tener un directorio de medios (¡actualizado!); conocer a los reporteros que tienen que ver con nuestro tema.

Cuando ya hemos establecido una relación con los medios, hacernos localizables (dirección, teléfonos...); identificar a un vocero autorizado de la agrupación, notificar a tiempo los planes de acción (considerando los itinerarios de los medios); establecer rutinas; reconstruir la historia del movimiento; facilitar documentos importantes. En fin, idear una estrategia de acercamiento. Con todo lo anterior, es claro que las condiciones políticas son determinantes: en un contexto político adverso, de represión, aun los medios y periodistas más críticos se encontrarán impedidos para dar cobertura a ciertos temas y actores sociales.

Un punto esencial en la estrategia de acercamiento es la de aprender a alimentar a los medios cotidianamente, no solo cuando necesitamos de sus servicios. Los medios buscan interlocutores, hay que hacerse interlocutor de ellos, estar listos en ocasiones previsibles.

Es importante también aceptar que, como individuos, difícilmente lograremos ese acceso como fuente informativa o como tema de noticia, a menos que seamos "prominentes". Para que un individuo logre intencionadamente la difusión de su causa debe ligarse a una estructura mínima, a una organización existente que le dé "cobertura".

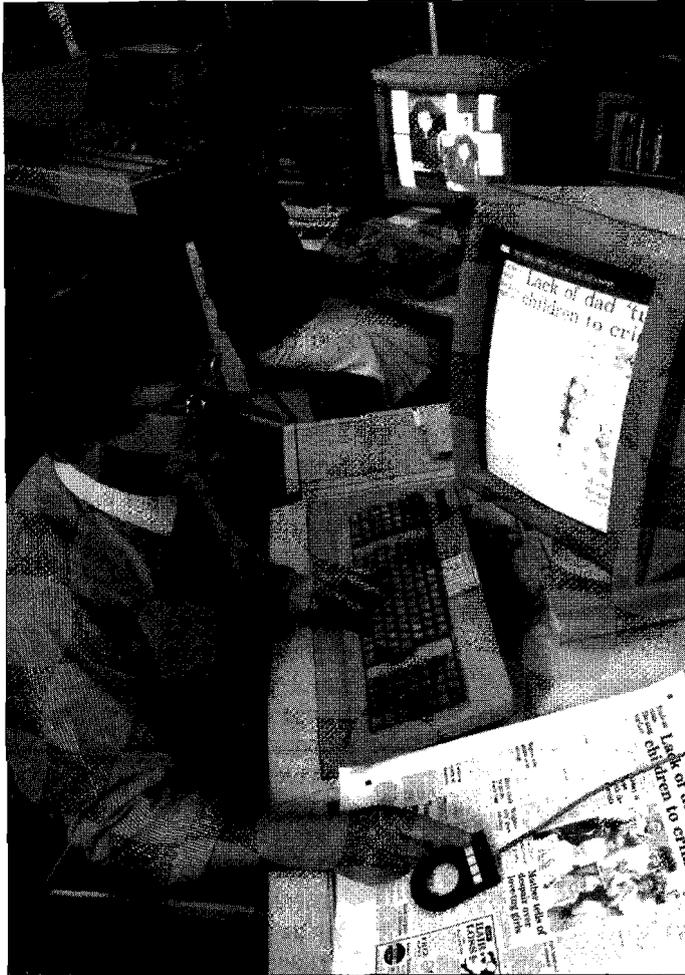
El primer acercamiento a los medios es crucial. Golpear a sus puertas gritando "prensa vendida", no nos dará el acceso (aunque exista la prensa vendida). Muchos problemas sociales no requieren de estrategias de comunicación para hacerse evidentes, pero sí para permanecer en escena, para obtener cobertura de "seguimiento". En esto, el recurso de las "ruedas de prensa" puede ser útil, siempre y cuando no se realicen solamente una vez por año, o en periodos demasiado prolongados, porque no llegarán a constituir "una rutina" identificable por los medios.

De cualquier manera, tener una estrategia de comunicación ayuda, pero no lo es todo; es necesario que los grupos se movilicen, pues en la medida en que la sociedad civil se moviliza, los medios se movilizan. ●

REFERENCIA

CHARRON, Jean; LEMIEUX Jacques et SAUVAGEAU, Florian. *Les journalistes, les médias et leurs sources*. Gaëtan Morin éditeur. Québec, 1991.

La comunicación computarizada y su impacto en las organizaciones



La introducción de nuevas tecnologías siempre ha producido cambios radicales en el estilo de vida de la humanidad y en las formas de comunicación. Esto es precisamente lo que está pasando en las organizaciones con la introducción de la computadora. El propósito de este artículo es analizar el impacto que la comunicación computarizada tiene en las organizaciones y sus implicaciones en la realidad latinoamericana. Para ello, primero se describe este impacto desde una perspectiva empírica. Segundo, se examinan algunos de los problemas que plantea la nueva tecnología de la comunicación en la realidad latinoamericana. Y, finalmente, se termina formulando algunas conclusiones generales sobre la comunicación computarizada en las organizaciones.

La introducción de nuevas tecnologías siempre ha producido cambios radicales en el estilo de vida de la humanidad y en las formas de comunicación. Como dijo McLuhan (1964) si bien es cierto que el hombre da forma a sus herramientas, estas le dan forma a él. Es evidente que las nuevas tecnologías de la comunicación están cambiando la manera de ser (la cultura) y la manera de comunicarse de nuestras organizaciones. Se trata de un

nuevo tipo de organización donde el valor de la comunicación tiene que ver más con comunidad que con información. La nueva tecnología tiene que contribuir a la creación de una comunidad más democrática, más globalizada, más armoniosa (más colaborativa y menos competitiva), más eficiente, y más comunicativa.

Varias investigaciones han encontrado tres tipos de impacto, tanto positivos como negativos, que la nueva tecnología de la comunicación ha tenido en las organizaciones.

1. En la realización del trabajo

El uso del procesador de palabras, el fax, el correo electrónico y el boletín electrónico han permitido incrementar la eficiencia (cantidad) y la calidad del producto en la composición y transmisión de cartas, memorandos y otros tipos de documentos (Rice y Case, 1983). El personal

FEDERICO VARONA MADRID, guatemalteco. Doctor en Estudios de la Comunicación, profesor asociado en el Communications Studies Department, San José State University, California
E-mail: fvarona@email.sjsu.edu

de una organización puede ser más eficiente en la realización de su trabajo, pues puede hacer más en menos tiempo y de una manera más entretenida. Steinfeld (1992) encontró que la puntualidad y la precisión de la información mejoraron, así como la coordinación general de tareas.

Latamore (1988) indica que la gente puede trabajar en grupos de una manera más eficiente. Sin duda, la diseminación de información ha sido uno de los cambios más importantes producidos por la computadora a través del correo electrónico y del fax. Otros efectos del correo electrónico en la comunicación organizacional han sido la reducción de la formalidad, y la facilitación del envío de mensajes entre los cuadros de mando y los empleados. El hecho de que el correo electrónico permite la transmisión instantánea de mensajes, sin tener la necesidad de establecer contacto directo con la otra persona (Comunicación Asíncrona), ha facilitado también el intercambio de mensajes y la flexibilidad de la comunicación. También se ha encontrado que la comunicación computarizada fomenta y facilita la creatividad en la realización del trabajo y reduce el nivel de incertidumbre con respecto a la información que se necesita para realizar las tareas.

En general, la tecnología de la información y las telecomunicaciones están ayudando a las organizaciones a superar problemas de coordinación y control, y a reestructurar las relaciones dentro de la organización. Los objetivos son eficiencia (óptimo uso de recursos y aceleración de los procesos), efectividad (óptimo alcance de los objetivos y reducción del exceso de información), e innovación (logro de nuevos y más atractivos objetivos y mercados mediante el mejoramiento de los productos y servicios).

2. En los modos de interacción entre las personas

Según Parks y Floyd (1996) dos corrientes opuestas han dominado el debate popular y académico con respecto al impacto de la comunicación computarizada en los modos de interacción entre las personas, en una organización. De un lado están los que ven la comunicación mediada por la computadora como superficial, impersonal y a veces hostil. Los proponentes de esta corriente afirman que en el espacio cibernético solo puede

crearse la ilusión de una comunidad. Del otro lado están los que afirman que la comunicación por la computadora permite que las relaciones interpersonales superen las barreras físicas y que se creen así oportunidades para nuevas y genuinas relaciones personales y comunidades. La mayoría de la investigación que se realizó en un principio sobre la comunicación por la computadora consistió en estudios de laboratorio, donde se comparaban grupos que se comunicaban por medio de la computadora con grupos que lo hacían directamente (cara a cara). Los resultados de esta línea de investigación, en general, enfatizaron las desventajas sociales de la comunicación por computadora, con la implicación de que relaciones personales positivas y profundas ocurrirán muy infrecuentemente en este tipo de comunicación.

La investigación más reciente, sin embargo, cuestiona algunos de los planteamientos de la anterior investigación; por ejemplo, el énfasis en los aspectos de la presencia física, como elementos necesarios para el desarrollo de una relación y de una comunicación efectiva. De hecho, la investigación realizada por Parks y Floyd (1996), en el contexto de la comunicación por la Internet, demuestra que las relaciones personales ocurren con frecuencia y evolucionan naturalmente como resultado del tiempo y de la experiencia en este tipo de comunicación. Estos resultados, sostienen sus autores, cuestionan los resultados de los estudios realizados anteriormente e indican claramente que existe la necesidad de una nueva línea de investigación que estudie la comunicación en los nuevos espacios en los que la gente se encuentra gracias a la nueva tecnología. El espacio cibernético es sin duda uno de ellos.

Entre los aspectos negativos, según la investigación realizada principalmente en los Estados Unidos, destacamos los siguientes. Meisner (1980) afirma que las discusiones grupales electrónicas y conferencias electrónicas a distancia reducen el número de reuniones cara a cara. Gratz y Salem (1984) expresan su preocupación porque la comunicación "ser humano-máquina" está reduciendo la oportunidad de comunicación "ser humano-ser humano", dado que la interacción humana directa es un factor crítico en la formación y en la estabilidad de la identi-

dad personal y de las relaciones humanas.

Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) limitan nuestra capacidad para entender el significado de la información recibida, pues elimina el contexto global en el que ocurre la interacción que incluye todas las formas de comunicación no-verbal (paralenguaje, expresiones faciales, uso del espacio, gestos, miradas, apariencia física, etc.) y otras características del medio ambiente (Sproul y Kiesler, 1986). Una consecuencia que parece clara con respecto a la nueva tecnología es un aumento del sentido de alienamiento y aislamiento. Por su parte, Hiltz, Johnson, y Agle (1978) encontraron que la participación en la discusión es mayor en las conferencias electrónicas a distancia que cara a cara. Sin embargo, en las reuniones grupales electrónicas, la comunicación es menor por lo que se requiere más tiempo para poder llegar a tomar una decisión.

Según Clampitt (1991), algunos de los problemas más comunes son el exceso de información que incluye información innecesaria e información que es redundante. A veces, gerentes y supervisores piensan que el simple uso de más canales de comunicación significa mejor

De un lado están los que ven la comunicación mediada por la computadora como superficial, impersonal y a veces hostil. Los proponentes de esta corriente afirman que en el espacio cibernético solo puede crearse la ilusión de una comunidad.

comunicación, lo cual no es necesariamente cierto. Garton y Wellman (1995) indican que la tendencia a evitar la comunicación directa (cara a cara) puede resultar en un serio problema en caso de situaciones personales y delicadas o ambiguas, donde la presencia física es necesaria para proporcionar inmediato *feedback*. La reducción en la comunicación computarizada de los elementos comunicativos no-verbales, que regulan la interacción humana en la comunicación directa, y la disminución de los símbolos de status social y organizacionales pueden fomentar desacuerdos y conflictos.

Otros estudios presentan un lado más positivo del correo electrónico. Puede ser un medio de comunicación mejor que la comunicación directa, en casos como cuando la gente experimenta ansiedad comunicativa, cuando tienen un bajo concepto de sí mismas (Hiltz y Turoff, 1978), y cuando son tímidas. La asincronicidad de su comunicación ofrece un ambiente más seguro que el que estas personas encuentran en la comunicación directa. Puede crear nuevas formas de comunicación y alterar algunas de las ya existentes: reducir el número de llamadas telefónicas, de memos, e incrementar la comunicación directa y escrita (Huber, 1990). Hace posible que la infor-

mación sea distribuida a lugares remotos de una manera rápida y eficiente. En algunas organizaciones, reduce la formalidad en la comunicación, facilita la relación entre gente que ya se conoce y permite la incorporación de otros que comparten los mismos intereses. Sus usuarios han generado maneras de suplir la ausencia de elementos no-verbales, usando representaciones visuales y combinación de caracteres escritos, tales como :-> para indicar una sonrisa. Ayuda, particularmente, a grupos tradicionalmente silenciosos (étnicos minoritarios, los subordinados, mujeres y los empleados con deficiencias físicas) para quienes la comunicación cara a cara puede ser intimidante en muchas situaciones. Finalmente, como dice Gates (1996), el correo electrónico contribuirá a que la comunicación en las organizaciones sea más democrática, al facilitar la comunicación entre empleados, supervisores y gerentes.

3. En la estructura tradicional del sistema de comunicación

La comunicación computarizada, especialmente el correo electrónico, ofrece modos para que los empleados trasciendan la jerarquía tradicional y la separación que existe entre los diferentes de-

partamentos, así como el cambio de ciertas normas y conductas organizacionales (Johnson, 1994). Por ejemplo, la posibilidad de que la comunicación desde arriba cambie, de ser directiva para ser una comunicación que proponga sugerencias y alternativas. Y en cuanto a la comunicación desde abajo es posible que cambie, de ser solamente informativa para incluir también sugerencias y peticiones.

Quizás el problema fundamental sea el del acceso democrático e igualitario. La nueva tecnología puede ser un arma de doble filo. Puede ser, por una parte, un factor decisivo en el proceso democratizador de una organización, al permitir mayores posibilidades de información y reducir el nivel de formalidad en las interacciones entre los diferentes niveles de mando en una organización. Pero, por otra, puede ocasionar una separación mayor entre los que tienen y los que no tienen acceso a ella.

Existen tres corrientes con respecto a este tipo de impacto de las NTIC (Daniels y Spiker, 1994). La centralista sostiene que facilitan la centralización y el control de la comunicación al permitir que los cuadros de mando tengan acceso directo e inmediato a toda la información que se necesita para la toma de decisión, limitando al máximo la delegación de funciones en los niveles inferiores de mando. La descentralista sostiene que promueven la descentralización y reduce el control sobre la comunicación, argumentando que los cuadros de mandos van a estar más dispuestos a delegar y permitir que la información circule libremente. La neutral sostiene que el factor determinante en su impacto en la comunicación organizacional no es la tecnología en sí misma, sino la filosofía de la gerencia y el medio ambiente en el que la organización opera. Roveda y Ciborra (1981) parecen confirmar que, efectivamente, el factor determinante de la centralización o descentralización de la estructura de la comunicación en una organización depende de la filosofía de la gerencia.

Las NTIC y la realidad latinoamericana

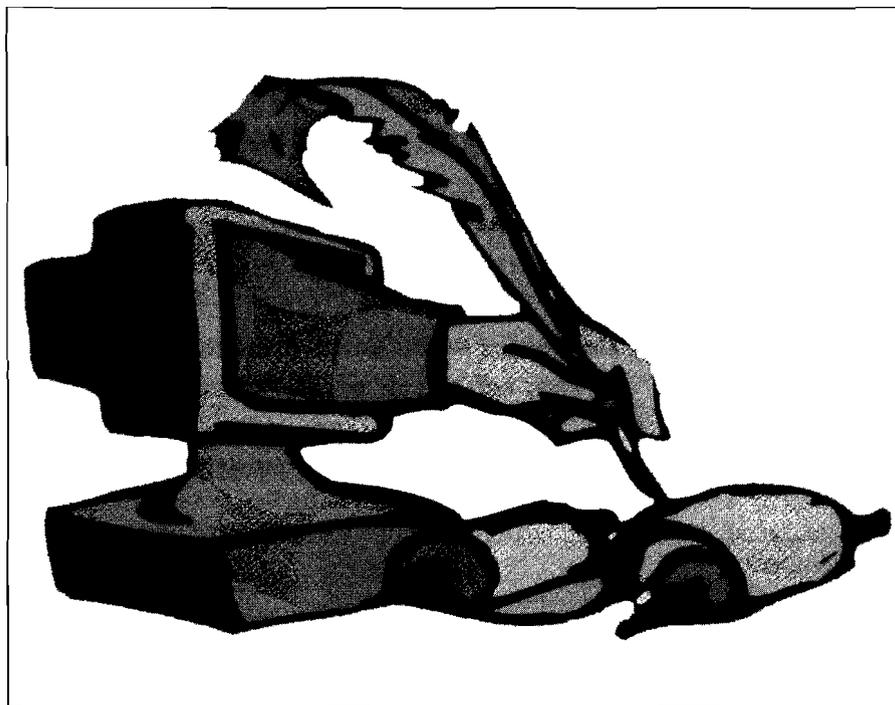
Primero que todo está el tema del acceso a las NTIC. Una de las realidades es que estas son caras y, por lo tanto, no todas las organizaciones van a poder gozar de los beneficios que traen consigo, especialmente las organizaciones pe-



Copyright 78, España

queñas y las que cuentan con escasos recursos. Consecuentemente, muchas organizaciones latinoamericanas se van a ver excluidas del acceso a la información y de la posibilidad de expresar su opinión para influir en la toma de decisiones que afectan su realidad social. Por otra parte, las organizaciones que no tengan la posibilidad de conectarse a la superautopista de la información se verán sumamente limitadas en sus posibilidades de competir en el mercado, nacional e internacional, en el que la información es la base de la producción y de la distribución, tanto de los bienes de servicio como de consumo.

Segundo, la producción y calidad de los mensajes. Sin las NTIC las tareas de producción de mensajes seguirán siendo tan tediosas y rudimentarias como en el pasado. Consecuentemente, las organizaciones que no tengan acceso a ellas seguirán marginadas de sus beneficios, en relación con la facilitación del trabajo, la producción y la posibilidad de ser más creativos. Por otra parte, uno de sus beneficios indiscutibles es la manera cómo influyen en la calidad y rapidez de las producciones comunicacionales. Las or-



Según Lavin (1996), en enero de 1994, E. U. tenía 1.685.715 Computer Servers mientras que los países latinoamericanos tenían 7.392. Y en enero de 1995, E. U. tenía 3.372.551 con falta de información disponible sobre los países latinoamericanos. Las implicaciones culturales de esta realidad son impredecibles y no lucen muy prometedoras para América Latina.

ganizaciones que no cuenten con estas no podrán competir con la calidad de las producciones generadas con el uso y el empleo de las NTIC, limitando así el alcance y el impacto que puedan tener en sus receptores potenciales. Las NTIC están creando un receptor sumamente exigente, en cuanto a la calidad con que son presentados los mensajes que recibe, su tolerancia por producciones que carecen de calidad es mínima.

Tercero, la participación en la distribución de la información a través de Internet. La participación latinoamericana en la distribución de información es todavía mínima comparada con la de E. U. Los datos más recientes, sobre el número de Computer Servers o Centros de información por regiones en el mundo, es preocupante con respecto a la presencia y participación de los pueblos latinoamericanos en el proceso de la globalización de las comunicaciones. Según Lavin (1996), en enero de 1994, Estados Unidos tenía 1.685.715 Computer Servers, mientras que los países latinoamericanos tenían 7.392. Y en enero de 1995, Estados Unidos tenía 3.372.551 con falta de información disponible sobre los países latinoamericanos. Las implicaciones cul-

turales de esta realidad son hasta el momento impredecibles y ciertamente no lucen muy prometedoras para América Latina.

Cuarto, la globalización de las comunicaciones es una de las consecuencias inevitables de las NTIC. Sin embargo, este fenómeno se presenta como una realidad ambigua y cuestionable, no obstante el atractivo que a primera vista presenta. En la práctica sabemos que la globalización de las comunicaciones apunta hacia el acaparamiento, en muy pocas manos, de la mayoría de las redes de comunicación mundial. Esta realidad atenta contra el derecho de todos los pueblos a la participación democrática en el campo de la comunicación. La dominación actual de una cultura sobre las demás es evidente, como revelan las estadísticas presentadas anteriormente. Otro hecho que confirma esta dominación tiene que ver con los círculos de intercambio de mensajes o grupos de discusión que hoy circulan en la Internet. La casi totalidad de ellos usan el inglés como la lengua común, unos pocos usan el español.

Conclusiones generales

Entre las muchas conclusiones que

se podrían formular sobre el impacto de la comunicación computarizada en las organizaciones me permito resaltar las siguientes:

1. Permite más y mejor comunicación en las organizaciones. Sin embargo, no es la panacea universal para la solución de los problemas de comunicación en una organización. Tiene ventajas y desventajas, pues al mismo tiempo que satisface algunas necesidades humanas, puede también perjudicar a otras. Las organizaciones tienen que recordar que la computadora es solo una herramienta.
2. El acceso igualitario y democrático a ella debe ser considerado como un derecho fundamental de todos los empleados y como una obligación primordial de la gerencia en una organización.
3. El éxito de su uso en una organización depende más de la capacitación y del entrenamiento que los empleados reciban que de la tecnología en sí misma. Las organizaciones tienen que ofrecer a sus empleados el entrenamiento para un uso apropiado de todas las capacidades de la comunicación computarizada. La formulación de políticas que orienten y, en ciertos casos, regulen su uso parece

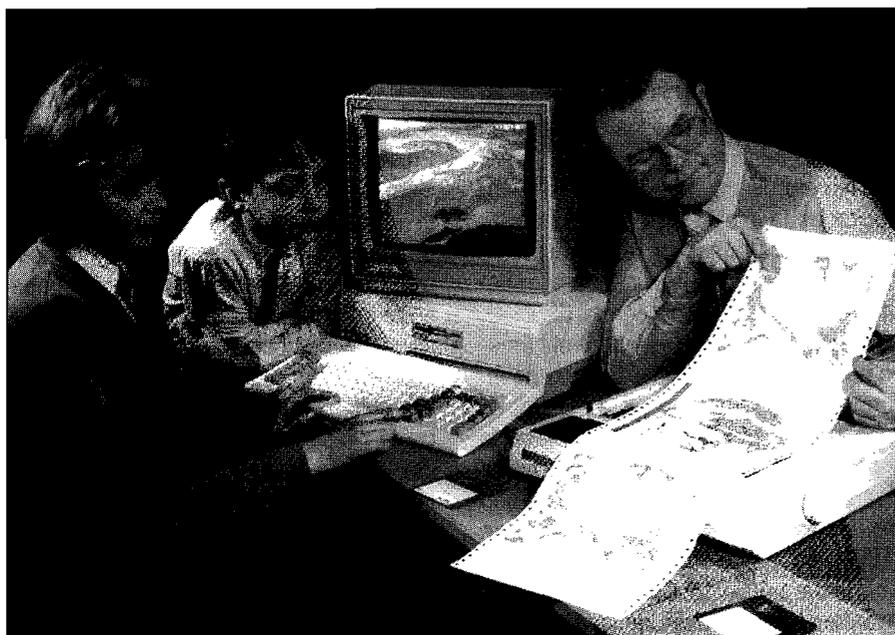
ser la mejor solución, no solo para evitar problemas de abuso, sino para fomentar el mejor uso de la misma.

4. Los miembros de la organización computarizada tendrán que desarrollar una mayor flexibilidad en su conducta comunicativa. Tendrán que aprender a establecer un equilibrio entre el tiempo que pasan frente a la computadora y el tiempo que emplean en sus interacciones interpersonales con los otros miembros de la organización.
5. América Latina necesita lanzar un programa de investigación sobre el impacto de la comunicación computarizada en las organizaciones, desde modelos teóricos autóctonos que incluyan las realidades culturales, económicas, políticas, tecnologías y sociales de sus pueblos. ●

REFERENCIAS

- CLAMPITT, P.G. (1991). *Communicating for Managerial Effectiveness*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- DANIELS, Tom D. y SPIKER, Barry K. (1994). *Perspectives on organizational communication*. 2nd. Ed. Dubuque, Iowa: WM. C.Brwon Publishers.
- GATES, B. with N. MYHRVOLD y P. RINEARSON, (1996). *The road ahead*. New York, N.Y.: Viking Pinguin.

- GARTON, L., y WELLMAN, B. (1995). "Social impacts of electronic mail in organizations: A review of the research literature". In: B.R. Burleson (Ed.). *Communication Yearbook/18*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, pp. 434-453.
- GRATZ, R. D., y SALEM, P. J. (1984). "Technology and the crisis of self". In: *Communication Quarterly*, 32, 98-103.
- HILTZ, S. R., JOHNSON, K., y AGLE, G. (1978). *Replicating Bales problem' solving experiments on a computerized conferencing system*. Report 8. Newark, NJ: New Jersey Institute of Technology, Computerized Conferencing and Communication Center.
- HILTZ, S. R., y TUROFF, M. (1978). *Network nation: Human communication via computer*. Reding, M.A. Addison-Wesley.
- HUBER, G.P. (1990). "A theory of the effects of advanced information technologies on organizational design, intelligence, and decision making". In: Fulk, J., and Steinfield, C. (Eds.), *Organizations and Communication Technology*. Newbury, CA: Sage Publications.
- JOHNSON, C.B. (1994). "Information technologies in organizations". In: Pace, R.W., and Faules, D.F. *Organizational Communication*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, pp. 156-170.
- JONES, S. J. (Ed.). (1995). *Cyber Society: Computer-mediated communication and community*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- LATAMORE, G. B. (1988). "Why everyone works smarter when they're connected". In: *Working Woman*; October.
- LAVIN, D. (1996). "Europe strives for a first-class Internet." In: *The Wall Street Journal*, March 15.
- MCLUHAN, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. New York.
- MEISNER, N. B. (1980). "The information bus in the automated office". In: N. Naffah (Ed.), *Integrated office systems: Burotics*. Amsterdam: North Holland.
- PARKS, M. R. y FLOYD, K. (1996). "Making Friends in Cyberspace". In: *Journal of Communication* 46(1), pp. 80-97.
- RICE, R. E., y CASE, D. (1983). "Computer-based messaging in the university: A description of use and utility". In: *Journal of Communication*, 33, 131-152.
- ROVEDA, C., y CIBBORA, C. (1981). "Impact of information technology on organizational structures". In: *Microelectronics, productivity and employment*. Paris: Organization for Economic Cooperation and Development.
- SPROUL, L., y KIESLER, (1986). "Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication". In: *Management Science*, 32, 1492-1512.
- STEINFELD C. W. (1992). "Computer-Mediated Communications in Organizational Settings. Emerging Conceptual Frameworks and Directions for Research". In: *Management Communication Quarterly*, 5, 3, 348-365.



