

Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui

No. 45 Abril 1993

El boom de las radios libres

- *Corrupción, modernización y medios*
- *Rius para principiantes*
- *Periodismo y redes electrónicas*

CIESPAL

Periodismo investigativo

En esta edición convocamos al **Primer Concurso Chasqui de Periodismo Investigativo (PI) para América Latina**. Nuestro objetivo es simple: promover la investigación periodística premiando los mejores trabajos creados para los medios gráficos de la región.

El PI es poco practicado en América Latina. Complejos factores políticos, económicos y culturales explican esta debilidad. Sin embargo se detecta una tendencia correctiva. En el marco de la democracia política los medios recuperan la iniciativa. La ciudadanía apoya esfuerzos en favor de una mayor claridad en el manejo de los asuntos públicos. Los gobiernos de dentro y fuera de la región, y cada cual por sus propias razones, requieren un periodismo más indagador para impulsar sus planes. Todos los proyectos de desarrollo apoyan la investigación periodística para conocer y hacer conocer las realidades que, afirman, desean transformar.

Para los medios, el PI atrae lectores, genera prestigio y vende publicidad. Factores empresariales favorecen su resurgimiento. Permite a los medios gráficos competir más eficazmente por la audiencia y la publicidad cautiva de la televisión. En la era de la noticia enlatada transnacionalmente, el diario y la revista casi siempre llegan tarde. Las primicias gráficas brotan de la propia investigación y los titulares de la mañana pueden definir los temas del telenoticiero vespertino. Los obstáculos a su desarrollo son la miopía editorial y un mal entendido intento de recortar gastos.

Pero, desde una perspectiva social superadora, aún no está claro qué es y qué no es el PI. ¿Documentos secretos? ¿El destape de algún escándalo de faldas, coimas y dólares? ¿El pornoperiodismo documentado? ¿Denuncias certeras de los descalabros administrativos? Estos reportajes pueden requerir investigación y pueden ser útiles coyunturalmente pero no constituyen periodismo investigativo en el sentido que nos interesa promover con el **Concurso Chasqui**.

Para nosotros, el periodismo investigativo es el proceso de ordenamiento y divulgación de datos, opiniones, testimonios y propuestas que mejoren la capacidad de la sociedad para encontrar democráticamente soluciones a sus problemas más agudos.

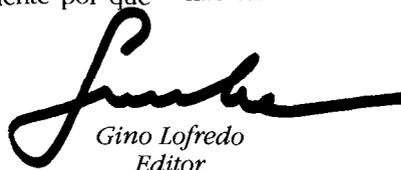
Una investigación periodística debe partir de un suceso de la vida cotidiana. El primer objetivo es hacer sentir al lector la relevancia de ese problema para su vida y su comunidad. El lector descubrirá dramáticamente por qué

ese asunto, siempre en el filo de la insignificancia, merece su atención y cómo afecta, beneficia o amenaza su vida cotidiana. Cada tema de investigación está cargado de conflicto. Lo definen las fuerzas en pugna por el lucro, el poder o la justicia. Ese conflicto debe golpear al lector y ser palpable, sensual y emotivo. Debe facilitar la identificación y estimular el interés pensante.

Segundo, el PI debe profundizar la denuncia en la que generalmente los protagonistas estén lejos del lector. Rara vez se busca la relación entre lo denunciado y la cotidianidad del testigo mediatizado. El periodismo investigativo debe construir ese puente entre lo escandaloso y el lector. El investigador tiene que mostrar las consecuencias y ramificaciones del hecho denunciado hasta conectarlo con la vida diaria del lector anestesiado por la rutinaria normalidad del horror y la impunidad. Para ese puente afectivo, el siempre cuestionado tema local puede ser tan potente o más que la investigación de los grandes y lejanos asuntos de Estado.

Tercero, el PI estudiará las hipótesis de causas del problema. Todo conflicto contiene múltiples actores con intereses en pugna. Es tentador ubicar con claridad al bien y la justicia en un rincón y a lo maligno e injusto en el otro. Pero el investigador tendrá que dejar hablar a todos sin prejuicios. El PI debe brindar al lector todos los ingredientes del conflicto porque es de esa realidad compleja y contradictoria, y no de su versión simplificada y maniquea, que surgirán las soluciones, concesiones, leyes y acciones correctivas.

Cuarto, el PI tiene que dar voz a todas las propuestas de acción. A través suyo hablarán desde el enmascarado del Escuadrón de la Muerte hasta el responsable de la Comisión de Derechos Humanos; desde el dirigente de la comunidad que invadió terrenos y construyó sus casas, hasta los propietarios y los banqueros decididos a hacer la más rentable urbanización residencial; desde el fervoroso ecologista hasta el contaminante empresario; desde el ciudadano desempleado hasta el gran experto en macrofinanzas internacionales. No lo hará sólo por la obligación impuesta por un código de ética profesional. Tiene que hacerlo porque la realidad y su superación constructiva surgirán de alguna síntesis de esas propuestas. Aunque deje a todos insatisfechos, será esa amalgama de contrarios la que reflejará la complejidad del problema y la diversidad de resoluciones imaginables.



Gino Lofredo
Editor

Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación

No. 45 - ABRIL 1993

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Gino Lofredo

Consejo Editorial

Jorge Mantilla

Edgar Jaramillo

Thomas Nell

Nelson Dávila

Consejo de Administración de CIESPAL

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

Presidente Alterno, Rubén Astudillo, Min. Relaciones Exteriores

Eduardo Peña Triviño,

Ministro de Educación

Luis Castro, UNP

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Louis Hanna, AER.

Alba Chávez de Alvarado, Universidad Estatal de Guayaquil

Fernando Naranjo, FENAPE

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Francesca Rota Loiseau

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Portada, Imprenta Mariscal

Servicios Especiales de AFP, COMUNICA, IPS, OIP, IJI

Chasqui es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador
Telf. 506-149. Telex: 22474 CIESPAL ED.

Fax (593-2) 502-487 - E-mail/correo electrónico: chasgino@ecuanex.ec

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de *Chasqui*.



RADIOS LIBRES

Las radios comunitarias, populares y libres de América Latina crecen en número mientras cambian su programación y revisan sus funciones y objetivos en busca de una audiencia más amplia y diversa.

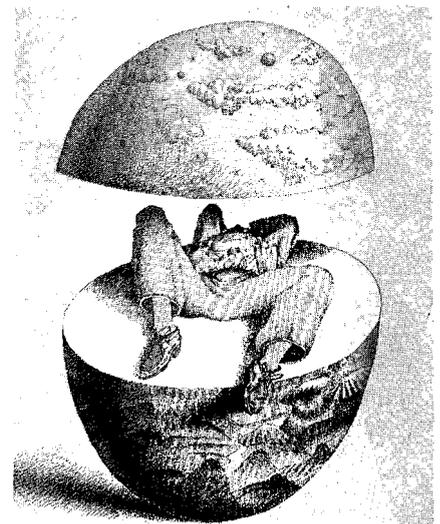
- 4 Organizando las voces de Babel, *Bruce Girard (AMARC)*
- 6 ¿Dónde están y a dónde van las radios populares?, *María Cristina Mata (ALER)*
- 8 Y usted, ¿aún no tiene su FM comunitaria?, entrevista a José Ignacio López Vigil y Luis Dávila (AMARC)
- 11 México: Del café y las radios independientes, *Pablo Iacub*
- 14 México: Radiodrama, taller instantáneo, *Anthony J. Sloan*
- 16 El Salvador: La radio y la guerra, *Antonio Pasqualí*
- 18 Venezuela: Una doncella de 18 años, *José Tomás Angola*
- 20 Ecuador: Construyendo radio y pueblo, *Teodoro Galarza (CORAPE)*
- 23 Ecuador: La experiencia de Radio Latacunga, *David Silva*

- 25 Perú: ¿Cómo mantener viva la propuesta? *Jorge Acevedo Rojas*
- 29 Bolivia: Erase una vez un radialista... *Rafael Archondo*
- 30 Bolivia: El caso Palenque, *Javier Izko*
- 34 Brasil: Las radios libres, *Rondon de Castro*
- 36 Argentina: FM Sur: estudiantes en el barrio, *Kintto Lucas*
- 38 Canadá: Organizando mujeres, *Louise Boivin*

REDES ELECTRONICAS

El acceso al correo y las redes de información electrónica ya no es un privilegio del mundo industrializado. En América Latina se multiplican los nodos que vinculan a la región con las redes especializadas del planeta. El proceso destaca el potencial para el desarrollo y la democratización de las comunicaciones.

- 40 Democratizando el ciberespacio, *Howard Frederick*
- 46 Instintos primarios, *Oswaldo León y Sally Burch*



- 48 Tecnología empresarial y redes, *Sally Burch y Osvaldo León*
- 50 Informatización y desarrollo, *Daniel Pimienta*
- 55 Correo electrónico y desarrollo, *Enzo Puliatti*
- 58 Redes electrónicas y periodismo investigativo, *Fernando Reyes Matta*

ENTREVISTAS

- 61 Rius para principiantes, *Gino Lofredo*
- 65 Ziraldo: por la democracia y los niños de América, *Ricardo Soca*



CORRUPCION Y MEDIOS

Los medios son un componente clave de la denuncia y la investigación de la corrupción política y administrativa. Algunas experiencias se destacan por su efectividad y por las reacciones que suscitan de los gobiernos e intereses afectados.

- 68 Venezuela: La tentación cesarista, *Antonio Pasquali*
- 74 Venezuela: Corrupción y denuncia periodística, *Alicia Fernández*
- 79 Brasil: El arraigo de la corrupción y la superficialidad de los medios, *Eduardo Neiva*

- 85 Argentina: Corrupción, dependencia y medios, *Alicia Simeoni, Jorge L. Bernetti, Silvia E. Agosto*
- 90 El contrapoder de la prensa, *Alicia Fraerman*

POLEMICA Y COTIDIANIDAD

- 94 TV broadcasting para el desarrollo, *Valerio Fuenzalida*
- 101 Contextualizando la recepción, *Mario Kaplún*
- 105 El arca de la realidad, *Kintto Lucas*

AUROCITICAS Y CONTRAPUNTOS

- 115 Chasqui por dentro, *Gino Lofredo*

TENDENCIAS

- 119 Violencia en la novela de las ocho, *Martha Alves d'Azevedo*
- 120 Yo Acuso, *Monseñor Lucas Moreira Neves*
- 123 CEPAL: Invertir en información y telecomunicaciones

ACTIVIDADES DE CIESPAL

- 125 Entrevista a Gloria Dávila de Vela, Jefa del Departamento de Investigación.

UNICEF

- 127 Los niños en Ecuador
- 131 RESEÑAS



NUESTRA PORTADA

Serena Volátil, óleo sobre tela, 1993, 25 cm. x 30 cm, es de la artista ecuatoriana Francesca Rota Loiseau.

Casilla 8103, Quito, Ecuador.
Teléfono (5932) 505-920

Foto de Kira Tolkmitt

FOTO DE PORTADA INTERIOR

Luis R. Morilla
Av. Juan B. Alberdi 126/128
(1424) Buenos Aires, Argentina
Telf. 923-5470 / 922-9272
Fax 3315106 / 343-3169

ORGANIZANDO LAS VOCES DE BABEL

La propuesta de un mundo para todas las voces que la AMARC lanza configura desafíos y apuestas tercas, que van contra viento y marea. Ya no son sólo las muchas voces del Informe de la Comisión McBride. Ahora queremos todas. Las de cada nación, las de cada cultura, las de cada sangre, las de todos los hombres y mujeres.

Rafael Roncagliolo, Director del Instituto para América Latina, IPAL, conferencia magistral, AMARC 5, Agosto 24, 1992, Oaxtepec, México.



Hugo Cifuentes, Ecuador, 1983

La Fragua

El Nuevo Orden Mundial de la Información y las Comunicaciones fue un tema popular de debate al principio de la década de los 80. *Muchas Voces un Mundo*, el informe de la Comisión McBride, se publicó en 1980. Encendió un debate intenso y altamente polarizado en los foros internacionales.

Occidente, liderado por los Estados Unidos, argumentó que el derecho de comunicar era un derecho individual mejor protegido por las fuerzas del mer-

BRUCE GIRARD es Coordinador de Proyecto del Secretariado de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) Sede Montreal. También es el editor del libro *Radio Apasionados: 21 experiencias de la radio comunitaria en el mundo* publicado por CIESPAL, Colección "Manuales Didácticos", Volumen 18. Quito, Ecuador, 1992.

cado. Los países en desarrollo y el movimiento de países no alineados, por el contrario, señalaban sus propias experiencias con las fuerzas del mercado en el ámbito económico internacional. Para ellos el derecho a comunicarse era un derecho colectivo y como tal el Estado estaba en las mejores condiciones de protegerlo y garantizarlo.

Fue en el seno de ese debate, en 1983, que se organizó la Primera Conferencia Mundial sobre Radios Comunitarias y se creó la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). Así nació la nueva propuesta de comunicación. Era un nuevo orden que incluía no sólo las voces de las empresas y los gobiernos, sino **TODAS LAS VOCES**: "Las de cada nación, las de cada cultura, las de cada sangre, las de todos los hombres y mujeres."

Un foro para la democratización de las comunicaciones

Los participantes de la primera conferencia de AMARC descubrieron que tenían mucho que aprender los unos de los otros. Radialistas de sitios tan diversos como Europa, África y América Latina descubrieron que compartían el objetivo de democratizar la radio, de hacer uso de su potencial como medio para el cambio social, el desarrollo cultural y la democratización.

También descubrieron que se enfrentaban a problemas comunes que con frecuencia tenían soluciones similares. Emisoras indígenas del Norte de Canadá habían desarrollado transmisores de bajo costo y bajo poder y un paquete básico de equipos técnicos que resultaban ideales para zonas rurales de África y América Latina. Y los latinoame-

ricanos usaban técnicas de participación radial más audaces y eficaces que las que hasta entonces se habían intentado.

Desde esa primera conferencia, AMARC ha trabajado para forjar un foro para la democratización de las comunicaciones. Organizaron cinco conferencias mundiales. La más reciente tuvo lugar en Oaxtepec, México, en agosto de 1992. Después de la tercera conferencia de Managua en 1988 se creó el Secretariado Permanente que se estableció en Montreal, Canadá.

AMARC es ahora una organización internacional nongubernamental dedicada a dar servicios al movimiento de radios populares. Es una red para el intercambio y la solidaridad entre los radialistas comunitarios. Su trabajo se centra en promover, facilitar y coordinar la cooperación y el intercambio entre emisoras de todo el mundo. Un cuerpo directivo de diez miembros con representación de todos los continentes dirige sus operaciones. Las principales actividades de AMARC y sus planes son:

INTERADIO es un boletín trimestral dedicado exclusivamente a las radios comunitarias. Ofrece noticias, perfiles de proyectos radiales, orientaciones técnicas, reseñas y datos sobre las actividades de AMARC. Se publica y distribuye en español, inglés y francés para un total de 5000 individuos y organizaciones.

INVESTIGACION Y PUBLICACIONES. AMARC ha publicado varios estudios, informes de conferencias, artículos y también el libro *Radio Apasionados: 21 experiencias de radio comunitaria en el mundo* en colaboración con CIESPAL. La investigación y las publicaciones son una actividad importante de AMARC y tenemos planes de extenderla con la inauguración de una serie acerca de radios comunitarias que asignará proyectos de investigación y publicaciones sobre un amplio espectro de temas de diversos colaboradores.

LA RED DE ACCIONES DE EMERGENCIA. Esta Red es una iniciativa de las emisoras comunitarias que participaron en la 5ta Conferencia de AMARC en México. Su principal objetivo es movilizar la comunidad mundial del movimiento radialista en solidaridad con las emisoras comunitarias cuyo derecho a la libertad de expresión se ve amenazado. Distribuyó su primer *Boletín de Alerta* en

febrero cuando un radialista alemán fue sentenciado a cuatro años de prisión en una cárcel turca.

LA RED DE MUJERES. La Declaración de Principios de AMARC reconoce específicamente "la función de las mujeres en el establecimiento de nuevas prácticas de comunicación". La Red de Mujeres fue establecida por las mujeres participantes en la 4ta Conferencia en 1990. Su objetivo es promover el intercambio y la solidaridad entre mujeres que trabajan en proyectos de radio alternativa. En 1992 los reglamentos de AMARC fueron modificados para que reflejen la importancia de esta Red, y una de las posiciones vicepresidenciales fue designada *a priori* para ser ocupada por una mujer. La colombiana María Victoria Polanco ocupa actualmente esta posición.

OTRAS REDES. Dos iniciativas recientes intentan establecer redes similares a la de mujeres. Las nuevas redes serán para pueblos indígenas y para las juventudes. El boliviano Cancio Mamani López fue elegido para impulsar en el Directorio de AMARC la Red Indígena.

OFICINAS REGIONALES. Mientras que el Secretariado de AMARC, basado en Montreal, coordina el trabajo a nivel mundial, las oficinas regionales juegan un papel esencial en la promoción y coordinación de proyectos de intercambio regional. La oficina latinoamericana localizada en Lima es uno de los centros más dinámicos de AMARC. AMARC y el Centro Interfricano para el Estudio de la Radio Rural en Ouagadougou (CIERRRO), una organización asociada localizada en Burkina Faso, está organizando una oficina regional para África. Una oficina europea se instala con la cooperación de la Asociación de Radios Comunitarias del Reino Unido.

UN SERVICIO POPULAR DE RADIO NOTICIAS. Actualmente AMARC trabaja en un proyecto para ofrecer un Servicio Popular de Radio Noticias disponible a todos sus miembros. La primera fase de este proyecto entrará en servicio en español para las emisoras de América Latina. Los servicios en francés e inglés entrarán en línea poco tiempo después.

OTRA CONFERENCIA. La Sexta Conferencia Mundial de Radio Emisoras Comunitarias se realizará en África a principios de 1995. La decisión del sitio

refleja el proceso de democratización que ocurre allí con el montaje de las primeras emisoras comunitarias independientes, en un continente donde los monopolios estatales fueron la norma hasta el presente.

Conclusión

Desde su primera conferencia AMARC ha intentado contribuir a la democratización de las comunicaciones y a lo que puede denominarse como "un nuevo orden LOCAL de información y comunicaciones", uno que reconoce la importancia de democratizar las ondas de transmisión para democratizar la sociedad en su conjunto. ●

CONSEJO DE ADMINISTRACION DE AMARC

Secretaría General

Evelyne Foy
3575 Boul. St. Laurent, No. 704
Montréal, Québec H2X 2T7, Canadá
Tel: (514) 982-0351

Europa Occidental

Steve Buckley
Community Radio Association
The Media Center - 5 Paternoster Row
Sheffield, S7 1BX, Inglaterra
Tel: (44-742) 795-259 - Tel/fax: 795-219

América Latina

Luis Dávila Iloor
Centro de Educación Popular
Casilla 17-01-11-71, Quito, Ecuador
Tel: (593) 525-521 - Fax: (593) 542-369

José Ignacio López Vigil
Av. Salaverry 818 J. María
Lima 11 Perú
Telf: 336610 - Fax 05114 - 331744

Representación Indígena

Cancio Mamani López
ANACSIN
Casilla 2116, La Paz, Bolivia
Tel: (591-2) 353-048-Fax: (591-2) 391-365

Representante de las mujeres

María Victoria Polanco
Red de Radios de Litoral
Ciudad Universitaria Meléndez
apartado 25380, Cali, Colombia
Tel: (57-23) 561-836-Fax: (57-23) 398-452

¿Dónde están y a dónde van las radios populares?

Muchas veces se habló de su defunción. Hay quienes afirman que se mantienen porque viven subsidiadas. Sin embargo ahí están, resistiendo críticas, modas, crisis financieras y hasta la imparable ola neoliberal acompañada sugestivamente por la labor intelectual de quienes, abandonando viejos sueños, proclaman el fracaso de los proyectos de comunicación popular. Tal vez porque siempre fueron ajenos a ellos o nunca los comprendieron. las radios persisten pero cambian.

Hablo de las radios populares y educativas o populares a secas, como solemos denominarlas. Esas que algunos ven como reliquias de un pasado de activismo y esperanza que habría acabado -sin dar frutos- en América Latina. Experiencias que, en cambio, se cuestionan, transforman y reproducen. Porque si durante varias décadas, a partir de los años 50, fue la Iglesia Católica quien mayoritariamente gestionó esos medios junto a ciertas instituciones educativas de corte popular, hoy surgen nuevas radios gestionadas por jóvenes, mujeres, cooperativas, organizaciones no gubernamentales y hasta por gobiernos locales o instituciones públicas.

¿Por qué esa persistencia?

Porque persisten las necesidades y penurias materiales y espirituales de grandes masas de la población, con las ansias de superarlas y la esperanza de un mundo justo y solidario, con la humana convicción de que la palabra constituye a los sujetos y la constatación cultural y política de que estar ausente

de la escena mediática equivale hoy a no existir.

Son radios que lograron motivar y fortalecer la expresión de sectores normalmente marginados de los medios industriales de comunicación como portadores de un discurso legítimo; que contribuyeron a desarrollar nociones y actitudes políticas orientadas a la supresión de la injusticia y la discriminación; que acompañaron el surgimiento y la acción de múltiples organizaciones populares de carácter reivindicativo; que informaron desde ópticas enfrentadas al poder y en las que los desposeídos aprendieron a confiar porque fueron sus aliadas y, en muchos casos, sus orientadoras.

Claro que las radios no lograron todo eso por sí mismas. Fueron fruto de décadas de acción social y política animada por diferentes instituciones que alentaban, en nuestra América, proyectos de transformación.

La crisis de esos proyectos, la indefinición en que hoy se mece la política, el retroceso económico y organizativo de las grandes mayorías, sus esfuerzos puestos básicamente en la sobrevivencia, han modificado la escena.

¿Nuevos tiempos?

Hay quienes sin comprenderlos, siguen su camino radiofónico como si las



La trompeta

Hugo Cifuentes, Ecuador, 1982

MARIA CRISTINA MATA es miembro de la Secretaría Ejecutiva de la Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas (ALER).

organizaciones de base fueran sólidos bastiones, como si la denuncia de la dominación global no hubiese ya cansado los oídos sin lograr ningún resultado, como si no existiese un mercado cultural amplio que ofrece también hoy, desde la lógica de la rentabilidad, espacios a la "participación" del público y servicios, como si la institucionalidad democrática recuperada con muchos esfuerzos en la mayor parte del continente no exigiese nuevas estrategias de acción social.

Los más en cambio, asumen las transformaciones sin abandonar el sueño original: ser medios donde el pueblo tenga voz propia, ejercitando sus posibilidades y capacidades de protagonismo social. Medios que fisuren el monopolio discurso que a diario proclama que todo va bien en países donde se equilibra la balanza de pagos y se reduce la inflación pero donde el Estado, en franca retirada, ha hecho crecer desmesuradamente la pobreza de los pobres.

La práctica de muchas emisoras afiliadas en ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica) permite apuntar algunos rasgos de lo que quieren ser hoy las radios populares.

Medios alternativos y democráticos donde los sectores e ideas no hegemónicos se expresen y fortalezcan

Superando limitaciones anteriores, las radios populares buscan una representación amplia y plural de los sectores populares. Por eso no se limitan a fomentar la participación de las organizaciones o grupos más esclarecidos, sino también de las que constituyen el mundo popular. Por eso las emisoras populares van acercándose a la problemática juvenil, a temáticas antes marginales (delincuencia, drogadicción) a sectores medios o terciarios que antes no se consideraban significativos para los procesos de cambio.

Medios de rearticulación del campo popular fragmentado y debilitado

Hoy las emisoras asumen más plenamente su papel mediador. Comprenden que la expresión de los diversos sectores debe servir para su mutuo reconocimiento, para que dialoguen entre sí en pos de estrategias globales de acción. En algunos casos las emisoras buscan vincular diferentes

espacios regionales. En otros fomentan el reconocimiento de las múltiples etnias o nacionalidades que coexisten en un mismo país. En muchos se proponen contribuir al necesario diálogo entre hombres y mujeres, jóvenes y adultos.

Medios que intervengan eficazmente en la generación de la opinión pública

Hay emisoras que tratan de convertirse en referentes para otros sectores sociales intermedios técnicos, profesionales, políticos. Así, intentan masificar propuestas diferenciadas, romper con la unanimidad de los discursos, introducir nuevos temas de análisis.

Intentan alentar el debate, legitimar nuevamente la discusión de las ideas. En la época en que con énfasis engañoso se proclama el "fin de las ideologías", las radios populares cuestionan permanentemente a las ideas neoliberales hoy en boga, confrontando lo que se propone desde el poder con lo que ocurre en la vida cotidiana.

Mejorar la calidad de vida de las grandes mayorías

Tratan de ser útiles a sus oyentes. Solas o junto a instituciones no gubernamentales y públicas, desarrollan cam-

pañas de salud, nutrición, educación, protección del medio ambiente. Reconocen que la acción social no pasa sólo por la lucha o la confrontación, sino por la demanda y la negociación. Brindan informaciones imprescindibles para actuar con mayor eficiencia ante los poderes públicos (trámites, normas, recursos disponibles, etc.) Se convierten en canales para la difusión de actividades colectivas que estimulan la organización y la acción popular.

Ser parte de la cultura de masas

Las radios populares trabajan para ganar "popularidad". Se reconocen parte de un campo cultural poblado de otras ofertas entre las cuales requieren construir su propio espacio. Por ello, muchas emisoras comienzan a aceptar que la comunicación no es una práctica estrechamente racional sino en la que se ponen en juego los sentimientos, gustos, pasiones, la vida misma. Al mismo tiempo, empieza a darse más importancia a la calidad. Se trata de profesionalizar la práctica y de gestionar las emisoras eficientemente.