El público es cada vez más exigente con respecto a la calidad de los mensajes. Sin las NTIC esa calidad es más difícil de lograrla.

Opinión pública, medios y ciudadanía

Tradicionalmente, las encuestas se han utilizado electoralmente, han sido muy importantes para hacer política y conquistar poder político. Sin embargo, redefiniendo sus usos y valoraciones, ellas pueden ser muy útiles para construir un nuevo protagonismo ciudadano en la comunicación política. En suma, las encuestas o sondeos de opinión pueden ser un renovado instrumento para otorgar palabra y ethos democrático.



Las encuestas forman hoy parte del panorama político de nuestros países y sus precarios procesos de modernización. Su fuerza no está solo en producir datos sobre la opinión ciudadana, sino en la publicación de sus resultados en los medios masivos, haciéndose ampliamente visi-

bles. Utilizadas desde hace un buen tiempo para contiendas electorales, estas miden la aceptación de candidatos y pueden ser un factor clave que incline la balanza hacia un lado u otro. En no pocas ocasiones, estas informaciones cuantitativas determinan alianzas, retiros y redefiniciones de campañas, o influyen en los cálculos políticos de ciudadanas y ciudadanos para evitar votos perdidos e inútiles, para situarse en las minorías o inclinarse hacia la tendencia mayoritaria. Con ellas se hizo y se hace política

para conquistar poder político en la actualidad.

Manifestación de la palabra ciudadana

En los últimos tiempos, nuevos usos han permitido evidenciar contentos y descontentos de la población frente a las gestiones gubernamentales o las decisiones políticas de diversos actores. De alguna manera, los sondeos de opinión expresan el sentido común y el sentir de los pueblos, evidencian sus más elementa-

ROSA MARÍA ALFARO, peruana. Directora del departamento de Investigación de la A.C.S. Calandria (Perú), integrante de la Red de Comunicación del CEAAL. E-mail: rmaria@caland.org.pe

les demandas. No son solo una herramienta del poder, sino una forma de manifestación de la palabra ciudadana casi siempre opaca o encubierta. Sin embargo, todo ello sigue siendo aún un camino moderno pero de sentido tradicional, en la medida en que su finalidad no es la participación ciudadana ni su irrupción en el escenario, sino que obedece a una lógica de interés para la construcción de hegemonías, conducida por los protagonistas y profesionales de la política, en colaboración con los medios.

Validado el instrumento y sus relativas pero creíbles utilidades, podemos transformarlo para encaminar otros sentidos. Para ello hace falta redefinir sus usos y las valoraciones en las que se enmarca para nuevamente regresar a esta metodología específica y reajustarla. Los compromisos a los que aludimos se refieren al ejercicio democrático -siempre tan debilitado en nuestros países- y a la necesidad de avanzar en la conformación de culturas políticas ciudadanas y éticas. Importa crear otros circuitos de transformación del ejercicio político, poniendo el énfasis en la participación y la solidaridad. Así, podemos llevar a favor y no a costas, un renovado instrumento que puede otorgar palabra y *ethos* democrático. La capacidad humana de preguntar es una cualidad que puede mover montañas y fomentar democracia en medio de

tanto autoritarismo. Todo depende de qué y para qué se interroga, a quiénes y cómo se hace. Aquí, cualquier atrevimiento puede ser altamente significativo.

Mirarse en las imágenes de un prisma ciudadano

Se trata, más bien, de evidenciar cómo somos los ciudadanos de un país, mediante un conjunto de sondeos. Que nuestros públicos se vean a sí mismos, que puedan ubicarse en percepciones, opiniones, valoraciones y comportamientos del conjunto. Importa saber cuán comunidad somos y qué diferencias nos conforman, identificar discriminaciones y encuentros. Una encuesta nueva debería convocar a que esa visibilidad sea autorreferencial. Es decir, se trata de acumular una información que conduzca a interrelaciones mutuas y permita reflexividad, que se convierta en formativa.

Pero, los estudios de opinión pública no debieran ser un solo espejo aglutinador, sino un prisma de múltiples caras. Se trata de dar cuenta de la complejidad y de las múltiples diferencias existentes, inclusive de exclusiones y desigualdades. No solo interesan las tendencias generales sino las más específicas. No solo importa el gran porcentaje sino de qué está compuesto y cuáles son las minorías o si conforman nuevos pensamientos y sentidos que se ponen a la disposi-

ción pública. Lamentablemente, muchos medios solo se interesan por el porcentaje mayor, tienden a simplificar homogeneizando la riqueza de la vivencia y la valoración ciudadana. Si bien hay un gran interés en los medios por este tipo de información, se reduce su utilidad de aprendizaje.

Convocar para invitar a ubicarse en las palabras de otros es otro sentido de la presentación pública de los sondeos. Las autoridades podrán ser calificadas, dar cuenta de cuánto se les conoce y aprecia, cuándo y por qué se les critica. Igualmente, los líderes pueden pulsar cómo son aceptados o cuestionados, en una sociedad tan amplia y diversa, donde las relaciones directas con todos son imposibles y en la que las apreciaciones subjetivas son difíciles de expresar o comunicar. Imperiosamente, se nos obliga a establecer coincidencias y discrepancias que permitan entender lo que nos une y lo que nos separa y qué posibilidad de llegar a acuerdos existen. Se trata de enfrentarse al otro y adquirir conciencia de su existencia y el respeto que nos debe merecer.

Profundizar y entender desde temas y sentidos

Los sondeos no son solo una fotografía. No es suficiente conseguir impacto con cuadros estadísticos y sus significati-



Lucas Cavigo, Buenos

Revalorizados, los sondeos de opinión pueden convertirse en un instrumento que permita una mejor comprensión de cómo somos y pensamos.

vos porcentajes. Más bien, estos pueden dar cuenta del conjunto como de ciertos aspectos que permitan una mejor comprensión de cómo somos y pensamos, sobre nuestras expectativas y avances, los puntos de conflicto. Es posible averiguar sobre temas específicos y detenerse en ellos. Así se busca focalizar para provocar profundizaciones, averiguar matices, encontrar ambigüedades, desconocimientos y contrasentidos, los motivos y argumentos de oposición y la estructura de toda complicidad. En esa misma línea importa ubicar las transformaciones que se van gestando o los retornos a que se recurre. Para lo cual hace falta establecer continuidades en este tipo de estudios.

Se configura, así, un mejor conocimiento de la sociedad sobre sí misma y sus sujetos no solo en el nivel normativo del deber ser, sino centrándose en la realidad específica. Se pueden combinar interrogantes sobre valoraciones pero también sobre juicios, como acerca de probables comportamientos y de acciones. Entre las percepciones y las tomas de posición hay mucho por averiguar. Los prejuicios y discriminaciones existentes pueden dibujar lo que requerimos transformar. Se permite, así, oponer consensos y disensos frente a decisiones políticas ya tomadas o por tomar, o frente a comportamientos cotidianos que van conformando los modos de ser y las relaciones existentes entre pares y diferentes.

Los temas pueden ser muchos, pero vale la pena indagarlos por separado para luego confrontarlos: cultura democrática, género, sentidos ecológicos, sexualidad, racismo, etc. Como también centrarse en sujetos o actores específicos. O en ámbitos de desarrollo local, regional, nacional, urbano, rural. Cualquier tipo de intervención gubernamental o privada debiera partir de reconocer la situación de la gente. No es serio proponer cambios a ciegas, destinados al más absoluto fracaso pues no se basa en sentidos empáticos sino en pronósticos objetivamente alejados de la realidad subjetiva de la gente.

Hacia el don de la interpretación colectiva

Los métodos cuantitativos suelen ser duros y simplificadores. Pero hay modos de crear flexibilidad y posibilitar conoci-

mientos más certeros acerca de nuestra complejidad. Hace falta introducir métodos cualitativos para ordenar el sistema, sentido y orden de una encuesta. Las preguntas abiertas y el trabajo previo son indispensables. Seleccionar entrevistas a profundidad, grupos focales, un buen testeo inicial, o un trabajo etnográfico previo (observación), puede ayudar a conformar apuestas y preguntas más acordes a las lógicas y sentidos de los entrevistados. Pero, es también el conocimiento del tema y su solidez teórica lo que permitirá que la pregunta sea significativa, pertinente y generadora de procesos educativos y reflexivos. No es, por lo tanto, la aplicación de un instrumento técnico sino de una metodología que quiere acumular saberes con una intención.

Interpretar suele ser una tarea simplista pues se basa en la mera descripción de informaciones. Ello ha llevado a que muchos periodistas y comunicadores la obvien, quedándose solo en la exposición de cuadros y porcentajes. Así, los ciudadanos no solo no entienden qué significa y cómo se hace una encuesta, sino que al anquilosarse en el dato cuantitativo, el enigma problematizador se diluye, solo se entera y comprueba una información, no se avanza más. La capacidad de pensar y argumentar, de organizar dudas y sospechas, la interpelación a la sociedad quedan fuera del escenario, banalizando no solo la información, sino la capacidad de entender e interpretar la sociedad con sus dilemas y expectativas de futuro.

De allí que interpretar sea una manera de acercarnos a la argumentación, es recuperar la capacidad ciudadana de ligar emociones con ideas, razón con afectividad, estética con ética, asociaciones hoy divergentes entre sí. El sentido común se expone pero no solo para comprobarlo, sino para ser interpelado motivando procesamientos, creación de argumentos, exposiciones a los "porqué", "para qué", "desde cuándo", "en qué sentido", "adónde vamos".

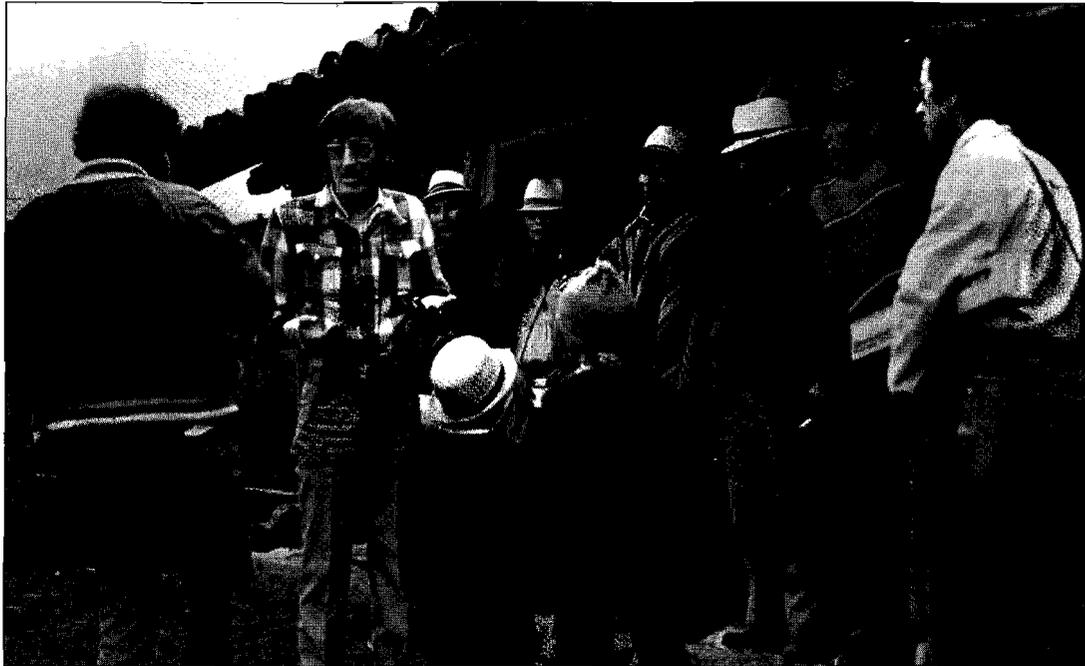
La opinión pública como presión social: un foro público

La presión social y sus modos de ejercerla están en proceso de desuso. Pero, las ganas de protestar y denunciar, el derecho a rebelarse aún permanece, a pesar de que los fuertes procesos de individualización nos pueden llevar a otro

La encuesta de opinión puede tener otro uso, el de hacer visible las demandas de la gente, evidenciar sus rabias y críticas, procesar de manera pública lo que está en cuestión. Se pueden colocar temas nuevos o reiterar la importancia de los de siempre, a partir de la ciudadanía. Se trata de recuperar la idea de foro público ganando este método para ello.

lugar, el de la pasividad. Hay muchos descontentos, sin embargo, hay cierta decepción de la ciudadanía amplia en la eficacia de los métodos tradicionales de reclamar y censurar. Como tampoco se conecta este sentimiento a la necesidad de idear otros modelos de sociedad. Las marchas solo ocurren en momentos de euforia, la capacidad de decir de los ciudadanos se reduce a grupos pequeños y organizados de la sociedad. Pero aparecen nuevas formas y falta encontrar más.

En la última encuesta nacional que realizamos en Perú, se coloca a "las firmas" de efecto constitucional como otra manera de protestar, igualmente la participación en los medios, y renace un nuevo sentido de la marcha más ciudadana que política, más protestante que adherente. El derecho más reclamado, al lado del trabajo, es el de la libertad, el respeto y el reconocimiento, pues cada vez la persona vale menos en el ámbito público de hoy, lo humano se ha echado a perder, la ciudadanía corre el riesgo de ser solo respaldo y dato del cálculo político.



Gale Camión, Ecuador

La visibilización y protagonismo de los sujetos, especialmente de los marginados, son formas de legitimar el derecho a la comunicación.

La encuesta de opinión puede tener otro uso, el de hacer visible las demandas de la gente, evidenciar sus rabias y críticas, procesar de manera pública lo que está en cuestión. Se pueden colocar temas nuevos o reiterar la importancia de los de siempre, a partir de la ciudadanía. Se trata de recuperar la idea de foro público, ganando este método para ello. Hasta hoy, las encuestas han proporcionado datos de interpretación del panorama político y, menos veces, del cívico. Pero no han generado discusiones, más bien han reducido al mínimo su capacidad de interpelación social y política. Si a ellos se unen opiniones y entrevistas y otros datos objetivos, imágenes de la realidad, si se fomenta la interpretación colectiva estamos ante un nuevo hecho moderno y democrático. Se trata de discutir colectivamente resultados de sondeos y confrontarlos con los hechos políticos existentes, desde el escenario público que son los medios.

Los medios como temática y fiscalización

Pero, también los medios pueden ser materia de crítica y aplauso, de reflexión y propuesta. El derecho a la comunicación aún no conformado en nuestros pueblos, puede ir generándose desde el sondeo continuo que trasciende la medición de audiencia y, más bien, permite una

cierta tarea de fiscalización y vigilancia ciudadana sobre los mismos. Desde el consumo hay un acumulado ambiguo de descontentos pero también de complicidad. La falta de un escenario crítico, masivo y amplio, no permite afinar las propias opiniones ni avanzar en sus formulaciones. La oferta se encuentra congelada por la ausencia de una demanda explícita de cambios.

Discutir sobre los medios constituye una tarea moderna. Esta no le corresponde más al Estado, en la línea de defender el respeto a la libertad de expresión y la necesidad de superar una visión controlista autoritaria y de corte político sobre la sociedad civil. El empequeñecimiento del Estado y la redefinición de sus funciones está en pleno proceso de implementación y conflicto. Los medios son espacios públicos y el derecho a la comunicación no es una competencia solo de sus dueños y profesionales, también de los consumidores quienes se van haciendo ciudadanos con los medios frente al escenario político que ellos fracturan y reproducen, especialmente la televisión.

Sin embargo, este margen de los derechos aún no ha sido interiorizado y aceptado por la población, no forma parte de su cultura política. Los medios son oferta y regalo, lugar de satisfacción y cubrimiento de las demandas de información, espacio de reconocimiento moder-

no. Las perspectivas críticas y cuestionantes se ejercitan en el mundo de lo privado, no se conocen, ni estas influyen en la regularización de la oferta. Solo las mediciones de audiencia deciden pero no la opinión de la gente. Estamos más ante una factura de negocio que ante un ejercicio público o un bien común regulable por sus públicos receptores. En ese sentido, la encuesta que coloca a los medios en trance de ser juzgados mediante la opinión ciudadana, permite una visibilización y protagonismo de los sujetos, es una forma de legitimar el derecho a la comunicación. Pero, a la vez, es una herramienta educativa que al ser expuesta y compartida por los medios permitirá poco a poco procesar y confrontar el futuro de la comunicación, la convertirá en tema de agenda y de vigilancia ciudadana.

En la institución que trabajo venimos utilizando los sondeos en los sentidos antes descritos. Averiguamos sobre la cultura política con respecto a los cambios que está viviendo el Estado y la sociedad, en cuanto a la problemática de género y las transformaciones y anquilosamientos que se registran y con respecto a la vigilancia de los medios. Estos últimos se comparan con la observación y análisis de las propuestas discursivas de la información periodística u otros géneros que proponen los medios cotidianamente. ●

UN DILEMA CULTURAL DE FIN DE SIGLO

Con la computadora, el hipertexto, las múltiples formas de la interactividad... es posible construir la novela verdaderamente abierta, como la soñó Cortázar con su Rayuela. El próximo siglo -presagia y se pregunta el autor de este artículo- será el del "libro interactivo y por lo tanto de la imaginación, de la creatividad multiplicada entre el escritor y el usuario de la computadora, del intercambio de ideas entre lectores, de la creación literaria conjunta. ¿O de la destrucción literaria?". Esta y otras inquietudes son, serán, parte de la interactividad y la competencia.



Frankfurter Allgemeine Zeitung, Alemania

UNO

¿Qué habrá sospechado Alicia en ese minuto decisivo, ese fugaz minuto que escapó volando -antes que ella- y atravesó el espejo rumbo al país de las maravillas? Seguramente no sospechó que las bellas, pequeñas y sofisticadas máquinas con las cuales iba a encontrarse cambiarían totalmente la historia de su vida. No. No lo sospechó siquiera y ella también, como el minuto, atravesó el espejo y entró en la

computadora. Y en ese país de las maravillas, que ya no era el mismo de antes, el que alguna vez había visitado, la reina de los robots la perseguía por el largo camino que llevaba hacia el satélite de cristal. Pero Alicia ya no tenía la seguridad de que tarde o temprano llegaría sana y salva a su destino como antes, dependía de quien manejara el computador. Tal vez el niño que lo hacía decidiera que ella debería ser presa por la reina de los robots y dejarla detenida

para siempre en la laguna de los encierros, y no regresar jamás a casa, o tal vez decidiera convertirla en pájaro y regresar a casa volando.

El final ya no pertenece a quien la había creado y mucho menos a ella... Y esa incertidumbre sobre el final de la

KINTTO LUCAS, uruguayo. Escritor y periodista, corresponsal en Ecuador del Servicio Informativo de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI). Colabora con los diarios *Expreso*, de Guayaquil, y *El Comercio*, de Quito.

historia de Alicia podrá pasar con cualquier acontecer. Cualquier mundo podrá ser transformado, cualquier personaje podrá vivir distintas realidades, cualquier final podrá ser transformado, cualquier personaje podrá tener muchos finales. El próximo siglo será el siglo del libro interactivo y por lo tanto de la imaginación, de la creatividad multiplicada entre el escritor y el usuario de la computadora, del intercambio de ideas entre lectores, de la creación literaria conjunta. ¿O de la destrucción literaria?

DOS

El ingeniero de sistemas y escritor de novelas policiales Juan Grompone pregunta a los incrédulos: "¿Por qué la informática no puede humanizar al ser humano? Es decir, permitir que uno acceda a una biblioteca de cinco o seis mil ejemplares, o a una discoteca de tres mil discos, o pueda observar una obra de Rembrandt en un museo que tal vez

nunca pueda visitar, acceder a la ciencia, la historia, o que le ayude a crear nuevas formas de arte a través de un computador es humanizar al hombre".

Y, teniendo en cuenta las palabras de Grompone, pudiéramos pensar en la novela y decir que en la era informática se puede construir una novela verdaderamente abierta, como lo intentó Cortázar con *Rayuela*, como lo intentaron tantos sin conseguirlo. "Con la computadora se puede construir una novela que se va leyendo -dice Grompone- y según lo que se va opinando, las páginas que siguen pueden ser distintas. En el 2001 puede ocurrir que no aceptemos algunos hechos ocurridos en 1970, entonces le cerramos esas alternativas. Participaría de la misma el azar y el tiempo transcurrido; permitiría a un creador literario hacer una obra de fabulosa magnitud, una obra que ya no sería de él sino de todos los que pueden acceder a ella. Y él, a su vez luego puede volver a leerla e introducirle otras alternativas. La novela se humaniza porque el lector participa de verdad... Al leer *Rayuela*, por ejemplo, nos enterábamos de todas las variantes que se le habían ocurrido a Cortázar; en una computadora no pasaría eso porque permitiría dejar leer las variantes, según la opinión de cada uno sobre el hecho anterior".

TRES

¿Pero qué será del libro se preguntarán muchos? ¿Y yo también? En todo caso, la industria editorial del mundo desarrollado, ni lerda ni perezosa, frente a la presión de los medios audiovisuales ya ha puesto en marcha asombrosos estereogramas en tres dimensiones que están abriendo paso al libro interactivo. Pero estos libros no pertenecen al mundo de la literatura (como sí pertenecen las novelas interactivas a través de la computadora), ni de la cultura clásica, ya que solo el ocio, la imaginación, el dibujo y los recursos electrónicos trasladados al papel, están en la base de estos libros. En realidad, son libros para jugar (niños y adultos), para combatir el estrés e, incluso, para desentrañar misterios que conducen a importantes premios.

Los libros para los ojos se han convertido en la novedad de estos últimos tiempos y seguramente

acapararán las ventas del próximo siglo. Más de un millón y medio de ejemplares llevan vendidos en Estados Unidos y un millón en Japón. En *El ojo Mágico*, de N.E. Thing, bajo su apariencia plana y tradicional, los estereogramas esconden nuevas imágenes en tres dimensiones. Las imágenes tridimensionales están formadas con puntos distribuidos de forma aleatoria que han sido generados por computador. El lector-espectador-jugador se sumerge, lo mismo en el mar que en una selva. Es una ilusión óptica que transporta el libro al mundo de la imagen. Estos libros están hechos pensando en que cada vez la gente lee menos y que en el próximo siglo esa situación se agudizará, por lo tanto había que eliminar letras.

Y si bien la lectura de novelas abiertas a través del computador es una salida en la que el lector puede participar, no elimina la lectura, que para algunas personas siempre resulta tediosa. El periodista y escritor español, Arturo Pérez Reverte, señala que para mantener la lectoría, sea a través del libro o del computador "el único camino es bajar a la arena y utilizar las armas que utilizan los enemigos de la literatura que son el cine y la televisión. Hay que ponerle trampas al lector para que entre al trapo y se mantenga fiel. El novelista en su torre de marfil se dedica a escribir algo absolutamente ajeno al mundo en que vive, a hacer esa obra maestra comprendida solo por mentes exquisitas".

CUATRO

En lo que respecta a la cultura, no hay dudas de que la tecnología nos depara un comienzo de siglo lleno de innovaciones y tal vez, aunque no queramos, habrá que asomarse al próximo milenio para ver y escuchar, más que para leer.

Pero esta era de la imagen y la interactividad es también la era de la competencia. La sana competencia (es decir la emulación) en la vida cultural ha mantenido la capacidad de un sistema para progresar, cambiar y conservar un alto grado de innovación. La competencia creada con miras a estimular la creatividad, elogiar lo mejor y a superar el promedio, ayudó a crear las obras maestras del Renacimiento en Europa, *Bajo el volcán* de Malcolm

Y en esa realidad de la cultura, como una mercancía en el dios mercado, no es difícil suponer que se agudizará el hecho de que los creadores culturales busquen, cada vez más, una celebridad instantánea y masiva pagando cualquier precio, haciendo cualquier cosa. El fin justifica los medios. No importará haberse vendido mil veces. La meta fundamental será tornarse célebre.

Lawry, el Guernica de Picasso y mucho más. Pero la competencia transformada en ideología de la competencia, como propone el nuevo credo neoliberal, puede desdibujar totalmente la cultura. Puede ocurrir que para competir, las obras de teatro se tornen cada vez más banales -lo que de hecho está ocurriendo-; o que los pintores conciben sus obras de arte solo pensando comercialmente -lo que también cada día ocurre más- y solo produzcan lo que se vende, sin tratar de innovar el arte; o que los escritores solo se dediquen a la frivolidad.

A pesar de su popularidad actual, la ideología de la competencia está lejos de ser una respuesta eficiente y efectiva a los problemas actuales de la cultura. La competitividad puede hacer una contribución limitada en términos de eficiencia y profesionalismo en las diversas áreas de la cultura; pero, lamentablemente, no es esa la competencia que parece vislumbrarse para el comienzo del próximo siglo. El hecho de que el Estado se retire del auspicio y promoción de la cultura, y la

empresa privada muchas veces apoye solo lo que le da réditos económicos, transforma la competencia cultural en una competencia económica y, por lo tanto, lo cultural se desvirtúa. Y en esa realidad de la cultura, como una mercancía en el dios mercado, no es difícil suponer que se agudizará el hecho de que los creadores culturales busquen, cada vez más, una celebridad instantánea y masiva pagando cualquier precio, haciendo cualquier cosa. El fin justifica los medios. No importará haberse vendido mil veces. La meta fundamental será tornarse célebre.

Enrique Pinti, uno de los mayores actores argentinos, decía hace poco que: "Los actores jóvenes ya no se preocupan por desarrollar competencia en el terreno dramático o en la comedia. Recién comienzan y ya quieren aparecer en televisión. Son capaces de cualquier cosa por lograrlo. Prefieren aparecer en las tapas de las revistas por hacer tal o cual bobada en un programa exitoso, antes que ser reconocidos como buenos actores". Y lo que ocurre en el mundo actoral se puede generalizar a la

creación cultural, pues en los últimos años los pocos maestros de la pintura que quedan, los grandes escritores y los grandes grupos teatrales encontraron un molde que mantienen, sin buscar innovar, y el panorama no está como para que surjan nuevos Proust, o Torres García o Shakespeare.