Todo ello desencadena prácticas innovadoras. Se diseñan nuevas programaciones y estilos de programas. Se trata de ampliar las modalidades de financiamiento y de mejorar la calidad técnica de las estrategias de coproducción. Se valora la formación de los productores de programas antes considerados intrascendentes como los musicales de entretenimiento. Se da importancia a la investigación de consumo y recepción.

Estas búsquedas no están libres de riesgo. No es fácil conciliar profesionalidad con protagonismo popular. No es fácil resistir la lógica del mercado -la de la máxima rentabilidad- cuando al mismo tiempo se quiere valorar las expresiones culturales no comerciales. No es fácil asumir el debate, la confrontación de ideas como estrategia de comunicación democrática cuando no se han superado dogmatismos o cuando el sensacionalismo y la superficialidad informativa parecen estar ganando la batalla.

Pero por ahí caminan las radios populares latinoamericanas, empecinadas en ser cada día más plurales, más escuchadas, más efectivas en su decisión de acabar con el monopolio de la palabra. ♦

Y usted, ¿aún no tiene su FM comunitaria?

José Ignacio López Vigil es coordinador de AMARC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias) para América Latina y Luis Dávila es vicepresidente para la región. En la siguiente entrevista analizan el variado espectro de las "otras radios" en los diferentes continentes.



Festival de la canción, 500 años

ERPE, Ribamba

Chasqui: Hay ebullición de radios comunitarias. ¿Qué factores hay detrás de este proceso? José Ignacio López Vigil:

Tener una emisora de FM hoy día es sumamente accesible y barato. Puede costar menos de mil dólares con equipos de 10 y 20 vatios de potencia, un alcance de diez kilómetros a la redonda y un sonido estéreo super chévere. Se necesita un transmisor, antena y todo el cablerío, un par de micrófonos y unas grabadoras para enchufarlas y salir al aire. Hay diferencias entre la situación de Brasil, Perú, América Central y el Cono Sur.

Luis Dávila: El espectro es amplio y variado. En Santiago de Chile hay cuarenta o cincuenta emisoras de un vatio que hace poco lograron la aprobación de la ley que las legitima. Son experiencias pequeñitas de barrios cuya organización, entre otras activi-

dades, tiene la de comunicación, entonces salen al aire por lo general sábado y domingo. Transmiten todos los problemas del barrio, las necesidades, los trabajos comunales que hay que hacer, las ayudas que hay que dar a determinada persona. Comenzaron en barrios populares pero cuando se presentó el Proyecto de Ley un sector que apoyó la aprobación fue la derecha, porque se dio cuenta que siendo tan barata la instalación del medio, les resultaba fácil instalar este tipo de emisoras en las comunidades donde ellos querían tener presencia y emitir sus mensajes. Son experiencias diferentes a la radio popular de Ecuador donde la única radio comunitaria propiamente dicha, tal vez sea la radio *Simiatug Runacunapac Yachana Huasi*, de la provincia de Bolívar que es de propiedad de los indígenas, solo llega a la comunidad indígena y se ocupa de sus problemas. El resto son muy importantes. *Radio Latacunga* por ejemplo,

tiene una potencia que le permite llegar a provincias vecinas. Es muy variada la experiencia en América Latina.

J.I.L.V.: No es casual la variedad de nombres que se dan: radios libres en Brasil, comunitarias en Argentina, participativas en Nicaragua, populares en Ecuador o Perú. La diversidad de nombres no dispersa la experiencia no deja de hacernos ver que hay más semejanzas que diferencias en todas las propuestas. Pero cuando decimos radio comunitaria a qué definición nos estamos refiriendo. Llamar comunitario por la potencia de su antena sería una reducción peligrosa, porque una radio comunitaria en cuanto creciera perdería su misma definición. Si tomamos en cuenta la propiedad también tendremos problemas. En América Latina hay excelentes experiencias de construcción democrática en radios de la Iglesia progresista, radios privadas que pasan anuncios comerciales y se mantienen como

empresas, radios de propiedad más comunal y radios del Estado. Lo que define una radio comunitaria son los objetivos que persigue: democratizar la palabra que está concentrada en muy pocas bocas y en muy pocas manos para que nuestra sociedad sea más democrática.

¿Cómo está el panorama de la radios comunitarias en el mundo?

J.I.L.V.: En agosto del año pasado tuvimos la Quinta Asamblea Mundial del AMARC en México. Asistieron cuatrocientos radialistas y directores de emisoras de todo el mundo. Allí nos encontramos con varias sorpresas. En Australia hay 105 radios comunitarias (algunas de ellas indígenas) haciendo un trabajo similar al que hacemos en América Latina, a pesar de la diferencia cultural. En África, a pesar de la rigidez de los estados de derecha e izquierda y de la extrema crisis en que viven la mayoría de los países, comienzan a surgir experiencias (en Mali, Benín, Senegal, República Centroafricana, Kenia, Níger, el mundo Árabe del Sáhel, incluso en Sudáfrica) con un perfil que ya quisiéramos en muchas emisoras latinoamericanas.

En Europa encontramos desde las municipales españolas a las radios libres de Francia, pasando por las asociativas

de Suiza. Hay gran variedad, sin embargo muchas están enlazadas en redes continentales europeas con las que AMARC mantiene convenios.

En América del Norte los indígenas esquimales, los Cri, los Mohuac y muchas otras etnias que viven y resisten en Canadá tienen sus radios. En las zonas donde no entra nada, en las enormes planicies de nieve están transmitiendo cerca de 60 ó 70 radios enlazadas entre sí por satélite para pasarse noticias e información. *Pacífica*, una de las afiliadas a AMARC en América del Norte, fue ganando y dando espacio a las minorías, los inmigrantes, los homosexuales y logró imponerse.

En Asia, la UNESCO desarrolló algunas experiencias de radios pequeñas en Sri Lanka, Nepal, la India y Japón. Ya se plantea un encuentro regional (al menos por el lado de Filipinas y Japón) de radios comunitarias asiáticas.

América Latina tiene un paisaje de radios cuantitativamente muy grande y cualitativamente muy importante. No es casual que en todas las reuniones los compañeros de otros continentes nos pregunten sobre metodologías de capacitación, estilo de programación, humor en el radioteatro, etcétera. La propuesta de AMARC es ponerse al servicio de estas experiencias y aportar en una construcción democrática.



Las Llamadas en los barrios negros de Montevideo



La reportera

Si el neoliberalismo habla de privatizaciones, privatizamos el espectro magnético. Los brasileños siempre hablan de reforma agraria del aire. ¿Por qué hay estados que se enteran en no ceder frecuencias? Hay ciudades que están saturadas, pero la mayoría de América Latina no tiene los diales ni de AM ni de FM saturados y sin embargo los ministerios que conceden las licencias no lo hacen. Atrás de esos ministerios están los monopolios privados que hablan de privatización. Pero la privatización siempre va a favor de ellos. Liberalicemos los espectros y hagamos que la democracia en la radio o en las comunicaciones no sólo sea el acceso a la palabra sino también a la propiedad.

¿Qué servicios presta AMARC?

J.I.L.V.: Hemos desarrollado un plan de capacitación. Cursos-talleres en los sitios de las emisoras que lo demanden. Otro servicio, que para AMARC es fundamental y estratégico, es el de informar. Consideramos sumamente importante construir una red informativa hoy que de alguna manera se va haciendo más sencillo y barato, con el correo electrónico, el fax, etcétera. Una red democrática que informe y analice los problemas del Tercer Mundo. Otro servicio es el envío de materiales a los asociados (folletos, casetes u otro tipo de materiales que se

considere aplicables y saludables para cualquiera de las emisoras).

El intercambio de material informativo pasa mucho por el acceso a las tecnologías. Intentar un servicio informativo a nivel de intercambio de casetes parece una utopía.

L.D.: Depende mucho de los formatos. *Informativo Tercer Mundo* que es tal vez la red de intercambio de casetes más amplia de América Latina como no trabaja tanto la noticia de actualidad, sino materiales de análisis que no se publican ordinariamente en la gran prensa, tiene un sentido muy importante.

En cuanto a la propuesta de capacitación radiofónica, lo que está atrás es la palabra competencia. El desafío de las radios comunitarias es ¿cómo (con satélite o sin satélite) competir y ganar audiencia? Hubo un tiempo en América Latina que hablar de comunicación popular era poco menos que hablar de comunicación marginal. La radio popular tiene que plantearse el desafío de competir con la radio que no lo es y se hace difícil muy difícil, no por falta de ingenio sino por falta de recursos. Lamentablemente muchas experiencias en América Latina fueron subsidiadas y el subsidio tiene de bueno que te permite trabajar y tiene de malo que te castra la imaginación. Ganar espacios es el desafío que tiene que afrontar la capacitación radiofónica. Los subsidios están mermando y en este mundo de competencia neoliberal si no ganamos audiencia por nuestra excelente calidad, tenemos los días contados. En el hecho de captar publicidad, también es fácil ser puros cuando se está subsidiado. Lo que corrompe un proyecto no es el pasar anuncios, sino que tu fin sea el lucro.

¿En América Latina cómo se está viendo el autofinanciamiento?

J.I.L.V.: Hay muchas emisoras de la Iglesia que aunque siguen recibiendo financiamiento están planteándose seriamente abrirse al mercado. Esto se da en los países andinos, en las emisoras del norte de Brasil y en Centroamérica.

La Nicaragua Sandinista tenía 19 emisoras subsidiadas por el Estado. Después de la derrota del 25 de febrero del 90 quedaron al aire. Hubo quien dijo "que apaguen la luz que esto se acabó" y comercializaron su proyecto. Hubo quien entregó la trinchera y dio la emisora a los

antiguos dueños somocistas. Y estuvo quien con audacia dijo "ahora que no tenemos dinero, más que nunca es necesario mantener un proyecto de construcción educativa y democrática.

La emisoras comunitarias en Argentina se han planteado dos caminos: autofinanciamiento o voluntariado. El voluntariado resuelve un problema porque no tienes que pagar a nadie pero crea problemas mayores, porque los voluntarios se casan, emigran, trabajan cuando pueden, no preparan el programa porque tienen otras cosas que atender. Otras emisoras de las pequeñas alquilan o venden sus espacios a los programas de las grandes emisoras de Buenos Aires. Resuelven su problema pero hipotecan la originalidad de su programación. Hacen esto por falta de plata y falta de unión, de servicios compartidos, de una mejor coordinación que les

Si el neoliberalismo habla de privatizaciones, privaticemos el espectro magnético. Los brasileños siempre hablan de hacer la reforma agraria del aire. ¿Por qué hay estados que se enteran en no ceder frecuencias? Hay ciudades que están saturadas, pero la mayoría de América latina no lo está.

permita mejorar la calidad de sus productos e innovar formatos. Es más fácil resolver la cuestión de la plata que la calidad de programación competitiva que haga que eso mismo te genere más plata.

Parte de la capacitación pasa por la relación que se puede establecer con las facultades y las radios comerciales

J.I.L.V.: Las facultades de comunicación que tienen emisoras son pocas. Hay algunas que ni siquiera micrófono tienen, con lo que todo el aprendizaje de comunicación es de papel de libro. En nuestros talleres se trata (sin descuidar lo teórico) de mejorar la práctica evaluándola y experimentando nuevas formas de producción radiofónica.

En cuanto a las radios comerciales habría que ver bien. En un último taller en Perú llevamos a uno de los mejores locutores de una radio comercial limeña a dar una charla a un grupo de la Coordinadora Nacional de Radios (CNR). Era un aburrido solemne. Una cosa es producir zapatos y otra enseñar a producirlos.

También hay un vacío legal todavía por llenar

J.I.L.V.: Están surgiendo muchas iniciativas, se instalan radios sin licencia, no por vocación de clandestinidad sino por exigencia del derecho constitucional de comunicarse. La presión de muchos que ejercen su derecho actuándolo, sacando su programa al aire y reclamando la licencia que no les dan, es la que va a ir democratizando el aire.

L.D. Esto es como la economía informal, que se da por el derecho tomado por la sociedad civil a los almacenes que legalmente eran los únicos que poseían un licencia para poder vender.

Si una emisora quiere acceder a los servicios de AMARC ¿qué debe hacer?

L.D. El requisito más importante es tener ganas. No queremos élites de emisoras, todo aquello que sea alternativo a esta propuesta neoliberal, aunque no sea estrictamente popular, bienvenido sea. Se debe llenar un formulario donde uno expresa esas ganas en principios coherentes con la propuesta democrática de la institución. La tercera condición es la cuota anual de 50 dólares, que es simbólica. ●

Del café y las radios independientes

El Estado mexicano es uno de los que en América Latina ejerce el más estricto control sobre el acceso a las ondas electromagnéticas y sobre las operaciones de los medios de comunicación. Su compleja y conflictiva relación con la Iglesia, los partidos de oposición y las organizaciones sociales de hecho elimina las posibilidades de crear emisoras verdaderamente populares o independientes. Las excepciones son tan pocas que merecen especial atención.



Teófilo Moyron, México, 1990

Inauguración de "La Voz de los Huastecas"

Enclavada en una sierra del sureste mexicano, donde la crisis cafetalera hace estragos entre la población, *Radio Cultural Campesina*, una de las pocas radios independientes que existen en el país, hace esfuerzos por sobrevivir y conservar su identidad.

Si bien el abanico de casi tres mil emisoras de México incluye varias decenas de radios no comerciales, universitarias, gubernamentales e indígenas que contribuyen a la educación y la salud, ninguna de ellas tiene capacidad plena de disociarse de los intereses del gobierno o del Estado. También existe una creciente cantidad de radios privadas que

aunque no son dirigidas por las comunidades encuentran en la participación de los oyentes un atractivo y muy redituable estilo de comunicación.

¿Qué es una emisora independiente en México?

Martha Estrada, directiva de las doce radios del Instituto Nacional Indigenista, que difunden programas en 28 lenguas, dijo que se pretende "traspasar las funciones" a los indígenas para que sean dirigidas por las propias comunidades, pero consideró que aún no existen las condiciones para ello. En ese sentido, agregó que la mayor parte de los trabajos en las radios locales ya son realizados por nativos aunque los directores de esas emisoras siguen siendo mestizos que no hablan sus lenguas, lo que a veces provoca curiosos deslices.

En el estado de San Luis Potosí, en el centro del país, los indígenas de una de esas emisoras, limitados para expresar sus opiniones en los noticiarios que elabora la dirección, y aprovechando que los jefes no conocen su idioma, filtraron en varias ocasiones sus puntos de vista en los espacios musicales.

Pero mientras las radios campesinas, con el decidido apoyo estatal, están aumentando a un promedio de tres por año, varias emisoras universitarias, que enfrentan problemas por falta de presupuesto, obtuvieron permiso del gobierno para recibir fondos por medio de anuncios publicitarios.

En Teocelo, a unos 300 kilómetros al este de la capital, el director de la *Radio Cultural Campesina*, Elfego Riveros, anticipó también que en los próximos

meses, apenas resuelvan su inscripción legal, apelarán al mismo recurso. Teocelo, que en lengua náhuatl significa "Dios Tigre", es una población de tres mil 400 habitantes.

La radio fue creada en 1965 con el apoyo del dueño de un beneficio cafetalero de la zona y limitada a la difusión de espacios culturales e informativos de los servicios de onda corta de las principales emisoras de Estados Unidos y Europa.

Quince años después, agotado el proyecto cultural y al borde de la desaparición por falta de fondos, ofrecieron la frecuencia a un comunicador, Jorge Villalobos, quien dirigía el otro proyecto alternativo, radio *Huayacocotla*, una emisora ubicada en el mismo estado de Veracruz, que sólo está autorizada a transmitir en onda corta.

Dado que la ley mexicana prohíbe transferir frecuencias, Villalobos firmó un convenio con los directivos de radio *Teocelo* para trabajar para ellos en la creación de un modelo de radio "participativa" y de apoyo al desarrollo de la región, a partir de la identificación de sus características principales. Dicho acuerdo establecía también el compromiso de dotar a los trabajadores de los conocimientos necesarios como para hacerse cargo de la dirección de la radio en cinco años.

Villalobos, quien en radio *Huayacocotla* se veía limitado por el silencio oficial al pedido de una nueva frecuencia y por una onda corta que en ocasiones era sintonizada con mayor facilidad por oyentes de Australia que los de la zona, se concentró en el proyecto de Teocelo, donde terminó viviendo una década. En pocos años, la emisora se convirtió en el principal instrumento de comunicación de la zona, que en los 35 kilómetros a la redonda que llegan sus ondas tiene una audiencia potencial de unos 300 mil habitantes.

Con un estilo sencillo, abierta a las necesidades de las comunidades de su zona de influencia y sobre todo, en contacto directo con la población, se convirtió en parte de la cotidianidad de Teocelo y sus alrededores.

Sus programas de opinión popular, entrevistas a dirigentes políticos de todos los partidos y campañas para inducir a la población a interesarse por los problemas de su comunidad y a exigir a los

patrones el cumplimiento de las leyes laborales, le granjearon tres simpatías aunque también algunos enemigos.

Derrumbe del café, salarios atrasados, alcohol y migración

En 1986, los trabajadores entraron en conflicto con la sociedad civil propietaria de la radio, la que quiso recuperar el control de la emisora para modificarle el contenido de su programación.

Los comunicadores, que por convicción habían trabajado hasta ese momento de manera gratuita, presentaron una demanda laboral exigiendo el pago de sus haberes, tres años después, la justicia falló a su favor, entregándoles como indemnización la propiedad de la emisora.

En 1989, luego de ganar la demanda laboral, los nuevos dueños de la radio pudieron haber alcanzado el autofinanciamiento de sus necesidades, de no ser porque a principios de los 90 los precios del café, el principal -y de hecho el único- producto de la zona, se derrumbaron estrepitosamente.

Los gastos de operación y mantenimiento de la emisora, algunos de cuyos equipos parecen piezas de museo, equivalen a unos mil seiscientos dólares mensuales, de los cuales obtienen un 80 por ciento mediante los aportes de un club de 150 amigos, bailes populares, sorteos y donativos por avisos de la comunidad.

Pero los salarios no se pagan desde diciembre y varios trabajadores están a punto de desertar en busca de una opción laboral que les permita mantener a sus familias. Los problemas de la emisora son los mismos de toda la zona, donde las plantaciones de café languidecen a causa de sus bajos precios y miles de campesinos emigran a otras regiones o a Estados Unidos en busca de trabajo.

El muy tóxico alcohol de caña, elaborado en alambiques clandestinos de la zona, se vende a sólo 65 centavos de dólar el galón. Antes era consumido en cantidades apreciables fuera de los tres o cuatro meses de la cosecha del café pero ahora se lo bebe todo el año.

La eterna quimera del financiamiento externo

En la radio, mientras preparan proyectos para buscar financiamiento con organizaciones no gubernamentales

El fego Riveros de la *Radio Cultural Campesina* cree que el cambio de estilo de varias emisoras comerciales, que ahora incluyen exitosos programas con participación de la gente, se produce por la influencia de las experiencias de emisoras libres de otros países.

de Europa, apuestan - al igual que el resto de la comunidad- a un acuerdo entre los países productores del grano para que los precios regresen a niveles aceptables.

Según Villalobos, quien actualmente es catedrático de la Universidad Iberoamericana, el gobierno -sin temor a crear órganos de oposición política- debería autorizar la creación de nuevas radios independientes y financiarlas con fondos provenientes de los impuestos, tal como ocurre con las emisoras públicas de varios países desarrollados.

El profesional consideró que lo más valioso de la experiencia de ambas emisoras es que "con dificultades técnicas y económicas pero con un claro sentido de apoyo a la población, siguen en pie desde hace quince años".

Según Riveros, la madurez alcanzada por la emisora también se expresa en una nueva modalidad de abrir sus micrófonos a los diferentes sectores políticos y

de convocar a la participación de la población. Hace unos años, cuando se aproximaban períodos electorales, invitaban a los candidatos a expresar su opinión, lo cual era criticado por los sectores oficialistas, a lo que respondían que en la emisora "tenemos una opción política pero no partidista". Sin embargo, percibieron que los altos niveles de abstención no expresaban sólo un problema de desinterés sino una forma de protestar por los malos candidatos de todos los partidos, por lo que comenzaron a sondear cada vez más el punto de vista de los votantes y menos el de los políticos.

El Estado paranoico

Al preguntárseles por qué no existen otras radios independientes, respondió categórico que "la ley no las permite y hay un estricto control de todo intento de pasar por encima de ella, es más fácil conseguir una frecuencia para una radio comercial". "Las radios indigenistas -agregó- aportan un gran caudal de riqueza cultural en sus programas, pero tienen un claro interés progubernamental".

La representante de INI rechazó ese argumento. "No hacemos proselitismo político ni religioso, trabajamos con presupuesto federal y tenemos espacios informativos, alimentados por los corresponsales comunitarios, quienes denuncian sus problemas, aunque no se trata sólo de hacer reclamos".

Riveros cree que el cambio de estilo de varias emisoras comerciales, que están incluyendo exitosos programas con participación de la gente, no se produce por la influencia de las dos únicas y pequeñas radios independientes de México sino por las experiencias de emisoras libres de otros países.

Sobre los problemas financieros de la radio, Riveros dijo que además de una mejoría en los precios del café, esperan que en los próximos meses concluya el trámite legal que les otorgue la propiedad de la emisora, para solicitar el permiso para captar publicidad.

También se proponen organizar talleres de formación para comunicadores sociales de sindicatos y otras entidades de la zona y producir radionovelas para emisoras de audiencia campesina, pues tienen la capacidad técnica y humana para realizarlas. ●

RADIO REGIONAL Y RURAL EN MÉXICO Enlace de mil voces

Jorge Martínez Lugo

Inés Cornejo Portugal

Etelvina Hernández Aguirre

Cuadernos del Posgrado en Comunicación I
Universidad Iberoamericana

Este número de Cuadernos del Posgrado en Comunicación de la Universidad Iberoamericana está dedicado al estudio de la radio desde dos puntos de vista. El primero revela la situación sociocultural y política de los emisores regionales del sureste mexicano. El segundo investiga la relación, la participación y los usos de los receptores indígenas y campesinos del medio radiofónico.

El trabajo "Lo público y lo regional en la radiodifusión del sureste de México" de Jorge Martínez Lugo investiga la experiencia regionalizadora de la radio desde la ubicación institucional de las emisoras y el tipo de relación que se establece entre los medios y las culturas locales del sureste del país.

En el ensayo "La Voz de la Mixteca" (XETLA), Inés Cornejo Portugal analiza la presencia de esta emisora indigenista entre sus receptores mestizos e indígenas (triquis y mixtecos) de la Mixteca Alta y Baja del Estado de Oaxaca.

Los ejes de la investigación se formulan bajo las preguntas: ¿cómo está organizada la programación de la radio?, ¿cuál es la identificación del auditorio con la emisora?, ¿contribuye la radio al fortalecimiento y dinamización del universo cultural indígena?, ¿genera la emisora confianza y credibilidad entre su auditorio?, ¿es valorada dentro de la cotidianidad de los radioescuchas?

"Usos del mensaje de la Radio Cultural Campesina de Teocelo RCC, Veracruz", es el tema que aborda Etelvina Hernández Aguirre al explorar el fenómeno de la recepción que hacen algunos grupos de radioescuchas. La investigación se centra en los elementos que subyacen en el quehacer cotidiano de los oyentes, intereses sociales, culturales, económicos y educativos.

Departamento de Comunicación - Universidad Iberoamericana

Prolong. Paseo de la Reforma 880 - Lomas de Santa Fe, D.F.

c.p 01210 - México - Fax 259 06 54



ANTHONY J. SLOAN

MÉXICO

Radiodrama: Taller Instantáneo

Durante la 5ta Conferencia Internacional de AMARC en Oaxtepec, México, en agosto de 1992, Anthony J. Sloan del Departamento de Arte de la emisora comunitaria Radio Pacifica WBAI, New York organizó en dos días la producción en vivo de un drama en tres idiomas creado por 25 participantes de la conferencia provenientes de 9 países distintos. Sloan se basó en una historia local de Puebla como marco y estructura de la línea dramática. La presentación fue un éxito y Sloan fue invitado por la Radio de la Universidad Autónoma de México (Radio UNAM) para realizar un taller de radiodrama.

La primera fecha disponible fue la segunda quincena de diciembre. Sloan reclutó la colaboración del director técnico del Departamento de Arte de WBAI, Jake Glanz, para que lo acompañara en el proyecto. Sloan llegó el 16 de diciembre y trabajó dos días sin interrupción con los escritores y guionistas mexicanos.

El 18 llegó Jake Glanz y todos se reunieron con los técnicos, los actores y los músicos para hablar del contenido del guión y sobre cómo procederían durante los cuatro días siguientes. El sábado 19 se hizo el reparto de perso-

najes y continuaron trabajando en el guión con la participación de los actores. Durante esta sesión de trabajo anotaron los puntos donde los efectos de sonido grabados y en vivo, así como la música, se tejían con la acción en vivo. Los técnicos salieron en busca de nuevos efectos de sonido y los músicos se quedaron ensayando en el auditorio mientras que los directores del taller y los actores siguieron puliendo el guión.

El guión se mecanografió en un estilo común. Cada uno de los cuatro escritores desarrolló una línea dramática que luego se unificaron en una historia común. El martes 22 de diciembre todas las propuestas técnicas quedaron acordadas. Esa misma noche actuaron frente al público y en transmisión en vivo.

Actores, músicos y técnicos, un total de 34 personas, quedaron atónitos y sorprendidos por lo logrado en tan corto tiempo. Realmente no pensaban que eran capaces de hacerlo.