CINCO

Si bien en el comienzo del nuevo milenio, por el lado de la tecnología, se puede democratizar y aportar a la creatividad de diversas áreas culturales como la literatura, por el lado de la economía y la competencia se vislumbra un declive de la creación. Igual que Alicia, ya no sabemos muy bien cuál será el final del cuento, ni si la cultura le importará a alguien en el siglo XXI, ni si valdrá la pena leer un libro en la era de la competencia. En todo caso, en ese mundo diseñado, medido, organizado y fichado por los números, la cultura no está irremediablemente condenada. Y si la economía puede hacer de la cultura una mercancía más, siempre quedará el recurso de la creatividad aunque el mundo ya no sea el mismo. ☛

comunica.org

...la urgente necesidad de crear plataformas públicas de discusión, vigilancia prospectiva del entorno, y acción ciudadana en los foros pertinentes, para evitar que el rumbo que tome la nueva época obedezca solo a objetivos de lucro corporativo transnacional.

Es preciso pensar y crear otras formas de colonizar el ciberespacio.

- Carlos Eduardo Cortés
Chasqui # 62

La Revista Chasqui, CIESPAL
y ChasquiKom en Internet
<http://comunica.org>
info@comunica.org

eskeletra

revista de creación literaria



Reina Victoria 447 y Roca 1-C
Teléfonos: 543 273 / 527 122
Telefax: (593-2) 549 568
Apartado Aéreo 164-B
Quito - Ecuador

Manuales de estilo: entre la utilidad y el anacronismo

Chasqui 62 dedicó una veintena de páginas al tema "Manuales de Estilo". Sobre lo tratado entonces, el autor de este artículo encuestó a periodistas cubanos y a corresponsales extranjeros acreditados en La Habana, pertenecientes a las agencias aludidas en aquellas páginas. Además de las respuestas de los encuestados, José Luis agrega algunas reflexiones personales en torno a este tema.



Mi pregunta: "¿Qué opina usted de los manuales de estilo?", originó dos escenarios. En uno se repiten variantes del bocadillo: "Son objetos anacrónicos, útiles a veces". Y en el otro variantes de: "Son imprescindibles, aunque un poco pasados de moda". Habida cuenta de las sumas de opiniones (a las que agregó los matices de los análisis de Chasqui 62), se observa una incómoda relación cordial entre ambos escenarios.

Por otro lado, ante la actual proliferación de manuales de estilo, un competente periodista opina que por ese camino los comunicadores se van a convertir en manuales de estilo con las mentes colgando. Y otro experto, en cambio, opina que hacen falta todavía más, que sean

reales, firmes, terrenos, persistentes, superadores, etcétera... Tengo, por consiguiente, interés en no perder el beneficio de esta sección para meter baza con mis propias opiniones, al amparo de lo que creo saber y de lo dicho por mis encuestados, y también de la atención que seguramente despertaron los artículos publicados aquí en junio de 1998.

Comienza diciendo uno de ellos, firmado por Martín F. Yriart: "Dos importantes periódicos argentinos, los diarios *Clarín* y *La Nación*, han publicado recientemente sendos manuales de estilo. Ambos son reveladores de las tendencias actuales en la evolución del papel que algunos medios de comunicación se atribuyen frente a la sociedad, y de las estrategias que adoptan para asegurarse lo que perciben como su cuota deseada de poder".

Pues bien, debe parecer legítimo que

publicaciones específicas se ocupen de alistar sus específicos manuales de estilo. No hay nada criticable en el hecho mismo. Están en su derecho. Un manual de estilo es sencillamente una posibilidad al arbitrio de toda empresa editorial desde los tiempos de Gutenberg. En cuanto al "papel que se atribuyen frente a la sociedad", no solo los periódicos y los medios de comunicación en general, todo el mundo se atribuye por lo menos un papel frente a la sociedad. Otra cosa es que se le reconozca. "Asegurarse lo que perciben como su cuota deseada de poder", debe parecer correcto, porque todas y cada una de las publicaciones poseen esa cuota o la buscan con mejor o peor suerte e intención. Ya se sabe (lo sabían incluso los aedos): "Información es poder".

En otra parte, bajo el subtítulo "La obsesión por el estilo", dice Yriart: "La pre-

tensión de legitimarse socioculturalmente en las industrias editoriales a través de la publicación de libros de estilo, no requiere un análisis demasiado amplio. Es la extensión, a los medios de comunicación, de la respuesta de otras industrias a los reclamos de los comunicadores. Proclamar la calidad del producto, a partir de la idoneidad del proceso de diseño y fabricación, parece ser una consigna de la era...". Efectivamente lo es. Y debe ser así en una época cada vez más competitiva y generalizante. En todo caso, no debe menospreciarse una "obsesión" de signo positivo. Ojalá las industrias editoriales se legitimen todas ellas. Y si lo consiguen mediante una superpresencia de manuales de estilo -que lo dudo todo el tiempo- pues muchísimas felicidades. En cuanto a la forma, es verdad que puede resultar chocante que una publicación seria se vea precisada a proclamar su pretensa calidad como si se tratara de la calidad de un par de zapatillas deportivas, pero, en último análisis, no es una relación irreconciliable si la observamos a la luz de los tiempos que corren... Debe entenderse que ningún manual o libro de estilo, como ningún par de zapatillas, puede hacernos daño a menos que esperemos más de lo que pueden dar.

En el cilindro

Sucede en ocasiones que se intenta adaptar el manual de estilo a una determinada y muy personal capacidad de valorarlo y practicarlo. En otras palabras: se le tiende un lecho de Procusto en curiosa versión mental. Sucede también que se le define solo por sus inevitables defectos (iba a decir "humanos defectos"), y de ahí que, defectos sobre defectos, para no pocos comunicadores el manual ha llegado a convertirse en una suerte de dinosaurio dentro de un paréntesis de hielo. Con frecuencia es repudiado como aquellas señoras venezolanas repudiaban el machismo, o sea, con un feminismo machista. Vivimos una época en que suelen quererse las respuestas antes de las preguntas, y debe admitirse que un buen manual de estilo, convenientemente desplegado en el inconsciente del comunicador (como una película en cámara lenta), se acerca con creces a tal pretensión.

Desde su línea de sombra, el manual no dice qué (de mucho) puede hacerse, sino qué (de más bien poco) no puede

hacerse. Su utilidad en la diaria faena es tan clara como una medalla en el pecho, y cuando se sabe que está ahí, el texto marcha bien. Que proliferen es loable, aunque algunos parezcan padres aburridos en medio de la verbena. Y lo ideal es que cuando llega la hora de la porrección del nuevo comunicador, el editor ponga en sus manos, antes de hablar de dineros y otros "articulares", el correspondiente manual. Entonces, el editor debería decir: "Gózalo como se merece, explóralo en su máxima extensión, y no escuches a quienes lo reducen al rincón diciendo que este mensajero vuela por completo fuera de la creatividad".

En cuanto a que los manuales de estilo se conviertan en "obras de referencia para todos", en "productos vendibles", eso es ya un disparate. Es como la transformación del doctor Jekyll en mister Hyde. Los manuales de estilo dejan de serlo y se transforman en escalofriantes folletones de gramática y ortografía.

Preciso es admitir que los manuales de estilo bien hechos se encuentran muy comprometidos por los mal hechos, y que en general el campo de los manuales sufre descrédito por exceso de concurrencia. Pero este daño es solo superficial. La abundancia de los malos no demuestra nada contra el principio mismo.

Volviendo al artículo de Yriart, se lee en cita desmesurada que Aristóteles, Horacio y Quintiliano consideraban el estilo como una cuestión eminentemente técnica, relacionada con los géneros y los auditorios; pero, ¿qué tiene que ver tan dramática relación con los dos metros de tierra que cubren los manuales de estilo? También es errado citar la "epigramática" frase de Bouffon (*le style c'est l'homme même*) por la sencilla razón de que Bouffon pensaba en todo menos en los manuales de estilo al acuñarla. Y la desmesura es completa al terminar citando a Joyce y "la estética literaria que subyace en sus novelas". El propio Bouffon calificaba ese género exagerado de citas con otra frase epigramática: *Coup de théâtre*.

Verse

En otro de los artículos aparecidos en *Chasqui* 62, Hernán Rodríguez Castelo compone la siguiente definición del estilo: "El estilo es lo que distingue y caracteriza por igual a la escritura de un autor que a una obra o a conjuntos, a veces vastos, de obras -estilo recocó, por ejemplo...

Un manual de estilo impone -para aquellos sobre quienes cobra autoridad- ciertas elecciones, allí donde cabía vacilar entre dos caminos".

Imposible no estar de acuerdo con Rodríguez Castelo. Incluso la frase: "sobre quienes cobra autoridad", sugiere una ecuación: "Autoridad" -que emplea y paga convenientemente- exige el cumplimiento de ciertas y determinadas normas "sobre quienes -efectivamente- cobran". ¿No es una falta de educación no estar de acuerdo?

Otra cosa es mejorar los manuales de estilo. Otra cosa es cerrar filas para abolir la proverbial estupidez de muchos, solazados desde mitad de siglo en una especie de compulsión anal. En este sentido, ejecutivos y comunicadores, editores y lingüistas han de concebir juntos a las criaturas. Sin muecas, sin marionetismo, libres de machaconeos sobre lugares comunes, evitando una precisión rigurosa y condescendiente, sin auto-complacencia ni coquetería, ni verdades

En cuanto a que los manuales de estilo se conviertan en "obras de referencia para todos", en "productos vendibles", eso es ya un disparate. Es como la transformación del doctor Jekyll en mister Hyde. Los manuales de estilo dejan de serlo y se transforman en escalofriantes folletones de gramática y ortografía.



Los manuales de estilo determinan la existencia de medios conservadores o innovadores, ordenados y rígidamente contruidos o libres y hasta con aire de inspirada improvisación...

de perogrullo, ni esas verdades a medias que tanto hacen recordar los famosos acápites contradictorios de los cerdos de *Rebelión en la granja*, que se decían y desdecían no solo dentro de una misma frase, sino dentro de una misma palabra.

Ya se sabe lo que le pasó a la nariz de Max Eastman cuando Hemingway lo agredió con un voluminoso paquete de manuales de estilo acabados de imprimir. Aunque debe admitirse que al menos en una ocasión, un manual de estilo tan entorpecedor como el de la antigua Pall Mall, sirvió de acicate a un estilista de la talla de Samuel Beckett. Entonces, decenas de editoriales habían rechazado sus manuscritos y el irlandés decidió escribir algunas "cositas sueltas" para Pall Mall. Tajantemente le fueron devueltas con sucesivas notas: "No se ajusta al manual de estilo". A la sazón, el futuro Premio Nóbel, iniciaba una de sus "cositas sueltas" con el siguiente estilo: "Qué importa quien habla, alguien ha dicho qué importa quién habla. Habrá un punto de partida, yo estaré, no seré yo, yo estaré aquí, me diré lejos, no seré yo, no diré nada, habrá una historia de inmediato, alguien va a contar una historia..." Ante la negativa de la publicación, Beckett apretó los dientes y escribió: "No poder abrir la boca sin proclamarlos a título de congénere, he aquí a lo que intentan re-

ducirme. Menuda astucia si me logran adaptar a un estilo del que imaginan que nunca podré servirme sin reconocerme de su tribu. Voy a arreglarles yo la algarabía, de la que no entiendo nada, no más que de las historias que ese estilo acarrea como perros muertos".

Una joyita

El manual de estilo de mejor recordación de que hay noticias lo forjó C.G. Wellington a finales del siglo pasado. Obtuvo un reconocimiento unánime en Norteamérica y Europa, y fue copiado en casi todas sus partes por las más importantes publicaciones. Wellington era el editor de *Kansas City Star*, donde colaboraban Jack Lodon, Sherwood Anderson y John Reed, entre periodistas de pura raza.

"Fueron las mejores normas que aprendí en mi vida -recordaba Hemingway-. Uno estaba obligado a aprender a escribir una oración afirmativa sencilla... Las frases debían ser naturales. Uno aprendía a no emplear dos palabras donde bastaba una sola y a ser descriptivo... Las expresiones en argot o *slang* debían ser frescas y no haberse convertido en lugares comunes (*slang to be enjoyable must be fresh*), esa era la cuestión. Uno aprendía a priorizar los verbos, porque es nuestra obligación ofrecer acciones, y a

eliminar todos esos adjetivos que carecen de significado concreto, sobre todo 'espléndido'... Había que ser positivo. Uno nunca podía escribir que alguien había sido herido seriamente, porque el código era muy claro al respecto: 'Todas las heridas son serias, a lo más que se puede aspirar es a describirlas como leves o peligrosas'".

Para acabar

La concepción de la lengua y el estilo como una pareja de trovadores senegaleses a las puertas del teatro dei Piccoli es tranquilizadora, como lo es la contemplación de un bocadillo de jamón cuidadosamente envuelto. Pero lo cierto es que en muchísimas ocasiones lengua y estilo resultan tan clamorosamente inagrupables como la noche de San Bartolomé y una huelga.

En su artículo, Hernán Rodríguez Castelo dice: "El otro campo al que los manuales de estilo atienden es la lengua. Estos manuales diferirán sin duda en lo que es 'estilo' del medio dentro del cual prescriben -en sus aspectos semióticos, de orientación informativa, de modelos de escritura, que son los que le confieren su autoridad-. Tales normas producirán un medio conservador o uno innovador; uno ordenado y rígidamente construido, frente a otro libre y hasta con aire de ins-

pirada improvisación; uno de escritura estandarizada, sabia y discreta, y otro de escritura ingeniosa, brillante hasta coloidal. Pero hay algo en que todos esos medios de comunicación coinciden: han de estar escritos con corrección y propiedad idiomática".

La anterior es una formulación que debe suscribirse hasta el final. Entre otras cosas explica satisfactoriamente la dicotomía que expone Yriart (no sin cierta incomodidad): "Es fácil observar en un extremo -el que ocupan la práctica de agencias noticiosas internacionales como Reuters y AP- el propósito de imponer a sus productores un estilo neutro, uniforme, imperceptible, apto para el más amplio número de receptores, incluidos los más exigentes en cuanto a calidad de información. En el otro -donde a solo título de ejemplo se puede citar el diario español *El País*- se registra una efervescente creatividad formal, tanto en lo que se refiere al léxico, como a los recursos retóricos o a las estructuras textuales, destinado a gourmets cotidianos de la lectura, más interesados en la sorpresa retórica que en la claridad y consistencia del significado", todo lo cual sería oscuridad, uno de los más elementales y gra-

ves defectos periodísticos, que en este caso Yriart confunde con una de las lícitas (y extensamente practicadas) alternativas que explica Rodríguez Castelo en su formulación.

Por demás, Yriart escribe con "no neutra simpatía" sobre la (¿llamada? ¿autollamada?) "Biblia de los periodistas", aludiendo al para mí cuestionable manual de AP, que en uno de sus párrafos dice: "El énfasis de este manual está puesto absolutamente en lo técnico y las declaraciones de principios o autoalabanza institucional brillan por su ausencia". ¿Cierto? Sea suficiente señalar de otro párrafo: "De modo que ahora tenemos un libro de estilo, pero también una obra de referencia". Vaya modestia. Pero el colmo es que el mismo manual aparece subtítulo como "La Biblia de los periodistas". Por favor. La Biblia de los periodistas, al igual que la de todo creyente o no creyente, ha de ser la *Santa Biblia*, preferiblemente la de Casiodoro de Reina.

Detritus

Jorge Semprún dijo: "Se hace necesario que los comunicadores dejen de ser propagandistas para convertirse en pen-

sadores". Y aunque no lo parezca tanto, los manuales de estilo están llamados a contribuir con su papel auxiliar e influencia conceptual para que un día esa necesidad sea un hecho magnífico.

Como sucede con muchísimas cosas escritas, no pocos manuales de estilo se repiten hasta la saciedad, y ellos han demostrado que son más accesibles que otros cuerpos a la decrepitud. Pero la diferencia entre un manual bueno y un manual malo debe parecernos hoy más evidente que nunca. A los malos, pues, hay que barrerlos, deportarlos, o mejor, quemarlos *in púribus*, delante de todo el mundo.

Y entre todos a quienes atañe la aparición de los nuevos manuales, serán los comunicadores máximos responsables de marcar sus pautas, haciéndoles ceder aquí, evitando esa zona baldía allá, condenando en una palabra cualquier asomo estupefaciente, mediante una faena invertida de corrección que solo es posible si nos dedicamos a usar un español más claro, más hermoso, más reconstituido, más profesional e intachable y todavía más urgente. ♦



Tecnología para fortalecer el movimiento de radios populares, educativas y comunitarias en América Latina

aler

Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica

Valladolid 479 y Madrid
Casilla 17-03-4639 - Quito, Ecuador.
Tel.: (593-2) 524 358 Fax: (593-2) 503 996
E-mail: aler@aler.org
Página electrónica: www.aler.org.ec

Revista hombres de maíz

La única revista centroamericana especializada en el desarrollo humano.

Suscripción por un año: 12 números

Centroamérica	\$ 40
América Latina	\$ 60
USA	\$ 70
Europa	\$ 80
Otros países	\$ 90

Envíe su cheque a la orden de Asociación Hombres de Maíz. Apdo. 317-10002, Paseo Estudiantes, San José, Costa Rica; o deposite giro bancario en la cuenta del Banco Nacional de Costa Rica No. 0605723-6.

Mayor información:

Tel. (506) 222-96-58 / 257 80 53
Fax: (506) 257 80 63. Apdo. Postal: 317 1002 Paseo Estudiantes, San José, Costa Rica.

Manuales de estilo: ¿Y en qué quedamos?



Hernán Rodríguez Castelo retoma el tema de los "Manuales de Estilo" tratado en Chasqui 62. Analiza los diversos enfoques de los artículos presentados en dicho dossier para responder a la pregunta ¿qué son y para qué sirven los manuales de estilo?

Leo en el penúltimo número de *Chasqui* -el 62, de junio- el cuadernillo dedicado a los "Manuales de Estilo" y quedo con la impresión de que el lector que haya necesitado de definiciones acerca de qué son exactamente y para qué sirven real-

mente tales manuales debe haberse quedado perplejo.

Porque el primer texto -del que me confieso autor- le ha dicho que hay manuales de estilo que responden a expectativas y cumplen funciones muy precisas, como es -se ha dicho allí- la de orientar a los redactores de una publica-

ción periódica hacia una forma de redacción y presentación de sus materiales -con miras a lograr la fisonomía característica de esa publicación-. Ello se hace más útil y hasta indispensable cuando los redactores de esa publicación, por la razón que sea, están dispersos, proceden de no menores maneras de dispersión y requieren de tal orientación. Esto resulta, sin duda, positivo.

Pero el mismo texto ha alertado contra un efecto negativo de manuales en extremo meticulosos y preceptivos: el empobrecimiento. Una total uniformidad nunca puede lograrse en la riqueza y originalidad -que tanto dependen de genio y aliento individual-; se la logra en los niveles más bajos de la producción -allí donde han desaparecido inventiva y creatividad-.

Pero he aquí que otro de los artículos anuncia nada menos que "un libro común para todos los medios de comunicación en español", "un manual de uso del español periodístico con el acuerdo mayoritario de toda la prensa del mundo hispanohablante" (Gómez Font, "El Manual de Español Urgente de EFE").

Cosa tan descomunal se justificaba de modo bastante minúsculo: "estamos en un momento en que todos nos copiamos" -dicho de manuales y libros de estilo-.

Esto se contradice expresamente en otro artículo: "No hay dos libros de estilo periodístico idénticos, en la medida en que cada uno refleja el espíritu y las tradiciones del medio del que emana y al que se dirige" (Joaquín Amado, "ABC: ¿un libro de estilo más?").

Cosas así nos vuelven al comienzo inevitable del qué son y para qué sirven los Manuales de Estilo.

HERNÁN RODRÍGUEZ CASTELO, ecuatoriano. Escritor y periodista, miembro de la Academia Ecuatoriana de la Lengua.

Lo que no deben ser

Cabe hallar un primer acuerdo entre esas voces procedentes de ópticas tan diversas en el límite negativo: qué no deben ser los Manuales de Estilo.

No deben ser -no pueden ser- ni diccionarios amplios ni gramáticas completas. No pueden ser tampoco libros de sistemática y rigurosa teoría. (Libros con bases teóricas, como el *Curso general de redacción periodística* de José Luis Martínez Albertos o mi *Redacción periodística* -de CIESPAL- son tratados de redacción periodística; no manuales de algún medio determinado).

Y hay que añadir en esta ladera del no todo aquello que un artículo trata con apenas velada displicencia: "Declaraciones de principios, enunciados acerca de los fines de la publicación, reseñas históricas sobre el medio". Todo esto, en rigor, no pertenece a un Manual de Estilo. "Si algo sobra en los actuales libros de estilo iberoamericanos -escribe Yriart- son las autoalabanzas y declaraciones de principios..."

Destinación eminentemente práctica

¿Y por qué no deben ser nada de esto los Manuales de Estilo? Por su destinación eminentemente práctica.

Son libros de consulta urgente. EFE ha llegado a titular su manual *Manual de Español Urgente*. El de ABC, nos dice otro artículo, se pensó como un "recordatorio de normas básicas".

Es, en suma, lo que Yriart ha dicho con fórmula tan casera y sustanciosa como la cocina misma: "Este manual debe ser un auténtico "libro de cocina".

El artículo que más contrario pudiera parecer a los manuales le pone como condición para que sean verdaderamente útiles -es decir, para que cumplan con su naturaleza "manual"- que sean "una herramienta de consulta permanentemente abierta sobre la mesa y fácil de utilizar"; "un conjunto mínimo de reglas operativas".

El meollo del "qué"

Entonces estamos frente al meollo del qué: eso en que todas estas voces -y cualesquiera otras- habrán de coincidir.

Sin duda, hay casos en que los Ma-

nuales de Estilo son no solo útiles sino necesarios.

Por aquí podemos comenzar la precisión del qué.

El Manual de Estilo es un libro que se hace cuando va a ser útil y es necesario; y se hace para ser útil y necesario. ¿Cuándo ocurre esto? Esta es pregunta a la que responde el medio que siente esa necesidad y ve esa utilidad.

Por ejemplo, cuando en ese medio trabaja personal disperso -caso especial de agencias noticiosas- o personal no suficientemente bien formado o falto de experiencia.

Reprocha Yriart a ciertos manuales de estilo que, al concluir su lectura, "no se puede menos que pensar que los editores, redactores y cronistas de los medios a los que están presumiblemente destinados: (sic) no saben dónde trabajan, no son periodistas profesionales, son gramaticalmente analfabetos".

Pues hay medios de América Latina donde todo esto acontece, y el Manual de Estilo puede ser la manera práctica de resolver tales problemas. (De paso, un Manual de Estilo podría sugerir que se eviten usos anómalos de los dos puntos, como el perpetrado por el ilustre juez de los pobres manuales para uso de periodistas subdesarrollados).

Ahora bien, ¿para qué la utilidad y hasta necesidad del Manual de Estilo? Para resolver dudas.

El ámbito de la duda

Y aquí damos con la clave del Manual de Estilo: el alcance que sus patrocinadores o autores han dado a la duda.

Un caso mínimo de Manual de Estilo sería el que solo atiende a las dudas que no pueden resolverse en los grandes textos preceptivos -en español, básicamente dos: *Diccionario de la Real Academia Española* y *Esbozo de una nueva gramática de la lengua española* (obras de esa a la que Yriart llama "anciana dama, tan caprichosa como mandona, la Real Academia", lo cual es o pura retórica -mala, de lugar común- o ignorancia de cómo trabajan las Academias del mundo hispánico).

En ese manual solo tendrían lugar esos casos a que esos dos libros de referencia inevitables no atienden y aquellos en que ellos dejan libertad. Por ejemplo: la vacilación tan extensa y profunda en el

español de América entre se venden libros (construcción pasiva) y se vende libros (construcción impersonal). La "anciana dama", mostrando que ni es caprichosa ni es mandona, se pronuncia así: "La construcción pasiva es la tradicional, la que recomiendan los gramáticos y domina enteramente en la lengua literaria" (*Esbozo* 3.5.6.c).

Un Manual de Estilo, que por naturaleza es mandón, debería prescribir cuál de las dos construcciones han de preferir los redactores del medio o institución. Como se verá, esto nada tiene que ver con impreparación de los comunicadores que laboran en ese medio o institución.

Pero hay impreparación en muchos comunicadores que llegan a trabajar en un medio. Y hay manías y fobias. Como eso de omitir sistemáticamente la sangría. Y hay torpezas. Como eso de poner después de un signo de cierre de interrogación un inútil punto, signo claro de inexperiencia. Y entonces el ámbito de la duda se amplía enormemente, y con él no solo la necesidad de un Manual de Estilo, sino la extensión que este debe tener.

Más allá de la denotación, la connotación

Puede darse caso, en rigor, de que un medio no necesite de Manual de Esti-

No siempre el redactor tiene a mano una gramática, ni buena ni mala, y sí tiene su Manual de Estilo. ...la gramática que puede haber a mano no se interesa por sus dudas y sus necesidades específicas, las que, en cambio, son conocidas y sentidas por el medio para el que el redactor aquel trabaja.

lo alguno porque, para dudas, tanto léxicas como gramaticales, le basta con poner al alcance de sus redactores el DRAE -las siglas del diccionario oficial de la lengua española- y un par de buenas gramáticas o diccionarios de dudas. Pero aun ese medio sentirá la necesidad de atender a ciertas dudas que son ajenas al diccionario y la gramática común.

Es el caso de la connotación. Palabras cuya denotación -que es a lo único a que atiende al diccionario; que yo sepa a nadie se le ha ocurrido aún hacer un diccionario de connotaciones- es la misma para cualquier tipo de uso, cobra en ciertos usos connotaciones que han de tenerse en cuenta si se quiere comunicar de modo exacto.

En mi artículo sobre los Manuales de *Chasqui* puse el ejemplo de anciano-anciana y lo que sobre esas voces prescribe el Manual de Estilo de *El País*. La denotación de esas palabras es cosa en la que se ha logrado cierto acuerdo: mayor de 65 años. Pero, en cuanto a la connotación, el Manual advierte: "Sin embargo, estos adjetivos -por el tono peyorativo que puedan tener- solo deben emplearse muy excepcionalmente, y más como exponente de decrepitud física que como un estadio de edad".