La trama

La obra titulada *Al filo del Viaje* fue escrita por Manuel, Jenny, Mario y Anthony (los apellidos no están confirmados en el informe recibido). La historia comenzaba en la Ciudad de México y terminaba en Zipolite, una playa nudista al norte de Puerto Angel. Manuel se interesó en el tema del SIDA. Jenny en asuntos femeninos. Mario tiene intereses diversos y un talento para la comedia teatral. Los intereses de Anthony también son generales pero él tiene cierta

Narración basada en el informe de Anthony J. Sloan y Jake Glanz de *Radio Pacifica WBAI*, New York



Teúl Moyron, México, 1990

Inauguración Radio Tancanhuitl

formación profesional como dramaturgo y guionista aunque su español está lejos de ser perfecto.

Anthony dice: " Su función en los talleres es ser la inspiración y el árbitro final del proyecto. Trato de sacar de los participantes aquello que nunca se hubieran imaginado que tenían adentro. Mi secreto es que creo que cualquier cosa puede ser puesta en escena. Cualquier cosa que inventáramos podría funcionar. Pero no estaba preparado para los resultados estupendos del trabajo".

Anthony hizo que los guionistas discutieran los temas que querían desarrollar y luego condujo la discusión sobre cómo hacerlo todo más dramático. Trabajaron las cuatro historias paralelas. Manuel escribió sobre un hombre que descubre que tiene SIDA el día que se preparaba para viajar con su amante masculino a Oaxaca, donde se encontrarían con otros amigos heterosexuales para dirigirse a Zipolite. Jenny escribió básicamente dos largos monólogos desde el punto de vista de una mujer que tenía que dejar a su marido y a su hijo debido al comportamiento de su esposo. La historia de Mario trataba sobre un adolescente que escapa de sus circunstancias con fantasías de triunfar en grande en algún sitio fuera de la capital. Anthony terminó escribiendo sobre un turista que no hablaba español y que estaba de vacaciones en México.

Dividieron las historias en escenas y las tejieron en una trama común. Funcionó bien. El ritmo parecía perfecto. A la trama no se le notaban las costuras. Entre todos eligieron a Mario como director de la obra y Anthony se retiró paulatinamente del proceso, abandonando su rol de árbitro. El grupo descubrió la lógica interna de la obra y se entusiasmó con su solidez. Esto se hizo más evidente cuando los actores se sumaron al proceso.

La música

Víctor era el director musical y un director extraordinario. Parece que Víctor compone su música directamente en el piano y la mayor parte del tiempo en transmisión directa por las ondas de Radio UNAM. Trabajó con un bajo, un



La Voz de los Huastecas

baterista y un violoncelista. Los músicos trabajaron durante un día solos y luego se juntaron con los actores. Tuvieron que componer todo tipo de estilos y géneros musicales, música romántica, muzak, jazz y blues, y música tradicional mexicana.

Para Anthony y Jake fue interesante descubrir que Radio UNAM es una de las dos emisoras de México que no está censurada por el lenguaje y las ideas. Aunque deben cuidarse de no ofender al Presidente ni a la Iglesia Católica, podían usar un lenguaje coloquial fuerte y sin temor a represalias. Esto fue importante porque la producción hablaba de SIDA, condones y demás detalles inusuales en la radio. Esa situación permitió lograr una autenticidad en el lenguaje que sería aceptable en las calles y los barrios populares. Los acentos y los dialectos aparentemente dieron acertadamente en su marca.

El personal

Anthony y Jake eligieron dos personas para los efectos especiales de sonido en vivo. Había 21 personajes con diálogo realizados por 16 voces. El coro de voces consistió en 12 personas. Hubo

4 músicos, 4 técnicos, 4 guionistas, un director técnico, un director del coro de voces, un director musical y un director general de la obra. Un total de 34 personas participaron en el taller.

Actuaron frente a un público en vivo en el escenario de un auditorio ligado a la emisora. El público estuvo fascinado desde el comienzo. Al final de la obra Mario y Manuel hablaron al público acerca del SIDA y acerca de la producción. Recibieron y contestaron preguntas de unas 30 personas del público y repartieron condones a todos los presentes.

Algunas conclusiones

Orson Welles describió una vez a la radio como una mina de oro abandonada. Con el resurgimiento del radiodrama podremos extraer algo de este valioso mineral. Anthony Sloan dijo que la radio comunitaria puede ser la fuerza y aportar los nuevos pioneros de este medio.

"Tomen en cuenta -dijo- que sólo se necesita dos o tres personas para organizar un taller de radiodrama: un productor, un jefe de taller, un director técnico y un asistente de ingeniero. Estas personas pueden entrenar en una semana a 30 personas en las áreas de guionización, grabación de efectos de sonido, efectos en vivo, actuación ante el micrófono y ante un público presente, mantenimiento del equipo técnico y uso amplio del medio."

Una vez que la gente está entrenada serán cautivados por un espíritu infeccioso respecto a esta forma de arte. Querrán repetirlo una y otra vez. Eventualmente tendrán tanta fe en la forma y en sí mismos que se volverán muy eficaces en la publicidad. Esto tendrá un efecto circular sobre el público que también querrá ver más y los actores se sentirán más motivados y, antes de que se percaten, todo el mundo querrá intentarlo por lo menos una vez. ●

Para mayor información, Anthony Sloan y Jake Glanz pueden ser contactados en el Departamento de Artes de Radio WBAI New York, Fax 212 564 5359

ANTONIO PASQUALI
EL SALVADOR

LA RADIO Y LA GUERRA

Aunque la radio sea protagonista de historias míticas muy pocos han sabido aprovecharla en su dimensión de cambio. Un venezolano, Carlos Henríquez Consalvi, descubrió su secreto. En los diez años que estuvo al mando de Radio Venceremos fue portavoz de la guerrilla salvadoreña, consiguió en el micrófono una poderosa arma de combate.

No toda la radiodifusión latinoamericana, lo que se dice toda, persigue fines de lucro. Para 1987 las emisoras comerciales de la región eran 4.872, con un total de 38.306 Kw. de potencia. Las estaciones de servicio público, o genéricamente educativas y culturales, eran 421, con 4.011 Kw. en antena. De éstas sólo 179 eran enteramente financiadas por sectores públicos. Redondeando tanto por números de emisoras como por potencia de emisión, nuestra relación comercial/no comercial en radio es de 9 a 1.

En inversiones, obviamente, el desequilibrio es más acentuado. Siempre en 1987, la radio comercial latinoamericana (estamos hablando de la pariente pobre del mercado publicitario) ingresó unos 150 millones de dólares. Las emisoras públicas o culturales viven, o sobreviven, de migajas. El presupuesto de nuestra *Radio Nacional de Venezuela* es de 0,5 millones de dólares. Luego, habría que contar -lo que no siempre es factible- la radio marginal, tanto en sentido topográfico (la que emite desde fuera del territorio o desde él, pero retransmitiendo emisoras foráneas), como en sentido

legal: las emisoras menos que alternativas, no licenciadas y volátiles. De este minúsculo subgrupo forman parte las transmisoras clandestinas o guerrilleras, a veces de paupérrima calidad técnica pero de gran impacto político. De estas últimas no hay muchos ejemplos que citar en la región. Tal vez el caso más exitoso sea el de El Salvador, donde *Radio Farabundo Martí* y *Radio Venceremos* fueron protagonistas muy activos de una terrible guerra interna, oficialmente y ojalá que en los hechos, concluida hace pocos meses.

Un istmo bajo vigilancia

Centroamérica es una extremidad de la parte norte del continente más que una faja comunicante con la parte sur, irrigada por la arteria de la Panamericana que se detiene en Darién sin pasar a Colombia. Es la temible y vigilada "cinta negra", que para muchos salvadoreños presentó el deslinde entre la vida y la muerte. Todo lo que sucede en cualquiera de sus puntos repercute sobre la totalidad de un istmo que es políticamente una península. En sus países se experimenta más que en otras partes la vigilancia y el protectorado de Estados Unidos, con incursiones rusocubanas. Su economía agrícola es frágil: cualquier fluctuación en los mercados del café o del banano pueden desquiciarla. Costa Rica, la desarmada, pretende jugar en el corredor, con escasos resultados, un rol suizo *au dessus de la mêlée* (lo que no le impidió obtener dinero del ultraderechista Principado de Liechtenstein para montar una red radial antisandinista en su frontera norte con Nicaragua).

Ahora Centroamérica está de moda por más positivas razones: la india guatemalteca Rigoberta Menchú acaba de obtener (quinto centenario ayudando) un merecidísimo Nobel, y el 15 de diciembre pasado, gobierno e insurrectos



Hugo Civiuentes, Ecuador, 1980

El músico mayor

ANTONIO PASQUALI es escritor y comunicólogo. Entre sus libros más recientes se destacan *Comunicación y cultura de masas* y *La comunicación cercenada* de Monte Avila Editores.

salvadoreños firmaron la paz, tras un decenio de feroz lucha.

El Salvador siempre excepcional

Con cerca de seis millones de habitantes apiñados en 21 mil kilómetros cuadrados (247 habitantes por kilómetro cuadrado, una densidad dos veces y media superior a la de Francia); sin bosques ni montañas de difícil acceso donde esconderse (el 35 por ciento de su territorio está bajo cultivo, contra el 4

por ciento en Venezuela). El militarismo latifundista dio allí nacimiento al enfrentamiento interno más sangriento del continente, con un saldo de 80 mil muertos, tres veces más que en Nicaragua.

El asesinato del arzobispo Oscar A. Romero, oficiando, y de cuatro monjas estadounidenses, en 1980, funcionaron de detonador. Luego vinieron los escuadrones de la muerte de D'Aubuisson y los batallones Atlacatl entrenados por norteamericanos y varias atrocidades que sacudieron el mundo. Un viceministro de la defensa secuestrado dos años por los insurrectos y el monitoreo directo y nada secreto de la lucha antiguerrilla desde el Pentágono, cuya ayuda permitió a un país de 900 dólares anuales del PIB per cápita montar y mantener un ejército de 60 mil hombres.

Los meses a venir, y las elecciones de 1994, dirán si a El Salvador le aguarda algún futuro con solidez, o el empanamiento en situaciones ambiguas e irresueltas, del tipo Panamá o Nicaragua.

Días de radio

Fue en esas condiciones topográficas y estratégicas casi imposibles, que la radio guerrillera clandestina desempeñó un rol protagonista, granjeándole a los insurrectos la simpatía internacional. Pero el hecho no tiene para nosotros un mero interés histórico-social desde el ángulo comunicacional. Quien manejó durante diez años una de esas "artillerías del pensamiento", *Radio Venceremos*, fue un venezolano, el merideño Carlos Henríquez Consalvi (nacido en 1947). Consalvi fue un político de lúcida e inequívoca doctrina, más de la escuela de Simón Rodríguez y del Che Guevara, que de Miranda o de Lawrence de Arabia.

Periodista graduado en la ULA, pasa de Nicaragua a El Salvador en diciembre de 1980, donde recibe la misión de montar *Radio Venceremos* sin saber jota de radio. El 16 de enero de 1992, tras manejar la emisora por un decenio, es de los que toman la palabra frente a 300 mil personas reunidas ante la catedral de San Salvador, para festejar los acuerdos de paz firmados en el castillo de Chapultepec.

Editorial Diana, de México, acaba de publicar su diario de la guerra radial sal-

vadoreña: **La Terquedad del Izote** (izote es la flor nacional de El Salvador que renace del tronco cercenado). ¡Casi una empresa de Sísifo, la suya! Faltando meses para concluir las hostilidades, un Atlacatl le desentierra de un escondite el único manuscrito y se lo quema. Sólo quedan dieciséis páginas chamuscadas. Hubo que reescribirlo todo.

Son páginas duras y despiadadas, ante las que el lector olvida del todo la búsqueda de "valores literarios", y descubre que en el océano de cuatro mil ochocientas emisoras radiales vendiendo jabones, hubo un par de ellas, marginales y clandestinas, que escribieron la historia. Páginas que integran, si no me equivoco, el inédito elemento de la comunicación a la nutrida literatura latinoamericana de guerrilla. Sólo en Venezuela pudieran enumerarse, entre otros títulos que seguramente se nos escapan, **Aquí no ha pasado nada** de Angela Zago; **El Tumulto y Entre las Breñas** de Argenis Rodríguez; **Panfletos del querer** de Josefina Jordán; **El desolvido** de Victoria Di Stéfano; **No es tiempo para rosas rojas** de Antonieta Madrid; **T.O.3** de Labana Cordero, más los numerosos volúmenes de entrevistas a guerrilleros de Agustín Blanco.

Un diario de guerrilla pura y dura, con su clímax histórico y literario en el desafío entre los responsables de la emisora clandestina y el tenebroso y exhibicionista coronel Monterrosa, flor y nata de los comandos antiguerrilla entrenados en el Norte, que se había hecho una cuestión de honor acallarla. Tras varios intentos frustrados, una trampa funciona. A Monterrosa se le hace creer que su tropa ha capturado la planta transmisora de *Radio Venceremos*; en realidad, un equipo obsoleto forrado de dinamita. Monterrosa jubila, ordena esperar su llegada; quiere fotografiarse en su helicóptero, la bota sobre el transmisor capturado, rodeado de asesores del Pentágono, corresponsales y tropas. Luego, el helicóptero se eleva. Desde un matorral, sale la orden: ñato alfa papa, menos cinco, romeo lima tango, 89. Monterrosa vuela despedazado en el aire. *Radio Venceremos* difunde la noticia al mundo. El episodio motivó el primer fuerte cuestionamiento de una parte del Congreso norteamericano a la política de Reagan en Centroamérica. ●

El Coronel Monterrosa cree haber capturado la planta transmisora de *Radio Venceremos*. Jubila y ordena esperar su llegada. Quiere fotografiarse con la bota sobre el transmisor capturado, rodeado de asesores del Pentágono, corresponsales y tropas. Luego, el helicóptero se eleva. Desde un matorral, sale la orden. Monterrosa vuela despedazado en el aire. *Radio Venceremos* difunde la noticia al mundo.



JOSÉ TOMAS ANGOLA
VENEZUELA

Emisora Cultural de Caracas, FM 97.7

Una doncella de 18 años

Es el primero de enero de 1975. El valle de Caracas por primera vez recibe la señal de FM. En el cuadrante digital de 97.7 se dejan escuchar fuerte y brillante las notas del "Gloria al bravo pueblo", el himno que la propia ciudad ofrendó al país. Esta aventura radiofónica, con 18 años de existencia, fue el norte para un grupo de venezolanos preocupados por desarrollar el área cultural a través de la radio.

Humberto Peñaloza, Raúl Arreaza, José Elías Graffe, Aníbal Martínez y Gonzalo Plaza debieron esperar audiencias, entrevistas exponer cientos de veces aquel proyecto audaz, hasta que las autoridades del Ministerio de Transporte y Comunicaciones dieron la concesión con la que esta Sociedad Civil, sin fines de lucro, iniciaba sus actividades. Nació la Emisora Cultural de Caracas FM 97.7.

Negar el carácter eminentemente académico que tuvo su programación primigenia sería irresponsable. Muchas de esas horas tempranas fueron para Bach, Mozart y Chopin. Espacios como "Los conciertos de la tarde" o "Miniaturas musicales" eran la sangre que alimentaba al recién nacido.

De la mano de su primer director, Gustavo Artilles, la emisora lentamente comenzó la apertura a todas las expresiones creativas. La voz de la intelectualidad venezolana se escuchó abiertamente opinando del quehacer de la nación. Artilles, actual productor y locutor de la BBC de Londres, se esforzó por equilibrar un océano de criterios y tendencias. Su filosofía aún perdura: hacer

una emisora que transmita estrictamente de todo.

La ECC fue la primera en su tipo en FM y también la única en esa banda durante casi 13 años. Venezuela sólo tenía radioemisoras en AM por razones comerciales y tecnológicas. El alcance de AM es mayor que el de la FM. Causaba temor pretender variar de banda una audiencia levantada a lo largo del casi medio siglo de radio en el país.

Esto definió el público oyente de la 97.7. Al no haber más señales en esa banda sólo sintonizaban los programas quienes tenían especial interés en determinado tema. De una manera inusual se creó un radioescucha especializado cuyo nivel de atención era muy superior al normal. Los años comprobaron que este estímulo, antes que dañino, fue beneficioso para productores que recurrieron a todos los esquemas auditivos para mantener tal sintonía.

Tras la salida de Gustavo Artilles de la Dirección, Alfredo Gerbes se hizo cargo de estructurar una programación consonante con la realidad. Se convirtieron

Corista mexicana, 1920

en habituales las corresponsalías de *Radio Suecia Internacional*, *La Voz de Alemania* y la *BBC*. Se transmitían programas hechos para América Latina por los servicios de *Radio Netherland*, *Radio Canadá Internacional* o *Radio Francia*. Esto le dio a ECC un cierto estilo internacional, algo extraño en el medio venezolano pero que nutría un conglomerado de personas muy heterogéneas y dispares.

Otra vez el dilema financiero

Uno de los grandes problemas que sufrió y sufre la estación es el escaso patrocinio económico. Surgida como "Emisora Cultural", por ley se le prohibía



Pedro Guerra, México

JOSÉ TOMAS ANGOLA, venezolano. Comunicador y productor independiente de la *Emisora Cultural de Caracas* y de la *Radio Nacional de Venezuela*.

hacer publicidad. Sólo era lícito la mención de la razón social del anunciante en el espacio que auspiciaba. Si es cierto que tal medida evitaba la saturación de promociones comerciales, también era un freno para conseguir anunciantes. Ante una situación cada vez más precaria se optó por brindar a los productores independientes la potestad de realizar negociaciones por sus programas, así eran ellos los que debían agenciarse el apoyo monetario.

Es de hacer justicia mencionar algunos patrocinantes fieles a los principios alternativos de la Radio: Banco de Venezuela, Centro Simón Bolívar, Petróleos de Venezuela, Seguros La Previsora, Fundación Mendoza, C.A. Electricidad de Caracas, Editora El Nacional, Orquesta Filarmónica Nacional y muchos otros que desinteresadamente aportaron dinero a un proyecto cultural con 18 años de labor ininterrumpida.

Mística y talentos

El personal que trabaja en la ECC tiene mística. Este grupo humano, que difunde de 6 de la mañana a 11 de la noche, es relativamente pequeño. En su mayoría lo conforma el departamento técnico. Son los operadores los que cumplen la labor más intensa y es que, salvo el noticiario matutino, todos los programas son grabados. A través de un equipo único en Venezuela, las producciones son armadas diariamente y transmitidas automáticamente. Existen 7 operadores de planta encargados de controlar y supervisar el correcto desenvolvimiento de las pautas. En el área de grabación y edición laboran 3 operadores. Ellos montan con los productores, los diferentes espacios. Tenemos 6 locutores que identifican la emisora y narran los libretos realizados por iniciativa de la propia radio. Finalmente 2 guionistas y 3 productores completan el cuadro.

El productor independiente

En todo este ensamblaje la figura del productor independiente cobra un especial significado. Las 36 personalidades que de una manera individual desarrollan tal labor son las que realmente constituyen el cerebro de la radioemisora. Cada una de ellas, desde tribunas para el teatro, la poesía, la música académica, el folklore, el jazz, el rock, el cine, la

infancia, la mujer, la plástica o cualquier actividad humana reseñable, crea día a día programas especializados y alternativos. Es un personal de mística probada.

Alrededor de una antena

Son variados los servicios que cumple la 97.7. ECC publica mensualmente "SINTONIA", la guía de la emisora. Allí se reseñan las producciones a transmitir y se describe en detalle las emisiones del mes.

En una óptica mayor, la estación es el eje del proyecto de Circuito de Radios Culturales, una iniciativa de los miembros fundadores por darle continuidad y regionalidad a la idea que hizo nacer a la emisora. Por ahora el plan se halla en gestación, pero es inminente la concreción de todos los factores.

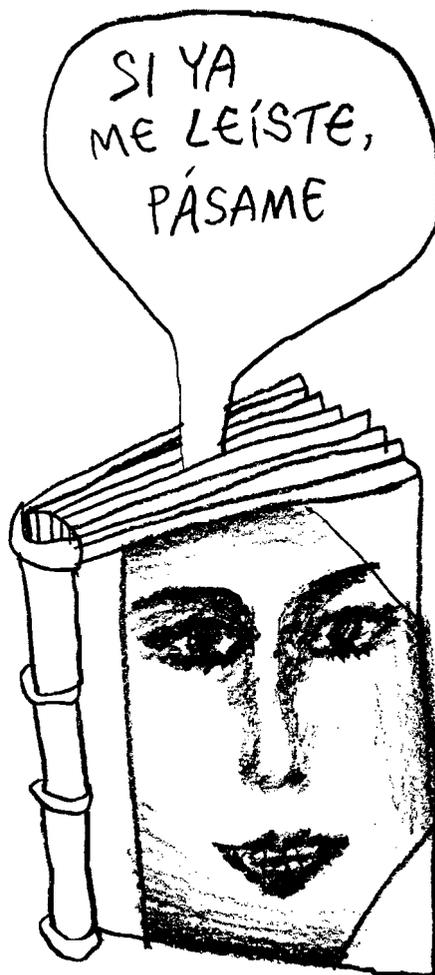
El futuro es hoy

Libre, como se encuentra la radioemisora, de cualquier ingerencia estatal, sus objetivos tienden a expandirse. En el Congreso se discute un proyecto de Reforma de la Ley de Radiodifusión con la que se ampliarían las posibilidades de las estaciones de corte cultural, especialmente en el campo de la potencia de transmisión, el alcance y el patrocinio.

Un hecho próximo es el aumento de la cobertura de la señal, ahora circunscrita solamente al área física de la Capital y un pequeño callejón que se alcanza por medio de la telefonía y que penetra por el sur del país. De lograrse tal meta, las posibilidades de conseguir oyentes rurales motivan positivamente a una emisora que hasta hoy sólo tiene una audiencia urbana.

Gracias a un donativo de una institución bancaria, se instaló en la sede una antena parabólica con la que ahora se recibe en vivo, directo, vía satélite, el informativo de la BBC y el espacio *Ventana al Mundo*, también de la cadena inglesa. Es el comienzo de una mayor integración internacional.

Desde aquel primero de enero de 1975, mucho es lo que se ha caminado y o que se ha consolidado, sin embargo para la gente de la *Emisora Cultural de Caracas* esto es sólo el principio. Y por qué no habría de serlo si apenas es una niña de dieciocho años. ●



TEODORO GALARZA
ECUADOR

Construyendo radio y pueblo



Anónimo, Ecuador

Compañía cotidiana

En el Ecuador, a diferencia de Argentina y Colombia, las radios populares crecen a ritmo lento.

En la década pasada hubo estancamiento, pero en los años 90 hay un resurgir de estos medios, con nuevas pautas de programación y nuevos estilos de trabajo. La Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador, CORAPE, sigue de cerca esta evolución.

Las radios populares nacieron en América Latina como consecuencia de las políticas modernizadoras implementadas por Estados Unidos en los años 50. En el Norte, los programas de desarrollo eran difundidos por las "radioemisoras educativas". En América Latina, la influencia de grupos de base cristianos, hizo que la Iglesia Católica apoyara programas de acción con participación popular. (ERPE) Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, es un ejemplo típico con los programas de alfabetización desde 1962.

TEODORO GALARZA, ecuatoriano. Es graduado en Pedagogía y tiene un Postgrado en Políticas Comparadas de los Países Andinos. Es Secretario Ejecutivo de la Coordinadora de Radios Populares Educativas del Ecuador, CORAPE.

Orígenes y crisis de la radio popular

Durante los años 70 y 80 las radios populares se convirtieron en proyectos alternativos donde el pueblo podía opinar. Pero la relación con el oyente no formó parte del paquete educativo. Poco se pensó en la diversidad bajo el supuesto de la igualdad. Esto se debe precisamente a que nacieron de programas de acción popular y no precisamente de proyectos de comunicación.

En los años 80 se da una revalorización del trabajo de base que retoma la radio popular. Pero la radio popular se queda encerrada.

Las radios católicas progresistas y la izquierda confundían lo popular con la mediocridad y la improvisación. Ambos sectores subestimaron el carácter masivo y prefirieron las audiencias "controladas". No valoraron las tecnologías de

radiocomunicación y el resultado fue un trabajo parroquiano y enclaustrado.

Comenzaron los cuestionamientos. El personal de las radios se preguntó: ¿seguimos con la organización o nos preocupamos por los grandes sectores no organizados?

Razón, sueños y sentimientos

Las emisoras populares creyeron que la gente sólo era razón y no sueño y sentimientos. Los gustos e intereses de la audiencia no fueron atendidos. Las radios comerciales cautivaron al oyente con el encanto de oír música las 24 horas del día, alternando con la sugestiva publicidad.

Las nuevas inquietudes y preocupaciones de las radios populares son: ganar audiencia, impactar y poner énfasis en programas de entretenimiento y diversión. Se trata de aprender de la

competencia pero no imitarla. Aprender de los errores y proyectarse con creatividad.

Las afiliadas a la CORAPE

En Ecuador, la organización a nivel de las radios alternativas se inició en 1988 por iniciativa de ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica), a través de la Coordinadora de Radios Populares Educativas del Ecuador. CORAPE es un movimiento de radios, centros y organizaciones campesinas. Su objetivo es fortalecer la comunicación alternativa y popular y ofrecer una alternativa a la masificación de información alienante. Es un espacio amplio de opinión pública pluralista y ecuménica.

Tiene 18 afiliadas. Las audiencias varían de acuerdo a cada radio. Las emisoras de onda media y corta se dirigen a los grupos marginados con una programación variada: entretenimiento, noticiarios y educación. Las emisoras en FM tienen una programación con más espacio de entretenimiento.

Las emisoras de onda media brindan servicios importantes de intercomunicación. Las emisoras de onda corta difunden noticias a nivel nacional. Algunas inclusive forman parte de redes, cadenas nacionales e internacionales.

Audiencias y programación

El 80% de los oyentes de las emisoras afiliadas están en el medio rural y el 20% restante en las ciudades.

Son sintonizadas por oyentes de distinto nivel educativo. Una encuesta de ERPE muestra: 29% nivel primario, 29% universitario y otra tercera parte por analfabetos y otros.

Un 40% de la programación es en quichua y un 60% en castellano.

En las ciudades había y hay competencia con las radios comerciales y con las políticas sociales del Estado. Sin embargo, faltó coordinación para ampliar esos programas por el temor a perder la autonomía.

La mayoría de estas emisoras trabajan hasta 18 horas diarias por frecuencia. Las audiciones comienzan muy temprano con música y programación dedicada al campo en idioma nativo.

Las programaciones de las radios populares ofrecen un 40% para entrete-

nimiento, 30% noticiarios, 25% contenidos educativos y 5% cultural y religioso. Las radios más poderosas pertenecen a la Iglesia Católica y sus audiencias se amplían a todas las provincias del país. *La Voz del Upano*, de Macas, tiene una amplia cobertura a través de las cinco frecuencias. *ERPE*, de Riobamba mantiene una audiencia permanente. Algo parecido sucede con *Radio Latacunga* y *Radio Sucumbíos*, en Lago Agrio.

Tecnologías y libertad de expresión

La mayoría son radios progresistas pero no poseen los medios del progreso. Las tecnologías no fueron incorporadas al ritmo que asomaron y en la medida que lo hicieron los medios urbanos.

Hoy ya no pueden trabajar únicamente con la "buena voluntad" porque los oyentes y la competencia exigen inversión en personal calificado, salarios e infraestructura.

Las radios populares en su mayoría tienen la autorización legal de la Dirección de Frecuencias; sin embargo, han tenido algunos problemas con autoridades y las Fuerzas Armadas que han tratado de censurar ciertas informaciones calificadas de obstructionistas o subversivas. Algunas han reclamado el derecho a la libertad de expresión proclamado por la Constitución.

Nuevas radios locales participativas

Estos medios tienen un proyecto de cambio social y comunicativo a favor de los sectores populares y promueven la comunicación social interactiva para democratizar la palabra y la sociedad.

Mediante convenios con el Estado y organismos internacionales, producen programas para amplios sectores. Difunden a las audiencias programas de salud, forestación, educación,

La mayoría son radios progresistas pero no poseen los medios del progreso. Las tecnologías no fueron incorporadas al ritmo que asomaron y en la medida que lo hicieron los medios urbanos.



Cumbas Conde, Cotacachi, Ecuador

Mi radio y yo

sanidad y medio ambiente. Son escogidas para este tipo de trabajo porque sus emisiones llegan a las poblaciones meta de los programas sociales.

Las emisoras comerciales no conocen la participación de los oyentes. Su contacto se limita a llamadas telefónicas y cartas para solicitar música. En cambio, en las radios populares los radioescuchas participan en la definición de las políticas de la emisora, en unas más que en otras. Esto crea un eslabón entre radio y oyentes.

Las emisoras que son manejadas por organizaciones campesinas e indígenas tienen mayor posibilidad de una participación autogestionaria. Sin embargo, propiedad no implica autogestión, los propietarios también se han despreocupado de su funcionamiento y las crisis internas casi acaban con las radios.

Capacitación y profesionalidad

Antes, el requisito básico para trabajar en la radio popular era tener "mística". Tampoco habían profesionales en el mercado o si habían eran reclutados por los medios comerciales. Sin embargo, algunos profesionales se incorporaron a las radios populares pero sus ingresos eran bajos y los obligaba a tener otros compromisos.

Las radios invirtieron en capacitación pero los salarios no se ajustaban a los méritos del capacitado. La "mística" se había convertido en mecanismo sutil de explotación, entonces los profesionales o capacitados prefirieron ir a mejorar la competencia en detrimento de los medios populares.

En estos medios hay necesidad de perfeccionamiento, pero los radialistas no pueden ingresar a la universidad ni renunciar al trabajo cotidiano. CORAPE entonces se propuso apoyar los procesos de capacitación: dispone de un equipo de capacitadores para apoyar a sus estaciones afiliadas, y también se ha recurrido a ALER, CIESPAL y AMARC para atender la demanda.

El autofinanciamiento es más que una moda.

La realidad vivida mostró que los medios populares presentaron deficien-

cias en la implementación de la comunicación. Las estaciones, por lo general, fueron administradas por el clero que con formación religiosa se improvisó para la radio. Además, el voluntarismo sustituyó al personal técnico, lo que restó el despegue de la comunicación alternativa.

En su mayor parte se financian con apoyos externos, con aportes de los ministerios y mínimamente con publicidad y servicios sociales o comunicados.

Varias radios no tienen publicidad aunque quisieran, porque no encuentran auspiciadores por la falta de poder adquisitivo de su público o la inexistencia de mercado en el interior. Algunas tienen cuñas selectivas en sus emisoras FM destinadas a financiar las estaciones de onda media y corta.

Un tema recurrente en estos tiempos ha sido el autofinanciamiento y la autogestión. El marketing y lo empresarial se están discutiendo.

La época neoliberal redefine el ordenamiento de la radio popular, las emisoras y oyentes tendrán que invertir en creatividad empresarial para un desarrollo autogestionario, incorporando administración, profesionalidad y tecnologías que se adecuen a un trabajo popular sostenido y pluralista. ●

ENCUENTRO SOBRE RADIOS COMUNITARIAS EN LA HABANA, CUBA NOVIEMBRE 23 AL 26 DE 1993

Las Radio Comunitarias serán el tema del Encuentro que se realizará en el Centro Internacional de Prensa de la Habana, del 23 al 26 de noviembre de 1993. Se analizará la situación del radioperiodismo popular y se buscará estrechar los vínculos entre los radialistas populares y culturales de los países participantes.

La agenda del Encuentro contempla el debate en conferencias y mesas redondas sobre la radio participativa, la comunidad como principal protagonista en la radio iberoamericana y aspectos de la radionoticia.

Convoca la Editorial Pablo de la Torriente de la Unión de Periodistas de Cuba y la emisora *Radio Habana Cuba* conjuntamente con la Comisión Cubana de la UNESCO. Se aspira contar con la presencia de investigadores y especialistas de la comunicación social en el medio radial. El encuentro promoverá el

establecimiento de intercambios y diálogos permanentes sobre radio popular y participativa.

Los comunicadores, investigadores y demás especialistas interesados deberán enviar su solicitud antes del 30 de agosto y las ponencias antes del 15 de septiembre de 1993.

Cubana de Aviación y CUBATUR facilitarán la asistencia al Encuentro a través de sus agencias de turismo radicadas en cada país. CUBATUR garantizará el hospedaje en hoteles céntricos de La Habana. Para mayor información contacte:

Comité Organizador
Encuentro Radios Comunitarias
Calle 11 No. 160 entre K y L
Vedado, La Habana, Cuba

DAVID SILVA
ECUADOR



Festival Campesino en Osorno, Chile

Lucelly Villa pertenece a la Comunidad de las Hijas de San Pablo, las Hermanas Paulinas. Es Directora de Radio Latacunga y presidenta de la CORAPE (Coordinadora de Radios Populares y Educativas de Ecuador). En la entrevista comenta la experiencia de su emisora en las zonas campesinas de la provincia de Cotopaxi en la sierra central ecuatoriana, una zona con gran densidad de población indígena, campesina y geográficamente dispersa.

Entrevista con Lucelly Villa

La experiencia de Radio Latacunga

David Silva: ¿Cuáles han sido los logros más interesantes de Radio Latacunga en estos once años?

Lucelly Villa: Uno de los objetivos de *Radio Latacunga* es apoyar y acompañar el desarrollo del pueblo cotopaxense, especialmente de los sectores marginados. Involucra la fe, la cultura, la economía, la agricultura, la política, la salud, todo lo que es la vida del ser humano. La experiencia es bastante positiva, porque la gente cree en la comunicación, cree en lo que ella misma hace. Tenemos cabinas en ocho organizaciones que producen su programa, elaboran el guión, hacen comunicados y noticias, graban microprogramas sobre sus problemas más importantes y se comunican entre sí. La provincia de Cotopaxi tiene un alto porcentaje de indígenas y muchas veces en las fincas y las haciendas les prohibían hablar el quichua. La radio ha tratado de rescatar el valor de la lengua. Tenemos un programa en quichua que se transmite en la noche y la madrugada, la mayoría de los indígenas dicen que hoy no se avergüenzan de hablar su lengua, y están aprendiendo con la educación bilingüe a valorarse.

La cultura, las tradiciones, las creencias religiosas, la artesanía, todo lo que ellos quieren difundir y promover lo hacen a través de la radio. La radio les

acompaña en los momentos de alegría, en los problemas difíciles como el caso de las tomas de tierras y los enfrentamientos con los hacendados. Se ha tratado de que ellos sean los promotores, los gestores y los protagonistas de su propio mensaje. Nosotros solamente somos mediadores, tratamos de animar, de motivar y nos motivamos, porque ha sido un aprendizaje recíproco.

En donde no hay cabinas tenemos una red de reporteros. Son muchas las comunidades que todavía no están organizadas y allí tratamos de hacer que el reportero se sienta acompañado por la radio. Muchas veces los reporteros no tienen el apoyo económico, ni moral de la comunidad y son criticados, pero ellos luchan por sacar adelante el proyecto porque creen en la comunicación.

Cuando hablamos con la gente de las comunidades, ellos dicen: "nos hemos dado cuenta que tenemos derecho a expresar nuestra palabra como cualquier estudiante, como cualquier persona que tiene plata". Cuando la radio se va del aire, vienen las señoras más pobres a decir: "¿Qué pasó con mi emisora?, es la que me acompaña, que me ayuda, ¿por qué no sale?". Cuando hemos tenido problemas como en el caso de las tierras, los integrantes de la Asociación de Agricultores y Ganaderos dijeron: "Radio Latacunga es subversiva, hace que los indígenas se levanten". Esto ha salido varias veces en el periódico y hace que las organizaciones se unan, la gente sencilla dice: "a *Radio Latacunga* no le pasará nada, porque es nuestra, no es solo de unos pocos y por lo tanto para que la cierren, pasarán muchas cosas". Son ellos los que nos

DAVID SILVA, ecuatoriano. Coordinador de Publicaciones del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP) e integrante de la Asociación de Comunicadores Cristianos del Ecuador (ACCE).

defienden, pero también los que nos exigen, porque cuando sacamos un programa que no les gusta, nos preguntan "¿Qué pasa?, ¿por qué estamos yendo por otro lado?". En este momento estamos en una reflexión interna: ¿Cómo ser radio popular frente a otras emisoras y frente al neoliberalismo?, ¿Cómo identificar lo popular, no con lo poco, lo pobre, lo que no vale, lo barato, lo mal hecho sino como una cosa profesional?

¿Cuál es la participación de los laicos en la radio?

Ellos son casi el 90%. La radio es de la diócesis, pero ella nos deja muy libres, muy autónomos en nuestro trabajo. Quienes deciden la programación son los laicos, nosotras solamente animamos y coordinamos. Existe un equipo central que representa a todo el personal. Tenemos departamentos de información, educación, entretenimiento y evangelización, cada uno tiene un representante en el equipo que toma las decisiones sobre los contenidos. Además consultamos a los mismos reporteros.

**¿Cómo funcionan las cabinas?
¿Cómo hacen la programación?**

Los reporteros visitan las comunidades y las comunidades les visitan a ellos en las cabinas que funcionan el día de la feria. Ese día todos bajan a hacer sus compras, van a la cabina, dan un comunicado, cuentan una noticia, un chiste, un cacho. Los que han perdido el miedo al micrófono dicen sus reflexiones, otros solamente hacen sus comunicados y saludan a sus familiares. El trabajo que tienen es muy autónomo, en la radio no se les quita nada, tal como traen sus programas los pasamos.

¿Es decir que ustedes no quieren ser voz de los que no tienen voz, sino que ellos mismos puedan expresar su propia palabra?

No creo ya en eso de que no tienen voz. Son los que más voz tienen, sino que nunca han tenido posibilidades de hacerla escuchar y lo que hace la radio es facilitar esa posibilidad de expresarse porque todos sabemos que lo que más prima en la cultura indígena y en la cultura pobre es lo oral, no lo escrito, ellos tienen mucho que decir y comunicar.

¿Cuáles son los problemas para que la radio se transforme en medio



Jorge Mario Múnera, Gaceta 13, 1992

Alexis Lozano, 1982

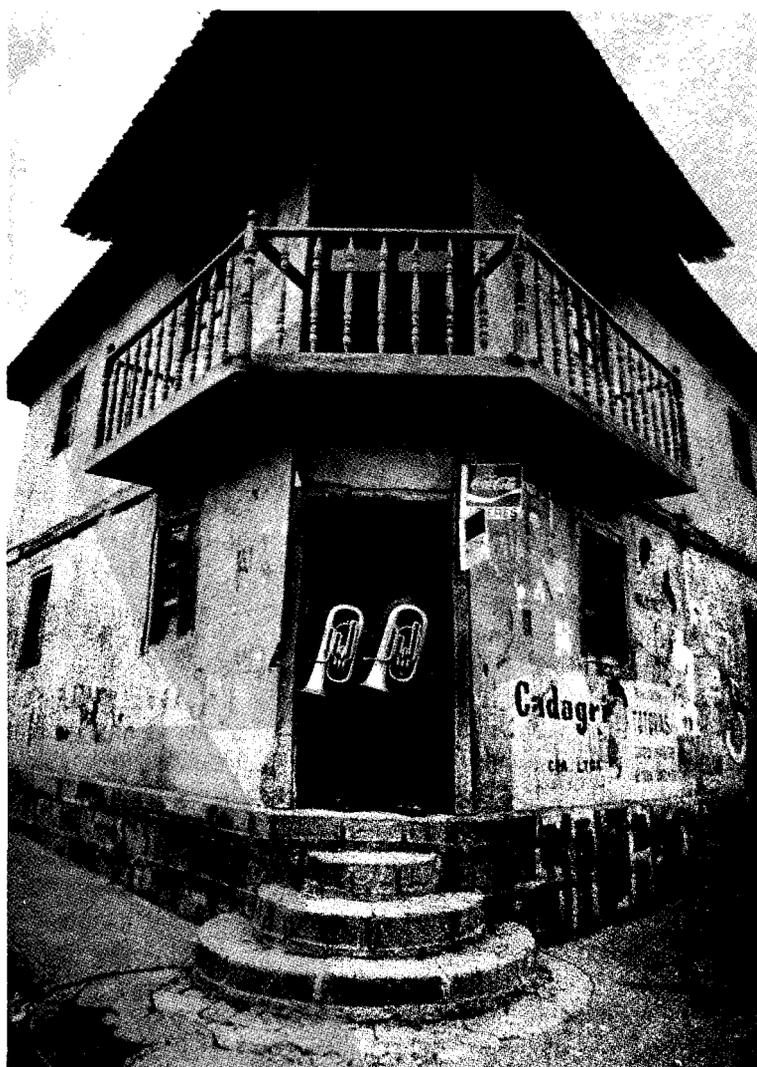
masivo de comunicación popular y alternativo?

El primero es económico. Como esta radio no tiene ánimo de lucro, no logra entradas como las radios comerciales. Otra dificultad ha sido la línea que tiene nuestra radio frente al poder. Algunos sectores que están en el poder, que tienen en sus manos la agricultura y la ganadería están convencidos de que subvertimos y sublevamos a la gente. Esto obstaculiza en lo económico porque cuando queremos conseguir una publicidad dicen que no dan apoyo a una radio que es revolucionaria. Otro problema ha sido la manutención de los reporteros y las cabinas. Ellos no tienen remuneración, colaboran voluntariamente porque creen en la comunicación, pero ahora que la situación económica está tan difícil no pueden dedicarse enteramente, entonces piden un sueldo que no está dentro de las posibilidades de la radio. La emigración también es muy fuerte, la gente se va a Quito, no quiere saber nada de su comunidad, eso hace que continuamente estemos cambiando de reporteros.

La provincia de Cotopaxi ha participado activamente en los levantamientos indígenas y las actividades ligadas al quinto centenario. ¿Qué queda de ese proceso?

Los que movieron el levantamiento de 1990 fueron los reporteros populares. Gente que va tomando conciencia de su situación, ve que no puede quedarse quieta, se organiza y protesta. El levantamiento indígena, pienso que fue una manifestación de Dios, por la fortaleza que ellos tuvieron, por la unidad, por la solidaridad, por ese sentido de comunión, porque todo era consultado con las comunidades. Hay hechos positivos pero hubiéramos querido que existieran más resultados, sobre todo en lo que tiene que ver con la respuesta del gobierno a los indígenas. Este proceso les ha fortalecido, les ha hecho sentir que es necesario que se pronuncien y que tienen todos los derechos como los demás. También esto ha desatado un sentido de lucha frente a las injusticias que se cometen no solamente a nivel económico sino en la educación y en lo cultural. ●

¿Cómo mantener viva la propuesta?



Hugo Cifuentes, Ecuador, 1986

La pareja de la esquina

El sociólogo y comunicador boliviano Adalid Contreras afirmaba durante un seminario organizado por la CNR que las prácticas de las emisoras populares se daban principalmente en función de las organizaciones de base, sin tener en cuenta que la radio va más allá de la vida orgánica y política de la población.

JORGE ACEVEDO ROJAS es Director de Radio San Sebastián AM/FM de Chepén, Perú.

Desde esta perspectiva, la función del comunicador es reducida a tareas de apoyo a la labor de los promotores. Igualmente, al manejarse una visión instrumentalista de la comunicación, su identidad es asociada sólo a los medios, "negándose de esta manera su realización y definición en las interacciones sociales"

Ya en 1984, José Ignacio López Vigil advertía: "cuando una radio sólo está en plan de protesta, en plan reivindicativo, o

Hoy más que nunca las radios populares o educativas necesitan hacer el máximo esfuerzo para mantener vigente la propuesta de democratizar la comunicación para democratizar las sociedades latinoamericanas. A partir de las reflexiones compartidas al interior de la Coordinadora Nacional de Radio del Perú (CNR) por comunicadores y estudiosos de la radio, y de su reciente experiencia en una radio de propiedad de la Iglesia Católica, Acevedo trata problemas que requieren la urgente atención de los radialistas populares.

Radio Stéreo Villa

Como papas

"Como papas juntábamos los casetes", así recuerda Juana el último atentado de Sendero Luminoso a las instalaciones de *Radio Stéreo Villa*. A su lado, en la pared, se sostiene la imagen de María Elena Moyano, *La Madre Coraje*, dirigente de Villa El Salvador asesinada hace algunos meses por el mesianismo de las huestes de Abimael Guzmán.

Villa El Salvador es uno de los tantos "pueblos jóvenes" que han aparecido durante el último lustro en la geografía urbana limeña, como resultado de la intensa migración desde la sierra hacia la ciudad.

Con 300 mil habitantes, Villa El Salvador es un ejemplo latinoamericano de organización popular. *Radio Stéreo Villa* es parte fundamental de ese ejemplo, habiendo logrado sobreponerse a las bombas de Sendero y a las pretensiones individualistas que el discurso oficial ha intentado inculcar en la sociedad, como base de su política neoliberal. El grupo que trabaja diariamente en la radio posee una rara mezcla de juventud y alegría, con responsabilidad y compromiso social. *Radio Stéreo Villa* es un proyecto que se construye cada día junto a la gente, en favor de la comunidad que hace de la emisora una posibilidad de ir recuperando su identidad.

Gabriel Esbry y Oscar Balette

Es necesario lograr una estrecha vinculación entre producción radiofónica, producción comunicativa y generación de conocimientos acerca de la comunicación y la radio.

cargando la programación con programas supuestamente educativos, se pierde de vista la enorme variedad que hay en la vida de una persona..."² Al tratar sólo aspectos políticos y organizativos, las emisoras populares autolimitaron su audiencia al sindicato, al comité vecinal, a los dirigentes y miembros de las agrupaciones de izquierda, cuando una de las condiciones básicas para que una radio sea popular y pueda tener impacto social es que sea escuchada por una gran cantidad de personas, es decir, ocupar los principales lugares -sino el primero- del rating.

Se genera entonces la imperiosa necesidad de identificar las dimensiones más subjetivas del público consumidor de medios, conocer mejor a los beneficiarios del proyecto y entender que lo individual y lo colectivo no se contraponen, sino que se complementan estrechamente. La música, los concursos, el amor, la alegría y todo aquello que suele gustarle a las personas ya no serán útiles únicamente como elementos accesorios o "ganchos" para los programas "conscientizadores", sino que empezarán a ser valorados en sí mismos en tanto forman parte de la vida de los seres humanos. Y tal vez se pueda descubrir, en ellos, potencialidades insospechadas para una labor educativa.

Investigar para rescatar la masividad

El desafío de la masividad obliga a cada emisora a conocer puntualmente las características generales y, en tanto sea posible, los aspectos más íntimos de la gente. Las investigaciones realizadas en *Radio Cutivalú* de Piura y *La Voz de la Selva* de Iquitos, emisoras educativas con valiosa experiencia en sus respectivas regiones, no han hecho sino reafirmar que los moldes y esquemas que se suelen tener sobre las costumbres y la manera de sentir y vivir de la gente quedan desactualizados en poco tiempo. La crisis económica, el avance tecnológico, las características propias de cada zona geográfica y otros factores hacen que las respuestas de la población varíen constantemente.

Los estudios reafirman que son los jóvenes quienes menos nos escuchan. Esta realidad requiere cambios para llegar a un sector clave de la población latinoamericana, tanto porque son mayoría como por el protagonismo que alcanzarán en los próximos años. Se requiere, pues, escuchar sus demandas y sugerencias, identificar aquello que les resulta placentero y útil para su vida cotidiana, acercarnos a sus formas de organización: clubes deportivos, conjuntos de rock, agrupaciones artísticas, y otras.

Reorientar los proyectos

Es imprescindible incorporar la investigación a los planes de trabajo de nuestras emisoras. María Cristina Mata resalta la necesidad de desarrollar una investigación permanente, de manera que se logre una estrecha vinculación "entre producción radiofónica, producción comunicativa y generación de conocimientos acerca de la comuni-

cación y la radio..."³ También advierte que ello sólo es posible si la comunicación es asumida como un proceso de interacción, "como una práctica de naturaleza simbólica en la que se involucran diferentes sujetos cuyas particulares relaciones no surgen únicamente de estudios de sintonía o sondeos de opinión sino de investigaciones más complejas que van desde estudios de

demandas comunicativas hasta análisis de discursos. El diseño, la metodología y las técnicas de cada investigación deberán responder a situaciones y objetivos bastante particulares".

A partir del conocimiento de los gustos, intereses y la manera de vivir y sentir de los sectores populares se podría elaborar una propuesta radial capaz de entablar relaciones con los oyentes.

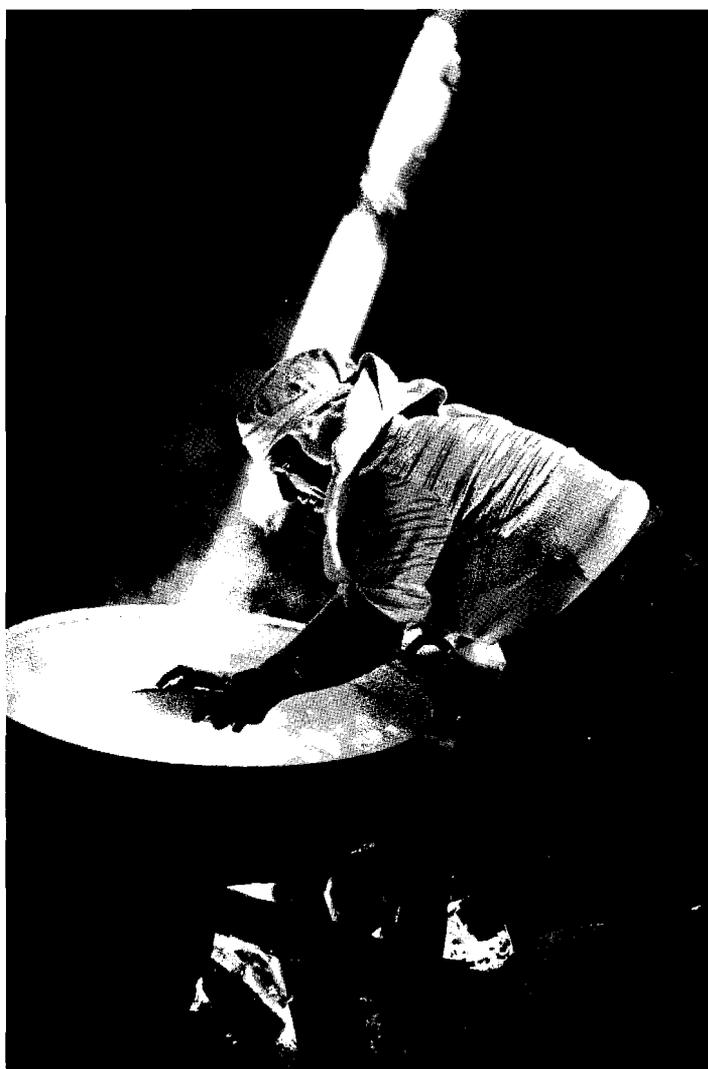
Mujeres como tú

"...Ser pasiva por historia, tener alquimia por el vientre y por la boca ser deudora...", escribió hace algún tiempo el poeta argentino Horacio Muñoz. Estos son algunos de los atributos con los que se estigmatiza y limita el rol que la mujer tiene en nuestra sociedad.

Pero hay quienes reniegan de esa concepción y, no conformes con eso, se largan a gritar sus verdades por el micrófono. En Trujillo, al norte de Lima, el Centro de Mujeres Micaela Bastidas diariamente realiza *Mujeres como tú*, un programa que intenta instalar en la sociedad peruana el necesario debate sobre la problemática de la mujer. Pero la labor es difícil: revalorizar la mujer implica comenzar a mover gran parte de la estructura de poder que sustenta la sociedad.