Con lo cual nos confirmamos en la conclusión -ya indiscutible- de que los

Manuales de Estilo son útiles, acaso necesarios, y con necesidad de la que quien ha de juzgar es el medio o institución para cuyos problemas comunicacionales se ha elaborado el manual.

(Y hay que insistir: los Manuales de Estilo no son cosa solo de periódicos y agencias noticiosas. ¡Cuánto bien haría a ciertas instituciones como, por poner el ejemplo de dos que en algún momento se interesaron por un Manual de Estilo, el Municipio de Quito o el Ministerio de Relaciones Exteriores del Ecuador! Lo de tiempo y esfuerzos que ahorrarían, al tiempo que mejorarían substancialmente su redacción institucional).

Sobre el cómo

Con lo dicho se ha adelantado mucho sobre el cómo de los Manuales de Estilo. Cada medio o institución debe procurar el cómo ideal, teniendo a la vista destinatarios y usos previstos para el Manual. Pero, en general, hallo coincidencia en que debe ser un libro realmente "manual", por lo cual sus ordenamientos e índices deben hacerlo de manejo expedito.

Sobre sus contenidos, hay otra coincidencia -por más que algún artículo, en un pasaje, parezca discordar con esto: deben arrancar por problemas de corrección idiomática.

Se dice que para qué repetir en ellos

lo que puede hallarse en cualquier buena gramática. Por una doble razón. Primero, porque no siempre el redactor tiene a mano una gramática, ni buena ni mala, y sí tiene su Manual de Estilo. Y segundo, porque la gramática que puede haber a mano no se interesa por sus dudas y sus necesidades específicas, las que, en cambio, son conocidas y sentidas por el medio para el que el redactor aquel trabaja.

La cuestión de la corrección es gramatical. La de exactitud y propiedad es léxica. Y, sin descontar que en toda redacción debe haber el DRAE y acaso otros diccionarios, un buen Manual de Estilo ha de atender a las cuestiones léxicas que el medio o institución enfrenta.

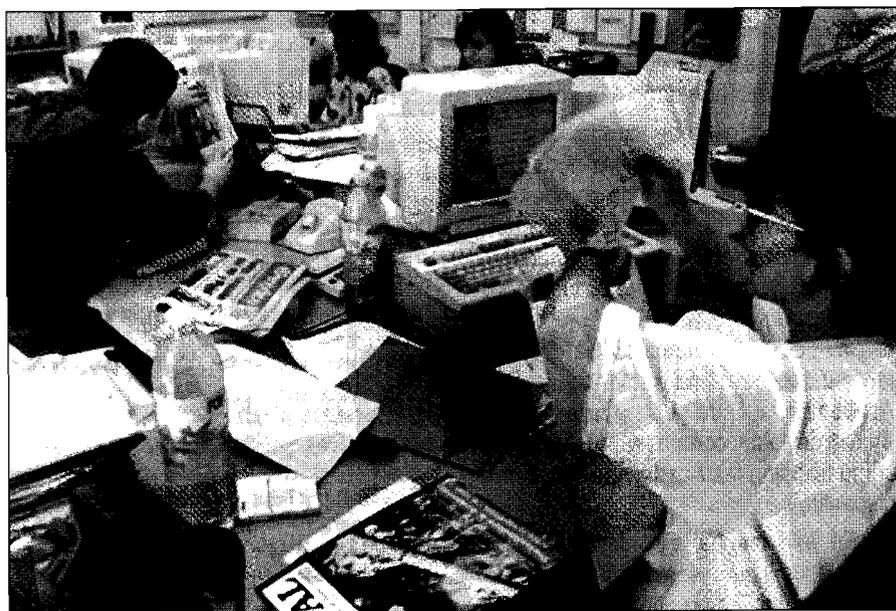
Y viene la cuestión más problemática: la del estilo. Cada manual atenderá a esto del estilo según sus necesidades y posibilidades. Esto se desprende de lo hasta aquí asentado. En cuanto a estilo periodístico, es cosa que plantea problemas teóricos y prácticos de notable complejidad.

Dejada de lado la discusión de tales problemas -ya se ha dicho lo que un Manual de Estilo no es-, un Manual de Estilo periodístico debe atender al estilo. Por ejemplo: la extensión del párrafo informativo es cuestión estrechamente relacionada con el estilo, porque extensión en este caso no es cosa contable -cuántas palabras- sino de calidad dentro de ciertos límites. El párrafo que no exceda el número de palabras fijado deberá ser un modelo de buena construcción, de rigor en la entrega de la información. Todo ello pertenece al estilo periodístico.

Y, por último, un Manual de Estilo deberá extenderse a todas esas "operaciones que garantizan que el producto sea lo que sus editores desean" -que escribió Yriart.

En suma, el manual debería ser el texto que el director del medio o jefe de redacción entrega al periodista que no acaba de entrar en la forma, estilo y técnica de trabajo del medio, evitándose el tener que estar sobre él para informarle y corregirle.

Y en la institución pública que cuenta con un buen manual, el jefe podría decirle a la secretaria: "Tómese un par de días y estudie el manual. Así queremos que se escriba aquí". ●



Capçalera 62, España

Un Manual de Estilo deberá extenderse a todas esas "operaciones que garantizan que el producto sea lo que sus editores desean".

HUMOR Y PERIODISMO CIENTIFICO

Henry Louis Mencken dijo alguna vez: "Una carcajada vale más que mil silogismos" y no le faltaba razón. Esto tiene plena validez, sobre todo, en la divulgación de la ciencia que "suele enfermar de aridez y aburrimiento", como lo señala el autor del presente artículo, quien recupera comentarios de científicos y periodistas, y reflexiona en torno a este sugestivo tema.



"El humor es la única forma de comunicación en la cual un estímulo de un alto nivel de complejidad produce una respuesta estereotipada y predecible al nivel de los reflejos fisiológicos" (Luís Racionero).

El humor constituye una excelente vía para todo lo que suponga explicaciones, aclaraciones y difusión de materias cuyo contenido no siempre es ligero y digerible. Una conocida revista de divulgación científica de la Unesco, *Impacto*, dedicó

MANUEL CALVO HERNANDO, español. Licenciado en Ciencias de la información, profesor en la Universidad de San Pablo, Madrid.
E-mail: mcalvo@terrabit.ictnet.es

su Vol. XIX (1969), Nº 3, al tema "La ciencia del humor, el humor en la ciencia" y, como es bien sabido, filósofos y escritores han abordado el tema, con mayor o menor acierto.

Todos los dioses se hallan amenazados por el humor, recuerda Robert Escarpit en su libro dedicado a este tema: el Ejército, por el alemán Helmuth Kirst; la Ciencia, por el inglés George Gamow; el Comercio, por el francés Jean Dutourd; la Administración, por el inglés Northcote Parkinson.

Aquí hablaremos algo del humor en la ciencia. Hoy, los chistes circulan por el mundo a la velocidad de la luz y son, cada vez más, una de las formas más rápi-

das de comunicación humana. Pagels atribuye esta velocidad a un hecho. Bancos y casas de inversiones mantienen líneas telefónicas abiertas por todo el mundo por si se produce una noticia urgente, donde ganar un segundo puede ser decisivo. Con frecuencia, los operadores a cargo de estas líneas no tienen ninguna información financiera que transmitir, de modo que practican un intercambio de chistes nuevos.

El mismo Pagels recuerda la historia titulada "Francis Crick va al cielo", que oyó por primera vez de labios del biólogo molecular Sydney Brenner. La moraleja es que la evolución no es sistemática ni precisa.

En el humor hay una gran dosis de espíritu crítico. Donde hay humor, hay también inteligencia crítica que, junto con la costumbre de cuestionarlo todo, constituyen las bases del trabajo científico.

Crick, descubridor de la estructura molecular del ADN, va al cielo y allí le recibe San Pedro, quien le pregunta si tiene algún deseo especial que formular.

-Sí, dice Crick, deseo conocer al Hombre mismo y hacerle algunas preguntas.

Pedro responde que no recibe muchas peticiones de esta índole, pero que puede arreglarlo. Atravesan los Campos Elíseos y entran en un oscuro valle cubierto de máquinas ruinosas, piezas electrónicas, vidrios y probetas rotas. En el fondo del valle hay una cabaña y dentro de ella un anciano con un guardapolvos blanco manchado de grasa, sangre y sustancias químicas. Está inclinado sobre una mesa de laboratorio, llena de más desperdicios, y trabaja.

-Francis, te presento a Dios; Dios, este es Francis.

-Encantado de conocerle, dice Crick, pero querría saber cómo hizo el sistema muscular del ala de la mosca. Es tan ingenioso.

-Bueno, responde Dios, lo hice hace mucho tiempo y es realmente muy sencillo. Veamos si lo recuerdo. Se toma un trozo de tela y luego... bueno, se la retuerce bien... y entonces, de alguna manera... entonces se reordenan... se pegan juntas esas cadenas de proteínas... y... bueno, no recuerdo bien todos los detalles. Pero, ¿a quién le importa? Funciona, ¿no es cierto?

Humor y relatividad

El escritor argentino Ernesto Sábado ilustra, por el camino del humor, la dificultad de divulgar algunos aspectos difíciles y complejos de la ciencia, como la teoría de la relatividad.

Alguien me pide -escribe en su curioso y antiguo libro *Uno y el universo*- una explicación de la teoría de Einstein. Con mucho entusiasmo, le hablo de tensores y geodesias tetradimensionales.

-No he entendido una sola palabra -me dice, estupefacto.

Reflexiono unos instantes y luego, con menos entusiasmo, le doy una explicación menos técnica, conservando algunas geodésicas, pero haciendo intervenir aviadores y disparos de revólver.

-Ya entiendo casi todo -me dice mi amigo, con bastante alegría.

Pero hay algo que todavía no entiendo: esas geodésicas, esas coordenadas...

Deprimido, me sumo en una larga concentración mental y termino por abandonar para siempre las geodésicas y las coordenadas; con verdadera ferocidad, me dedico casi exclusivamente a aviadores que fuman mientras viajan con la velocidad de la luz, jefes de estación que disparan un revólver con la mano derecha y verifican tiempos con un cronómetro que tienen en la mano izquierda, trenes, campanas y gusanos de cuatro dimensiones...

-¡Ahora sí, ahora entiendo la relatividad! -exclama mi amigo con alegría.

-Sí -le respondo amargamente-. pero ahora no es más la relatividad.

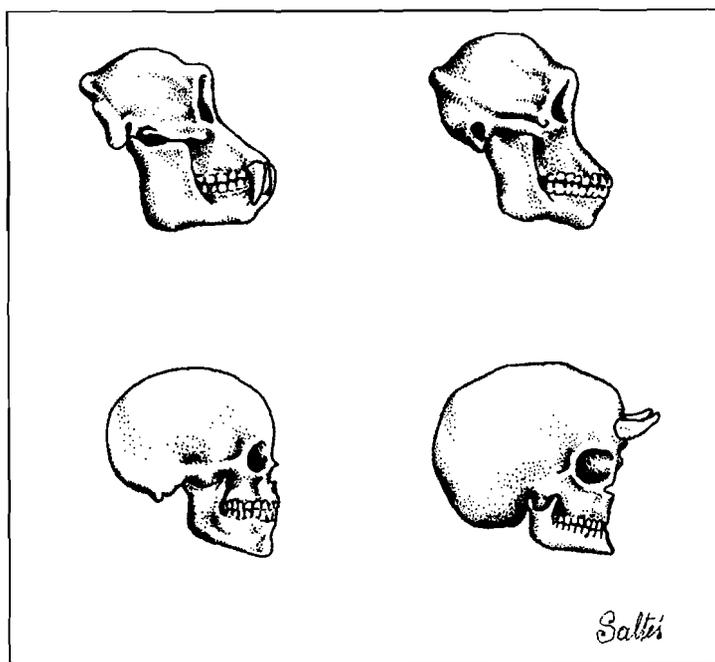
El espíritu crítico del humor

Un toque de humor no le hace daño a nadie, y mucho menos a la divulgación de la ciencia, que suele enfermar de aridez y aburrimiento. "Solo el sentido del humor -dice Escarpit- puede garantizar la disponibilidad intelectual del científico". En el humor hay una gran dosis de espíritu crítico. Donde hay humor, hay también inteligencia crítica que, junto con la costumbre de cuestionarlo todo, constituyen las bases del trabajo científico.

Arthur Koestler, conocido como novelista pero que fue uno de los primeros periodistas científicos europeos, escribió: "Cabría definir la creatividad en la ciencia como el arte de sumar dos y dos para que den cinco". Y Martin Gardner recuerda el consejo del científico H. L. Mencken: "Una carcajada vale por diez mil silogismos".

Un alemán ha presentado dos propuestas en este orden de cosas: la inscripción del derecho al humor en la lista de los derechos humanos y la elaboración de planes de estudios destinados a incrementar la cantidad de humor en el mundo. Yo añadiría que también la calidad.

Hay grandes ejemplos de científicos



dotados de sentido del humor. Uno de ellos era Eddington, que ridiculizó el método científico comparándolo con la red que echa un ictiólogo en el océano, para llegar a esta conclusión: "La longitud de todos los animales marinos pasa de cinco centímetros". Un espectador le objeta:

-Hay una gran cantidad de animales en el mar que usted no ha visto porque su red no sirve para cogerlos.

El ictiólogo rechaza la objeción con menosprecio:

-Pretende usted un conocimiento del universo físico obtenido con un modo distinto al de la aplicación de los métodos de las ciencias físicas y, además, reconocidamente verificable por esos mismos métodos. ¡Vamos! ¡Usted es un metafísico!

Es bien conocida la frase del gran divulgador científico británico Arthur C. Clarke, publicada en su libro *Los secretos del futuro* y que él mismo llamó "la ley de Clarke", en un rasgo de modestia y de humor:

"Cuando un distinguido pero ya maduro científico declara que algo es posible, tiene razón casi con toda seguridad. Cuando declara que algo es imposible, probablemente se halla equivocado".

El principio de Peter

Parece que es norma que el propio autor bautice con su nombre las "leyes" y los "principios" que establece por la vía del humor, en libros que contienen abundantes referencias a temas científicos. Así, el Dr. Lawrence J. Peter es autor de *El principio de Peter, Los personajes de Peter y sus maravillosas ideas, La pirámide de Peter y Por qué las cosas salen mal o retorno al principio de Peter*. Por su parte, el profesor C. Northcote Parkinson tituló su más conocido libro *La Ley de Parkinson*.

Lleva usted su coche a limpiar, y a las tres horas empieza a llover. Se compra usted un paraguas, y cesa la lluvia. Se mete en la bañera para darse un baño caliente, y suena el timbre de la puerta. Se sienta usted en el retrete, y en el momento más crítico suena el teléfono. Esta clase de acontecimientos fue claramente enunciada en la llamada Ley de Murphy: "Si algo puede ir mal, irá mal".

El propio Murphy, en otra ley de las que siguieron al éxito de la primera, la redondeó: "Si adviertes que hay cuatro formas posibles en las que algo puede salir

mal y las evitas, no tardará en surgir una quinta forma".

Otro ejemplo más reciente es la Ley de Murphy II, con extensiones de Cerf, publicada en el divertido librito de Arthur Bloch *Ley de Murphy III. Razones equivocadas de por qué las cosas salen mal* (México, 1988). He aquí unas observaciones de este libro:

Guía útil para la ciencia moderna:

1. Si es verde o se retuerce, es biología.
2. Si apesta, es química.
3. Si no funciona, es física.
4. Si es incomprensible, es matemáticas.
5. Si no tiene sentido, es economía o psicología.

En las *Confesiones de un científico humorista*, el profesor James V. McConnell, de la Universidad de Michigan, cuenta que su sentido del humor le había perjudicado en su carrera, ya que el *establishment* considera a la Ciencia -con C mayúscula, evidentemente- como algo sagrado. El profesor McConnell decía que le habían acusado de inducir a los estudiantes a error "haciéndoles creer que la ciencia podía ser divertida".

Otro científico, Alexandre Kohn, profesor del Instituto de Investigaciones Biológicas de Israel, afirma que una ciencia "seria y sin humor solo puede contribuir al fracaso final de la sociedad en que se ha desarrollado". Kohn era redactor-jefe de la revista *The Journal of Irreproducible Results, J.I.R.* en forma abreviada, con 20.000 suscriptores. Una de las secciones de la revista versa sobre el arte de hacer investigaciones... sin hacerlas realmente.

En uno de sus primeros números, la *J.I.R.* publicó una memoria titulada "Theoretical Zipperdynamics" (*zipper* significa cierre de cremallera), que trataba de tales cierres, simiinfinitos y finitos. Los redactores de la revista crearon un "Premio In-noble", con una recompensa anual para la investigación "menos apta para ser reproducida".

Grandes científicos se han servido del humor incluso para explicarse. O para dar una idea de algo. Recuérdese la célebre quintilla de Einstein sobre la relatividad:

"Había una joven llamada Bright, que viajaba mucho más de prisa que la luz.

"Un día partió por el camino de la Relatividad y volvió la noche anterior".

Un escritor satírico húngaro, Laszlo

Un alemán ha presentado dos propuestas en este orden de cosas: la inscripción del derecho al humor en la lista de los derechos humanos y la elaboración de planes de estudios destinados a incrementar la cantidad de humor en el mundo. Yo añadiría que también la calidad.

Feleki, ha comparado la astronáutica húngara con algunos inventos de su país famosos en todo el mundo: paprika, gulasch y música. Los progresos fulgurantes de la técnica -escribe- le han permitido hacer una excursión al futuro y descubrir en él a uno de nuestros más remotos descendientes, instalado en una caverna y vestido con pieles de animales. El hombre del futuro se servía de sus piernas para caminar, tras desembarazarse de automóviles y aviones. Dio a su visitante este consejo:

-Cuando vuelvas entre tus contemporáneos, díles que no se desanimen. Un día llegará en que el hombre hará inútiles las máquinas. ☛

REFERENCIAS

- ESCARPIT, Robert. *L'Humour*. Versión castellana en Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1972.
- GARDNER, Martin. *La ciencia. Lo bueno, lo malo y lo falso*. Alianza Editorial, 1988.
- PAGELS, Heinz R. *Los sueños de la razón*. Gedisa, 1991.
- PETER, Lawrence J. *Por qué las cosas salen mal o retorno al Principio de Peter*. Plaza Janés, 1985.
- SABATO, Ernesto. *Uno y el universo*. Editorial Sudamericana, 1952.

América Latina: hacia la reforma de la TV Pública

En una época de acelerados procesos de privatización y reducción del Estado, la TV Pública de América Latina enfrenta el inevitable dilema de renovarse o morir. El autor analiza la crisis por la que atraviesa la gran mayoría de canales privados de la región, algunos intentos de reforma, y propone tres elementos básicos para una reforma adecuada que permita su supervivencia: una política nacional de Estado, una programación televisiva según necesidades y expectativas de la audiencia y un nuevo esquema de gestión-administración.



Aquí se entenderá por TV Pública aquella estación que no tiene una finalidad primera de lucro sino otros objetivos. Como excepción, Paraguay y Ecuador no tienen TV Pública. Una revisión detallada de las estaciones públicas muestra que casi la totalidad presenta graves problemas de sobrevivencia; esta situación de crisis puede ser explicada

VALERIO FUENZALIDA, chileno. Profesor, investigador y productor de TV, director de Programación de *Televisión Nacional de Chile*. E-mail: vfuenza@tvn.cl

por tres tipos de razones coalescentes (Fuenzalida, 1997; Fox, 1990).

La mala administración industrial-empresarial. Los canales en crisis muestran una dirección ejecutiva superior cambiante según los vaivenes políticos; tal inestabilidad ha generado discontinuidad en metas y planes empresariales-industriales, y en muchos casos corrupción e irresponsabilidad impunes.

La no-sustentación económica. Las estaciones en crisis no lograron crear

un eficiente sistema de sustentación económica. Se intentó, en la mayoría de los casos, subsistir ignorando los intereses de la audiencia y fuera de la competencia por fondos económicos.

La poca audiencia. A muchos canales se les asignó, de modo más o menos encubierto, funciones de propaganda política gubernamental; pero estos han obtenido una escasa audiencia por su carencia de credibilidad. El objetivo programático de escolarización formal por TV, que se quiso asignar a la TV Pública en

la década de los 60-70, se ha demostrado incoherente con el lenguaje audiovisual y con el carácter industrial del medio, con escasa audiencia e inviable ante la real situación económica y socio-política de la región. Hoy, se estima que la mejoría en calidad de la escuela tiene que provenir de su propia reforma, y se ha superado la fantasía de que la TV remediaría los males de la educación formal. Tampoco goza de legitimidad social el modelo de TV Pública orientado a minorías, a las cuales se ofrecerían contenidos elitarios de Alta Cultura (Orozco Gómez, 1996).

Así pues, según Rafael Roncagliolo (1996, p. 177), en América Latina las estaciones públicas de radio y televisión "ante todo han sido instrumentos políticos más que estar orientados al servicio público, y han fallado en tener un impacto socio-cultural importante".

Los canales públicos que subsisten son aquellos que ofrecen una programación que atrae masivamente a la audiencia; esto es, que no se conforman con una audiencia marginal, sino que compiten por tener una preferencia destacada en la sintonía.

Privatización o reforma

En una época de disminución del tamaño del Estado y con focalización del gasto público en áreas que demuestren rentabilidad social, empresas televisivas mal administradas, corrompidas, sin una programación percibida con utilidad social, carecen de legitimidad y no parecen tener futuro. La TV Pública, si quiere subsistir, deberá proponerse una reforma muy sustantiva como empresa y en una programación televisiva con nuevas funciones sociales y con una utilidad ético-social que la legitime pública y masivamente, o los canales inevitablemente serán sometidos a las presiones privatizadoras.

Tal es el caso de ATO, en Argentina, cuya mala administración y corrupción la llevaron a un déficit de unos 75 millones de dólares, según estimaciones de 1996. Graciela Fernández se ha declarado opuesta a la privatización señalando aspirar al modelo reformado de *Televisión Nacional de Chile*.

Según Magdalena Acosta (1997) la privatización en México de los canales públicos 13 y 7, y la constitución de *TV Azteca*, como una segunda empresa

competitiva con *Televisa*, solo ha conformado un duopolio y no ha procurado una mejoría sustantiva en la oferta televisiva ni una programación socialmente útil. Lo único que ha logrado la privatización es desembarazarse de una industria que el Gobierno mexicano no supo administrar eficientemente ni programar televisivamente.

Esfuerzos de reforma

En algunos países de América Latina hay esfuerzos, con apoyo de organismos internacionales, encaminados a reformar la TV Pública.

Colombia tenía un sistema televisivo inspirado en la TV privada británica. El Estado es propietario de la infraestructura de telecomunicaciones, a la cual postulan programadoras privadas de TV, cuya función es producir y programar espacios para ser transmitidos por la infraestructura televisiva estatal. Las programadoras se financian vendiendo publicidad en sus espacios. Se creía que el modelo inicial produciría una gran diversidad de "voces" sociales; pero, el alto costo de la producción y la necesidad de grandes inversiones, ha producido el efecto de concentrar en dos programadoras la capacidad real de programar.

Los canales públicos que subsisten son aquellos que ofrecen una programación que atrae masivamente a la audiencia; esto es, que no se conforman con una audiencia marginal, sino que compiten por tener una preferencia destacada en la sintonía.

Esta situación fue impugnada con razones muy diversas. Por una parte, porque impedía el desarrollo de televisoras con identidad propia, restaba competitividad internacional a la producción y entrababa el desarrollo de la industria en TV y en telecomunicaciones. Por otra parte, muchas organizaciones civiles estimaban que una oferta televisiva diversificada garantizaría mejor la participación social que la actual representatividad política. Por ello, en diciembre de 1996, el Congreso aprobó una ley de reforma que introduce la TV privada, amplía la TV regional, y crea la TV comunitaria. Se estima que, en 1998, había 5 cadenas nacionales: dos privadas, dos públicas (que seguirán con el actual sistema de licitación de espacios a programadoras privadas) y la *Señal Colombia de Interés Público*, estación responsable de programas educativos y culturales. Los 4 canales públicos regionales (*TeleCosta*, *TelePacífico*, *TeleAntioquia* y *TeleCafé*) seguirán operando bajo el régimen de licitación a programadoras privadas, pero se agregarán otros nuevos canales regionales públicos y se permitirán la creación de canales comunitarios sin fines de lucro en manos de municipios, universidades o grupos comunitarios. Sin embargo, la infraestructura de telecomunicaciones seguirá siendo propiedad del Estado. Se crea también la Comisión Nacional de TV, organismo regulador de todo el sistema televisivo.

Venezuela. *Venezolana de TV (VTV)* es una empresa televisiva gubernamental, sin cobertura nacional. Dispone de dos redes diversas en infraestructura técnica (canales 5 y 8), las cuales transmiten actualmente la misma señal por incapacidad de producir dos programaciones diferentes. Ambas muestran problemas de administración con fuerte inestabilidad y graves problemas económicos, con baja sintonía y credibilidad por ser canales del gobierno. El duopolio formado por los canales privados *Venevisión* (Grupo Cisneros) y *Radio Caracas TV (RCTV)* reúne alrededor del 80% de la audiencia (cfr. Díaz Rangel, Safar, Colominas, en ODC-A, 1997). La Comisión Presidencial para la Reforma del Estado de Venezuela (COPRE) -con apoyo de UNESCO, PNUD y la Fundación Konrad Adenauer- está elaborando un proyecto de reforma de *VTV*.

México. La Cámara de Diputados también está empeñada en una reforma del sistema televisivo, controlado actualmente por el duopolio privado de *Televisa*, con 4 canales nacionales, junto a los 2 canales nacionales de *TV Azteca*. La TV Pública se ha reducido a dos pequeñas estaciones en ciudad de México y otras estaciones regionales, todas con baja audiencia.

Brasil. Las estaciones estatales de *TV Educativa*, en Sao Paulo y Porto Alegre, producen un interesante material infantil de tipo lúdico y de alta calidad en su realización televisiva (colores, disfraces, música y sonidos, animación y actuación, dibujos, ritmo agilísimo), programas bastante difíciles de imitar ya que se alimentan del *background* cultural brasileño (el carnaval, la música popular, festival internacional de marionetas en gramado, etc). Estos programas infantiles brasileños son más de entretenimiento lúdico y de estimulación afectiva de la fantasía que de apresto didáctico a la audiencia (alrededor de 4-5% de *rating*); "El Castillo Rá Tim Bum", un exitoso programa infantil de la TV de Sao Paulo, está siendo distribuido en cable, por *Nickelodeon*, hacia América Latina. Sin embargo, el decreciente aporte de fondos públicos está impulsando a algunas estaciones a reformas legales que permitan evolucionar desde una TV Educativa hacia una TV

Pública, con una programación más amplia y atractiva para variados segmentos de audiencia, que permitiría el financiamiento con publicidad, donaciones y comercialización de programas. Según Flávio Dutra, director de Programación de TVE en Porto Alegre, la aspiración es invertir la proporción actual de un 90% de aporte económico público y 10% de recursos del mercado, a un 10% para el primero y 90% para el segundo.

Chile ha tenido una situación especial en América Latina, pues no hubo TV privada con fines de lucro hasta el año 1989, al final del régimen militar. Hasta esa fecha, los canales de TV broadcasting estaban en manos de universidades y del Estado, los cuales operaban con financiamiento sustantivamente publicitario y un cierto aporte fiscal. El gobierno militar suspendió los aportes fiscales y los canales debieron recurrir al autofinanciamiento publicitario, con resultados muy diferentes. El agravamiento deficitario en el canal de la Universidad de Chile lo condujo a su venta a *Venevisión*. En cambio, *Canal 13* de la Universidad Católica de Chile (*UC TV*) ha sido siempre un exitoso canal desde el punto de vista de audiencia y autofinanciamiento publicitario.

Televisión Nacional de Chile (TVN) fue creada en 1969 como empresa dependiente del Gobierno hasta que fue re-

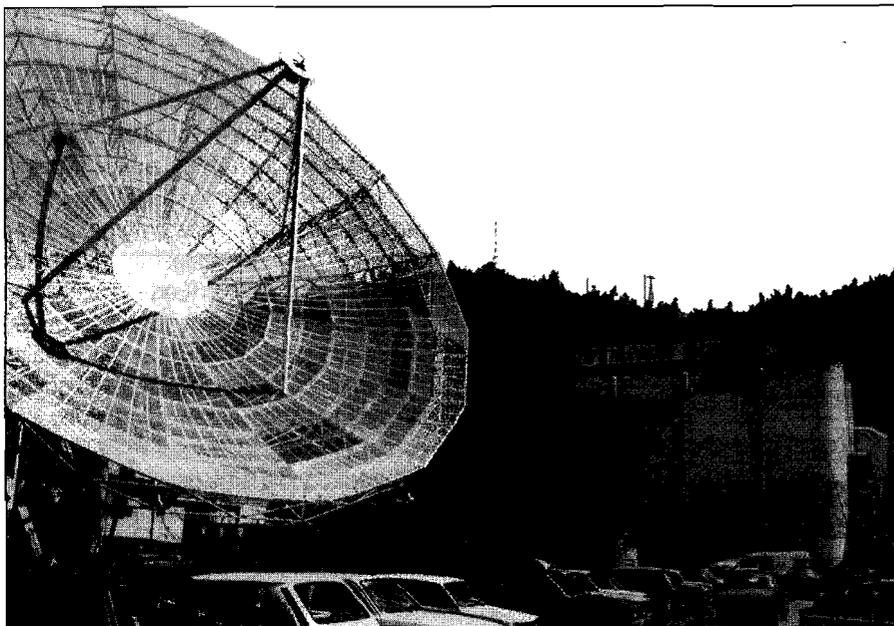
formada por iniciativa del gobierno democrático del presidente Aylwin, en 1992, para constituirse como un medio independiente del Gobierno, dirigida por un directorio pluralista, seis de cuyos siete miembros son designados consensualmente entre el poder Ejecutivo y el Senado. El presidente del Directorio es designado por el presidente de la República, quien no tiene facultad legal para removerlo. Los demás miembros del Directorio, una vez designados, son también inamovibles políticamente; es decir, están protegidos de las presiones y amenazas de remoción por mayorías políticas ocasionales. A través de la reforma, *TVN* dejó de ser una red gubernamental y se transforma en una red Pública del Estado, gobernada superiormente de modo autónomo y consensual; es decir, una red que debe dedicarse a una comunicación televisiva al servicio de los chilenos y no al servicio de los intereses políticos del gobierno de turno.

La reforma también obliga a la empresa a la autonomía financiera. Según la filosofía del nuevo estatuto de *TVN*, el autofinanciamiento y la competitividad de la empresa constituyen el fundamento material para su independencia política del Gobierno y de otras instituciones, y posibilitan el pluralismo ideológico-cultural en favor de los intereses nacionales. Así mismo, ellos impulsan la modernización hacia una administración profesional. *TVN* no tiene fines de lucro, pero tiene necesidad de una eficiente administración técnica para autofinanciar su operación y su desarrollo como empresa.

Desde su creación, *TVN* siempre ha disputado el liderazgo con *Canal 13*, situación que se ha intensificado luego de la reforma en el período democrático. El caso chileno es único en la región, ya que los canales líderes, *UC TV* y *TVN*, son propiedad de la Universidad Católica y del Estado; y ante la mayor competencia con los nuevos canales privados, introducidos en la década de los 90, son estos quienes han sufrido graves problemas financieros y baja sintonía, por lo cual han debido ser total o parcialmente vendidos a las grandes cadenas: *Televisa*, *TV Azteca*, y *Venevisión*.

Nuevos objetivos

La razón que legitima la existencia de una TV Pública general es porque puede ofrecer una programación diferente a la



Archivo TVN, Chile

TVN, de Chile, un modelo ejemplar para la TV pública de América Latina.

de otras estaciones, pero masivamente apreciada y sintonizada por la audiencia. En este sentido, ella debe ser atractiva para el televidente y capaz de competir con otras programaciones elegibles.

La revisión de Elizabeth Fox (1990) de los intentos de reforma de la TV Pública latinoamericana, en la década de los 70-80, muestra que ellos fracasaron por proponer una programación que ignoraba a la audiencia (tanto en su *ethos* cultural como en sus expectativas subjetivas) y por desatender completamente la base industrial-empresarial de la TV. Aquí se propone avanzar hacia un modelo latinoamericano de TV Pública con una programación que se fundamente más bien: en un acuerdo de política televisiva de Estado (base socio-política), en las necesidades y expectativas de la audiencia televisiva (base en la audiencia), en el *ethos* latinoamericano (base cultural), y en el carácter lúdico-afectivo del lenguaje televisivo (base semiótica).

La condición del lenguaje es importante porque el televidente establece, primariamente, un "contrato" de entretenimiento placentero: si un programa le entretiene, lo ve; si le aburre, cambia de canal. Entonces, la programación televisiva, elaborada con este lenguaje lúdico-placentero, no se puede imponer obligatoriamente al televidente; si ella no seduce al televidente, no hay coerción posible. Así, la TV obliga a valorizar y a recuperar el valor formativo de lo lúdico-entretenido que, previo al racionalismo, ha tenido un importante rol educativo en la historia.

Esta constatación asume explícitamente la diferencia semiótica de la TV. Por el contrario, los supuestos implícitos habituales (en algunos modelos públicos europeos) son que la TV es nada más que una prolongación o una variante de la prensa escrita.

Una programación que asuma estas condiciones debería proponerse como objetivos:

a) La formación de la audiencia más en la línea de una educación extraescolar, la cual responda mejor a las necesidades existenciales latinoamericanas y a las expectativas de la audiencia concreta (educación para la vida cotidiana), en lugar de proponerse la escolarización formal de la TV. Los estudios de recepción de la TV han revelado que una de las grandes expectativas de utilidad educativa se relaciona con la mejoría de la cali-

dad de vida en el hogar y la familia.

b) Generación de una cultura del protagonismo social para el desarrollo y la superación de la pobreza, en lugar de una TV al servicio del protagonismo de los líderes políticos y sociales. Un protagonismo popular para robustecer su autoconfianza personal y grupal, como productores y como actores sociales.

c) Reforzamiento de la identidad a través de la presencia de la cultura lúdica y festiva de la entretención popular latinoamericana, en lugar de privilegiar la presencia de la Alta Cultura en la TV. Hoy se reaprecian muchos mensajes cuya circulación y popularidad masiva han constituido el más importante cauce para mantener una identidad cultural-regional: la radionovela, la telenovela, el bolero romántico, el tango, la samba, el corrido, la cumbia, los ritmos centroamericanos y caribeños, etc.

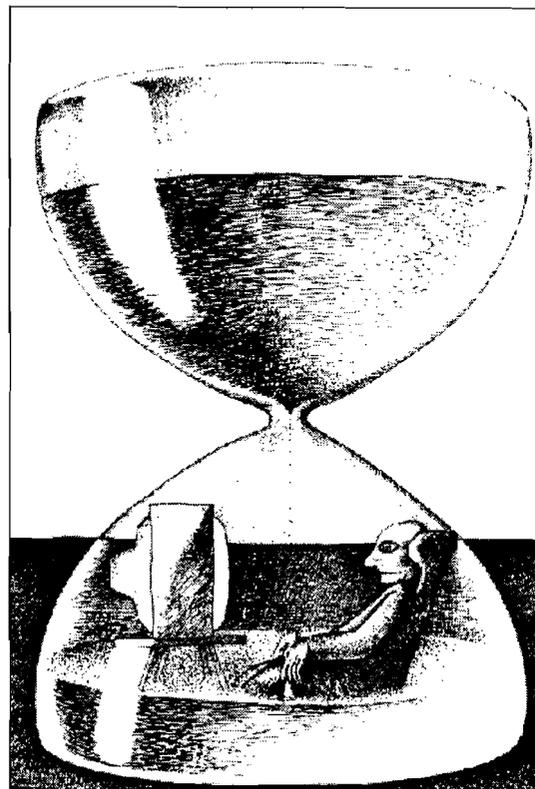
d) Espacios de información y discusión de los problemas sociales para avanzar hacia políticas nacionales que los enfrenten, en lugar de pretender instrumentalizar la TV como propaganda gubernamental. La mayoría de los problemas, hoy, se reconocen complejos y multisectoriales, con lo cual se vuelve condición de comprensión de la realidad y condición de operatividad la discusión de puntos de vistas discrepantes.

Una programación, con estos objetivos, constituye un modelo latinoamericano relativamente diferente a otras programaciones de canales comerciales, nacionales o internacionales, y al estar realizada en formatos atractivos puede ser masivamente apreciada y sintonizada, en lugar de constituirse en elitaria o marginal. Adicionalmente, al ser masiva puede ser atractiva para el avisaje comercial.

Independencia política

Su crisis actual determina que el estatuto de TV Pública de Estado -y no de Gobierno- es condición de viabilidad en el mediano y largo plazo. Esto supone:

- Un **acuerdo político consensual**



muy muy amplio donde la TV Pública se constituya en comunicación televisiva nacional útil a la sociedad y trascendente a los gobiernos.

- Una **ingeniería jurídica** para constituir una Dirección Superior de la empresa diferente de su Administración Ejecutiva, como dos instancias integradas por personas con funciones diversas. La Dirección Superior representa la legítima diversidad de las sensibilidades político-culturales de la sociedad y, por ello, debe ser efectivamente plural y autónoma del Gobierno; caso contrario, sus representantes políticos son removibles en cada cambio de gabinete ministerial y de Gobierno. Autonomía es la capacidad real de actuar desde su autodefinición e interdependencia con la sociedad (expresada en el Directorio).

- Una **administración ejecutiva** de alta confianza del Directorio, con estabilidad y continuidad para desarrollar planificación estratégica, profesionalizada en la administración ejecutiva y en la producción televisiva.

Autonomía financiera y profesional

Este es uno de los puntos más complejos para una TV Pública. El pago por

receptor que se practica en Inglaterra, Alemania e Italia, se ha deslegitimado con la sintonía mayoritaria que se lo otorga a la TV privada. La asignación de recursos anuales a la TV Pública se encuentra con un ambiente poco favorable ante graves necesidades sociales (salud, educación, seguridad, infraestructura, etc). Los fondos asignados por el Parlamento o manejados por el Gobierno abren un importante flanco para las presiones políticas, y se debilita la independencia de una TV Pública (Day, 1995).

Su autogestión económica es lo ideal. Aceptar fondos publicitarios implica evolucionar hacia una desdemonización de la publicidad y aprender a manejar su carácter ambiguo (cfr. *Ética en la Publicidad*, 1997). En efecto, si la publicidad corrompe a la TV, entonces corrompería a todos los medios: diarios, revistas, radios, etc. Por otra parte, la publicidad es una fuente fluctuante de recursos, no solo por los fenómenos de dispersión, sino por la baja en la inversión publicitaria en

los períodos de ajuste o recesión económica.

Es probable que se requiera un sistema mixto: con alguna asignación de fondos públicos para programas específicos, publicidad y patrocinios e ingresos por otros negocios (venta de programas, inserción en el cable, etc.), pues hoy ni la publicidad ni los fondos estatales son suficientes para solventar el alto costo de la programación, ni la permanente renovación física y tecnológica, ni las inversiones de largo plazo.

Esta realidad señala que el concepto de autofinanciamiento es muy anticuado, se requiere más bien una fuerte modernización administrativo-empresarial para encarar la autogestión económica de la TV en su compleja dimensión actual. Cuando un directorio, autónomo y plural, de una TV Pública es responsable económicamente de la empresa, rápidamente se producen consensos editoriales para tratar balanceadamente temas ideológico-políticos controvertidos y, así, el di-

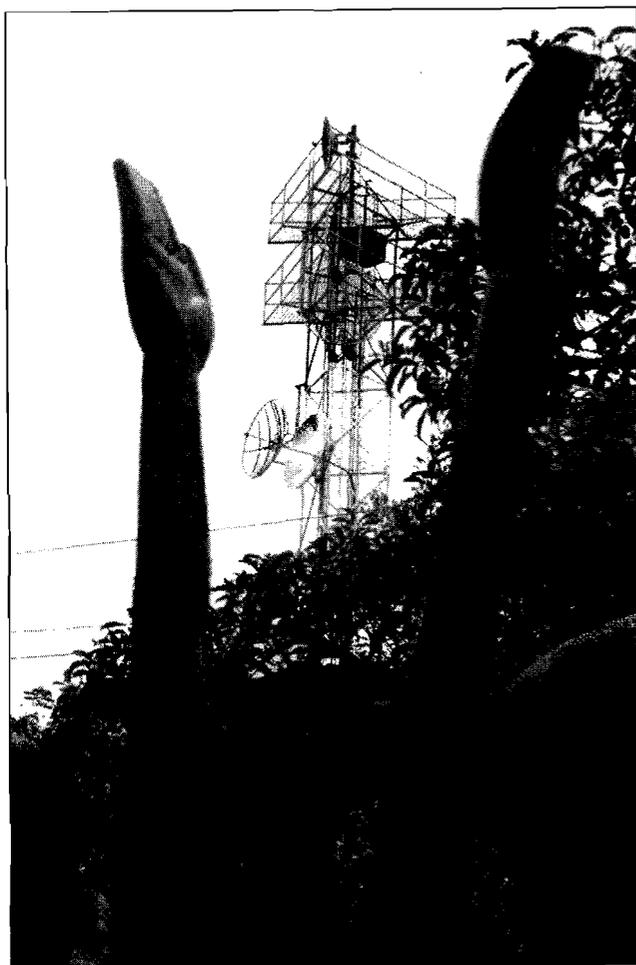
rectorio se aboca a su tarea de dirección empresarial. Una TV profesionalmente administrada es rentable y el excedente se debe destinar a inversiones, renovación industrial y producción de programas de costo no financiable con publicidad. Garantizar el pluralismo es, pues, solo una de las funciones de un directorio en una TV Pública autónoma. La otra es garantizar el desarrollo industrial-empresarial, por lo cual los integrantes deben tener tanto confianza política como capacidad empresarial.

La realidad latinoamericana señala que es preciso lograr otra condición de viabilidad para una TV Pública: la dotación de un personal con capacidad profesional, con movilidad laboral, removable por desempeño y con salarios competitivos en la industria televisiva.

Operacionalizar una reforma implica constituir un pequeño grupo de trabajo dedicado a precisar un proyecto concreto que debería culminar en una primera redacción de un proyecto de ley. Tal grupo debería ser presidido por una figura de alta relevancia y confianza pública, y con conocimiento empresarial de TV, para comenzar un proceso de consensuar una política ético-cultural de Estado para una TV Pública. ●

REFERENCIAS

- ACOSTA, M. 1997. "En defensa de la Televisión Pública". En: *Hacia la normatividad de los Medios de Comunicación*. Zamarripa J. G. (compilador). Grupo Parlamentario de PRD. Cámara de Diputados. Congreso de la Unión. México D.F.
- DAY, J. 1995. *The Vanishing Vision: The Inside Story of Public Television*. University of California Press.
- Ética en la Publicidad*. 1997. Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. Ciudad del Vaticano.
- FOX, E. 1990. *Días de baile: El fracaso de la reforma en la televisión de América Latina*. FELAFACS-WACC. México.
- FUENZALIDA, V. 1997. *Televisión y Cultura Cotidiana*. CPU. Santiago.
- ODCA, 1997. *Sociedad y Televisión*. Seminario Internacional. Caracas.
- OROZCO Gómez, G. 1996. "El rescate televisivo, un desafío cultural de la audiencia". En: Orozco Gómez G. (ed.). 1996. *Miradas Latinoamericanas a la Televisión*. Universidad Iberoamericana. México.
- RONCAGLILO, R. 1996. "Latin America: Community Radio and Televisión as Public Service Broadcasting". En: UNESCO. 1996. *Public Service Broadcasting. Cultural and Educational Dimensions*. Paris.



Amy Mahan, Estados Unidos

Violencia y medios de comunicación



Cartoonists & Writers Syndicate

Escribimos sobre la violencia en los medios de comunicación y nos quejamos permanentemente de que promueven violencia. Es un debate apasionado, caracterizado por posiciones extremas, muchas respuestas, pocas preguntas (¿nos estamos haciendo las preguntas adecuadas?) y aun menos propuestas de acción. Este artículo propone algunos temas para ampliar el debate y se atreve a plantear algunas acciones, no con el fin de establecer verdades, sino de aportar a la discusión en aras de encontrar salidas al problema.

Es necesario aclarar que aquí no se hace referencia a la crónica judicial como género. A pesar de su importancia, se deja por fuera porque no se discute la relación medios-violencia desde el ejercicio del periodismo, sino desde un contexto social, cultural y político.

Modelos culturales de relación social

Para ser funcionales y mantener la unidad de los pueblos, las sociedades

LUIS FERNANDO VÉLEZ, colombiano. Director del Instituto CISALVA y profesor auxiliar en la Escuela de Salud Pública, Universidad del Valle, Cali.
E-mail: luivelez@sinsa.univalle.edu.co

establecen modelos culturales que guían las relaciones sociales. Estos modelos se transmiten entre grupos y generaciones por medio del intercambio, la migración, la invasión, etc. La manera más sólida para transmitir patrones culturales son los mitos que, podría decirse, son un conjunto de símbolos.

Cada cultura construye mitos para sus valores esenciales. Sin embargo, muchos son comunes a la mayoría de las culturas y hacen parte de la esencia de las relaciones humanas. Esos mitos suelen ilustrarse por medio de historias, hechos, lugares y personajes de alguna manera heroicos.

En el Ecuador, por ejemplo, el encan-

tador carácter asertivo y a su vez amable de muchas mujeres puede estar relacionado con los mitos alrededor de personajes como La Princesa Paccha y las Manuelas. Por desgracia, también se construyen mitos alrededor de la violencia y la guerra como mecanismo de regeneración social y cultural. Se cree que a través de la guerra se logran cambios sociales y políticos, se preservan íntegras las naciones y se expande la cultura.

Así, los Estados Unidos introduce en su cultura el mito de la frontera, con personajes como Daniel Boone o Davy Crockett. En Nicaragua está Sandino, con la guerrilla revolucionaria y a su alrededor se construyen leyendas, poemas,

canciones, etc. En México están Pancho Villa, Zapata y la revolución, Atahualpa, Rumiñahui y la dominación inca en Ecuador, entre otros.

Lo lamentable es que la vida de estos hombres estaba llena de hermosas expresiones de amor, libertad, justicia y paz. A pesar de ser la guerra el fracaso de estas expresiones, las culturas modernas no han logrado sostener estos valores por encima de la violencia. El mito de la regeneración a través de la violencia se ha construido con héroes que en algún momento empuñaron las armas, dejando de lado sus mejores cualidades (Slotkin, 1993).

La comunicación es el intercambio directo o mediado de símbolos y es a través de este como se mantienen las culturas. Los medios sirven para transmitir modelos culturales de relación a las nuevas generaciones, pero ante la masificación, también a otras sociedades. Sin embargo, los medios no inventan los mitos; los símbolos van de la cultura al creador, de este al medio y por allí a todos los demás.

Conflicto y violencia

Conflicto es aquella situación en la cual coinciden los intereses de dos o más sujetos, pudiendo alguno de ellos no llegar a satisfacer sus necesidades. La violencia es una de las alternativas para resolver los conflictos e implica imponer los intereses de uno sobre otro; pero, en realidad, la mayoría de los conflictos se resuelven negociando salidas satisfactorias para todas las partes.

Cada sociedad acepta diferentes mecanismos de resolución de conflictos, los mantiene y transmite no solo demostrándolos, sino creando mitos y pasándolos a otras generaciones. Aunque es difícil hablar de culturas violentas, sí podemos decir que existen modelos culturales que facilitan la violencia.

Las sociedades integran Estados y estos reflejan la cultura propia de su sociedad constituyente, pero a su vez transforman patrones culturales con el fin de mantener su integridad. Las acciones de los Estados, con frecuencia, introducen en la cultura sólidos patrones violentos de relación. Ellos son los principales difusores de la violencia cuando invitan y preparan a los jóvenes para la guerra, compran armas a pesar de las necesida-



Marco Polo Dávila, México

La violencia es una de las estrategias para la resolución de conflictos. En nuestros países, los Estados son los principales promotores de modelos violentos de relación.

des de la población, asaltan el tesoro público desconociendo los intereses comunes en favor de unos pocos, aceptan la brutalidad de las Fuerzas Armadas y otras violaciones de los derechos humanos y promueven grupos de justicia privada o exterminio.

Medios y violencia

La violencia que aparece en los medios de comunicación masiva transmite modelos culturales de resolución de conflictos. Anteriormente se conocían muchos de los actos violentos pero su difusión tardaba, mientras ahora sabemos de la mayoría en solo un instante. Los medios nos acercan unos a otros, pero los contenidos de los medios tienen una persona detrás, ya sea un paisano o un forastero; alguien hizo o inventó lo que aparece allí, alguien lo volvió un producto y alguien lo comercializó.

¿Por qué, entonces, es tan común la violencia en los medios de comunicación? ¿Será que en nuestras sociedades la violencia es tan frecuente como aparece en los medios? No, eso sencillamente no es posible. Cuando aparece un conflicto terminado en un homicidio, han de-

Acusar a los medios por presentar la violencia es “buscar la calentura en las sábanas”. El problema radica en los monopolios que quieren el máximo de ganancias con la mínima inversión, la carencia de incentivos para la producción local y nacional, la falta de acceso democrático a dichos medios ...

jado de presentarse millones de conflictos resueltos sin la violencia. En el Ecuador, en 1997, aproximadamente uno de cada diez mil habitantes murió asesinado. Esto no implica que 9.999 de cada diez mil no tuvieran conflictos ese año, sino que los resolvieron sin perecer en el intento.

Aun no siendo la violencia, en realidad, la forma más común de resolver conflictos cotidianos en ninguna sociedad, suele aparecer sobrerrepresentada en los medios por varias razones. La primera: "A la gente le gusta ver violencia, se vende", dicen los dueños de tabloides sensacionalistas y están en lo cierto.

No se trata de una perversión morbosa de algunas personas. A la mayoría nos interesa conocer hechos violentos de la sociedad, porque como animales gregarios queremos saber cuándo, cómo y dónde están sufriendo nuestros semejantes. Esto nos permite idear esquemas mentales para evitar un sufrimiento similar o responder de una manera apropiada en caso de riesgo. Como es obvio, quienes se sienten más vulnerables, tienen mayor necesidad de estar preparados. Por eso, los principales consumidores de estos productos son los varones, en general, y en especial los jóvenes y los más pobres, acertadamente pues se sienten con mayor riesgo de ser víctimas de violencia.

En cuanto a los productores, la violencia resulta más barato. En general, es más fácil para un reportero cubrir un hecho violento: no necesita ser especialmente creativo, consultar muchas fuentes, ni esforzarse para darle credibilidad a su noticia. Algunos cubren la sección judicial, o de crónica roja, con ética y profesionalismo, aunque son más la excepción que la regla; pero, para hacer como la mayoría, no se requiere un comunica-

dor muy calificado cubriendo violencia y esto abarata los costos para los dueños. A los periodistas mejor preparados no los "desperdician" en eso.

Para el cine y los programas de entretenimiento en la televisión también es más barato producir violencia. No se pagan grandes actores, hasta el más mediocre dispara un misil frente a una cámara. Tampoco se requieren libretistas excelsos ni genios de la dirección, cualquiera escribe o ejecuta un guión basado en puños y disparos. Como si fuera poco, algunas escenas, como la voladura de carros o la explosión de edificios, se hacen por lo general en maquetas o mediante efectos digitales y llegan a reciclarlas de una película a otra.

Por último, las cintas de "acción" son mucho más fáciles de traducir y eso asegura un mercado internacional. El drama o el humor son muy particulares en cada cultura y traducirlos es costoso. En la televisión latinoamericana tenemos muchos más dibujos animados violentos no porque en Japón se produzcan solo de este tipo, sino porque la violencia traduce igual en cualquier idioma. Al ampliar el mercado se aumentan las ganancias de los productores, y los dueños de los medios, en los países pobres, compran más barato.