¿Cómo afronta este grupo de mujeres, desde la comunicación, semejante desafío? Antes que nada, entendiendo que la comunicación debe abrir espacios de reflexión, donde ellas se puedan encontrar para hablar libremente y sin condicionamientos- de sus miedos, sus derechos y sus proyectos. Los hijos, la violencia, el derecho al aborto, la tercera edad, son algunos de los muchos temas que se abordan diariamente en *Mujeres como tú*.

Lidia Carrión, responsable del programa, señala: "Comenzó con media hora semanal y a partir del 91 pasó a tener frecuencia diaria. Se emite en el horario de 12 a 13 porque es cuando las mujeres están más en casa. Tratamos temas como los derechos de la mujer, violencia, salud, nutrición, los niños, la educación. Inclusive damos recetas de cocina porque las oyentes nos dicen que quieren hacer comidas baratas y nutritivas que ayuden a enfrentar la crisis económica. Lo mismo hacemos en salud dando consejos y recetas a base de hierbas que los campesinos utilizan y conocen por sus ancestros. Tenemos el apoyo de instituciones que han hecho investigación en cuanto al tema. Buscamos que las mujeres se sientan identificadas con su programa".



Hugo Cifuentes, Ecuador, 1984

Petra y la claraboya

Calidad y variedad de los programas

En un contexto de libre mercado, donde la competitividad y eficiencia de los agentes es condición básica para la supervivencia, las radios populares van dejando atrás viejos hábitos e inician una suerte de renovación de sus programas. Reconociendo las virtudes y aciertos de la radio comercial, los responsables de los informativos, por ejemplo, empiezan a combinar acertadamente la necesidad de darle contexto a ciertas noticias. Las primicias informativas y las ventajas de las unidades móviles. Ser popular no significa estar desvinculado de los adelantos tecnológicos, por el contrario, si los nuevos aparatos permiten desarrollar un mejor trabajo, deben ser bienvenidos.

Refiriéndose al tema, López Vigil⁵ sostiene que sólo los programas bien hechos y que conciten el interés de las mayorías harán posible que las radios populares sigan en carrera. La radio necesita profesionales -gente que maneje bien el medio- y no aficionados. El humor, la agilidad, los concursos y programas sensuales son factores importantes que en ningún caso deben estar ausentes de las programaciones. Igualmente, rescata el valor educativo de la polémica y la gran audiencia que alcanzan los debates radiofónicos bien llevados.

No se trata de imitar el trabajo de las emisoras comerciales, sino de combinar creatividad y eficiencia en la producción, manteniendo como eje fundamental a la participación popular.

Financiamiento

CKRO-FM, *Radio Península*, es una emisora comunitaria de habla francesa que trabaja en una zona rural del Canadá. Debido a los problemas económicos que afronta y la imposibilidad de solicitar ayuda a los pobladores cada vez más empobrecidos de la región, ha instituido un juego de Bingo o lotería radial, poniendo a la venta gran cantidad de cartillas con sus respectivas fichas y marcadores. Un día a la semana, cientos de personas tienen la posibilidad de ganar premios en efectivo que varían entre \$900 y \$12.000 dólares canadienses. Los ingresos no son cuantiosos, pero contribuyen a que la emisora siga en el aire.⁶

En marzo de 1992, con motivo de cumplir siete años de actividades, *Radio San Sebastián* de Chepén -localidad ubicada en la costa norte del Perú- organizó un festival de música regional. El evento sirvió para promover las expresiones culturales del pueblo y, a la vez, dejó una regular cantidad de dinero que sirvió para financiar algunos gastos corrientes de la radio.

Muchas radios populares, cuyos costos de operación y planillas son por lo regular bastante altos, ven peligrar la continuidad de sus actividades. La situación obliga a competir con los otros medios no sólo por el impacto y la audiencia, sino también por los ingresos. Si el primer lugar del rating y la calidad de los programas son requisitos básicos para hacer realidad los grandes objetivos del proyecto, igualmente lo son para captar anunciantes.

Se estima que en 1991 sólo un 10% de la inversión publicitaria fue para la radio. La televisión, en cambio, recibió 53 de los 81 millones de dólares gastados en publicidad en el mismo período. Las radios van en clara desventaja. Y unas -las pequeñas que no forman parte de una red o cadena nacional- más que otras. Los estilos de programación y la creatividad serán los factores para la generación de recursos. Así lo demuestran las experiencias señaladas. ●

REFERENCIAS

1. Contreras, Adalid. *¿Es posible hacer educación popular por radio?*. Ponencia presentada al I Seminario de Comunicación organizado por la Coordinadora Nacional de Radio del Perú. Lima, noviembre de 1988.
2. López Vigil, José Ignacio. *La educación por radio*. En: Chasqui No. 32. CIESPAL, Quito, abril-junio, 1984. pp. 40-51.
3. Mata, María Cristina. *La Investigación en las Radios Populares*. Aportes al Seminario de Investigación organizado por la Coordinadora Nacional de Radio de Perú. Lima, julio de 1992. (Mimeo). Pág. 13.
4. Ibid.
5. López Vigil, José Ignacio. *La nueva cara de nuestras radios en los tiempos neoliberales*. Ponencia presentada en la V Asamblea Mundial de AMARC. México, agosto de 1992.
6. Asociación Mundial de Radios Comunitarias. *Interadio*. Boletín de AMARC No. 4. 1992. Pág. 1.

A partir del conocimiento de los gustos, intereses y la manera de vivir y sentir de los sectores populares, se podría elaborar una propuesta radial capaz de entablar relaciones con los oyentes.

RAFAEL ARCHONDO

BOLIVIA



Hugo Cifuentes, Ecuador, 1981

El músico menor

Érase una vez un radialista...

Desde 1950 ha surgido en La Paz una generación de radialistas comprometidos con las aspiraciones de la población aymara. En 1968, un ex músico de canciones folclóricas, Carlos Palenque, se unió a esa labor con un éxito impresionante. Veinte años después llegó a ser candidato a la Presidencia obteniendo 200 mil votos y liderando la cuarta fuerza política nacional.

La Paz tiene el alma dividida. El acto mismo de su fundación exhibe esta característica. Es así que el 20 de octubre de 1548 los colonizadores españoles "depositaron" esa ciudad en el pueblo indígena de Chuquiagu¹. Esto significa que los europeos recién llegados se instalaron en los terrenos vacantes de la orilla izquierda del río Choqueyapu sin afectar la propiedad de la comunidad lugareña. Al hacer esto no estaban mostrando un gran espíritu de tolerancia, sino obediendo una ordenanza de Carlos V en la que se disponía que los indígenas no podían ser desplazados de sus parcelas y que la población del Nuevo Mundo

debía permanecer segregada. La división de la ciudad en barrios de indios y blancos es el testimonio más evidente de la aplicación de una especie de apartheid que pervive hasta nuestros días con rasgos renovados.

Hoy, La Paz es más vulnerable a la influencia de los valores neocoloniales importados y a los hábitos elitistas de las clases dominantes que la habitan. Ese endeble bienestar la ha convertido también en un poderoso imán de las migraciones campesinas². Se calcula que cada año llegan a La Paz 16 mil migrantes. La confluencia contradictoria y complementaria de ambas vertientes configura la presencia vital de las dos caras de la urbe: la occidental y la indígena.

En materia comunicacional, la división también se hace evidente. La

RAFAEL ARCHONDO, boliviano, es Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

mayoría de los migrantes son bilingües, hablan el aymara, su idioma materno, y también el castellano, dominante en las relaciones urbanas. Además, son portadores de normas culturales propias que deben adaptarse a las nuevas realidades. Es por eso que desde 1950 ha surgido en la ciudad una generación de radialistas que conectaron sus corazones y su estilo con las aspiraciones de la creciente población aymara.

En 1968, un ex músico de canciones folclóricas llamado Carlos Palenque se unió a esa labor con un éxito impresionante. Veinte años después llegó a ser candidato a la Presidencia cosechando 200 mil votos y liderizando la cuarta fuerza política nacional.

Carlos Palenque ha conseguido despertar muchas pasiones. Para algunos es el mismísimo diablo, para otros el mismísimo Dios. Uno de sus más feroces contendores, el actual canciller de Bolivia, alguna vez lo comparó con Hitler y un programa televisivo hizo una encuesta con la inquietante pregunta: ¿Le teme usted a Palenque? Por otra parte, su partido político es admirado por la mística de sus militantes y el culto a la personalidad de su carismático líder.

Esta polarización se debe a que Palenque representa a esa población difusa y oscilante que algunos gustan llamar mestizos, otros cholos o plebeyos, y que, en las laderas de La Paz, han edificado un cerco con paredes de adobe y ladrillo, techos de calamina y fiestas vecinales. Las razones de su éxito pueden leerse en su propio discurso divulgado por las ondas radiales desde hace más de dos décadas.

Para comprender el llamado "fenómeno Palenque" intentaremos una operación teórica ciertamente arriesgada. Partiremos de la visión del mundo, la sociedad y la política que tiene Palenque para luego aproximarnos a las características de su público. Veremos así, si "el mundo según Palenque" corresponde culturalmente a la gente que todos los días enciende su radio para escucharlo o verlo con ansiedad.

El mundo según Palenque

"Vivimos en un país que es la casa grande y cuando los hermanos están mal, hay que ayudarlos. El pueblo paceño es así, la gente pobre nos va a dar un pedazo de pan, lo ha de partir en

El Caso Palenque: transferencias entre espacios comunicativos y políticos

XAVIER IZKO

En el panorama de las últimas elecciones bolivianas (1989) destaca la fulgurante aparición de nuevas agrupaciones políticas como Conciencia de Patria-CONDEPA y la Unión Cívica Solidaridad-UCS. CONDEPA (el partido del ex-folclorista y radialista Carlos Palenque), fundado apenas ocho meses antes, ganó limpiamente en su debut las elecciones nacionales y municipales en el departamento de La Paz, derrotando a grandes partidos tradicionales como el Movimiento Nacionalista Revolucionario-MNR y la Acción Democrática Nacionalista-ADN e instalando a la primera 'chola' con pollera -la comadre Remedios- en el Parlamento boliviano. Y esta victoria supone la irrupción de un actor social y político no sospechado por la maquinaria de las predicciones electorales. ¿Qué raro fenómeno se esconde tras este imprevisto triunfo de un partido novato en las lides políticas?

La primera respuesta es casi obvia: CONDEPA logra configurar un espacio que hace posible la expresión de sectores sociales marginados, no sólo del juego político, sino de la misma escena social e identitaria. La migración aymara a la ciudad, la economía informal, los servicios, las amas de casa, el pequeño comercio de la chola con pollera y, más en general, la subcultura "chola", discriminada y marginal en el tejido urbano, son los espacios a partir de los cuales cobra arraigo el fenómeno Palenque. Lo que es menos obvio es la trayectoria de esta emergencia, tras la que se oculta

la habilidad para fraguar un tipo de comunicación alternativa.

Mucho antes que CONDEPA, el sistema de *Radio y Televisión Popular-RTP*, del que es fundador y propietario el propio Carlos Palenque, había logrado crear un espacio de comunicación al servicio de la expresión popular de vastos sectores sociales marginados. La RTP se estructura precisamente al servicio de sus disminuidas posibilidades de sobrevivencia, de la carencia de trabajo estable, la ausencia de servicios básicos, la discriminación étnica contra la mujer de pollera, la violencia doméstica, y va configurándose como un espacio comunicativo donde la gente socializa sus problemas cotidianos, a través del uso de aymara, el acceso directo al micrófono y la emotiva teatralización de la vida cotidiana, animada por el "compadre" Palenque y la "comadre" Mónica, su esposa.

Este estilo de comunicación directa irá canalizando progresivamente la necesidad de participación de la gente y propiciará la constitución de un complejo juego de interacciones que interpela las necesidades más sentidas, tanto de los participantes como de los oyentes, incluyendo la realización de campañas públicas y donaciones, y que confluirá gradualmente en la gestación de un movimiento social-popular, estructurándose posteriormente bajo la forma de partido político.

La estrategia desarrollada por Palenque en la RTP -la socialización de lo privado, la inmediatez comunicativa, la incidencia sobre los problemas cotidianos de los sectores populares a los que se dirige- intentará prolongarse luego, ciertamente, en la ampliación y cualificación de la vida política a través

XAVIER IZKO es español, músico y antropólogo. Es Profesor del Programa de Maestría en Antropología de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO en Quito.

de la inclusión de la esfera de lo cotidiano, que dotará a CONDEPA de una orientación eminentemente pragmática en sus actuaciones. Pero aquí surge precisamente la pregunta: ¿Hasta qué punto las características de este micro-espacio comunicativo pueden transferirse al macro-espacio de la escena política sin alterarse y perder su estructura básica? ¿Se tratará de una simple proyección ideológica, sobre la escena política, de formas de interacción que son solamente posibles en el micro-espacio comunicativo de la *Radio y Televisión Popular*?

Podemos seguir preguntándonos, en este sentido, si la escasa institucionalización y la ambigüedad programática de CONDEPA no obedecen al intento explícito de que el espacio de lo político siga alimentándose de las demandas de los sectores populares; pero también, a la inversa, si el acceso a la lógica del poder político no terminará reproduciendo dentro de CONDEPA las mismas prácticas de los partidos tradicionales, afectando de alguna manera al sistema mismo de la Radio y Televisión Popular.

Aunque sólo el tiempo -y CONDEPA- tienen la palabra, el "caso Palenque" atestigüa, sin embargo, la peculiar emergencia de un espacio político a partir de la configuración previa de un espacio comunicativo.

Mientras tanto, siguen formándose largas colas, sobre todo de mujeres, a la entrada de la RTP, en la calle Juan de la Riva de la Ciudad de La Paz. Al otro lado de la calle se levanta la sede principal de CONDEPA, subrayando físicamente la voluntad de convergencia de ambas instancias, la comunicativa y la política, en el mismo espacio. ●

dos. Nosotros también podríamos poner qué partecita, porque de lo que uno gana, un poquito bajar para aliviar en algo el hambre de nuestros hermanos" (noviembre, 1986).

El radialista concibe a la sociedad como una gran familia, todos sentados en una mesa, bajo un mismo techo, compartiendo el pan. Así Palenque justifica la ayuda social que presta. Él dirige un programa meridiano en el que la gente acude a quejarse por algún atropello o a solicitar la cooperación en caso de necesidad material o afectiva. Allí el concepto de hogar es utilizado constantemente. La radio da para eso porque está en un lugar privilegiado del hogar: "Este es el lugar donde conversamos como lo hace la familia diariamente" (agosto, 1988).

La cálida relación que existiría entre todos los miembros de la sociedad se reproduce con rasgos más cercanos y fraternos entre el pueblo y el hombre del micrófono. Ese vínculo afectivo tiene una historia:

"Así poco a poco ustedes han sabido confiar en su radioemisora, en su programa de mediodía, por el hecho que con palabras sencillas, sencillo como este pueblo, nos entendíamos todos los días y compartíamos momentos de amargura y también momentos de felicidad" (agosto, 1988).

A lo largo de esos años se habría construido el cariño, la protección mutua, el compadrazgo. Para Palenque la vinculación tiene características cotidianas:

"Nos ha tocado vivir momentos de alegría con ustedes. Hoy nos toca también, como siempre ocurre en la familia, que unas cuantas lágrimas... y es por dolor, es por impotencia y hasta por rabia" (junio, 1988).

La base de las lealtades es la solidaridad social, por eso aquel que incumple con estos preceptos es reducido por el discurso a una condición animal:

"Yo quisiera que esa mujer, diré más bien, aquella hiena con forma de mujer, que dio a luz y abandonó con la placenta a su hija, que reflexione, que venga a recoger el fruto de su pecado" (septiembre, 1987).

Palenque ocupa un rol paternal determinado dentro de esa cooperativa fraternal:



Hugo Chifuentes, Ecuador, 1986

Acecho

"Quiero construir el hogar para los niños que duermen y sufren en las calles, quiero darles calor, quiero estrecharlos entre mis brazos y quiero arrancarlos de aquel lugar donde duermen en las calles y zaguanes. Quiero llevarlos a esa casa grande para que no sufran. Esos niños no tienen padres, no tienen madres, son huérfanos y sufren" (agosto, 1988).

Así en el papel de jefe de familia, pastor del rebaño y caudillo ejemplar, Palenque hace defensa cerrada de los niños y se enfrenta a la figura del violador:

"Que sepan quienes ven con ojos maliciosos a los niños que aquí tienen a sus principales enemigos. Que no los vean con ojos libidinosos. A los niños hay que verlos con ternura, hay que verlos con amor. Tengo muchos niños que están cerca mío. Ellos necesitan protección, vamos a cuidarlos, vamos a condenar a quienes los mal utilizan" (abril, 1988).

Pero además de ser padre, en muchas otras ocasiones es también hijo, es la criatura de ese pueblo, la creación más solícita y elaborada de las masas:

"Ustedes me han enseñado a ser gente desde muy niño y les debo todo lo que soy. Quiero estar más cerca de mi pueblo y servirlo de rodillas, porque yo lo amo, lo he amado siempre" (agosto, 1988).

Puede deducirse que, al igual que Palenque, el pueblo también cumple un doble rol, es padre e hijo a la vez. Ha educado al radialista, pero al mismo tiempo le encomienda a su criatura la tarea de proteger y defender, de asumir un papel paternal hacia su propia razón de ser.

Es de ahí que Palenque tiene como punto de partida de todo su discurso a la famosa promesa que hizo en el templo de San Francisco. El realiza un pacto doble con Dios y con el pueblo:

"Hace unos días atrás solamente juré estar cerca de los humildes y los pobres, luchar por los trabajadores y los niños. Frente a esta Iglesia he renovado un juramento y ese juramento es sagrado. Yo no traicionaré nunca a mi pueblo, jamás. Al contrario, lo serviré hasta el fin de mis días" (agosto, 1988).

Llegamos aquí a una conclusión casi teológica: servir al pueblo es servir a

Dios. Ambos le han encomendado la misma tarea. Esto se ve plenamente reflejado en este otro fragmento:

"El día de la celebración del octavo aniversario de la radio popular, cuántos niños y ancianos asistieron, mucha gente, cansados ellos levantaban sus pañuelos diciéndole al Señor gracias por la existencia de Radio y Televisión Popular que no es otra cosa que la filosofía de Cristo en la tierra. Somos seguidores de él, somos quienes pretendemos de alguna manera, en un pequeño porcentaje, seguir su ejemplo" (abril, 1988).

La política según Palenque

Los políticos, según Palenque, se deben a sus electores, son su creación. Por lo tanto, es el pueblo el que instituye y destituye a los que manejan el poder.

Es así que dice:

"Yo quiero decirles a los actuales gobernantes que el poder no es eterno, que el poder se va, es efímero, dos, tres, cuatro años y se va. ¿Por qué tanto abuso de poder entonces si el poder se va? La vida misma se va compadres, la vida misma se termina. No se puede abusar del poder que nos brinda el pueblo cada cuatro años. Tenemos que responder al pueblo de nuestros actos después de los cuatro años" (junio, 1988).

Así se equipara nuevamente al pueblo con Dios. Ambos deben juzgar nuestros actos cuando la vida y el poder se terminan. Dios castigará o premiará a las personas una vez que su existencia ha concluido. El pueblo hará lo mismo con su voto cuando terminen los cuatro años del ejercicio del poder.

Así, Palenque sentencia:

"El voto está en nuestras manos, sabremos castigar a quienes nos castigaron" (agosto, 1988).

Para evitar ese castigo, el político tiene que seguir estos mandamientos:

"Que no se gobierne entre cuatro paredes, que se gobierne de cara al pueblo, que no se le engañe. Que se termine de una vez por todas la insensibilidad, que en el Palacio de Gobierno y en los ministerios haya gente que piense en sus hermanos, no en sus bolsillos. Que se hagan cargo de la gente que sufre" (agosto, 1988).

El mundo político se divide en dos bandos confrontados: Palenque y el

Palenque ha restituido la lógica comunitaria, de forma simbólica, a través de los medios de comunicación. Lo ha hecho en los marcos de sus propias ideas y concepciones, de forma intuitiva, ejercitando un diálogo entre su oferta discursiva y la demanda del público.



Hugo Cifuentes, Ecuador, 1986

Enmascarado de Saquisilí

pueblo, por el otro sus enemigos. A ellos, el líder comunicacional les dice lo siguiente:

“Que escapen los pichicateros⁴, que escapen los que le roban al pueblo, los que trafican con el hambre de los humildes, los que jamás les dan nada. Más bien que escapen los que le quitan al pueblo el pan de la boca, que esos se vayan” (junio, 1988).

El origen de la cosmovisión de Palenque

Muchos dirán que todo lo exhibido no es otra cosa que un discurso de rasgos jesucristianos y caritativos, salpicado con aditivos culturales andinos y patrióticos. En otras palabras, pura sensiblería, embustes para practicar un prebendalismo hartamente conocido en la política nacional. Yo prefiero partir de otros cimientos porque, volviendo al principio, no creo que Palenque sea parte de lo tradicional. Si fuera así no despertaría semejantes vorágines de rechazo y admiración simultáneas.

Entonces, ¿podemos encontrar algún parentesco entre esta visión particular del mundo y el público migrante de La Paz?. En otras palabras, ¿por qué un

discurso como éste encendió verdaderas hogueras sentimentales en los barrios marginales?

Aventuremos algunas probables respuestas. Su cultura y muchas de sus pautas de conducta tienen su origen en las parcelas frías y llenas de paja brava del altiplano andino. Según muchos antropólogos, sino todos, allí desarrollaron una forma de ser comunitaria, solidaria, recíproca. Por sus propias carencias materiales, que se remontan a mucho antes del Tahuantinsuyo, la solidaridad social, más que una virtud a ponderar, es un requisito para la supervivencia. En los Andes incluso la opresión debía ir precedida de obsequios y dádivas, es decir que para ser autoridad había que mostrar la capacidad de redistribuir lo que uno había acumulado. Casi se podría decir que los estados precolombinos, en esta parte del continente eran prebendales por obligación.

Esta estructura social y económica se acopió funcionalmente con los estados colonial y republicano que se sucedieron después de la conquista. Por eso mismo, las pautas colectivas de comportamiento comunitarias se siguieron reproduciendo hasta nuestros días.

Cuando los migrantes llegan a la ciudad esta lógica se rompe, aumentan las tensiones, unos se hacen más ricos, mientras los más se empobrecen dramáticamente. No hay comunidad que regule la asignación de los recursos y no habiendo controles, surge una clásica pirámide social.

Es dable pensar entonces que la urbe crea una profunda angustia por restituir los lazos de solidaridad, aquellos que alivian los contrastes y aminoran la miseria.

Por eso apostamos a que Palenque ha restituido la lógica comunitaria de forma simbólica a través de los medios de comunicación. Lo ha hecho por supuesto a su manera, en los marcos de sus propias ideas y concepciones. Lo ha hecho también de forma intuitiva, ejercitando un diálogo entre su oferta discursiva y la demanda del público.

Al analizar el discurso de Carlos Palenque podemos detectar también la supervivencia, bajo nuevas formas, de una cosmovisión andina, recubierta de ropajes católicos y populistas.

Quizás esa sea la explicación de nuestra duda inicial. Ciertas personas le temen a Palenque porque subleva los demonios interiores de los aymaras, porque oxigena las maneras de ser y pensar de lo “indio”, formas que ya se creía desterradas. Porque al hacerlo, revive también los miedos nocturnos de conquistador, sus sudores más íntimos frente a un pueblo al que considera enfermo, ladino e irremediable y su conciencia de minoría soterrada en un cerco del que no puede escapar pese a sus esfuerzos por proclamarse boliviano. ●

REFERENCIAS

- 1) Rossana Barragán, *Espacio urbano y dinámica étnica en La Paz en el siglo XIX*, 1990, La Paz, HISBOL.
- 2) El 23 % de la población boliviana desplazada entre 1950 y 1976, eligió La Paz como lugar de nueva residencia. El dato muestra que esa ciudad es el atractivo migracional más importante.
- 3) *Radio Televisión Popular (RTP)* es la denominación común de los dos medios de comunicación de Palenque.
- 4) *Pichicatero* es el adicto a las drogas o el narcotraficante, en la jerga popular.

LAS RADIOS LIBRES CRECEN, RESISTEN Y BUSCAN LA LEGALIDAD



La Macumba contra Collor

AFP/Photo

El 12 de marzo, mientras realizaban un programa conjunto con la comunidad conmemorando fiestas regionales, cuatro emisoras de Itaquaquecetuba (municipio cercano a São Paulo) fueron invadidas por efectivos de la unidad élite de la Policía Militar del Estado de São Paulo, conocida como ROTA. Los comandos confiscaron los equipos de las radios y sus operadores fueron detenidos y procesados.

Hechos de ese tipo han ocurrido desde el inicio de la década del 80, cuando las primeras Radios Libres comenzaron

El auge de las Radios Libres de Brasil provoca los celos de la competencia privada y ésta pone en marcha la represión policial en São Paulo. Mientras, el Congreso Nacional debate una ley por la Democratización de las Comunicaciones que afirmaría los derechos de las emisoras a transmitir legalmente.

a ocupar las ondas de las principales ciudades del país. Sin embargo, lo que llama la atención, es que en la actualidad ya no hay disposición en los organismos federales que ordene la represión de las emisoras irregulares, y esta función está siendo transferida gradualmente a las policías estatales.

La legislación sobre derecho de expresión e información (Ley 4.137/67), reformada por decreto ley, considera crimen de acción pública el funcionamiento de emisoras sin autorización. Con eso cualquier persona o entidad puede pedir la "intervención policial para el cumplimiento de la ley".