Nuestras producciones suelen ser costumbristas y resaltan, por lo general, valores de convivencia y relación armónica, como esos maravillosos antihéroes que son "El Chapulín Colorado" o "Cantinflas", con quienes la sencillez, la humildad, la honestidad y la solidaridad se recrean en el absurdo cotidiano. Desafortunadamente, para los empresarios latinoamericanos de pequeños medios y canales comunitarios es cada vez más difícil mantenerse por las presiones del mercado. Los medios de comunicación es-

tán en poder de grandes monopolios y para todos, hoy en día, resulta más barato importar producciones mediocres, que presentan violencia de acuerdo a los patrones culturales de su región de origen.

Los medios reflejan y transmiten valores correspondientes a los intereses de quienes los producen. La violencia en los medios no es, en realidad, el problema sino la consecuencia de restringir el derecho de todos a comunicar sus experiencias e ideas. Por esto, siendo la violencia una realidad, no es criticable presentarla, sino dedicarle un tiempo no correspondiente a la realidad en la cual priman expresiones creativas y lúdicas y la resolución pacífica de conflictos.

En resumen, acusar a los medios por presentar violencia es "buscar la calentura en las sábanas". El problema radica en los monopolios que quieren el máximo de ganancias con la mínima inversión, la carencia de incentivos para la producción local y nacional, la falta de acceso democrático a dichos medios, la existencia de patrones culturales que favorecen la violencia y la promoción que de estos hacen los mismos Estados.

¿Produce algún efecto la violencia en los medios?

Sobre el efecto nocivo de la violencia en los medios se ha escrito mucho más de lo comprobado. Por desgracia, los miles de publicaciones al respecto, la mayoría esencialmente anecdóticas y con muy pobre base empírica, han llevado a la comunidad científica y al público en general a creer que el asunto ya no necesita más discusión ni más estudio. En realidad, solo hay pocas conclusiones significativas al respecto.

La primera corresponde a estudios desarrollados en la Escuela de Comunicaciones de Annenberg en la Universi-



dad de Pensilvania, liderados por el profesor George Gerbner (1994). Gerbner demostró que el número de horas dedicado por una persona a consumir medios masivos (especialmente televisión), está directamente relacionado con su percepción de un mundo más violento y lo llamó "Síndrome del Mundo Hostil". A más horas de televisión observadas, menos interacción con la comunidad, más temor de salir a la calle y mayor uso de medidas de seguridad.

Esto sin duda es disfuncional y entorpece el desarrollo del individuo y de su comunidad, lo cual podría relacionarse con la violencia social, sin llegar a ser prueba incontestable de que la violencia en los medios genera violencia en la comunidad. Podría argumentarse que, cuando una persona siente su entorno como hostil, tiende a responder con violencia ante los conflictos, pero hay una serie de variables sociales, estructurales, instrumentales y de personalidad mediando en este efecto.

Jerome y Dorothy Singer (1986), en el Centro de Estudios de Familia de la Universidad de Yale, comprobaron en niños el mencionado síndrome, pero en ellos la interferencia en el desarrollo es

Es decir, aunque los medios no inventan nada por sí solos y la mayoría de los actos violentos mostrados en televisión son sofisticaciones de acciones mucho más cotidianas, la televisión les da categoría social y podría motivarnos a repetirlos en la situación apropiada y con incentivos adecuados.

mayor y se agravan los efectos de las agresiones que muchos sufren diariamente en su propio hogar y en la escuela. Sin embargo, en aquellos niños que crecen en un hogar armónico y no son víctimas de castigo corporal, el efecto del "Síndrome del Mundo Hostil" parece no ser significativo.

Los investigadores también demostraron que, cuando los niños observan los medios en presencia de un adulto significativo que emite juicios críticos sobre los actos violentos, al entender el carácter ficticio de esos actos y establecer un principio de rechazo a la programación violenta, no aparece el problema.

Los mismos esposos Singer han estudiado otro efecto de los medios en el comportamiento de los niños: ver televisión los vuelve hiperactivos al disminuir el tiempo que dedican a actividades lúdicas y creativas. Los niños hiperactivos tienden a ser explosivos y tienen dificultades para mantener la atención. Esto los hace malos estudiantes y, a su vez, víctimas frecuentes de maltrato por parte de padres y maestros que no toleran su comportamiento. Si los niños son violentos, tienen mayor probabilidad de usar la violencia cuando adultos.

Aunque la hiperactividad está relacionada con el consumo de televisión, no depende del tipo de programación sino del tiempo dedicado a verla. Es necesario además tener en cuenta que un niño que dedica mucho tiempo a ver televisión no tiene padres que jueguen, lean o le cuenten historias. El problema es entonces la falta de atención, a veces por negligencia de los padres, pero generalmente debida a que el sistema los obliga a ambos a trabajar tiempos extras, sin que se ofrezca atención adecuada para los niños.

El tercer efecto es mucho más controvertible, aunque es el fundamento de muchos detractores de los medios y sus muchas publicaciones. Albert Bandura demostró, en 1963, que la mayoría de los comportamientos se aprendían por observación y no por experiencia propia (Bandura, Ross & Ross, 1963). Sus experimentos consistieron en poner niños de 4 años frente a una persona que golpeaba "con acciones complejas" un muñeco inflable, y observó cómo la mayoría repetían espontáneamente el comportamiento cuando los dejaban solos.

Bandura también comprobó que los niños reproducían el comportamiento cuando lo observaban por televisión y un adulto les incentivaba. Con esto concluyó que aprendían "nuevos comportamientos" observando a otros hacerlo. Su calificación de "nuevo" se basaba en que, acciones como torcer la nariz o la oreja o pegarle hacia un lado determinado, no se le ocurrieron a los niños antes de la demostración. La conclusión es: "si observaron por televisión a alguien golpeando un muñeco y luego lo hicieron, la televisión les enseña a los niños a ser violentos".

Veamos esto con atención. Primero, fue un experimento de laboratorio que nunca ha sido reproducido en un contexto social cotidiano. Además, los niños que observaron el experimento por televisión tenían a un adulto aprobando el comportamiento (la contracara de lo hallado más tarde por los esposos Singer) y su respuesta pudo ser para corresponder al entusiasmo del adulto.

La esencia de la conclusión de Bandura está en que los niños veían por primera vez el comportamiento. Desafortunadamente, no controló si los niños habían observado antes algo al menos similar en su casa o en su entorno, y resulta bastante arriesgado decir que lo aprendieron de la televisión. Por último, la complejidad del comportamiento demostrado le indicaba al investigador que, si lo reproducían, lo habían aprendido allí. Pero lo complejo no eran las acciones sino la secuencia y podría ser que la televisión le indique a un niño cómo ordenar acciones que casi con seguridad ha visto antes en su entorno.

Es decir, aunque los medios no inventan nada por sí solos y la mayoría de los actos violentos mostrados en televisión son sofisticaciones de acciones mucho más cotidianas, la televisión les da categoría social y podría motivarnos a repetirlos en la situación apropiada y con incentivos adecuados.

Finalmente, a los medios se les responsabiliza de cotidianizar la violencia con la consecuente banalización y desensibilización de la audiencia. Si en el diario aparecen hoy cinco muertos, uno mañana no llamará la atención. Lo mismo sucede a los soldados en la guerra o a las fuerzas policiales. O sea, es un efecto real e indiscutible de la cercanía de la violencia, mas no es exactamente

causado por los medios. Por los medios sabemos de masacres en algún país el día mismo de su descubrimiento, pero el horror no está en la publicación sino en el acto de violencia.

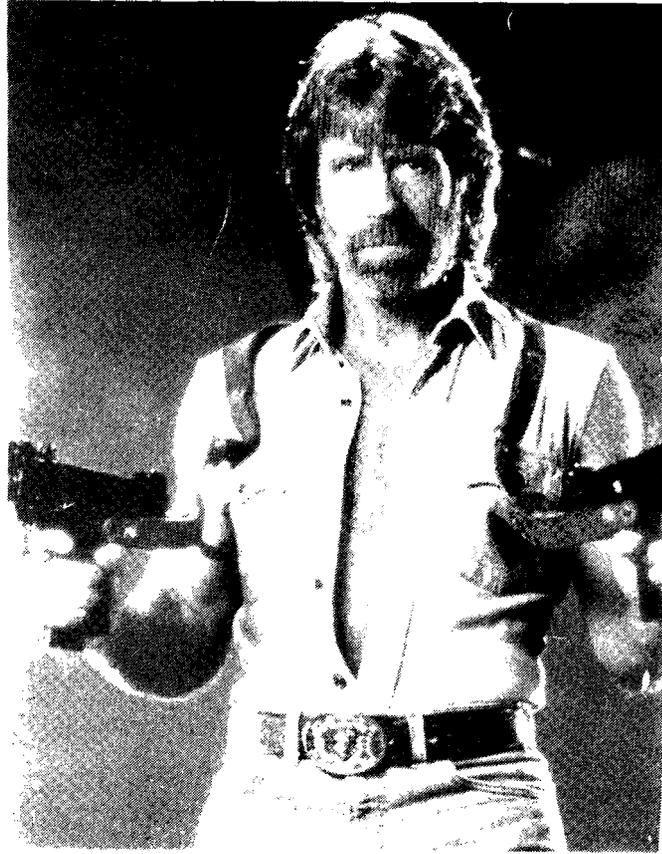
Esta última reflexión nos enfrenta a varios hechos: hay violencia en el mundo y la violencia hace parte del menú de estrategias de resolución de conflictos, en unas culturas más que en otras. Los Estados son actualmente los principales promotores de modelos violentos de relación. Por la presencia de los medios aprendemos sobre otras culturas y otros grupos sociales y eso incluye la violencia, y al fin y al cabo tenemos derecho a saber dónde y cuándo están sucediendo las cosas. En cuanto a la violencia como entretenimiento en los medios, el problema es de la economía de mercado y del orden político.

¿Qué hacemos entonces?

¡Muchas cosas! Pero lo único que no podemos hacer es sentarnos a criticar a los medios sin tomar acciones contundentes. Empecemos por aceptarlo: los medios son una forma moderna de transformar, mantener y transferir símbolos culturales. Resistirnos nos inmoviliza. Necesitamos inventar formas para mantener, en este entorno globalizado e inmediatesta, los principios de paz que aún tienen nuestras culturas y prescindir de los que favorecen la violencia.

Esto implica, no solo cuestionar a los medios por presentarnos violencia, sino revisar los modelos culturales que la favorecen. Podemos actuar contra la violencia estatal, la guerra, la corrupción, las violaciones de derechos humanos, la brutalidad policial y todas aquellas acciones por medio de las cuales los Estados ejecutan y promueven violencia. Podemos criticar a las sociedades y procurar un cambio en ellas.

Igualmente, podemos actuar frente a los monopolios. Pongámosle una cara a los responsables. Acusar a los "medios" mientras transamos con sus dueños, callar cuando un grupo económico absorbe un periódico o abstenernos de participar cuando se legisla sobre las comunicaciones masivas, son actos de ignorancia o de doble moral y cualquiera de los dos nos deslegitima para participar en esta discusión. Es urgente asumir una posición política clara frente al problema del acceso democrático a los medios.



Para los monopolios que están detrás de los medios resulta barato y rentable importar producciones mediocres que presentan violencia de acuerdo a los patrones culturales de su región de origen.

Además, necesitamos promover las creaciones locales, favorecer los productos nacionales, apoyar a los medios comunitarios o a los propietarios de los pequeños medios, incluso comprando sus productos y sintonizando sus estaciones.

Finalmente, es posible aprender a usar los medios, a interpretar sus contenidos y a decodificar esos símbolos que nos vienen de otras culturas. Esa es la manera de moderar el interés por una violencia que nos presentan como entretenimiento. Por supuesto, eso implica también educar a nuestros hijos al respecto. Sin embargo, también se hace necesario asumir una postura política clara en favor, no solo de la obligación, sino del DERECHO de los padres a atender a sus hijos. Si nos preocupa tanto la violencia en los medios, nos debe preocupar aún más que muchos no tengan todas las garantías para dedicarle tiempo a sus hijos.

Una última nota sobre la codificación de la señal de los programas de televisión que presentan violencia, para poder

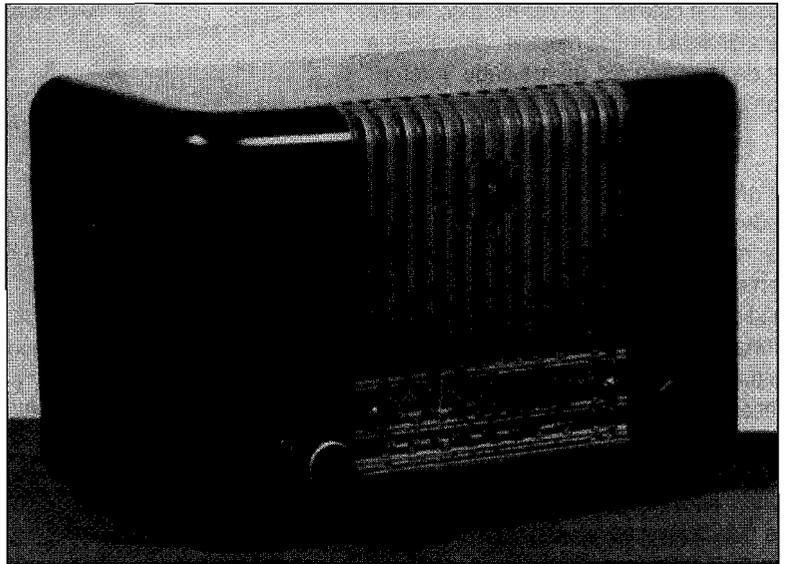
bloquearla en el receptor mediante una tarjeta digital conocida como *V-chip*. Siendo una alternativa para aquellos padres que no pueden dar atención cercana a sus hijos, está lejos de ser una solución porque, como dijimos, "la calentura no está en las sábanas".

REFERENCIAS

- BANDURA, A., ROSS, D. & ROSS, S. (1963). "Imitation of film-mediated aggressive models". In: *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, 3-11.
- GERBNER, G., MORGAN, M. & SIGNORELLI, N. (1994). *Television violence profile # 16: The turning point from research to action*. Annenberg School of Communication, University of Pennsylvania. Manuscrito no publicado.
- SINGER, J.L. & SINGER, D.G. (1986). "Family experiences and television viewing as predictors of children's imagination, restlessness and aggression". In: *Journal of Social Issues*, 42, 107-124.
- SLOTKIN, R. (1993). *Gunfighter Nation: the myth of the frontier in twentieth century America*. Harper Perennial, NY.

Las Radios Universitarias en México

Una de las supervivencias de las emisiones de servicio público en América son las radios universitarias que se encuentra diseminadas en todo el continente. En México operan 28 de estas frecuencias con diversos modelos y perfiles como resultado de sus propias historias y de las circunstancias por las que atraviesan sus casas de estudios. En este trabajo se recorre, brevemente, esta historia y se propone una clasificación que muestra tendencias nacionales, sin borrar las diferencias que existen entre ellas.



La radio universitaria nacional existe desde los inicios de la radio en México y representa la alteridad de los modelos dominantes encaminados al fortalecimiento del mercado interno y de las industrias culturales nacionales. Nace el 14 de junio de 1937 con la fundación de *Radio Uni-*

versidad Nacional Autónoma de México. Sus objetivos fundamentales fueron extender la cultura en todo el país y en el extranjero, llevando "el dato científico más reciente, la voz de nuestros mejores profesores, las bibliografías más notables y cultas... nuestras estaciones estarán al servicio del país en el intercambio de ideas políticas y sociales. Por ellas podrán transmitirse todas las tendencias, todas las ideologías... Estaremos, pues, al servicio de la cultura y al servicio del arte... Por eso, las estaciones universitarias transmitirán las grandes obras musicales de todos los tiempos y también las melodías anónimas del pueblo, armonio-

sas y cristalinas cuando son auténticas" (web *Radio UNAM*).

La programación de aquella emisora, no obstante la agitación política de los tiempos de Lázaro Cárdenas, se distinguió por sus programas de conciertos "como las mejores radios europeas", según interesantes crónicas de prensa de la época. Los recursos de la nueva emisora, la *XEXX* -que luego cambia sus siglas a las de *XEUN*-, eran limitados.

Esta necesidad social doble -de universitarios que buscan un medio y expresiones culturales que merecen sonar en la radio- se ve repetida con posterioridad en la Universidad de San Luis Potosí y en

IRVING BERLÍN VILLAFANA, mexicano. Master en comunicación por la Universidad Internacional de Andalucía, director de *Radio Universidad de Yucatán*. Este trabajo es parte de uno más extenso, elaborado gracias al apoyo de los CIEES (Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior en México) y de la vocal del Comité para la Extensión Universitaria, Dra. Ofelia Angeles. E-mail: bvillaf.@tunku.uady.mx

la Universidad Veracruzana, en las que en 1938 y 1944, respectivamente, inician transmisiones.

El modelo clásico

Estas tres experiencias responden a lo que llamaríamos el "modelo **comunitario clásico**" de radiodifusión universitaria. Se trata de emisoras con el poder de extender a toda la sociedad la cultura institucional en los mismos formatos usados en las aulas y las salas de concierto que impactan, incluso, el tiempo de programación regido por el calendario académico de la institución, como el caso de *Radio UNAM*. Por los micrófonos se transmitirían óperas, bibliografía, conferencias y cursos con el objetivo de contribuir al desarrollo cultural de la población, entendiendo que las más altas expresiones de la cultura se asimilan casi siempre a los productos de la elite, cuya universalidad radica en su originalidad y libertad de creación, o bien que existen elementos "auténticos" y puros en las expresiones populares que deben ser amplificadas.

La legitimidad del decir de estas emisoras no está, pues, en las audiencias ni en el mercado de medios, sino en las esferas oficiales de la institución, en el discurso iluminista y la crítica especializada. Es más, es notable el desprecio por los procesos de recepción que se desatan en el consumo de los otros medios. "En realidad -dice don Alejandro Gómez- yo no oigo radio ni veo mucha televisión, no puedo, no tengo tiempo para eso. A mí

me parece signo de estos tiempos terribles que la gente prenda la televisión a las siete de la mañana y la apague a las doce de la noche. Claro, es la cultura deformadora de nuestra época y a veces creo que no pertenezco a ella" (*Web Radio UNAM*). Entre la contradicción manifiesta de ser un medio de comunicación inmerso en un mercado radiofónico, la emergencia de una cultura popular mediática fomentada por la radio comercial que necesitaba oírse de manera masiva para reproducirse financieramente y la voluntad de llegar a las clases desposeídas para extender los beneficios de la universidad sin conocer los mecanismos que posibilitan o impiden el consumo cultural, el modelo clásico se mantuvo hasta entrados los años 60.

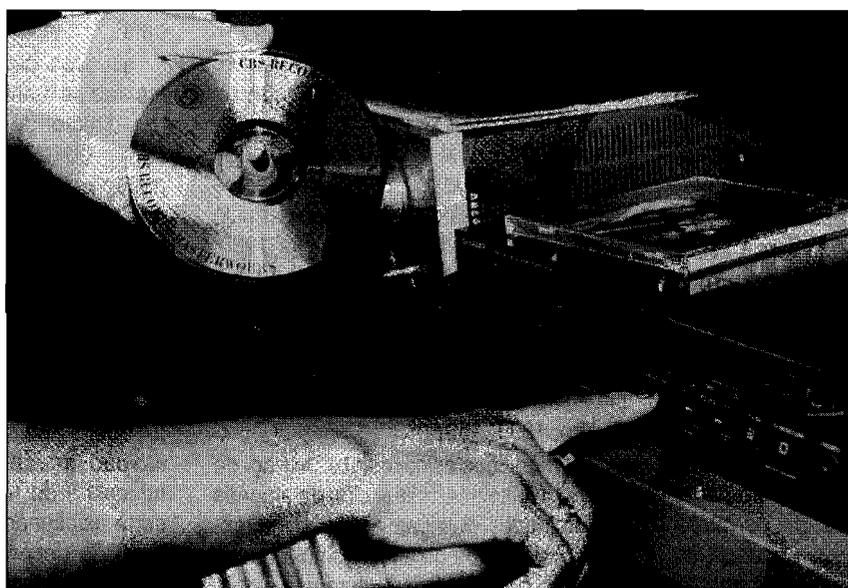
Crisis del modelo clásico, años 60-70

Algunos factores de quiebre son: el empuje de una nueva generación de intelectuales y artistas con mayor sentido crítico; la burocratización del equipo fundador que se mantiene en posiciones de mando; los movimientos políticos, culturales y sociales que demandan canales de expresión; nuevos esquemas para entender la cultura popular y el papel de los medios de comunicación; la apertura de escuelas profesionales de comunicación; la creación de emisoras universitarias en ciudades alejadas del centro del país como consecuencia de las políticas nacionales de comunicación que se de-

sarrollan en tiempos de Luis Echeverría Álvarez y López Portillo.

Así se expande la radio universitaria. Entre los años 1961 y 1982, se fundan la mayoría de las estaciones que forman la radio universitaria mexicana. Son 12 casas de estudio que tramitan y consiguen, de las autoridades federales, el permiso de operación de una frecuencia radiofónica y que reflejan posturas diferentes de la universidad pública frente a los grandes problemas nacionales.

El modelo clásico es revisado, releído, combatido según cada caso en particular, dando lugar a nuevas versiones caracterizadas por su alternatividad, su línea política o una concepción diferente de la cultura popular y de elite. La primera estación universitaria del país, con el peso y la tradición de la casa de estudios más grande de América Latina, pronto asume en su seno la contradicción de su equipo administrativo con el productivo que se resuelve en una versión experimental, intentando desarrollar los conceptos de Bertolt Brecht sobre las posibilidades creativas y estéticas del lenguaje radiofónico. Así, el escritor Carlos Monsiváis señala que llega a la emisora en 1953 invitado por su profesor de literatura sin haber oído nunca hablar de la estación metida en la bruma de la alta cultura, pero que pronto se desarrolla durante la administración de Pedro Rojas un ambiente extraordinario de crítica y libertad creativas.



Sin suficientes recursos económicos, problema común a varias radios universitarias, no es posible una necesaria renovación tecnológica.

El vital y profundo movimiento cultural mexicano de los 60 dio a la radiodifusión cultural un lugar que no había logrado desde sus inicios, dentro del campo de la cultura y la educación, al margen de las masas sociales a las que supuestamente dedicaba sus esfuerzos. El grueso de la población estudiantil se mantenía al margen hasta que las reivindicaciones sociales y la politización del sector lo movieron a abrir canales de expresión. Bahía de Cochinos, la matanza de Tlatelolco, etc., son casos en donde la gran masa de estudiantes exige posiciones diferentes a *Radio UNAM*.

Otras emisoras se van sumando a movimientos contestatarios de clase, como el caso de las Universidades de Oaxaca, Puebla y Guerrero; unas, más a caballo entre la producción estética y política o bien experimentando perfiles de diversa naturaleza. *Radio Universidad de Sonora*, por ejemplo, nace con el concepto de las emisiones generalistas de servicio público en Europa y pretende ofrecer "información y cultura básica para la población", mediante una programación viva, participativa, donde se traten libremente los temas de actualidad en horarios propios para un público amplio que incluyera jóvenes, amas de casa y público en general. Guanajuato y Yucatán intentan desarrollar programas culturales alternativos a la cultura comercial y la Veracruzana, luego de la crisis de la década de los 60, aborda las transmisiones de manera institucional; es decir, diseña un plan de trabajo basado en las tres funciones sustantivas de las universidades públicas mexicanas: extensión de la cultura, docencia e investigación científica, con notable acierto.

Otras propuestas se desarrollan al amparo de las llamadas universidad-pueblo o universidad-fábrica o bien de las presiones ideológicas de izquierda sobre la actividad. *Radio Universidad de Sinaloa*, por ejemplo, es "tomada" durante varios momentos en la década de los 70 por grupos estudiantiles fuertemente politizados que necesitaban de un mecanismo de prensa y propaganda. Guerrero y Puebla inician largos debates y movimientos contra el Estado y sus aparatos exigiendo el otorgamiento de permisos de transmisión amparados en diversas razones. En Puebla se consideró que "la creación de radiodifusoras universitarias tiene varias implicaciones. Además del



Juan Carlos. Imagen Latina, Brasil

Una institucionalidad orgánica, que permita mayores niveles de compromiso entre la casa de estudios y su emisora, favorece un mejor desarrollo del quehacer radiofónico.

cumplimiento de sus tareas expresas, estas emisoras combaten en los hechos la concentración monopólica de la información y la cultura, y abren cauces a la expresión de opiniones de quienes no tienen oportunidad de hacer oír su voz, de las grandes mayorías de la nación" (Toussaint, 1987).

Radio Universidad de Guerrero instrumentó, acaso, la batalla más fuerte por su modelo radiofónico en pro de los intereses populares. Su rector, en 1981, anunciaba: "en lo relativo a la extensión universitaria (debía) rescatar los valores culturales de nuestro pueblo y tratar de llevar a este los elementos que le permitan conseguir una vida siquiera digna". La radio era uno de sus instrumentos más importantes de acción, cuyo permiso fue negado una y otra vez hasta 1988, orillando a transmisiones piratas y movimientos solidarios, huelgas, etc. Incluso, el Gobierno Federal llegó a retirar el subsidio a esa casa de estudios en tanto mantuviera señales radiofónicas al aire" (Romo, 1990: 159).

El modelo clásico estaba herido de muerte. No solo la politización de algunas universidades públicas obliga al replanteamiento de sus objetivos, sino también el mismo análisis de la cultura y la extensión, visto a través de nuevas experiencias sociales y académicas. En 1980, du-

rante la I Reunión de Radiodifusoras Universitarias, Culturales y Educativas se escucharon diversas críticas. André Berruer, representante de la UNESCO en dicha reunión, declaraba que las radios universitarias eran "lujo elitista de la producción de las emisoras universitarias que corresponden a los intereses sectoriales de quienes realizan los programas... mientras que la función radiofónica universitaria debe preocuparse por educar y difundir la cultura del propio país".

Nuevos puntos de vista se oyen en las radios universitarias. Hernán Ramírez, director de *Radio Universidad de Yucatán*, opinaba en 1983: "Hasta el momento actual, la mayoría de las estaciones culturales enfocan su programación a los núcleos de cultura superior, lo que considero un error, pues esta parte de la sociedad no necesita que se refuercen sus conocimientos con mensajes radiofónicos. Por el contrario, la programación de las difusoras culturales debe dirigirse a aquellas personas que no tienen oportunidad de obtener información básica necesaria de una manera regular, como sería asistiendo a una universidad o instituto de enseñanza superior" (Ramírez, 1983: 96).