Esperando nueva ley

Las autoridades federales, a través de la Comisaría de Telecomunicaciones (exDENTEL, Departamento Nacional de

RONDON DE CASTRO, brasileño. Asesor de Comunicación del Sindicato de Bancarios de la Caja Económica Federal de São Paulo. Es corresponsal de la Agencia *Imagenlatina* y colaborador regular de *Chasqui*.

Telecomunicaciones), desde hace algún tiempo viene evitando las redadas y los encarcelamientos debido a la presión que la sociedad ha ejercido en el Congreso Nacional y en la Presidencia de la República. Se ha creado un importante movimiento en torno a la propuesta de una Ley de Información Democrática que ha conseguido una significativa adhesión entre diputados y senadores y puede ser votada en breve, con buena probabilidad de ser aprobada.

Pero, el monopolio de las emisoras de radio y TV (estas últimas en manos de sólo 9 familias) utilizan la fuerza de ABERT (Asociación Brasileña de Emisoras de Radio y Televisión), una entidad que acusa y demanda la intervención policial contra las Radios Libres.

La emisora libre *Pauliceia* de la ciudad de Piracicaba (160 Kilómetros de São Paulo), fue invadida por la Policía Federal e integrantes del Servicio de Fiscalización, en abril de 1992. El hecho obedeció a un pedido de intervención de ABERT. El operativo tuvo la cobertura periodística de la *TV Globo*, que fungió como policía de la policía.

"En aquel caso, la Policía Federal fue forzada a ejecutar la orden contra su propia voluntad para atender a las presiones de la *Red Globo* que tiene intereses comerciales en la región", comentó el profesor José Carlos Rocha, catedrático de Ética y Legislación en la Carrera de Periodismo de la Universidad de São Paulo y uno de los coordinadores del Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación, instancia que centraliza el Movimiento por el Derecho al Funcionamiento de las Radio Libres Brasileñas.

"Criminales al descubierto"

La normalización de las Radios Libres aún no se resuelve debido a la presión que ejercen los grandes monopolios de la comunicación sobre los organismos responsables y sobre un buen número de diputados que reciben como regalo lucrativas concesiones de frecuencias de emisión.

Un ejemplo de las presiones son los artículos publicados en la revista ABERT que calificaron al Tercer Encuentro Nacional de Radios Libres, realizado en 1992, como "una reunión de criminales, a la luz del día" y comparó a la coordinación del movimiento denominada

"Colectivo Nacional" con las estructuras de mando que usaban los antiguos comunistas.

Con 500 emisoras libres funcionando en todo Brasil (80 de ellas emitiendo las 24 horas) los afiliados a ABERT (la *Red Globo*, en especial) están ejerciendo cada día más presión para detener la legislación legitimante.

Leo Tomaz, presidente de ARLESP (Asociación de Radios Libres de São Paulo, la primera organización de su tipo en América Latina), fue apresado y tiene un proceso penal en su contra. Tomaz ve en el aumento de la represión un síntoma del avance del movimiento de Radios Libres. "El Congreso Nacional ya mira con buenos ojos la legalización de las radios y la propia Policía Federal no realiza operativos de confiscación de aparatos o arresto del personal de operadores", dice Tomaz.

Tal vez por eso, la responsabilidad de las acciones represivas se traslada a la Policía Militar estadual y principalmente a la temida ROTA, creada en la década del 70 exclusivamente para enfrentar a grupos guerrilleros de izquierda. Lo que explica la violencia que utilizan esos policías en la invasión de los estudios de las Radios Libres.

El "Aire de Dios" en 2.000 nuevas emisoras

Otra razón que se esgrime para la intensificación de la represión es la adhesión de los integrantes de las radios a los movimientos de las comunidades a las que pertenecen. Por ejemplo, durante la huelga de los petroleros en Río de Janeiro, las plataformas marítimas distantes hasta 140 kilómetros de la costa (franja considerada de seguridad

nacional) recibieron las ondas radiofónicas de una emisora libre y gracias a sus informaciones, la paralización fue total. "Aunque la policía quisiera, no conseguiría localizar la radio", explica Carlos Rocha.

A pesar de la intensificación de la represión, que ahora está tomando un tinte político, las radios libres surgen por todos los rincones de Brasil, inclusive con la adhesión de algunos grupos evangélicos que las denominan "El aire de Dios".

En esta coyuntura, entre los días 26 y 28 de marzo, se realizó en Río de Janeiro el IV Plenario del Forum Nacional por la Democratización de la Comunicación, que reunió a mil representantes afiliados a cien comités en todo el país. Si bien las tesis aprobadas todavía no han sido divulgadas se sabe que en 1993, el Forum actuará en dos frentes:

1. Opinión Pública. Insertar las entidades afiliadas al proyecto de democratización de los medios de comunicación en el debate sobre la Ley de Información Democrática (LID). La idea central es "lograr que la comunidad se oponga a la visión que tienen los grandes medios sobre ésta". La LID será divulgada a través de campañas en las calles, recolección de firmas y manifiestos de apoyo. Como consecuencia de la fuerte represión contra las radios libres se pretende que la convocatoria tenga una gran adhesión, en especial de los estudiantes universitarios y los trabajadores sindicalizados. El Movimiento ya recibió el apoyo concreto de las Centrales Sindicales (Central Unica de los Trabajadores y Fuerza Sindical), iglesias y universidades, lo que ha creado una fuerte presión sobre el Congreso.

2. Plano Institucional. Intensificar los contactos con los parlamentarios para discutir la LID encaminada al Congreso por el diputado Zaire Resende, que será tratada próximamente. Con cierto retraso, debido a que el plebiscito para escoger la forma del régimen político que regirá en Brasil (República, Monarquía, Parlamentarismo o Presidencialismo) ha monopolizado la atención de toda la sociedad, incluidos los congresistas.

Terminado el Forum se supo que se incentivará la creación de mil nuevas radios libres en los próximos meses. ❁

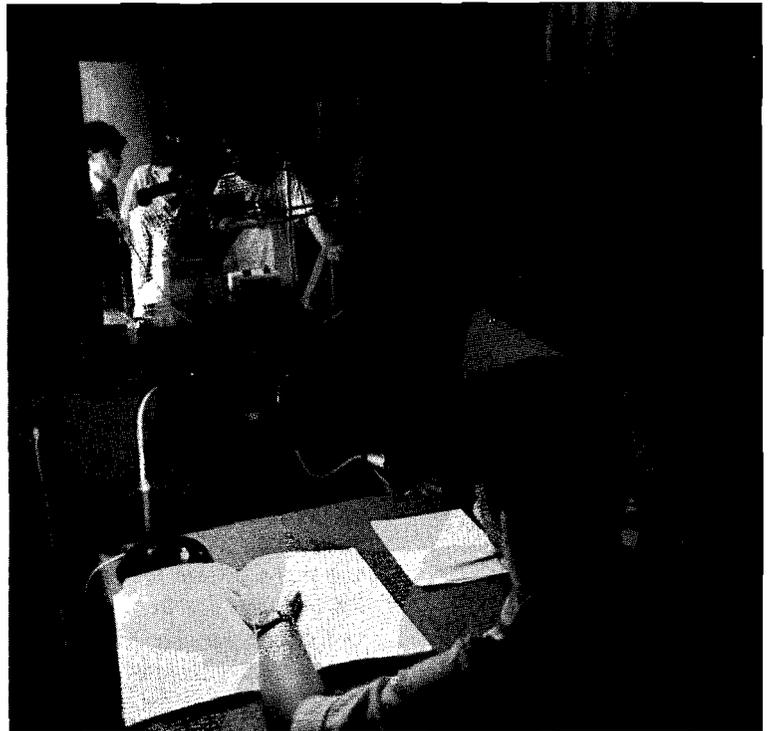
FM Sur: Estudiantes en el barrio

Chasqui: ¿Cuál ha sido el proceso de FM Sur en estos cuatro años?
Oscar Balette: La radio cambia en su programación y en su inserción en el barrio. La radio fue puesta por gente que no pertenecía al barrio. Con el tiempo se ha ido metiendo en la vida de los vecinos y se transformó en un centro vital de comunicación de la zona. Al principio se pensaba que debía ser la imagen del barrio. Se priorizaba que los programas fueran hechos por gente del barrio, estuvieran capacitados o no. Luego fue abriendo su programación porque los propios vecinos mostraron que querían saber lo que estaba ocurriendo más allá de su zona. Antes, los programas eran muy vistosos porque los hacía gente del barrio pero la calidad no era tan buena. Ahora, con el replanteo de las radios comunitarias en cuanto a su autogestión y competencia, se busca gente más capacitada y no necesariamente tienen que pertenecer al barrio.

¿Esa apertura no está relacionada con el intento de solucionar el problema económico a través de una mayor competencia?

Gabriel Esbry: La mayoría de las radios comunitarias son subsidiadas desde el exterior y, a partir de la situación mundial actual, algo del dinero que se dirigía hacia América Latina se está volcando hacia Europa del Este y África. Ese recorte presupuestario obliga a buscar recursos propios, y la publicidad (más allá de pequeños comercios del barrio) puede ser una forma. Para eso hay que ser más amplio.

Oscar Balette: Se busca alternativas de financiamiento. La publicidad es una de ellas, pero no la única. Están los clubes de amigos que organizan rifas, bingos, fiestas para recaudar dinero. Se trata de evitar que el hecho de poner



Oscar Bonilla, Uruguay

Curso de radio para ciegos

La radio comunitaria FM Sur emite desde hace cuatro años en Villa El Libertador, un barrio de 80.000 habitantes en Córdoba, Argentina. El Centro de Comunicación Popular y Asesoramiento Legal (CECOPAL), una entidad que se dedica al asesoramiento jurídico y gremial, apoya huertas comunitarias y desarrolla trabajos de comunicación popular, puso en marcha el proyecto. Gabriel Esbry y Oscar Balette difunden el programa Radioapasionados los domingos de 10 a 14 horas. En la siguiente entrevista analizan dificultades y perspectivas de la emisora.

publicidad afecte la programación, que se condicionen los mensajes.

En FM Sur los vecinos del barrio se envían mensajes de todo tipo. Los propietarios de pequeños negocios hacen su publicidad. Hay programas que pasan noticias sobre salud. Los líderes barriales debaten sus problemas y anuncian las actividades. Los oyentes definen a la radio como su acompañante. Es un

medio que no interfiere con la vida individual, se adapta al vecindario.

Otra forma de pelear contra la crisis económica es juntarse entre varias radios. FM Sur tiene una experiencia interesante en cuanto a los relatos de partidos de fútbol.

Oscar Balette: El tema del fútbol es el comienzo de algo que se debería

explotar más: aunar esfuerzos de programación y audiencia entre varias emisoras. En los últimos años en Argentina surgieron miles de FM y el dial está saturadísimo. Lamentablemente, las de carácter comunitario-popular no coordinan entre sí. En Córdoba *FM Sur*, *FM Galena* y *Radio Cooperativa* apuestan a la coordinación. Se comienza con la transmisión de fútbol, la gran pasión nacional, pero la idea es ampliar la colaboración a otros tipos de programas. En el fútbol es simple. Sintonizamos *FM Galena*, ponemos un micrófono y sale en *FM Sur* y *Radio Cooperativa*. Lo único que se hace en la radio es una introducción y comentarios. Con otra programación tal vez se podría obtener mayor calidad.

Gabriel Esbry: En Argentina hay radios con distintas concepciones. Unas están comprometidas con lo popular pero otras se transformaron en radios comerciales. Hasta que no se resuelva la heterogeneidad y se legisle (la legislación es del 76, plena dictadura) va a ser muy difícil que se dé una coordinación más fluida.

¿Cuál es la propuesta de Radiopasionados?

Gabriel Esbry: El equipo está integrado por nosotros dos y tres chicas: Carolina, Estela y Paty que es la conductora. Tratamos de ser muy amplios y tocar temas políticos, sociales, barriales, chismes. Al principio el programa era medio latoso, con una onda informativa, editorialista. Después nos dimos cuenta que para un domingo a la mañana, eso no caminaba. Introdujimos la dramatización y rompimos con la editorialización, y el programa empezó a llegar más.

¿Cómo participa la gente del barrio?

Gabriel Esbry: En los radioteatros tratamos que los actores sean del barrio. Por un lado, porque nosotros no somos de ahí y hasta nuestro tono de voz puede ser diferente. Por otro, para que los vecinos participen. Además salimos a entrevistar a la gente y cuando las personas se escuchan o escuchan a un vecino se sienten parte del programa.

¿Cómo realizan la producción de los radioteatros?

Gabriel Esbry: Más que radioteatro son sociodramas. Argentina tiene un gobierno nacional que da para hablar y en ese sentido todas las semanas hay un tema fúlmine. En lugar de editorializar preferimos satirizarlo o cambiar los nombres de los personajes reales por los de vecinos del barrio. Se busca una situación humorística y se remodela la realidad (municipal, provincial o nacional), y el sociodrama es el género adecuado.

Oscar Balette: La producción es hecha por nosotros: desde guionización hasta musicalización. La dramatización se realiza en el aire. Puedes equivocarte o la música puede entrar antes o después, cosa que grabando no ocurriría. Pero se perdería la espontaneidad, ese algo especial que da vida al diálogo. El termómetro de la llegada que puede tener el sociodrama, es nuestro operador. El es del barrio, si se ríe y presta atención, estamos haciendo algo que llega. Si se duerme nos preocupamos.

Gabriel Esbry: No hay gente para realizar una encuesta,

entonces con esas pequeñas cosas medimos la aceptación o el rechazo de la audiencia. Todos los domingos hay un chiquito que viene desde El Libertador con veinte o treinta saludos de distintas familias. Cuando no llega nos preocupa. El teléfono no es un buen medidor. La radio tiene, pero la gente de la zona no.

¿Los estudiantes de comunicación de Córdoba pueden acceder a las radios comunitarias?

Oscar Balette: Nuestro programa es hecho por estudiantes de comunicación. En mi caso tengo que llenar un hueco muy grande en capacitación. En la cátedra de periodismo se nos puede dar cuatro clases seguidas de publicidad o enseñarnos a hablar bien, pero nunca nos dan radio comunitaria. De repente uno va con una estructura incorporada de la facultad de lo que supone que es hacer radio. Pero la mayoría de las cosas hay que aprenderlas nuevamente.

Gabriel Esbry: A la radio comunitaria en el ambiente universitario se la tomaba peyorativamente. Ahora está cambiando un poco esa visión. Antes se decía "sólo sirve para hacer práctica" y el sueño era trabajar en un medio comercial. En una radio comunitaria tenés mucha más libertad para expresarte y la posibilidad de ser más coherente con vos y con la gente. Nosotros la tomamos como una forma de militar en comunicación comprometiéndonos con la gente. Hay algunas cosas que sortear porque uno viene de la facultad y los vecinos te ven distinto. Eso se va superando en el compartir. Cuando te van conociendo y se dan cuenta que estás con ellos te aceptan. Los desniveles culturales y generacionales desaparecen.

Oscar Balette: Una mañana llegamos a la radio y había cinco personas del barrio haciendo el programa anterior al nuestro. No nos conocían y dijeron al aire: "Acá llegan los del otro programa. Se ve que no son de la Villa. Son muy gringuitos". Hoy el programa termina a las tres de la tarde y organizamos un asado con la gente del barrio. Además nos mandan cosas y nos apoyan. En ese compartir vas aprendiendo la forma en que tenés que decir las cosas sin caer en bajar línea o en temer dar una opinión cuando es necesaria. ●

PALABRA DE MI BARRIO

Como un murmullo lejano, tímido, emocionado una voz cruzó el espacio y vino a mi radio...
Era cosa de locos que alzó a todo el barrio
90.1 *FM Sur* empezó a irradiar.
Ahora puedo escuchar la voz del pueblo de los pobres, de amigos y conocidos.
10 de diciembre de 1988 es la fecha memorable con sentimiento solidario se inauguró nuestra radio.
La voz de los enmudecidos pertenece a la comunidad
90.1 *FM Sur* sos... palabra de mi barrio.
Carlos García, radioescucha de FM Sur

Organizando mujeres en las Radios Comunitarias

Como en todos los organismos fundados en base al voluntariado, las mujeres también están presentes en las radios comunitarias. Sin embargo, ellas asumen con más frecuencia las tareas logísticas que la animación y la realización de emisiones radiales. Rara vez las mujeres son técnicas de producción. La mayor parte de las mujeres constituyen menos del 50% de las instancias de decisión.

Las desigualdades sociales que afrontan las mujeres tiene repercusiones en las radios comunitarias a pesar del carácter alternativo del medio. La palabra expresada en público es mayoritariamente el privilegio de los hombres. Las mujeres que osan apropiarse y reivindicar los cambios perturban el equilibrio. Cuando son inmigrantes, jóvenes

y/o económicamente desfavorecidas, su aislamiento es aún más grande.

Es para subsanar esta situación que las mujeres de *Radio Centre-Ville* pusieron en marcha el proyecto *Ondas de Mujeres*. Su preocupación era también crear puentes entre las distintas comunidades culturales presentes en Montreal y entre éstas y la emisora. *Radio Centre-Ville* existe desde hace 18 años y está estructurada en función de equipos lingüísticos que difunden en francés, portugués, griego, español, inglés, créole haitiano, cantonés y mandarín. *Ondas de Mujeres* demostró desde el inicio una voluntad pluricultural.

El proyecto apuntó más especialmente a hacer que la radio comunitaria sea accesible a las mujeres que están presentes en los grupos de base, las asociaciones femeninas, las organizaciones populares y étnicas. Después de los años 80, esa década del individualis-

mo y la desmovilización social, ha llegado la hora de las solidaridades.

La capacitación participativa y feminista

Al comienzo las mujeres surgidas de una quincena de grupos respondieron a la invitación de iniciarse en la radio comunitaria. El estilo de acercamiento desarrollado para la formación tuvo en cuenta las ubicaciones y condiciones sociales de estas mujeres en el movimiento popular: su falta de tiempo libre, sus cualidades como comunicadoras y como agentes de cambio, sus conocimientos de los problemas de las mujeres y de su medio.

El taller de iniciación duró una jornada. Después de un breve resumen histórico de *Radio Centre-Ville* y del movimiento internacional de radios comunitarias, las participantes desmitificaron el medio basándose en etapas de

LOUISE BOIVIN, capacitadora de *Radio Centre-Ville*.

Este artículo narra la experiencia del colectivo Ondas de Mujer de la Radio Centre-Ville de Montreal, Canadá. Aunque la radio comunitaria quiera hacer accesibles las ondas a los que no pueden expresarse, los obstáculos para que las mujeres de todos los orígenes culturales obtengan su lugar no han sido eliminados. En la Radio Centre-Ville, la radio comunitaria multilingüe de Montreal, grupos de mujeres producen sus emisiones en cinco idiomas desde que el proyecto Ondas de Mujeres fue puesto en marcha en abril de 1992. La base del proceso es la formación participativa y feminista así como los lazos de solidaridad.



una producción y sobre los roles de cada miembro de un equipo de producción.

El método, a la vez participativo y feminista, se basa en el juego de roles, las discusiones, la escucha de segmentos de emisiones y breves presentaciones teóricas para ligar los conocimientos adquiridos por las mujeres con sus vivencias en general y con los principios básicos de la radio.

La formación se hace sobre el terreno ya que los participantes del taller de iniciación se reparten la producción de emisiones o se integran en los equipos ya formados. Las capacitadoras las acompañan durante la preparación, el registro o la difusión en directo hasta que ellas adquieren cierta autonomía. Las iniciadas pueden luego transmitir sus experiencias a aquellas que se unen a los grupos ya constituidos.

Al comienzo, el formato de producción que se enseña es simple pero centrado en el ritmo y la riqueza del contenido oral (la elección del tema y de las invitadas a participar) y el aspecto musical para interesar al público. Un taller de perfeccionamiento permite también a las productoras profundizar las técnicas de animación y de realización, explorando distintos formatos de producción tales como el reportaje o el radioteatro. El acercamiento del taller de transmisión y de montaje apunta a dar confianza a las mujeres interesadas en desmitificar este sector tan frecuente-

mente no tradicional y no accesible para ellas.

Orígenes socioculturales

Actualmente, las emisiones de *Ondas de Mujer* son difundidas por *Radio Centre-Ville* cada dos semanas en griego, cada semana en español, créole haitiano y cantonés, y 3 veces por semana en francés. Cada emisión dura 30 minutos. Las productoras son de distintos orígenes socioculturales: del Quebec francés, latinoamericanas, del Maghreb africano, rumanas, africanas haitianas, chinas, griegas. Ellas son estudiantes, madres, abuelas, profesionales, ex-prisioneras, trabajadoras comunitarias.

Los temas de emisión son elegidos libremente por las productoras. Varían desde la integración a la sociedad anfitriona del feminismo, pasando por la violencia conyugal, la obsesión con el sobrepeso, la vejez, las relaciones entre padres e hijos, la democracia, el SIDA, los derechos sociales. Las entrevistas se realizan en el estudio y durante las manifestaciones y las actividades socioculturales.

En noviembre de 1992, las participantes crearon el Colectivo *Ondas de Mujeres*, que es una estructura de comités de programación, promoción y financiamiento para asegurar colectivamente la profundización y la búsqueda de la experiencia. Si en sus comienzos el proyecto se sostuvo por una subvención

gubernamental, esto no significó la disminución de las incontables horas de voluntariado invertidas por las productoras y las capacitadoras. Para sobrevivir y evitar la dependencia financiera, el Colectivo *Ondas de Mujeres* debe apuntar a involucrar a sus miembros en todas las actividades.

Sin embargo, las participantes son conscientes de que la organización en el seno de un colectivo no debe significar el aislamiento en el seno de la radio. Las emisiones *Ondas de Mujeres* son una puerta de entrada, un sitio de aprendizaje y de ayuda mutua que permite la integración permanente de las mujeres. Las iniciadas tienen toda la libertad de participar luego en otros tipos de emisiones, mixtas o no, sociopolíticas o musicales. Algunas optarán por la sala de prensa y el periodismo, otras serán elegidas a las instancias de decisión en el seno de la radio.

Feminización y democratización de las ondas radiales

El Colectivo *Ondas de Mujer*, al sacudir los viejos modelos de trabajo, suscita resistencias y desacuerdos en el seno mismo de la emisora. Pero las reacciones positivas del auditorio y el entusiasmo de las participantes le dan su razón de ser. Sus vínculos con otros grupos similares al nivel nacional e internacional comienzan a desarrollarse. La integración del Colectivo en la Red de Mujeres de la Asociación Mundial de Radio Comunitarias (AMARC) es una fuente de motivación y de enriquecimiento. El Colectivo *Ondas de Mujer* quiere inscribir sus acciones en un movimiento feminista pluricultural y en el movimiento en favor de la democratización de las comunicaciones. ●



UNICEF

Para mayor información contacte al

Colectif Ondes de Femmes

Radio Centre-Ville

5212 Boulevard St. Laurent

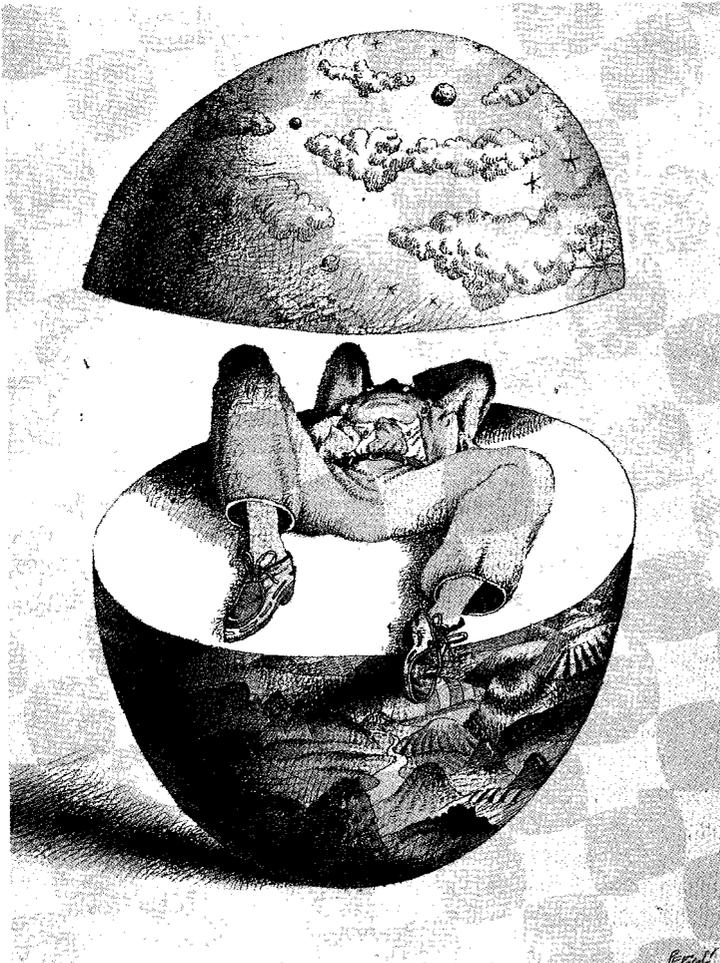
Montréal (Québec)

H2T 1S1

CANADA

Tel. 514-495-2597

Fax 514-495-2429



Bajo las estrellas, Tullio Pericoli, Italia, 1985

Democratizando el ciberespacio

Las redes electrónicas y las tecnologías descentralizadas se proponen democratizar, humanizar y civilizar el ciberespacio. William Gibson, el escritor de ciencia ficción, dijo que el ciberespacio es una alucinación consensual, una representación gráfica de datos abstraídos de los bancos de cada computador en el sistema humano. Cibernética es la ciencia de las comunicaciones y el control que nació cuando los investigadores notaron la similitud entre humanos y máquinas en su dependencia en la información para ejercer el control y el poder. El ciberespacio describe la esfera de la actividad en que los humanos extienden sus funciones cerebrales y sus capacidades comunicacionales al dominio y espacio de las máquinas. Hoy, el ciberespacio está al alcance de todos, incluyendo a quienes queremos construir un mundo más justo.