Además de estos factores de crisis que no se han resuelto del todo, hay que

añadir otros que se derivan de los nuevos escenarios económicos y de política educativa y cultural. La reforma del Estado mexicano ha iniciado un proceso de evaluación de las instituciones de educación superior, encaminado a verificar y reorientar, en su caso, las políticas nacionales sobre la base de que la educación "tiende a convertirse, básicamente, en un recurso para incrementar la productividad y la competitividad, para renovar las estructuras económicas y enfrentar los cambios que de ella se derivan" (CIEES, 1996) desplazando actividades resultantes de la vieja concepción en donde la universidad aceptaba la obligación de ampliar la docencia y la divulgación de la ciencia, la transferencia de conocimientos a la sociedad, democratizando el saber y promoviendo la formación de una conciencia crítica, así como las actitudes y tareas de solidaridad social.

Como resultado de este debate, la extensión de la cultura -y, dentro de ella, las emisoras universitarias- resiente la disminución de partidas presupuestarias y el debilitamiento de su orientación "humanística" que ha puesto el énfasis en programas de sensibilización artística dejando de lado el fortalecimiento de valores, actitudes y comportamientos éticos, cívicos y políticos que también forman parte del quehacer cultural. ¿Y qué decir de los nuevos escenarios mediáticos planteados por el predominio de la tecnología digital y su sobreoferta informativa que incluye, de manera notable, contenidos culturales minoritarios, típicos de las programaciones complementarias de nuestras universidades como las bellas artes, la cultura de elite, a través de señales restringidas e interactivas? ¿Qué nuevas posiciones estamos obligados a jugar en medio de las emisoras "libres" o de aire y la creciente formación de las redes digitales de información multimedia? ¿Cuál es la situación profunda que viven hoy las estaciones universitarias en el contexto del servicio público del país? ¿Qué alternativas se le presentan ante la ideología del mercado, la productividad, la autosuficiencia financiera y la reconversión digital del sistema integrado de información?

Los modelos emergentes

Hoy, existen en México 24 estaciones universitarias y 4 tecnológicas, integradas en el SINPRIES (Sistema Nacional

de Productoras y Radioemisoras de Instituciones de Educación Superior). La agrupación también incluye a las unidades productoras de radio que operan en universidades que aún no tienen frecuencias autorizadas.

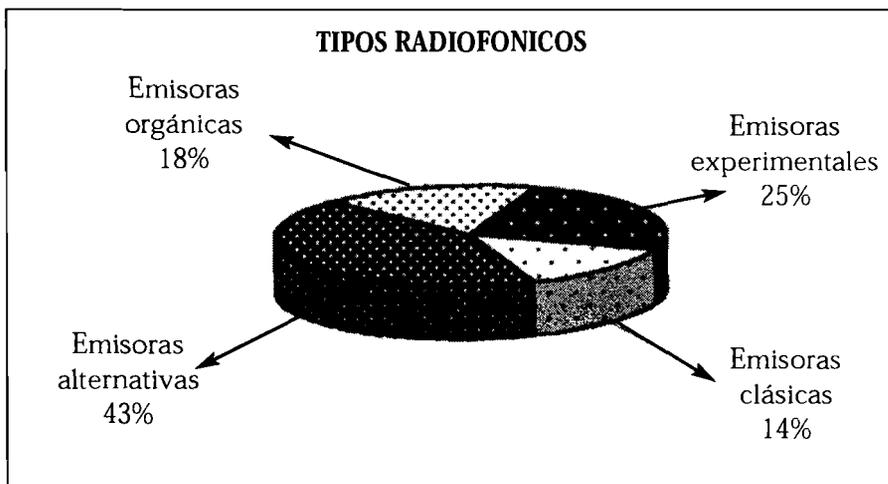
Estas emisoras pueden ser clasificadas como institucionales. Son resultado de cierto tipo de propiedad social que permite a organismos permanentes que han demostrado históricamente su utilidad y que la sociedad, a través del Estado, del Gobierno o de diferentes asociaciones, reconoce como valiosas, dotándolas de medios de producción o transmisión radiofónica. Su fuerza de trabajo se integra por profesionales asalariados, técnicos que independientemente de los lazos solidarios, posiciones que jueguen en la comunidad, deben cumplir eficientemente tareas encaminadas a fortalecer los lazos comunicativos entre la institución y determinado sector social, anteponiendo a sus intereses personales aquellos declarados por el organismo al que se pertenece. La conexión con el desarrollo tecnológico es variable, pues algunas cuentan con apoyos financieros importantes, pero otras no. Este perfil, resultado de interrelaciones específicas en lo político, técnico y discursivo, ha variado hacia otros, como los siguientes:

Institucional experimental formado por la propiedad institucional del medio de comunicación y las herramientas para producir materiales sonoros, pero sin la clara definición de sus alcances, objetivos, metas programáticas y con amplia autonomía derivada de la débil incrustación orgánica en las políticas universitarias, en la planeación e, incluso, en su presupuesto;

La legitimidad del decir de estas emisoras no está, pues, en las audiencias ni en el mercado de medios, sino en las esferas oficiales de la institución, en el discurso iluminista y la crítica especializada. Es más, es notable el desprecio por los procesos de recepción que se desatan en el consumo de los otros medios.

Institucional popular caracterizado por un proyecto de extensión cultural que otorga a los medios de comunicación una misión de transformación social, cultural y política de los grupos dominados de modo que puedan subvertir un orden social;

Institucional alternativo que reconoce el valor de la radio como instrumento de sensibilización educativa y artística en oposición a modalidades culturales co-



merciales, abriendo espacios para la expresión de minorías ilustradas o sectores marginados de la capacidad de decir en los medios de mercado;

Institucional orgánico es aquel que, derivado de los intereses de una universidad, establece un proyecto de comunicación institucional privilegiando la difusión de la información útil para el emisor en detrimento de las necesidades informativas del sector demandante, con amplios sectores de programación dedicados a los temas llamados oficiales; e,

Institucional estratégico que busca negociaciones permanentes entre la demanda de oyentes y las necesidades institucionales, luchando por una posición competitiva en el mercado radiofónico.

A base de esta tipología, la radio universitaria y educativa mexicana puede clasificarse en 7 estaciones bajo el perfil institucional experimental, 4 como institucional clásico, 12 como institucionales alternativas y 5 emisoras orgánicas. Las primeras, como los casos de las radios tecnológicas y de las universidades de Campeche y Nuevo León, se caracterizan por: a) la falta de definición y recono-

cimiento de sus objetivos por parte de la institución, b) debilidades serias en la infraestructura de producción y/o transmisión que las obligan a operar señales de bajo alcance, c) falta de apoyo económico que, para algunos casos, se traduce solo en el pago de una nómina de 2 o 3 personas y de la energía eléctrica (algunas ni siquiera entran en los procesos de planificación y presupuestación anual); y, d) la programación tiene horarios reducidos, inestables y con el apoyo de fuertes espacios musicales, o de programas grabados por instituciones diferentes de las operarias. En casos extremos, se nota cierto divorcio y desencanto entre los grupos de trabajadores y la institución, cosa fácilmente percibida en la programación "al aire". En otras, como *Radio Politécnico Nacional*, la vitalidad es sorprendente.

Las institucionales clásicas y alternativas tienen un mayor grado de inserción en la estructura de las universidades públicas. Se caracterizan por: a) dependencia de departamentos de extensión universitaria, b) líneas implícitas de trabajo, no formales, c) infraestructura profesional con notables carencias, salvo excepciones, d) fuerza de trabajo insuficiente, de poca actualización y presiones sindicales anómalas, e) programación que puede oscilar entre perfiles clásicos y con predominio musical popular, f) fuerte presencia de colaboradores independientes que subrayan los objetivos sociales de las emisoras en detrimento de las obligaciones institucionales tales como la divulgación de la ciencia, la docencia y la extensión de la cultura y los servicios.

La institucionalidad orgánica supone mayores niveles de compromiso entre la casa de estudios y sus emisoras. Esto puede observarse en los siguientes aspectos: a) líneas explicitadas en planes institucionales de desarrollo, b) mayor desarrollo de los recursos humanos y técnicos, c) programaciones equilibradas tanto en espacios de servicio social como en programas que reflejan la identidad institucional. Sin embargo, la carencia de recursos económicos suficientes impacta, sobre todo, en los elementos infraestructurales, como se demuestra en la obsolescencia de los equipos de transmisión (caso de *Radio Universidad Veracruzana* o *Radio Universidad de Guadalajara*), inaugurando un tipo de desfase no conocido todavía en estaciones alternati-

vas: contar con amplios cuadros de producción institucional y no contar con infraestructura adecuada de transmisión que permita la difusión real del mensaje universitario. El criterio de orgánico ha sido añadido en virtud de que los objetivos propiamente universitarios o educativos han sido clarificados, los niveles de dependencia de la estructura productiva son mayores y la programación refleja los intereses de la casa de estudios en espacios especializados.

Aunque no existe en México el modelo estratégico caracterizado por promover relaciones dialogales institución-mercado radiofónico-audiencias, observamos indicios de la evolución del orgánico hacia el estratégico pues: a) se intentan utilizar géneros que reflejan la problemática social desde una óptica universitaria (caso de *Radio Universidad de Guadalajara*), cuyos abundantes espacios noticiosos conllevan un importante sesgo reflexivo y crítico; b) varias emisoras están incorporándose a las mediciones de audiencia para ajustar sus ofertas y tratar de fortalecer su impacto social; y, c) las necesidades financieras de nuestras casas de estudios están orillando a la revisión de las formas de financiamiento y la optimización de los equipos productivos.

La clasificación enseña con más claridad la realidad de la radio universitaria y educativa en México. Los derroteros posibles y sus transformaciones, sin embargo, no se transparentan dado que hay diversos niveles de desarrollo y las presiones externas las impactan de diversos modos. La apreciación del movimiento de cada una de sus potencialidades, y quizás tendencias, solo podrá ser vista mediante estudios más profundos.

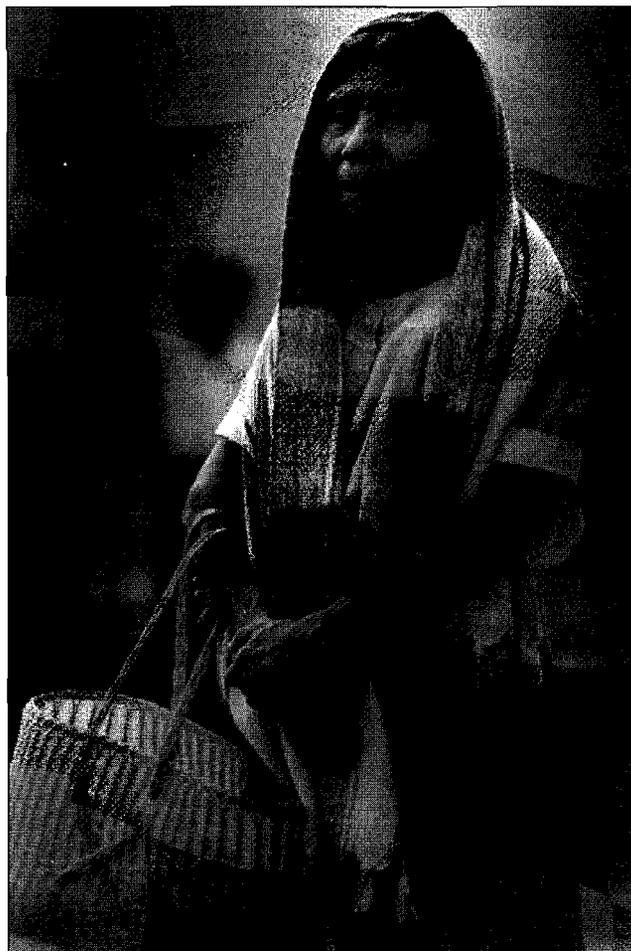
REFERENCIAS

- CIEES. *Marco de referencia para la evaluación*. Documento de trabajo, junio de 1996. México. SEP. Coordinación Nacional para la Planeación de la Educación Superior.
- RAMIREZ Loría, Hernán. "Proyección de la Universidad a través de la radio". En: *Foros de consulta popular sobre comunicación social*. Tomo 4, julio de 1983. México.
- ROMO, Cristina. *Las otras radios; voces débiles, voces de esperanza*. IMER-Fundación Manuel Buendía. México, 1990.
- TOUSSAINT, Florence. "Radio Unam, medio siglo". En: *Revista Proceso* nº 553, 8 de junio de 1987.
- WEB SITE, *Radio UNAM*: www.radio.unam.mx

La clasificación enseña con más claridad la realidad de la radio universitaria y educativa en México. Los derroteros posibles y sus transformaciones, sin embargo, no se transparentan dado que hay diversos niveles de desarrollo y las presiones externas las impactan de diversos modos.

GLOBALIZACIÓN E INTERCULTURALIDAD

En el marco del impresionante desarrollo tecnológico y, consecuentemente, de la globalización, se está promoviendo un nuevo humanismo sobre la base de una relación dialéctica entre lo universal y lo particular, lo global y lo local. El autor plantea que estamos entrando a "una universalización propia de la postmodernidad naciente que, si bien procura la unidad de criterios y de valores, lo debe hacer sin negar ni ignorar las diferencias peculiares de cada pueblo". Y ello será posible trascendiendo los extremos del absolutismo y relativismo cultural, para asumir plenamente los conceptos de multiculturalidad e interculturalidad.



Imágenes Libres, El Salvador

En los últimos años se ha venido discutiendo sobre las posibilidades de desarrollo de las múltiples y diversas culturas del mundo en un marco global cada vez más determinado por los contenidos axiológicos y las expresiones concretas de la dominante cultura tecnológico-científica, orientada al consumo, que pareciera dominar a todos los pueblos. La pregunta subyacente en esas discusiones consiste en la antinomia entre la universalidad y la

particularidad, en tanto se sujete el pensamiento a las normas de la lógica.

En realidad, asistimos a la crisis de la modernidad construida sobre los cimientos de la Ilustración y del Positivismo decimonónico. Esa modernidad, convencida de la superioridad de la llamada "cultura occidental", se ha mostrado incapaz de comprender la riquísima variedad de las culturas que la humanidad ha sabido crear y cultivar. Sin embargo, los grandes avances de la ciencia sustentaban su pretensión de universalismo absoluto.

Nuevo humanismo

El desarrollo de la tecnología, impensable unas décadas atrás, está promoviendo un nuevo humanismo a escala planetaria; en el cual la universalidad no estaría en contra del reconocimiento de

ENRIQUE IPIÑA MELGAR, boliviano. Ex ministro de Educación y Cultura. Este es el texto de la ponencia que presentó en las II Jornadas Iberoamericanas de Educación Intercultural Bilingüe, convocadas por la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) y realizadas entre el 28 y el 30 de septiembre de 1998, en Antigua, Guatemala.

las particularidades culturales. Al contrario, las necesita para afirmarse y desarrollarse en el futuro.

Hace muy pocos meses se celebró, en Buenos Aires, el Primer Congreso Mundial de la Comunicación. Más de 4.000 periodistas de todo el mundo debatieron en ese congreso sobre el marco cultural en el que se desarrolla la actividad comunicacional: los riesgos profesionales, la ética informativa, los derechos y los deberes de los comunicadores sociales. Entre las múltiples ponencias presentadas sobresalió la de Derrick de Kerckhove, actual director del programa de Cultura y Tecnología del Instituto MacLuhan y profesor de la Universidad de Toronto. Su ponencia, titulada *Los efectos de la comunicación mediática en los procesos psicológicos y sociales*, llamó la atención del semanario internacional *TIEMPOS DEL MUNDO* (edición del jueves 24 de septiembre de 1998, p. B44). Como discípulo de Marshall MacLuhan, Kerckhove se ocupó de la expresión "aldea global" que, hace más de treinta años, formulara su célebre maestro. He aquí las palabras de Kerckhove:

"MacLuhan dijo que la TV era la escena global. Habló con naturalidad de la aldea global y en aquel momento nadie entendió de qué estaba hablando. Ahora todos lo comprenden. La aldea global es una justificación, para los gobiernos y las empresas de la globalización, de la unifi-

cación de los medios de comunicación en todo el planeta. El neoliberalismo pudo haber aprovechado de esta aldea global pero esa etapa ya pasó. Porque en la edad del Internet ya no hay una sola aldea global; cada aldea es global, cada aldea al conectarse se convierte en global. Lo mismo ocurre con cada persona. Lo más sorprendente es el hecho de que ser global no destruye nuestra condición de ser local; por el contrario, la base de esta globalidad es que el cuerpo de cada uno pueda distribuirse en toda la superficie del globo. Esta es una condición totalmente nueva. Hemos pasado de una etapa en que nuestra mente era totalmente controlada por la pantalla a la recuperación gradual del control de la pantalla".

La mundialización de la información, la globalización de la economía, la adveniente cultura universal... todo ello parecía comportar la desaparición de las identidades particulares: locales, regionales y nacionales. Pero hoy, como nunca antes, se reivindican las culturas locales, a tal punto que los conflictos encuentran en estas reivindicaciones algunas de sus principales motivaciones. Y esas reivindicaciones se encuentran, por primera vez, fortalecidas por esa recuperación gradual, pero irreversible, del control de la información por parte de cada pueblo, de cada "aldea global", de cada ser humano. Si hasta ayer se había temido que

lo particular iba a ser eliminado por lo universal; hoy, y mañana más aún, parece que la condición de futura universalidad solo será posible sobre el pleno reconocimiento de las múltiples y diferentes particularidades.

Y es que nadie quiere llegar a la concurrencia universal como un don nadie; sino como alguien. Estamos en las puertas de un nuevo humanismo; mucho más rico cuanto más universal. Ya no será más el humanismo construido sobre el *otium* elitista de los privilegiados; sino sobre el acceso generalizado al conocimiento y al uso de la palabra para todos.

Se trata, en consecuencia, de una universalización propia de la postmodernidad naciente que, si bien procura la unidad de criterios y de valores, lo debe hacer sin negar ni ignorar las diferencias peculiares de cada pueblo.

Las anteriores experiencias de universalización propia de la postmodernidad, se realizaron siempre bajo la imposición de un modelo dominante. Hoy, nadie quiere aceptar imposición alguna; si bien todos están dispuestos a tomar lo bueno de los demás voluntaria y espontáneamente, ofrecen, a su vez, lo bueno que puedan aportar.

Es tiempo de construir una cultura universal sobre la base de las culturas particulares, conformando un patrimonio de todos con el reconocimiento de cada uno. Es tiempo de soñar y trabajar para



Comunidad huichol, México

Todos los pueblos tienen derecho al reconocimiento de su identidad y de la diversidad cultural, sin desmedro de su aspiración a la unidad.

la construcción de la cultura de la paz, mediante una educación para la paz, mediante la estimación de la diversidad sin desmedro de la aspiración a la unidad.

Absolutismo y relativismo cultural

Hasta hace muy poco, detrás de cada proyecto de expansión o de desarrollo estaba siempre un plan de imposición cultural. Hoy, por lo menos para los más lúcidos, está claro que el absolutismo cultural, basado en el supuesto de que existen unos valores superiores que se expresan a través de las manifestaciones culturales de una determinada nación, ya no es reconocido por nadie y hasta es mirado con desconfianza en las mismas naciones que antaño pretendieron imponerlo en el resto del mundo.

Con esta pretensión se trató de "civilizar" a los pueblos "bárbaros" desde una Europa demasiado segura de sí misma. Eso pertenece al pasado; a la mentalidad colonialista del siglo XIX, que tuvo que resolverse en feroces conflictos por la hegemonía de diversas maneras particulares de ver la civilización. La sed de dominio se disfrazaba, así, bajo la necesidad de un conjunto de valores pretendidamente universales, que hicieron posible la armonía y la paz entre las naciones.

Resulta interesante que el cambio de mentalidad en la cultura occidental nace como una reflexión sobre los inmensos daños causados por el colonialismo en el resto del mundo, por esa mentalidad de dominación. Heidegger, Sartre, Levinas, Gadamer y otros pensadores de post-guerra son los más representativos.

Está claro, también, que el relativismo cultural, que declara imposible un mínimo consenso sobre ese conjunto de valores universales; y que reivindica una total originalidad e incompatibilidad de los propios valores y manifestaciones culturales con los valores y expresiones de los demás, haría imposible la convivencia entre los pueblos.

Multiculturalidad e interculturalidad

Entre esos dos extremos tratamos de ubicarnos ahora, cuando procuramos el reconocimiento de la diversidad cultural como un derecho de todos los pueblos. El reconocimiento de la misma dignidad para todas las culturas constituye el principio fundamental del multiculturalismo.

Si hasta ayer se había temido que lo particular iba a ser eliminado por lo universal; hoy, y mañana más aún, parece que la condición de futura universalidad solo será posible sobre el pleno reconocimiento de las múltiples y diferentes particularidades.

Ese reconocimiento implica la existencia de algunos valores universales sin los cuales sería imposible. Ellos se condensan en la dignidad esencial de la persona humana, sin importar sus condiciones concretas de carácter accidental, tales como raza, lengua, religión, etc. Sin el reconocimiento de los derechos humanos que dimanen de esa dignidad, sería imposible el reconocimiento de la igualdad esencial de las culturas. No se trata, en consecuencia, de un relativismo ético que, por lo contrario, nos conduciría inevitablemente a posiciones hegemónicas, pues la relatividad consiste precisamente en reconocerles a unos más o menos dignidad que a otros. En cambio, cuando se afirma sin matices la igualdad esencial de todos, estamos afirmando una base común que no admite interpretaciones relativistas.

Por otra parte, el reconocimiento de esos valores universales constituye, a su vez, la base sobre la cual es posible admitir y apreciar la diversidad en la manera peculiar de cada pueblo de vivir los valores universales. Al fin de cuentas, el valor tiene una base objetiva en la realidad: se valora lo que es digno de ser

apreciado. Y un elemento subjetivo: la manera de percibir el valor.

Pues bien, el reconocimiento de la diversidad cultural, que es la base del multiculturalismo, no puede quedarse en un mero reconocimiento. Si hemos de ser rigurosos, en el reconocimiento ya está implícita la valoración positiva de las diferencias. Dicho de otra manera, la tolerancia del diferente sería imposible sin la admisión de que es digno de ser diferente; es decir, en que su manera peculiar de ser es estimable positivamente. La diversidad cultural, así entendida, pasa a ser considerada como una riqueza inmensamente superior a la suma de las riquezas materiales; porque esta hace y hará posible todo lo demás.

El reconocimiento de la diversidad cultural, transformado entonces en una actitud de valoración positiva de las diferencias, proporciona la necesaria fundamentación filosófica al enfoque intercultural. Usamos el término "enfoque" porque se trata de una manera de ver la realidad global de la existencia humana en todas sus dimensiones, abarcando los ámbitos social, económico, político y cultural, con todas sus implicaciones en la vida de cada persona, de cada familia, de cada pueblo.

El enfoque intercultural no admite ser reducido a la tolerancia de las diferencias; exige una dinámica búsqueda del otro hasta lograr que sea incorporado como parte de nuestras vidas. Nada más alejado de esta actitud noble y amorosa que la doctrina y la práctica del *apartheid*, en cuya base teórica está el relativismo ético más radical.

Esos son los fundamentos del interculturalismo. Envuelven toda una filosofía del hombre: un nuevo humanismo y, por consiguiente, toda una nueva filosofía de la educación. Sobre esas bases, la educación bilingüe aparece como una modalidad plenamente deseable y posible; tanto, que cabe maravillarse de cómo se ha podido pretender la educación de pueblos enteros en el desprecio de su lengua y de la totalidad de su cultura. Ciertamente, el afán civilizatorio de corte colonialista solo puede explicarse por la ambición de poder político, económico y militar. No encuentra sustentación alguna en la ética; aunque se puede explicar por una aparente fidelidad a la lógica y una mistificación de los valores, para tratar de justificar lo injustificable. ●

● **GRANADA:**
**I CONGRESO SOBRE
 COMUNICACIÓN DE
 LA CIENCIA**



El papel de la ciencia y la tecnología, en la sociedad contemporánea, cobra cada día mayor importancia. La velocidad y calado de los cambios que el desarrollo científico implica, exigen una mayor participación social y nuevas estrategias de acceso permanente a la cultura científica. En este marco, la comunicación y divulgación están llamadas a desempeñar una función cada vez más decisiva en las sociedades democráticas. La cultura científica debe normalizarse como una parte más de la cultura.

El Congreso, que se realizará entre el 24 y el 27 de marzo de 1999, pretende ser un foro de reflexión sobre las cuestiones planteadas que interesan a periodistas, divulgadores, científicos, educadores, instituciones museísticas, editoriales, entidades educativas y culturales, etc.

Ámbitos de trabajo

- Ciencia y Periodismo
- Ciencia y Cultura
- Ciencia y Educación
- Ciencia y Medio Ambiente

Centros de Divulgación Científica (museos de ciencia, planetarios, acuarios, centros de interpretación de parques naturales, jardines botánicos....)

Además, el Congreso, que se celebrará en el Palacio de Congresos de

Granada, tendrá una serie de actividades paralelas, que incluyen una visita nocturna a la Alhambra, visitas al Observatorio de Sierra Nevada, al Parque de las Ciencias, programa cultural para acompañantes, etc.

Ponentes

Las conferencias y mesas redondas contarán con personalidades relevantes en el mundo de la ciencia, la cultura, el periodismo y la divulgación científica. Entre otros: Richard Dawkins, biólogo y director de Public Understanding of Science en Oxford; el filósofo Fernando Savater; el escritor A. Muñoz Molina; los científicos Francisco J. Ayala, Cayetano López, Juan Oro y José Manuel Sánchez Ron; los periodistas científicos Fernández Hermana y Vladimir de Semir, y los responsables de museos científicos Ramón Núñez, Manuel Toharia y Jorge Wagensberg.

Para más información, comunicarse con:

I Congreso sobre Comunicación Social de la Ciencia.

Parque de las Ciencias de Granada,
 Av. del Mediterráneo s/n. 18006, Granada, España. E-mail:
 cpciencias@parqueciencias.com
 www.parqueciencias.com/congreso



● **CARTAGENA DE INDIAS:**
**II BIENAL DE
 COMUNICACIÓN**

La Universidad de Cartagena (Colombia), en colaboración con universidades iberoamericanas y españolas y la Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación (AIJIC), convoca a la II Bienal de la Comunicación "La magia de la comunicación periodística de final de milenio. Homenaje a Jesús Martín-Barbero", que se realizará en Cartagena de Indias, entre el 21 y 27 de junio de 1999.