CONSIDERANDO QUE EN EL CURSO DE LA VIDA DE LA HUMANIDAD es posible disolver las fronteras de la comunicación, que han dividido a los pueblos y entablar entre los poderes de la tierra relaciones de comunicación

HOWARD H. FREDERICK, es profesor del Departamento de Política y Sociedad de la Universidad de Alta California, en Irvine, California, Estados Unidos.

interdependientes y equilibradas, lo cual fue habilitado por el desarrollo de la tecnología,

CONSIDERANDO COMO VERDADES EVIDENTES: que todos los comunicadores humanos son creados iguales, dotados de ciertos derechos inalienables; entre ellos, el derecho a tener opiniones sin interferencia y a buscar, recibir e impartir información e ideas a través de cualquier medio de comunicación y sin consideración de las fron-

teras. Este derecho a comunicar incluye el derecho a ser informado como también a informar, el derecho a replicar como también a escuchar, el derecho a escuchar o a ignorar, el derecho a dirigir la palabra como también a ser interpelado, el derecho a hacer uso de los recursos de comunicación para satisfacer las necesidades humanas sociales, económicas y culturales.

CONSTATANDO QUE PARA ASEGURAR ESTOS DERECHOS, ha emergido una red global de comunicación por computadoras, que favorece al bienestar común de la humanidad, al aflojar las cadenas que el mercado y las restricciones gubernamentales imponen sobre los medios de comunicación y permitir que este sector de la humanidad, conocido como la sociedad civil global, pueda comunicar por fuera de las barreras impuestas por los intereses comerciales o estatales...

Lo anterior podría ser parte del preámbulo de una futura Carta de la Interdependencia Comunicacional para una sociedad civil global. El crecimiento de tales relaciones interdependientes de comunicación se han intensificado en los últimos años por el advenimiento de las tecnologías descentralizadas de comunicación, que favorecen un flujo de poder desde abajo hacia arriba. La sociedad civil global, expresada por los "movimientos de ONG's" (organizaciones no-gubernamentales y sociales), representa hoy una fuerza en las relaciones internacionales, que gravita con peso propio.

La comunicación y la sociedad global

En el pasado, la "comunidad" se limitaba a un diálogo directo entre personas en un mismo espacio físico, diálogo que reflejaba preocupaciones mutuas y una cultura común. Durante milenios, la gente tenía poca necesidad de la comunicación a larga distancia porque vivían muy cerca. Un campesino de la época medieval pasaba su vida entera en un radio de no más de 40 km. de su lugar de nacimiento. Hasta la presente época, las relaciones personales dependían de encuentros en un café, la firma de un contrato, el darse la mano o las interacciones en la plaza del pueblo.

Hoy día, ni la comunidad ni el diálogo están circunscritos a un lugar geográfico. Los medios modernos de comunicación

han entrelazado algunas regiones del mundo con una telaraña electrónica. Con el advenimiento del fax, teléfonos, publicaciones globales y computadoras, las relaciones comunicacionales ya no se encuentran restringidas por el tiempo y el lugar. A través del mundo, ha emergido una amplia población de ciudadanos con intereses globales, quienes siguen los acontecimientos en las noticias, actuando localmente y pensando globalmente. Hoy, todos somos miembros de comunidades globales "sin lugar".

Correspondiendo con esta evolución, en años recientes ha surgido un nuevo actor en las relaciones internacionales: la sociedad civil global, esa parte de nuestra vida colectiva que no es ni mercado ni gobierno, aunque a menudo está inundada por ellos. Todavía es algo desarticulada y se encuentra probando su fuerza. Esta sociedad civil global puede ser apreciada de mejor manera a través del movimiento mundial de organismos no-gubernamentales y grupos de presión ciudadanos que se unen para desafiar problemas que son sustancialmente diferentes en dimensión y carácter a cualquiera que haya enfrentado el mundo anteriormente (armas nucleares, hambre, destrucción forestal, efecto invernadero, etc).

Resolver estos problemas requiere el esfuerzo cooperativo de un vasto número de personas a través del mundo. La comunicación es intrínseca al esfuerzo cooperativo, y las tecnologías existentes hoy día, con el apoyo adecuado, pueden mejorar enormemente esta comunicación y su implementación para resolver los problemas globales. Previamente aisladas por obstáculos comunicacionales, las ONG's que utilizan estas tecnologías son cada vez más visibles en los foros globales como la ONU.

Hasta hace poco, la interrelación comunicacional se daba generalmente en el marco de los estados-naciones, imperios coloniales, economías regionales o alianzas. Hoy, las nuevas tecnologías de comunicación permiten la comunicación entre sociedades civiles nacionales, y esta interacción se puede apreciar sobre todo en los campos de derechos humanos, protección del consumidor, trabajo, igualdad de género, justicia racial y protección del medio ambiente; problemas en torno a los

En años recientes ha surgido un nuevo actor en las relaciones internacionales: la sociedad civil global, esa parte de nuestra vida colectiva que no es ni mercado ni gobierno, aunque a menudo está inundada por ellos.

cuales se han articulado movimientos mundiales. Son precisamente estos movimientos, así como agencias de prensa alternativas y redes planetarias de comunicación mediante computadoras, que hoy se presentan como nuevos actores en el escenario internacional.

El control de la comunicación

El crecimiento en dimensión e influencia de tales movimientos, sin embargo, enfrenta dos problemas fundamentales: la creciente monopolización de la información y la comunicación global por las corporaciones transnacionales; y las crecientes disparidades entre las poblaciones *info-rich* e *info-poor* (ricos y pobres en información). Obviamente, el éxito de estos movimientos dependerá en mucho de la capacidad para superar tales dilemas.

Los monopolios gubernamentales controlan una parte enorme de los flujos de las ondas y las telecomunicaciones. Y unas pocas transnacionales dominan los

medios masivos a nivel mundial. De continuarse las tendencias actuales, para fines del siglo, cinco a diez corporaciones gigantes controlarán la mayor parte de los principales periódicos, revistas, libros, estaciones de radio y TV, películas, grabaciones y redes de datos.

¿Por qué ocurre esto? La razón principal es que el control integrado de la producción y distribución de los medios de comunicación genera enormes ganancias. Más de dos tercios de la fuerza laboral de EE.UU. se encuentra en empleos vinculados con la información. Los servicios de telecomunicaciones crecieron 800% a nivel mundial en los años 80 y el crecimiento del sector de información y comunicación se está acelerando.

En el mundo existen más de 100 agencias de prensa, pero solamente cinco de ellas (*Associated Press, United Press International, Reuters, Agence France-Presse* y *Tass*) controlan un 96% de los flujos de noticias mundiales.

Corporaciones como Sears, IBM, H&R Block y Lockheed controlan la mayor parte de los mercados de información videotex en EE.UU.

En cuanto a las disparidades entre países:

- 95% de todas las computadoras están ubicadas en los países desarrollados.
- Mientras los países en desarrollo tienen las tres cuartas partes de la población mundial, manejan sólo el 30% de la producción de periódicos.
- Cerca del 60% de la población mundial experimenta una carencia aguda de libros.
- El lector del *New York Times* consume más páginas de periódico cada domingo que el africano promedio en un año.
- EE.UU. y la Comunidad de Estados Independientes, con sólo el 15% de la población mundial, ocupan más del 50% de la órbita geoestacionaria. El tercer mundo ocupa menos del 10%.
- Diez países desarrollados, con el 20% de la población mundial, tienen casi las tres cuartas partes de las líneas telefónicas. Así, Italia tiene tantas líneas como toda América Latina.

Las redes electrónicas

Para contrarrestar esta doble tendencia que amenaza con ahogar a la sociedad civil bajo la comercialización y el control, ha emergido una metared mundial de tecnologías descentralizadas, como el correo electrónico, el fax, los radioaficionados, los satélites para transmisión de datos, VCR, cámaras de video y otras. Son "descentralizadas" en el sentido que democratizan el flujo de información, rompen las jerarquías de poder y hacen que la comunicación sea igualmente fácil desde arriba o desde abajo, como de horizonte a horizonte.

La Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC)

Entre las numerosas organizaciones responsables de este desarrollo, se destaca una, por haberse especializado en las necesidades comunicacionales del movimiento global de las ONG's. Se trata de la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC), cuyos orígenes se remontan a 1984, cuando



El pensamiento móvil, Tullio Pericoli, Italia, 1985

diversas instituciones de San Francisco en California se juntaron para conformar la red de comunicación por computadoras "PeaceNet". En 1987, se conformó el Institute for Global Communications, encargada de dirigir y respaldar a PeaceNet y las redes hermanas, EcoNet, ConflictNet y LaborNet.

En 1990, el IGC y otras redes afines conformaron la APC, que hoy día incluye redes de EE.UU., Nicaragua, Brasil, Ecuador, Uruguay, Rusia, Australia, Reino Unido, Canadá, Suecia y Alemania. La APC tiene, además, sistemas anexos a través del mundo, desde Papua Nueva Guinea y Vanuatu hasta Zimbabue y Africa del Sur. Incluso hay una red afin en Cuba y la APC tiene la distinción de haber implementado el primer flujo libre de información entre EE.UU. y Cuba (vía Canadá) en 30 años de bloqueo. Docenas de sistemas "FidoNet" (que son sistemas de "bulletin boards", o carteleras electrónicas, de un sólo usuario a la vez) conectan con APC. El sistema APC tiene un punto de contacto directo con el Internet vía IGC. En total, más de 20.000 suscriptores en 95 países se interconectan vía sus computadoras personales. Conforman el sistema computarizado más grande del mundo dedicado a asuntos como el trabajo, los derechos humanos y la preservación del medio ambiente.

Las redes APC transportan unas 900 "conferencias" electrónicas sobre una gran variedad de temas. Este sistema permite anunciar eventos, preparar propuestas conjuntas, diseminar información vital y encontrar el dato más reciente. La APC ofrece también varias fuentes alternativas importantes de noticias, incluyendo IPS (la agencia de noticias más grande del tercer mundo), el Environmental News Service (Vancouver), el servicio de noticias del Centro de Información de la ONU, la Agencia Latinoamericana de Información (en español), Alternet (Washington, D.C.), el New Liberation News Service (Cambridge, Massachusetts), el Pacific News Service (San Francisco, California) y el World Perspectives Shortwave Monitoring Service (Madison, Wisconsin).

Las redes electrónicas y las relaciones internacionales

La Red APC y otras redes vía computadoras, como la red universitaria

Hoy se presentan nuevos actores en el escenario internacional, en los movimientos de derechos humanos, protección del consumidor, trabajo, igualdad de género, justicia racial y protección del medio ambiente así como en agencias de prensa alternativas y redes planetarias de comunicación mediante computadoras.

mundial Usenet, comienzan a tener un impacto sobre las relaciones internacionales. La primera influencia de gran escala de estas tecnologías descentralizadas sobre la política internacional ocurrió en 1989. Cuando el gobierno chino masacró a sus ciudadanos cerca de la Plaza Tienanmen, estudiantes chinos transmitieron instantáneamente informes detallados vía fax, teléfono y redes computarizadas a activistas en todo el mundo. Estos organizaron reuniones de protesta, colectas de fondos, giras para dar charlas y llamados políticos. Su impacto fue tan inmenso e inmediato que el gobierno chino trató de cortar los vínculos telefónicos con el exterior y empezó a monitorear las conferencias computarizadas de Usenet, donde ocurría buena parte de esta actividad.

Otro ejemplo es la Guerra del Golfo de 1991, cuando las redes de computadoras como PeaceNet y las redes afines de la APC tuvieron una intensa actividad. Mientras los grandes canales de comunicación se encontraban bloqueados por la censura del Pentágono, en las redes APC circulaban informes detallados de los efectos de la Guerra del Golfo en los países del Tercer Mundo, Israel y los países árabes, así como noticias del movimiento mundial contra la guerra. Considerando que el movimiento fue tomado desprevenido, fue sorprendente ver como se logró rápidamente una coordinación unida en el país y el mundo. Grupos rivales acordaron plataformas comunes, fijaron fechas de acción sincronizadas y planificaron eventos a gran escala a través de grandes distancias.

Asimismo, en 1992, la APC cumplió un rol importante al proveer servicios para los ambientalistas y ONGs antes, durante y después de la conferencia ECO-92 de Rio de Janeiro. Esta fue la primera cumbre mundial que se realizó en plena era de las tecnologías de computación y de las ONG's.

Tratado de Libre Comercio para Norteamérica: redes y coaliciones transfronterizas

En total son docenas de miles de mensajes que transitan diariamente dentro de la "aldea APC". Una de las experiencias más notables de utilización de estas nuevas tecnologías por parte de la sociedad civil, es la realizada por la coalición trilateral de ONG's opuestas al

Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

El 12 de agosto de 1992, EE.UU., México y Canadá anunciaron la conclusión del borrador final del TLC. Impulsado por las grandes fuerzas empresariales y gubernamentales, el TLC es esencialmente una constitución para crear una nueva superpotencia económica, denominada América del Norte. Existe un amplio consenso en las altas esferas que hace creer a los asesores empresariales que el Tratado será ratificado sin obstáculos.

Pero en medio de este amplio consenso existe un disidente notable: la sociedad civil norteamericana. Las encuestas de opinión en los últimos dos años reiteradamente han encontrado que es mayor el número de personas que se oponen al Tratado, que el de los que lo apoyan. Es más, esta oposición se va acrecentando. Más la gente conoce sobre el TLC, menos lo apoyan.

El rápido progreso del TLC puso en acción a la comunidad no-gubernamental de estos países, que cree que el tratado perpetúa el modelo predatorio de desarrollo, daña al medio ambiente, promueve un consumismo ilimitado y empobrece aún más a la mayoría de la gente en los tres países. Esta coalición anti-TLC reivindica la participación democrática para definir las nuevas relaciones económicas norteamericanas y ha generado en la región coordinaciones de diversos sectores populares, especialmente entre trabajadores, mujeres, agricultores y grupos ambientales, todos unidos por la voluntad de expresar una voz común sobre el proceso de la integración económica.

Hace algunos años que las presiones de las ONGs han sido un fenómeno conocido en las relaciones EE.UU.-Canadá; pero es una dinámica nueva en las relaciones EE.UU.-México. Desde el inicio de las negociaciones para el Acuerdo de Libre Comercio entre EE.UU. y Canadá, hacia finales de los 80, los grupos de base canadienses se mostraron particularmente activos en



Albert Einstein, Tullio Pericoli, Italia, 1987

establecer contactos a través de la frontera. En Canadá, Action Canada Network fue uno de los primeros. Y en EE.UU. surgieron varios grupos a partir de la confluencia de dos movimientos: por una parte los grupos que venían monitoreando el GATT, y por otra, los que emergieron a principios del 91 para combatir las negociaciones del TLC. En la comunidad mexicana, el más importante es la Red Mexicana de Acción Frente al Libre Comercio (RMALC), que ha tenido problemas a causa de las presiones gubernamentales y el clima político nacional.

Esta coalición trilateral anti-TLC utiliza una variedad de medios, entre ellos, la presión política directa, proyectos educativos en la base, presión sobre corporaciones que contaminan el medio ambiente y/o cuyas condiciones laborales son perjudiciales, foros alternativos a las reuniones oficiales o la pre-

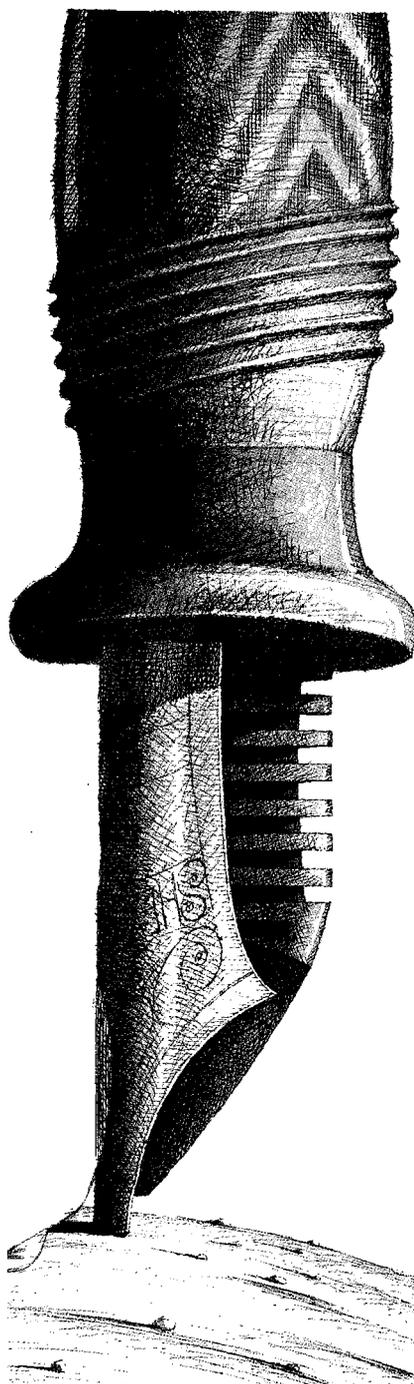
sentación de alternativas viables a las propuestas oficiales, mediante el análisis.

Otro medio que tienen a su disposición -por primera vez- son las redes de comunicación mediante computadoras. La coalición está cada vez más unida a través de un tejido electrónico gracias al cual comparten información y se comunican. Desde los grupos de base en las ciudades fronterizas hasta las centrales sindicales en las capitales nacionales, la coalición anti-TLC de ONG's comparte información, establece confianza mutua y desarrolla estrategias de acción para cumplir metas comunes.

Uno de los organismos laborales que participa en las redes es *Labor Notes*, miembro fundador de la Red de Solidaridad Laboral EE.UU.-México-Canadá, revista mensual de información laboral. Esta revista comunica regularmente con sindicalistas de los tres países, como también con movimientos sociales, grupos de derechos humanos, de mujeres, que trabajan contra el TLC. La revista comenta: "la participación en redes electrónicas ha sido esencial para nuestra organización trilateral de conferencias, intercambios y giras. Hemos intercambiado regularmente información sobre eventos y contactos. La información actualizada sobre el TLC ha sido clave para nuestras interacciones en línea con el North American Worker to Worker Network". (*Labor Notes*, 14 de septiembre 1992).

Los grupos de mujeres también han sido muy activos en la comunidad "en línea" contra el TLC, en particular Mujer a Mujer de México, que junto con grupos como Mujeres en Acción Sindical organizó la Conferencia Trilateral de Mujeres sobre el TLC, cuyos informes fueron difundidos en línea para que los lea toda la comunidad. En esta reunión, la activista mexicana Sara Lovera planteó que se conforme una red inter-sindical, basada exclusivamente en el intercambio informativo, un banco de datos sobre lo que pasa en cada sindicato, por ejemplo en sus negociaciones para la acción afirmativa. Enfatizó que estos recursos fortalecerían a las organizaciones y les daría más poder.

Elena B., de la misma organización, por su parte, destacó que si bien puede parecer fuera del alcance para algunas, se debería recurrir al correo electrónico,



por ser un medio barato y un instrumento poderoso de comunicación internacional, puntualizando: "sin él no habríamos podido organizar esta conferencia".

Las redes de computadoras han ayudado en el proceso de identificación y consolidación de lazos entre ONG's con agendas diversas, en el intercambio de información valiosa y la planificación de estrategias conjuntas y acuerdos sobre pronunciamientos políticos. Cuando nos acercamos al tercer milenio, tecnologías de comunicación como éstas están transformando las relaciones internacionales. Han acelerado grandemente el surgimiento de la sociedad civil global y los movimientos de ONG's. Estas redes, y las coaliciones que engendran, conllevan también a la transnacionalización de la participación civil.

Democratizar el ciberespacio comunicacional

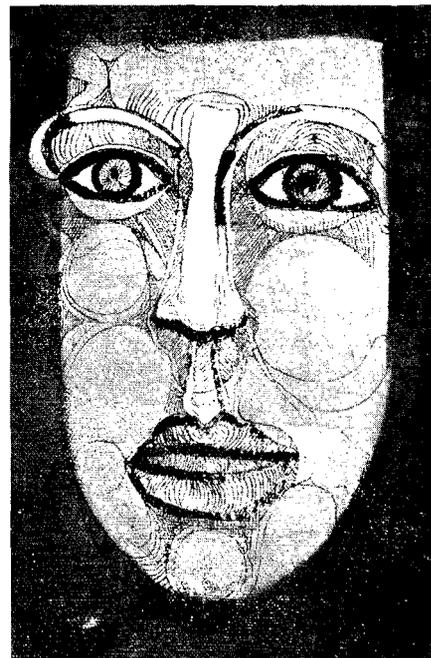
Cyberspace es un neologismo que se refiere al fenómeno por el cual los humanos transfieren su espacio de comunicación y las relaciones interpersonales de su forma directa, cara a cara, al campo de los flujos electrónicos de datos. Marshall McLuhan se refirió al fenómeno como una simulación tecnológica de la consciencia. El escritor William Gibson lo describió como "una alucinación consensual... una representación gráfica de datos abstraídos de los bancos de cada computador en el sistema humano." *Cyberspace* se deriva de cibernética, la ciencia de las comunicaciones y el control. La cibernética nació cuando los investigadores notaron la similitud entre humanos y máquinas en su dependencia en la información para ejercer el control. El ciberespacio describe la esfera de la actividad en que los humanos extienden sus funciones cerebrales y sus capacidades comunicacionales al dominio y espacio de las máquinas.

Las redes afiliadas de la APC han construido una red verdaderamente global dedicada al flujo libre y equilibrado de información. Al proveer una solución apropiada y de bajo costo para las ONG's y para los países pobres, ellas intentan civilizar, humanizar y democratizar el ciberespacio. Proporcionan también una forma apropiada de cerrar la brecha entre los ricos y los pobres en información. ●



Miguel Varea

Este artículo no es un extracto de una novela de ficción, es una situación que ya sucede con las nuevas tecnologías de comunicación. En América Latina, parece todavía lejana la posibilidad de acceder a un grado semejante de integración de la informática en la vida cotidiana, no obstante, la mayoría de países de la región ya tienen acceso a servicios de transmisión de datos que permiten aprovechar, desde una computadora personal y con una línea telefónica, el acceso a redes de comunicación electrónica, generalmente a bajo costo.



Miguel Varea

INSTINTOS PRIMARIOS

Como de costumbre, el profesor sale de su casa y toma un taxi a la universidad. En el camino saca su computadora manual y con la pluma electrónica empieza a ordenar sus notas para la próxima clase. Le falta un dato: aplasta dos o tres puntos en la pantalla con su pluma y se conecta vía radio con la biblioteca uni-

versitaria. En pocos minutos encuentra el dato y lo graba en el disco. Suena un tono. El profesor selecciona el archivo de comunicación para ver el mensaje que le acaba de llegar. Es el mensaje enviado por su colega desde Francia para informarle que su vuelo se atrasó y solicitarle se haga cargo de su clase de la tarde. Cuando llega al aula, proyecta sus notas en la computadora de pantalla gigante y luego las completa con anotaciones a mano que se integran al archivo. Los estudiantes graban la sesión en sus computadoras personales.

El mundo se en-reda

Las redes electrónicas surgieron a fines de los años 60, cuando el Advanced Research Projects Agency

Network (ARPANET) fue creado por el gobierno estadounidense para facilitar la comunicación de datos y programas de informática entre investigadores, particularmente para la investigación militar. Las grandes empresas incorporaron la comunicación por computadoras a su cotidianidad desde los años 70, y en los años 80 ésta comenzó a extenderse en el ámbito académico. Pero ha sido en los últimos cinco años, con la vertiginosa expansión de las computadoras personales, que el uso de la comunicación por computadoras explotó en el mundo.

Las redes electrónicas se desarrollaron sobre todo de manera privada, utilizando a veces las redes públicas de teléfonos o de transmisión de datos como transportador. Existen varios ti-

OSVALDO LEON, ecuatoriano, Master en Ciencias de la Comunicación (Universidad de Montreal). Director de la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI).

SALLY BURCH, británica, periodista de ALAI y Presidenta fundadora de la Corporación Interinstitucional de Comunicación Electrónica (INTERCOM), entidad que administra el Nodo ECUANEX de Ecuador.

pos: las redes privadas (por ejemplo, al interior de una compañía); las redes académicas que vinculan a las universidades; y las de acceso por suscripción, sean comerciales o sin fin de lucro. Luego de una fase de crecimiento acelerado y autónomo en la cual hubo poca posibilidad de intercomunicar de una red a otra, en los últimos tres años, se ha llegado a crear los "gateways" o puertas de acceso entre la mayoría de ellas. Hoy es posible hablar de un sistema interconectado de dimensiones mundiales.

Hablando de pantalla a pantalla

El principio básico del E-mail (abreviación de "electronic mail" o correo electrónico) es que los usuarios de computadoras intercambian mensajes por medio de una computadora central, denominada nodo. El nodo, a su vez, está vinculado con otros nodos, que conforman una red.

La forma más usual de conexión es vía llamadas telefónicas. Cualquier computadora puede comunicarse con otras por medio del teléfono. Para ello tan sólo es preciso que la computadora cuente con un modem (modulador-demodulador), cuya función es traducir la información digital de las computadoras en frecuencias analógicas para su transmisión telefónica.

Dentro del nodo, cada usuario o suscriptor tiene una casilla con un nombre que le identifica, y una clave de acceso privado. Para recibir sus mensajes, el usuario llama al nodo e ingresa a su casilla. Para enviar un mensaje a un usuario de otra red, basta indicar su dirección y el nodo encamina automáticamente el mensaje al nodo del destinatario, donde le espera en su casilla hasta que se conecte.