Esta ciudad será, una vez más, el escenario de un encuentro iberoamericano de comunicadores que buscan reflexionar sobre la comunicación periodística de final de milenio y sus

perspectivas, con sus virtudes y su acechos, para proponer nuevas vías de acción, encontrar un lenguaje común y echar a andar iniciativas.

Temas

Las mesas previstas inicialmente y sus temas son:

- Mesa de homenaje: La comunicación, según Jesús Martín-Barbero,
- Ciudad y Comunicación,
- Teoría de la comunicación,
- Internet, en el paradigma de las NTIC.
- Ética y derecho a la información,
- El periodismo especializado y de investigación,
- La información audiovisual,
- Documentación en el periodismo,
- Comunicación, paz y minorías.

Propuestas de ponencias y comunicaciones

Los interesados deben enviar un resumen de no más de un texto en una hoja DIN A-4, donde figurará: título del trabajo, nombre del autor, status o posición académica, dirección de correo electrónico o postal. Los envíos se harán al fax 575-6646304 (atención de Sara Bozzi) o al e-mail: jpablos@ull.es

Las actualizaciones de la convocatoria se podrán encontrar en la página de congresos del sitio web Latina: www.lazarillo.com/latina

Se admitirán propuestas de comunicaciones y ponencias hasta el 15 de febrero de 1999. Los interesados tendrán que comprobar la admisión de sus trabajos en el ya citado web Latina, el 5 de abril de 1999 (no habrá comunicaciones postales).

Los trabajos admitidos se enviarán al e-mail indicado. A la vista de los trabajos enviados, la organización formará las mesas e invitará a las personas interesadas a convertir su comunicación en ponencia y redactará el programa definitivo de la bienal.

En la presentación de los trabajos en el congreso, cada participante entregará una copia en papel y un disquete con la versión de su trabajo. La organización comunicará en febrero-marzo la oferta de viaje, cuando se disponga de datos, ya solicitados a una agencia.

**CUADRAGESIMO
ANIVERSARIO DE
CIESPAL
(1959-1999)**



En octubre de 1959 fue creado CIESPAL mediante convenio tripartito firmado entre la UNESCO, el Gobierno ecuatoriano y la Universidad Central del Ecuador.

Durante estos 40 años, el Centro ha jugado un importante rol en el desarrollo de la investigación de la comunicación, la capacitación a periodistas y comunicadores latinoamericanos, la producción de materiales educativos (audiovisuales e impresos) en apoyo al desarrollo, la publicación permanente de *Chasqui*, Revista Latinoamericana de Comunicación, y una prolífica producción bibliográfica que ha rebasado el centenar de títulos.

La celebración de estos 40 años estará marcada por una serie de actividades académicas, nacionales e internacionales, publicaciones y foros de discusión y análisis sobre los tópicos actuales de la comunicación. En estas actividades conmemorativas se contará con la presencia de los más importantes exponentes de la comunicación latinoamericana.

**BIODIVERSIDAD:
195 PIEZAS COMUNICACIONALES**

En el marco del Proyecto Protección a la Biodiversidad, auspiciado por el GEF (Fondo Mundial para el Medio Ambiente) y el Inefan, CIESPAL ha producido 195 piezas comunicacionales que se están difundiendo a la población ecuatoriana, desde octubre de 1998 hasta abril de 1999.

En televisión se produjeron 5 spots y 50 videos didácticos interactivos para niños, 12 reportajes periodísticos. Para radio se produjeron 87 piezas, entre las que constan: noticias, entrevistas, dramatizados que recogen mitos, leyendas e historias de las áreas protegidas y una serie educativa para niños. En impresos se ha producido afiches, trípticos, botones, ecoenigmas didácticos, cartillas educativas, calendario, adhesivos y artículos especiales para los medios de comunicación.

Esta estrategia multimedios, diseñada a partir de una investigación nacional preliminar, tiene como objetivo informar, educar y motivar a la población en general, y en especial a los niños y jóvenes del Ecuador, para cuidar y defender la riqueza natural en el marco de un desarrollo sustentable.



CAPACITACION NACIONAL

CIESPAL realizará, durante el primer semestre de 1999, cursos, talleres y seminarios que tendrán lugar en Quito y en otras ciudades del Ecuador. Algunos de estos cursos son coordinados con los gremios periodísticos y universidades.

Los temas de estas actividades académicas serán los siguientes:

- Periodismo investigativo,
- Producción de informativos para radio y TV,
- Periodismo deportivo,
- El reportaje en TV,
- Gestión y autofinanciamiento de las radios,
- Mercadeo Social,
- Manejo de cámara,

- Locución I y II,
 - Producción en televisión,
 - Técnicas para la digitalización de la radio,
 - Periodismo turístico,
 - Mercadeo y producción radial,
 - Metodologías para la enseñanza de la ética,
 - La radiorrivista,
 - Edición de noticias y titulación,
 - Redacción y estilo periodístico.
- Para más información, diríjase a:

Dpto. de Formación Profesional CIESPAL
Apartado 17-01-584. Av. Almagro N32-133 y Andrade Marín. Quito-Ecuador
E-mail: formprof@ciespal.org.ec

NUEVA SOCIEDAD

SEPTIEMBRE-OCTUBRE 1998

157
CONTENIDO

Director: Dietmar Dirmoser
Jefe de Redacción: S. Chejfec

COYUNTURA: **Sonia Montaño Virreira**, Bolivia. Dictador se hace, no se nace. **Irela**, El mundo se abre a Cuba. Avances hacia su plena inserción internacional. **José Carlos Rodríguez**, Paraguay. Transición sin alternancia.
APORTES: **Marcia Campillo/Enrique de la Garza**, ¿Hacia dónde va el trabajo humano? **H.C.F. Mansilla**, Neoliberalismo y posmodernismo en el ámbito sociocultural.
TEMA CENTRAL: LOS CAMINOS DE LA IZQUIERDA. **Carlos M. Vilas**, La izquierda latinoamericana. Búsquedas y desafíos. **Alberto Adrián M.**, Perú. Adiós a la izquierda. **Juan Manuel Abal Medina (h.)**, Los herederos del populismo. La experiencia del PRD y el Frente Grande. **José Eduardo Utzig**, La izquierda en el gobierno. Notas sobre el PT en Porto Alegre. **Steve Ellner**, Izquierda y política en la agenda neoliberal venezolana. **Rafael Hernández**, ¿Hacia una nueva sociedad socialista? Cambios, crisis y configuraciones sociales en Cuba. **Jorge Lanzaro**, La izquierda uruguaya. Entre la oposición y el gobierno.
LIBROS: **Peter Waterman**, El Mundo Feliz de Manuel Castells.

SUSCRIPCIONES (Incluido flete aéreo)	ANUAL (6 núms.)	BIENAL (12 núms.)
América Latina	US\$ 50	US\$ 85
Resto del mundo	US\$ 80	US\$ 145

PAGOS: Cheque en dólares a nombre de NUEVA SOCIEDAD. Rogamos no efectuar transferencias bancarias para cancelar suscripciones. Dirección: Apartado 61712-Chacao-Caracas 1060-A. Venezuela. Telfs.: (58-2) 267.31.89 / 265.99.75 / 265.53.21 / 266.16.48 / 265.18.49, Fax: 267.33.97; @: nuso@nuevasoc.org.ve; nusoven@nuevasoc.org.ve. Página digital: www.nuevasoc.org.ve

Estudios sobre las Culturas Contemporáneas

Revista semestral de investigación y análisis

Programa Cultura - CUIS -
Universidad de Colima.

ESTUDIOS SOBRE LAS
CULTURAS
CONTEMPORÁNEAS

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



Suscripciones:

(Incluye envío correo aéreo)
México: N\$ 100.00 * Otros
países: US\$ 45.00

Envíe giro postal o telegráfico a

Programa Cultural, Universidad de Colima
Apdo. Postal 294, Colima, Col., 28000, México.
Tel. (52-331) 3 03 97 - Fax (52-331) 2 75 51



STUDIES IN LATIN AMERICAN POPULAR CULTURE

Volume 17, 1998

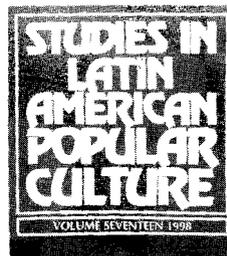
Popular Cinema/Popular Culture

Ana M. López, Guest Editor

SUBSCRIPTIONS

Individual US\$ 25; Libraries and other
institutions US\$ 55; Patrons US\$ 100

Make checks payable to: Studies in Latin American Popular Culture. Send to: Charles M. Tatum, Studies in Latin American Popular Culture. Faculty of Humanities. University of Arizona. Tucson, AZ 85721



ECUADOR Debate

Publicación cuatrimestral del
Centro Andino de Acción Popular

No. 45

Diciembre de 1998
**DEUDA EXTERNA EN
NUEVOS CONTEXTOS**

Suscripción anual, 3 números: exterior
US\$ 24, Ecuador S/. 55.000,00
Ejemplar suelto: exterior US\$ 9,
Ecuador S/. 20.000,00



Diego Martín de Utreras 733 y Selva Alegre.

Fax: (593-2) 568 452 Apartado aéreo 17-15-173 B. Quito - Ecuador

Libros sobre la radiodifusión iberoamericana

Paralelamente al inicio de la radio en Iberoamérica, se realizó también una actividad intelectual dedicada al análisis de este medio.

Desde entonces, la producción bibliográfica ha sido una constante, aunque inferior a la que ha acompañado a la evolución de la prensa, la televisión o el cine. Este artículo presenta una selección de libros, tesis doctorales y artículos académicos, publicados entre 1995 y 1998, sobre la radiodifusión iberoamericana.



Las primeras emisoras de radiodifusión, en el área iberoamericana, nacieron en la misma época que en Estados Unidos y en Europa. Algunas de las más antiguas, que todavía existen en la actualidad, son las siguientes: *Club de Pernambuco* (Pernambuco, 1919), *Chilena* (Santiago, 1921), *El Espectador* (Montevideo, 1923), *Radio Barcelona* (Barcelona, 1924), *Broadcasting National Hits* (Santo Domingo, 1924), *Provincia de Buenos Aires* (La Plata, 1925), *El Prado* (Riobamba, 1925), *El Salvador* (San Sal-

vador, 1926), *Chuquisaca* (La Paz, 1928), *Monumental* (San José de Costa Rica, 1929) y *Progreso* (La Habana, 1929).

La irrupción de este nuevo medio de comunicación significó la entrada y la dominación del modelo y de los capitales norteamericanos o europeos, según se trate de América Latina o de la Península Ibérica. En efecto, desde los años treinta, la radio latinoamericana acogió importantes inversiones de las grandes cadenas de Estados Unidos: *ABC*, *NBC* y *CBS*. Y la tendencia se acentuó y consolidó en los años 60 con la generalización de los canales televisivos, sobre todo en los grandes mercados como Brasil, México y Argentina.

Así, la organización de la radio y la

TV en América Latina copió el modelo de privatización casi absoluta implantado en los E.U. Y la mayoría de los recursos disponibles, tanto del lado de la inversión y la publicidad como de los productos (programas, guiones, noticias, música, etc.) procedían de empresas norteamericanas. La dependencia de los medios y de la información de toda la región, respecto de E. U., se fue reafirmando con los cambios de los últimos decenios. En España y en Portugal, por el contrario, y debido sobre todo a las dictaduras franquista y salazarista, el modelo implantado fue mixto (público y privado), de carácter comercial aunque con un peso muy importante del partido en el poder y de la Iglesia Católica.

DANIEL E. JONES, español. Doctor en Ciencias de la Información, investigador y profesor en las facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona y de la Universidad Ramon Llull.

Durante los años 80, la expansión de la radio ha sido muy notable, tanto en América Latina como en la Península Ibérica. La radio tiene una cobertura prácticamente total y continúa siendo el medio de mayor audiencia -junto con la televisión-, sobre todo merced a la implantación de los transistores de origen japonés, de bajo coste, a partir de los años 60.

La radio ha ejercido un papel propio y popular en muchas de las grandes áreas rurales. Por ejemplo, en los últimos veinte años, según datos de la UNESCO y de la *Agencia EFE*, las emisoras de radio latinoamericanas pasaron de 4.000 en 1975 a 7.500 en la actualidad, y el índice de receptores por mil habitantes aumentó de 180 a 350, aunque con grandes diferencias entre los distintos países.

La gran mayoría de las emisoras son locales o regionales, y casi todas de propiedad privada. Música, deportes y radionovelas dominan la programación, y los informativos radiofónicos son de variable calidad y objetivos. La producción informativa tiende a ser altamente centralizada, con boletines locales que frecuentemente son una reelaboración de los boletines nacionales. La radio comunitaria también desempeña un papel importante: la ALER, establecida con el apoyo de la Iglesia Católica, en 1972, agrupa a unas 60 emisoras comunitarias locales, que han optado por programas de educación popular, de formación profesional y de extensión agraria.

Por el contrario, en España y en Portugal la iniciativa privada ha ido adquiriendo un papel cada vez más significativo -mediante la conformación de cadenas nacionales- y la radio de carácter comercial es la de mayor aceptación entre la audiencia. Asimismo, han surgido emisoras de carácter público regional y local que tienen un peso importante, sobre todo en Cataluña.

Los estudiosos iberoamericanos se han interesado por el análisis de la radiodifusión desde sus inicios, y se publicaron libros sobre el medio ya en los años 20 y 30, sobre todo en España y en Argentina. En este sentido, habría que citar los manuales técnicos españoles publicados en los años 20 por Bal-

sera, Escanciano, Mata Lloret, Manuel Ortega y Gasset, Palacios, Riñón Melgar, Riu, Roa Sáenz, Rodríguez Guerra y Yesares Blanco, y los primeros libros de análisis histórico, político y cultural: *La ràdio a casa nostra*, de Alexandre Forcades (Barcelona, 1933); *El triomf de la ràdio a Catalunya*, de Ramon Pérez i Vilar (Barcelona, 1933), e *Historia de la radiodifusión en España*, de Virgilio Soria (Madrid, 1935).

Es cierto que el número de libros, tesis doctorales o artículos académicos sobre la radio es muy inferior a los de la prensa, la televisión o el cine, debido sobre todo a que es más difícil reunir documentación de primera mano. Suelen abundar, en los últimos años, los estudios de carácter histórico y local (sobre todo en España) y, en menor medida, investigaciones de carácter económico, político, estructural e internacional. En América Latina, también, se destacan los análisis sobre las emisoras populares, alternativas y educativas.

A continuación se presenta una selección de libros, tesis doctorales y artículos académicos publicados entre 1995 y 1998 sobre la radiodifusión iberoamericana.

Albillo Torres, Carlos ; José Javier Sánchez Aranda: *Historia de la radio en Navarra* (Pamplona: Gobierno de Navarra, 1995). Presenta una panorámica sobre la evolución del medio en esta región del norte de España.

Arboledas, Luis: *Radiofonistas, predicadores y pinchadiscos: sesenta años de radio en Granada* (Granada: COMARES, 1995). Ameno estudio sobre la historia de las emisoras de radio en esta ciudad andaluza.

Arrieta Alberdi, Leyre ; José Antonio Rodríguez Ranz: *Radio Euskadi: la voz de la libertad* (Bilbao: Euskal Irrati Telebista, 1998). Amplia y documentada historia sobre una emisora nacida en la clandestinidad durante el franquismo, que tuvo que emitir desde el País Vasco francés (1946-54) y desde Venezuela (1965-77) hasta ser legalizada por el régimen democrático español y convertirse en la radio pública del actual Gobierno vasco.

Castro Vinagre, Manuel (ed.): *Anuario en tu onda: toda la radiodifusión mundial que habla en español* (Barcelona: Nuevo Maf Ediciones, 1995). Guía de las emisoras de onda corta, onda media y frecuencia modulada que emiten en lengua española en los diferentes países y continentes, así como algunos artículos sobre el panorama radiofónico mundial.

Chaparro Escudero, Manuel: *Radio pública local* (Madrid: Fragua, 1998). Estudio sobre las emisoras de radio promovidas por los ayuntamientos españoles en las últimas dos décadas, que se han extendido con rapidez por todo el país (especialmente en Cataluña, Andalucía y Galicia), con una gran labor de carácter comunitario aunque con una cierta dependencia política del partido en el gobierno.

A sí, la organización de la radio y la televisión en América Latina copió el modelo de privatización casi absoluta implantado en los Estados Unidos. Y la mayoría de los recursos disponibles, tanto del lado de la inversión y la publicidad como de los productos (programas, guiones, noticias, música, etc.) procedían de empresas norteamericanas.

Delgado Reina, Matilde: *Història de la ràdio a Mallorca, 1933-1994* (Palma de Mallorca: El Tall Editorial, 1996). Estudio de carácter descriptivo sobre la trayectoria empresarial y profesional de la emisora más importante de las Islas Baleares (*Radio Mallorca*), además de otras emisoras públicas y privadas en el postfranquismo.

Díaz, Lorenzo: *La radio en España, 1923-1997* (Madrid: Espasa Calpe, 1997). Importante contribución a la historia sociológica de la radiodifusión española: emisoras, programas, géneros, locutores, músicos, técnicos, audiencias; supone una reconstrucción sentimental de un medio que llenara la vida de millones de ciudadanos durante los años duros de la Guerra Civil y del franquismo.

Díaz, Lorenzo: *Años de radio: recuerdo y semblanza de los protagonistas del dial* (Madrid: Temas de Hoy, 1998). Narración de la trayectoria profesional de los principales locutores de la historia de la radio española, tales como Bobby Deglané, Luis del Olmo, Iñaki Gabilondo, Encarna Sánchez, Antonio Herrero, José María García, Juan Antonio Abellán y Matías Prats, entre otros.

Faus Belau, Angel: *La era audiovisual: historia de los primeros cien años de la radio y la televisión* (Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias, 1995). Interesante y útil manual destinado a introducirse en las diferentes etapas vividas por estos medios hegemónicos en el siglo XX.

Garriga, Teodor: *La meua vida i Ràdio Associació de Catalunya* (Barcelona: Proa, 1998). Memorias de un protagonista destacado de la implantación de la radiodifusión en lengua catalana en los años veinte y treinta.

Guarinos, Virginia (ed.): *Radio fin de siglo* (Sevilla: Ediciones Trípode, 1997). Obra que recoge las ponencias de una serie de expertos que analizan la credibilidad de la radio en España, la formación de nuevos profesionales, la imagen pública de los locutores y la situación de la radio en Andalucía en la actualidad.

Haussen, Doris Fagundes: *Rádio e política: tempos de Vargas e Perón* (Por-

to Alegre: EDIPUCRS, 1997). Interesante aportación sobre la utilización política del medio radiofónico por parte de dos presidentes populistas latinoamericanos durante los años treinta y cincuenta: el brasileño Getulio Vargas y el argentino Juan D. Perón.

Haye, Ricardo M.: *Hacia una nueva radio* (Buenos Aires: Paidós, 1995). Reflexiones de un académico y profesional de la radio argentina sobre las posibilidades de un medio de gran implantación popular.

Iglesias Millares, Patricia ; Arturo Merayo Pérez: *As radios municipais en Galicia: claves para unha comunicación alternativa* (Santiago de Compostela: Edicións Lea, 1997). Estudio de carácter sociológico sobre las emisoras radiofónicas públicas de ámbito local (gestionadas por los ayuntamientos gallegos), que contiene un amplio anexo documental.

Martí, Josep M. (et al.): *Jornada profesional: nuevos formatos de radio en USA* (Barcelona: Fira de Barcelona / Sonimag / Radio Barcelona-SER, 1995). Textos diversos sobre el tipo de programación actual de la radio en Estados Unidos: desde los *morning shows* hasta los formatos CHR y AC o las emisoras en lengua española.

Martí, Josep M. (et al.): *La ràdio a Catalunya: estructura del sistema radiodifusor català* (Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, 1996). Análisis estructural sobre las emisoras (públicas y privadas, catalanas y españolas), los géneros de la programación y las características de las audiencias de la radio actual en el mercado catalán.

Martí, Josep M.: *Periodisme radiofònic i transició política a Reus* (Reus: Cossetània, 1998). Reflexiones sobre el papel político y social de la radio en una ciudad catalana durante el período de la transición política española (1975-1982).

Martínez Costa, María del Pilar: *La radio en la era digital* (Madrid: El País-Aguilar, 1997). Análisis sobre las transformaciones tecnológicas que se están produciendo en la radio española e internacional, sobre todo mediante la

RICARDO M. HAYE
Hacia una nueva radio



PAIDÓS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN



digitalización y la utilización de los satélites.

Mendezona, R.: *La Pirenaica y otros episodios* (Madrid, 1995). Repaso a la historia de una emisora emblemática, propiedad del Partido Comunista de España, que emitía clandestinamente desde Bucarest para contrarrestar la censura durante el régimen franquista (1939-1975).

Michinel Alvarez, Miguel Angel: *La radiodifusión vía satélite en la regulación española de derecho de autor internacional* (Granada: Comares, 1998). Análisis de carácter jurídico sobre los cambios que se están produciendo en los marcos mundial y español merced al desarrollo de la radio digital vía satélite.

Ortiz Garza, José Luis: *Una radio entre dos reinos: la increíble historia de la radiodifusora mexicana más potente del mundo en los años 30* (México DF: Javier Vergara, 1997). Narración histórica de la XER, de Villa Acuña (Estado de

Coahuila), fundada en 1931 por el norteamericano John R. Brinkley, que era famosa por ser "la emisora más potente del mundo en los años 30", con 500.000 watts.

Rodero Antón, Emma ; Arturo Merayo Pérez: *La información radiofónica en Castilla y León* (Valladolid: Junta de Castilla y León, 1998). Primer estudio de estas características que se publica en una región española, que analiza la tipología de los informativos, las fuentes, los profesionales, las emisoras y el tipo de noticias difundidas por este medio de gran implantación en el país.

Rubido, Bieito: *Radiodifusión pública: un modelo a redefinir* (Santiago de Compostela: Edicións Lea, 1996). Interesante contribución sobre la radiodifusión de carácter público, que se encuentra en franco declive no solo en España, sino en el conjunto de Europa.

Sanchis Silvestre, Alberto: *Recordando a Antonio Losada, 1921-1990* (Barcelona: Viena, 1997). Reconstrucción biográfica novelada sobre este guionista y autor de radioteatros de Ra-

dio Barcelona, una de las emisoras más importantes de España.

Soengas, Xosé: *Os informativos na radio* (Santiago de Compostela: Edicións Lea, 1996). Análisis sobre las características específicas de los programas informativos en la radio gallega.

Sosa Plata, Gabriel ; Alberto Esquivel Villar: *Las mil y una radios: una historia, un análisis actual de la radiodifusión mexicana* (México DF: McGraw-Hill, 1997). Narración de la historia de la cadena Núcleo Radio Mil, desde su implantación en 1937, una de las más significativas de la radiodifusión comercial y musical de la capital mexicana.

Toral, Gotzon: *Tertulias, mentideros y programas de radio* (Irún: Alberdania, 1998). Resumen de la tesis doctoral presentada por el autor en la Universidad del País Vasco, en el que se destaca el papel de las tertulias radiofónicas en España, de gran implantación e influencia social en la actualidad.

Torres Flores, Antonio: *Una historia de la radio: Almería, 1917-1996* (Almería: Instituto de Estudios Almerien-

ses, 1996). Estudio de carácter descriptivo sobre la evolución de las emisoras de radio en esta ciudad andaluza.

Ulanovsky, Carlos (et al.): *Días de radio: historia de la radio argentina* (Buenos Aires: Espasa Calpe, 4ª ed., 1996). Interesante e importante panorama sobre la historia sociológica, política y cultural de la radiodifusión argentina: empresarios, emisoras, programas, géneros, profesionales, audiencias.

VV.AA.: *Actes del 1r Congrés de la Ràdio a Catalunya* (Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, 1997). Reúne las ponencias presentadas en este congreso, celebrado en 1996, que pretendió poner al día las características, realizaciones y carencias de la radio en Cataluña, uno de los mercados regionales más importantes de España.

Zacatecas, Bertha (ed.): *Vidas en el aire: pioneros de la radio en México* (México DF: Diana, 1996). Obra colectiva en la que se entrevista a los principales empresarios, productores, locutores, actores e intérpretes que hicieron posible la "época de oro" de la radio mexicana en los años treinta y cuarenta. ●

EL GRAN COMUNICADOR SIMON BOLIVAR

Luis Ramiro Beltrán Salmón

Plural editores

La Paz, 1998.

El lanzamiento de esta obra es un suceso feliz para la cultura. En este tiempo, cuando la comunicación social disfruta de tanta relevancia y es reconocida su trascendental significación, un autor acreditado y competente estudia el descollante papel, que en la rica complejidad de esta materia, jugó un excepcional personaje del mundo. El afanoso y magno quehacer de Simón Bolívar, en esta área, tuvo mucho que ver con su logro histórico y político.

Esta monografía, en su objeto la más completa y docu-



mentada, explica a todos la razón del éxito que alcanzara Bolívar en difundir y divulgar su causa y mostrar su razón en su tiempo y para el porvenir. No conocemos ningún estudio tan moderno, tan científico, tan extenso en cuanto a abordar la integridad del tema.

El autor logra lo que ha motivado su esfuerzo en el presente libro: "demostrar documentadamente que el Gran Libertador fue también un Gran Comunicador". En su texto desenvuelve metódicamente las virtudes para la comunicación, que van de la simpatía y la sensibilidad a la empatía y el carisma. La parte teórica y esquemática de su estudio es admirable en el claro tono didáctico.

Compartimos la conclusión definitiva de Luis Ramiro sobre "qué debemos hacer para honrar mejor la memoria bolivariana, hoy que ella se agranda así más aún: aplicar sus enseñanzas al mejoramiento, técnico y moral, de nuestro oficio y esforzarnos porque este sirva al pueblo al que él amó, a los millones de desheredados por quienes soñó, luchó y murió".

El guía es meritorio, fidedigno y experto. Su ética irreprochable, clara y elocuente. El camino queda abierto convocando luces y voluntades.

José Luis Salcedo-Bastardo