Hoy se puede contar con modems de alta velocidad que hacen factible conectar dos microcomputadoras a miles de kilómetros de distancia una de otra a través de líneas telefónicas estándar con llamadas de larga distancia por cuanto tienen la capacidad de eliminar automáticamente los errores causados por ruido de la línea. Es el sistema más sencillo que utilizan los nodos distantes para intercomunicarse.

En los países que cuentan con un sistema público de transmisión de datos, también se puede utilizar este medio de conexión, sea para comunicar con ciu-

dades distantes del país o con el exterior. Estos sistemas "empaquetan" la información en unidades uniformes que pueden transitar por un mismo canal con otros paquetes para luego ser reensambladas. Significa que, a diferencia de la llamada telefónica, una sola línea puede transmitir a la vez numerosas comunicaciones sin confundirlas.

En los sistemas más sofisticados, la red está interconectada de manera permanente, sea vía cable, línea dedicada o satélite. Es el caso de las grandes redes universitarias: Bitnet (con su equivalente europeo, Earn) y el Internet, constituyen las carreteras principales de las redes académicas. Estas redes funcionan principalmente a base de grandes computadoras de tipo "mainframe", aunque el Internet permite mayor flexibilidad. En los sistemas más grandes, las velocidades de transmisión pueden llegar incluso a 1,5 megabits por segundo, haciendo casi instantánea la transmisión de una página de texto entre países distantes.

Dentro del cerebro electrónico

Algunos se preguntarán, ¿cuál es la diferencia con el fax? Ambos tienen sus ventajas: el fax es a veces más inmediato, permite enviar con mayor facilidad gráficos o signos no latinos. El E-mail es generalmente más barato, más confiable (al menos en esta parte del mundo

donde la calidad de las telecomunicaciones deja mucho por desear) y permite enviar mayores volúmenes de información.

Pero la diferencia principal es de otro índole: el E-mail se ubica en una categoría diferente de los demás medios de transmisión, por el hecho que el mensaje que transmite es parte del cerebro electrónico de la computadora. O sea que el procesamiento de la información y su transmisión ya no son procedimientos distintos sino un proceso único de comunicación integrada. Así, por ejemplo, el mensaje recibido, sin necesidad de mecanografiarlo de nuevo, puede ser grabado en disco, editado, enviado de nuevo, añadido a archivos existentes o a una base de datos, o integrado a un programa de diagramación.

El E-mail no se limita al intercambio bilateral de mensajes, sino que permite otros múltiples servicios y formas de intercambio, como por ejemplo las conferencias electrónicas. Una conferencia computarizada es un mecanismo por el cual muchos participantes pueden intercambiar ideas y opiniones en torno a una agenda determinada. El procedimiento es similar al del correo electrónico excepto que establece una relación de "muchos a muchos" (el correo lo hace de "uno a otro"). Es particularmente útil cuando los participantes se encuentran dispersos geográficamente.

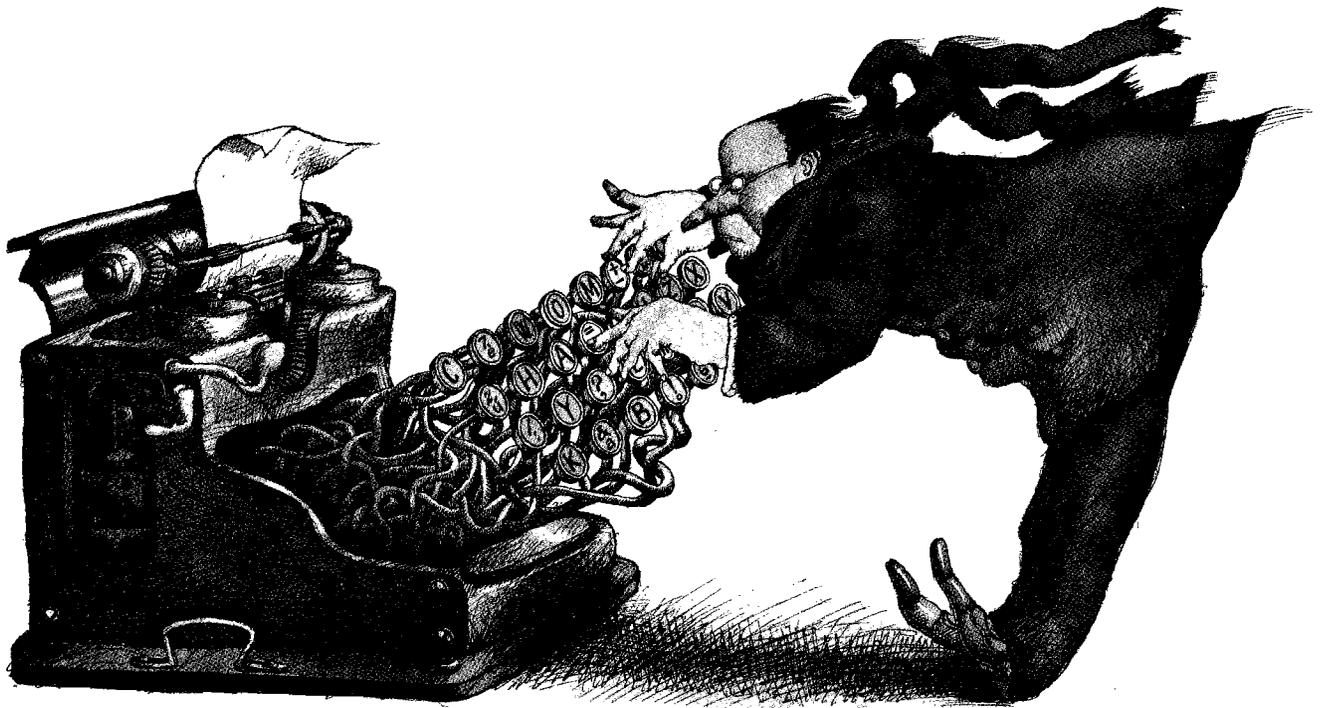
La información de la conferencia está organizada por temas y las respuestas pueden ser añadidas a cualquier tema. Todos los temas y respuestas están a disposición de cualquier participante, y debido a que todos los mensajes son automáticamente registrados con tiempo y fecha, el desarrollo de la discusión es fácil de seguir. La conferencia computarizada puede usarse en lugar de una reunión cara a cara, o para lograr que ésta tenga una mejor planificación y preparación.

Las conferencias pueden utilizarse para difundir información, invitar a la realización de una actividad o iniciativa común, favorecer una discusión y tomar decisiones sobre un tema determinado, etc.

Otra ventaja del correo electrónico es que permite el acceso directo a bancos de datos y la consulta o búsqueda en línea directa como si estuviera en su propia computadora. ●

SALLY BURCH
OSVALDO LEON

Tecnología empresarial y redes



Escena cómica, Tullio Pericoli, Italia, 1985

En el mundo empresarial la influencia del "networking" trastorna los viejos esquemas de funcionamiento. Las necesidades de flujo informativo, combinado con una mano de obra más calificada y con mayores expectativas personales, hace que los antiguos esquemas burocráticos y centralistas no rindan los resultados esperados.

Como lo observa John Naisbitt en su libro *Megatrends*, en EE.UU. esta nueva realidad coincidió con la llegada a las empresas de la generación nacida en la postguerra, la cual vivió en su juventud (por los años 60 y 70) justamente la experiencia del "networking", la construcción de redes. Difícilmente esta generación se ajustaría a estructuras jerárquicas que dejan poco espacio a la iniciativa individual. Esta

nueva realidad, al coincidir con la explosión informática y la posibilidad del "networking" electrónico, adoptó las redes como un espacio natural de desarrollo.

Las empresas en línea

Si bien la informática tiene sus orígenes en el ámbito militar, es en los negocios que despliega su mayor desarrollo. Es el caso del E-mail, o correo electrónico, recurso utilizado por un creciente número de empresas, tanto en

sus relaciones con clientes (por ejemplo para consultar un estado de cuentas o realizar compras por catálogo electrónico) como en su funcionamiento interno.

Las compañías con numerosas sucursales distantes, como las transnacionales, son típicamente las que mayor uso le dan. Por ejemplo, la compañía Tandem Computers vincula a 11 mil empleados y distribuye unos seis millones de mensajes cada año. Son sistemas que permiten distintos usos: mensajes privados; envío de diseños

computarizados e imágenes; memorandos de amplia distribución; conferencias sobre temas técnicos o incluso distracciones como el deporte y los últimos chistes.

El correo electrónico permite obviar problemas como diferencias de hora, y facilita el trabajo de equipos especializados. Permite reunir a equipos de especialistas para una tarea específica que pueden coordinar su trabajo a distancia sin que necesariamente todos tengan que ser contratados a tiempo completo. Esta flexibilidad permite a veces operar con menos trabajadores. Un especialista puede trabajar a tiempo parcial en dos proyectos distintos a miles de kilómetros de distancia.

Algunas compañías tienen proyectos conjuntos de investigación en continentes con zonas horarias distintas. Cuando el investigador de Londres termina su día de trabajo, envía su proyecto al colega que comienza su día en EE.UU., y al día siguiente lo retoma donde éste lo dejó.

Otra ventaja que reconocen muchas compañías es que el correo electrónico permite aprovechar los conocimientos de personas de otros departamentos e incluso descubrir capacidades o destrezas desconocidas. Así, por ejemplo, como dijo James Treybig, Presidente de Tandem, a la revista *IEEE Spectrum*, "una persona en Suiza puede pedir auxilio por correo electrónico a 10.000 personas (lo que no puede hacer por teléfono) y a la mañana siguiente recibir 15 respuestas al problema, de las cuales 13 pueden ser equivocadas. Pero tiene respuestas".

Tandem es una de las compañías que más ha innovado la organización del trabajo flexibilizando las estructuras jerárquicas tradicionales con la incorporación de relaciones informales entre sus miembros. Ahí los gerentes se dedican fundamentalmente a los aspectos humanos de la administración. Esto es posible en la medida que los controles de producción, de calidad, de costos y de reportes están monitoreados por un complejo sistema informatizado.

¿Hacia dónde vamos?

Los últimos descubrimientos tecnológicos, desarrollados en función de las necesidades empresariales, nos dan un anticipo de lo que, dentro de pocos

Las computadoras manuales con pluma son computadoras potentes del tamaño de un cuaderno grueso. Basta conectarlas a un teléfono para que los datos anotados se transmitan directamente a la matriz, evitando demoras y errores de retranscripción.

años, podría ser parte de nuestra vida cotidiana. Los nuevos sistemas requerirán cada vez menos comprensión de cómo funcionan y nos permitirán una interacción más similar a nuestras actividades normales: apuntar, conversar con un colega. Dar instrucciones verbales a la computadora ya no es asunto de ciencia ficción.

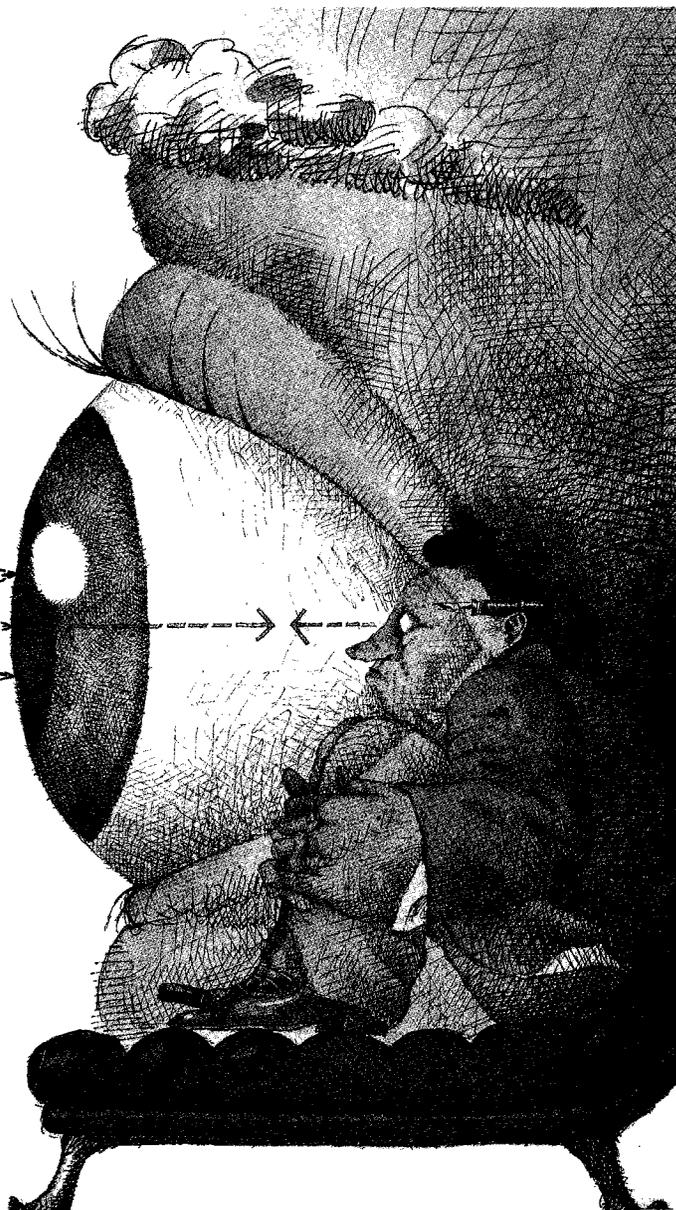
Las computadoras manuales con pluma, mencionadas en nuestro ejemplo inicial, son una realidad. Sirven particularmente para trabajadores ambulantes, vendedores o encuestadores. Son computadoras potentes del tamaño de un cuaderno grueso, cuya pantalla se activa con una pluma. Basta conectarlo a un teléfono para que los datos anotados se transmitan directamente a la matriz, evitando demoras y errores de retranscripción. Ya han aparecido en el mercado los primeros modelos con capacidad de comunicarse por radio.

Los sistemas de *paggers*, *beepers* o busca-personas también existen en versión con mensajes computarizados y se está implementando un sistema integrado planetariamente que permite ubicar a una persona en cualquier ciudad del mundo con sólo señalarle en qué ciudad se encuentra. Paradójicamente estos sistemas se utilizarán sobre todo en países de gran atraso tecnológico donde las telecomunicaciones normales no permiten una comunicación ágil.

Otro de los sistemas en desarrollo es la transmisión de voz y video por correo electrónico. Muchas universidades y compañías ya tienen integrados sistemas de video a nivel local para efectuar reuniones puntuales sin desplazarse de una parte a otra del edificio. Existe una tecnología rudimentaria para hacer lo mismo por satélite lo que facilita por ejemplo las teleconferencias. El principal problema es que para una calidad óptima, la imagen exige una banda de satélite bastante ancha. Para este efecto se están desarrollando canales de transmisión en "gigabits", o sea millones de bits por segundo.

Todas estas tecnologías son todavía muy caras como para que se generalice su uso a nivel personal. Con el vertiginoso avance del desarrollo tecnológico podemos esperar que en 5, 10 ó 15 años se integren a nuestra vida. De allí a que podamos conversar con la computadora, el paso no es tan grande. ●

INFORMATIZACION Y DESARROLLO



Sobre la película, Tullio Pericoli, Italia, 1980

La Comunicación Mediante Computador (CMC) representa un potencial importante para el sector académico y de investigación de los países en desarrollo. Los criterios de construcción y las experiencias de la Red para América Latina y el Caribe, REDALC son un punto de referencia clave para la evolución informática de la región.

La Comunicación Mediante Computador (CMC) es una tecnología que facilita el acceso a la información académica, científica y técnica a partir de recursos informáticos y de telecomunicación. Las funciones ofertadas por la CMC son cada día más inseparables del manejo usual de la información científica y técnica, la parte más importante del trabajo

del investigador y del académico. Esta herramienta está ahora llegando a un punto de maduración y de generalización. Las conferencias electrónicas por temas demuestran cada día su valor para difundir saber y transmitir experiencias. El concepto de biblioteca virtual comienza a tomar cuerpo con la aparición de programas que facilitan el acceso a la información distribuida entre miles de bancos de datos accesibles por las redes telemáticas.

Un aspecto muy original de este fenómeno reside en el hecho que esta

DANIEL PIMIENTA es Director del proyecto Red para América Latina y el Caribe, REDALC, de la Unión Latina.

nueva tecnología implica unos valores culturales nuevos que anuncian la mutación del mundo hacia la civilización de la información y de la globalidad. Es una tradición ya bien establecida en esas redes un compartir solidario de la información básica. Es también una realidad cotidiana el contacto directo con la fuente de la información. Si es evidente que los laboratorios no van a ofrecer los últimos elementos de sus avances en temas nuevos, estará siempre bien recibida una pregunta sobre conocimientos básicos o experiencias empíricas. Así es como uno se puede concentrar en la esencia de su investigación y no perder tiempo en reinventar la rueda. En las últimas publicaciones comienza a aparecer un neologismo que define bien esta nueva modalidad de trabajo: "el colaborador".

La CMC representa el paso decisivo en la revolución de la información puesto que constituye la primera materialización del llamado "colegio invisible" en el cual se reúnen las personas competentes y conscientes (por lo tanto no celosas) del valor de la información, fuera de los esquemas jerárquicos tradicionales.

Los países en vía de desarrollo han iniciado la instalación de redes telemáticas de investigadores con un cierto atraso, pero el proceso se está acelerando en los últimos años. Particularmente en América Latina, la casi totalidad de los países tienen ya algún nivel de desarrollo y varios han llegado a un nivel de difusión y de servicios notables.

Informatización y desarrollo

Son numerosos los argumentos para el ingreso de los países en vía de desarrollo al mundo de la CMC, señalaré algunos:

- * Provoca un efecto de vasos comunicantes de la información entre las personas e indirectamente entre las naciones. A largo plazo, este fenómeno debería disminuir el desfase entre el mundo en desarrollo y las naciones industrializadas.
- * Es una forma estructurante de intercambiar información en la medida que su uso refuerza las metodologías de trabajo. Este factor es con frecuencia más importante que el tecnológico en el proceso del desarrollo y de la acumulación del conocimiento.

Con el co-laboratorio y el colegio invisible, la CMC ofrece una solución sencilla y no burocrática a dos factores importantes del desarrollo: el flujo transfronterza de datos y la administración de programas de cooperación multilateral.

- * Ofrece una solución sencilla y no burocrática a dos factores importantes del desarrollo: el flujo transfronterza de datos y la administración de programas de cooperación multilateral.
- * Representa un paso fundamental en el refuerzo del sector ciencia y tecnología, clave del desarrollo nacional y regional.
- * Facilita a los investigadores emigrados a países desarrollados mantener un vínculo de ayuda con su tierra natal. Puede contribuir a disminuir la fuga de cerebros con la posibilidad del acceso a la información desde los países en vía de desarrollo.
- * Su uso destacará la deformación del mercado de la información en los países en desarrollo. La información creada por los investigadores alimenta los bancos de datos de los países industrializados y luego se vende a las industrias de los países en desarrollo.
- * Es un factor coadyudante de la educación a distancia, solución idónea ante la crisis económica de la educación en el tercer mundo.
- * Su uso generalizado permitirá una mejor integración y calificación del trabajo académico, lo que se traducirá en una mejoría de los niveles educativos.

Red para América Latina y El Caribe

En esta perspectiva, desde 1988 la Unión Latina, -organismo internacional cuyos 25 estados miembros son principalmente de Europa y América Latina- ha tratado de aportar a la construcción de las redes telemáticas para los investigadores de América Latina y del Caribe. Con el apoyo de la Comunidad Económica Europea y en colaboración con la UNESCO, la Unión Latina desarrolla un proyecto global de vocación regional denominado REDALC (Red para América Latina y El Caribe) orientado a la búsqueda de soluciones a mediano plazo para el desarrollo y la permanencia de las redes.

REDALC se centra en:

- * la integración regional
- * la cooperación internacional
- * la mayor atención al usuario
- * las normas internacionales de telecomunicación

- * la integración de las redes al desarrollo integral de la región
- * la integración de las redes existentes.

Diagnóstico Regional

Para dar consistencia a la apreciación general que se tenía de la situación de las redes en América Latina y el Caribe a partir del pre-estudio realizado en 1988-89, el proyecto REDALC promovió un estudio de factibilidad para establecer soluciones estables y generalizadas que favorezcan la integración regional en el campo de la ciencia y la tecnología, y la participación de ese sector de actividad en el desarrollo integral de la región. Este estudio realizado entre 1990 y 1992 involucró a 25 colaboradores y consultores y abordó los siguientes aspectos:

3) El nivel de las infraestructuras nacionales de informática y de telecomunicación no representa un factor de bloqueo al crecimiento de las redes. Aunque varios países padecen de una infraestructura básica de teléfono gravemente obsoleta o insuficiente.

4) La topología de la red telemática presenta una enorme proporción de vínculos hacia los Estados Unidos y escasos lazos intraregionales. La integración regional en este dominio está casi completamente por construir y es urgente porque los costos de telecomunicación para los enlaces internacionales son el factor más crítico del financiamiento técnico de las redes.

5) La capacidad de la región para ofrecer formación técnica

a los administradores de redes es notable. Sin embargo, no hay planes de difusión sistemática de la herramienta hacia el usuario final. Tampoco se observan esfuerzos para reducir el tiempo de aprendizaje para el uso de la tecnología.

6) En cuanto a redes de información y banco de datos en el campo científico

- * Diagnósticos de investigación
 - * Telecomunicación e informática
 - * Arquitectura de red
 - * Aplicaciones
 - * Interfases con usuarios
 - * Formación, difusión y administración
- El diagnóstico arrojó los siguientes resultados:

1) Se revela una población blanco de usuarios de redes de investigación del orden de 200.000 para toda la región, con un porcentaje promedio de usuarios con servicios (correo electrónico) del orden de 10% (la cifra por país varía de 0 a 30%).

2) El investigador latinoamericano se caracteriza por una dispersión institucional muy fuerte (es de notar el papel importante de las ONG's y el potencial que representan los investigadores exiliados) y condiciones de vida profesional bastante difíciles.

tífico y técnico, la región ha conocido valiosas experiencias en los últimos años (más de 60 entidades identificadas). Sin embargo no hay ningún esfuerzo coordinado de articulación con los esfuerzos de redes telemáticas. Aún más, los documentalistas, eslabón clave en el futuro de la CMC, no han sido integrados prioritariamente a los esfuerzos de construcción de las redes. Tampoco hay planes de formación específicos para permitirles



Ejercicios de literatura, Tullio Pericoli, Italia, 1984

adaptarse a esta revolución en su entorno de trabajo.

7) Los presupuestos nacionales disponibles para favorecer el crecimiento de la CMC en el mundo académico y de investigación no están a la altura de la demanda. Existen algunos proyectos internacionales en curso y varios proyectos en etapa de planificación. No se constata el grado de cooperación y federación que requiere el número y el tamaño de las tareas a realizar.

El mensaje de REDALC

Durante este proceso, REDALC formula y difunde propuestas y principios básicos para el desarrollo de las redes. Estos incluyen:

- * Extender los proyectos de integración regional para que incluyan mecanismos de exoneración impositiva para las telecomunicaciones.
- * Señalar la necesidad de establecer un esqueleto regional de telecomunicaciones dedicado a la ciencia, basado en tecnología satelital, y utilizando recursos de la región.
- * Destacar la importancia de la negociación con las empresas de telecomunicaciones para incentivar el desarrollo de las redes de datos y la aceptación de tarifas especiales para los investigadores.
- * El reconocimiento del usuario final como centro de interés prioritario del desarrollo de las redes, particularmente en términos de presupuestos, interfases, formación, soporte técnico y programas de difusión.
- * Énfasis en el contenido de la red, la integración de las existentes en la región, y la adopción rápida de las nuevas herramientas de la biblioteca electrónica.
- * La integración con el mundo industrial, con sus beneficios indirectos para el desarrollo nacional y regional.
- * Resaltar la importancia de los aspectos de organización y administración de las redes en relación con la instalación y operación de soluciones técnicas.

Aspectos culturales y sociales

La promoción de la CMC en un contexto socioeconómico específico implica tomar en cuenta factores culturales y sociológicos que REDALC incorpora a todo su trabajo.

- * Compartir solidariamente experiencias y proyectos.
- * Valorar el pluralismo, la participación, y la transparencia en los procesos de asociación de personas y grupos para el uso organizado y racional de la CMC.
- * Promover la federación coordinada de los esfuerzos entre los organismos que apoyan las iniciativas.
- * Defender las culturas e idiomas en el camino hacia la incorporación de las nuevas tecnologías.

La CMC representa el paso decisivo en la revolución de la información puesto que constituye la primera materialización de llamado "colegio invisible" en el cual se reúnen las personas competentes y conscientes del valor de la información, fuera de los esquemas jerárquicos tradicionales.

Además del proyecto principal REDALC, la Unión Latina coordina otras actividades de promoción de las redes en la región. En estos proyectos ha podido aplicar y poner en práctica sus criterios tecnológicos y sociológicos. Por ejemplo:

- * Formación de una conferencia electrónica llamada REDALC@FRMO-P11, abierta a todos los interesados, dedicada a coleccionar y distribuir información sobre las redes de la región. Esta conferencia ha madurado y mantiene una audiencia directa de unos 150 usuarios promedio, e indirecta estimada en 3.000 personas. Los intercambios de este foro son caracterizados por su seriedad, sobriedad y apertura.
- * Elaboración de una metodología específica para la creación de redes de investigación en países en desarrollo ("metodología REDALC"), que promueve un desarrollo pluralista asociando todas las estructuras de investigación (académicas, gubernamentales, no gubernamentales e internacionales) en un esfuerzo donde participan directamente los futuros usuarios finales.
- * Coordinación del funcionamiento de la Red Dominicana de Intercambio para el Desarrollo (REDID). Esta fue la segunda aplicación de la metodología REDALC, luego de participar en el desarrollo de la Red Científica Peruana.
- * REDALC ha participado en un proyecto de desarrollo de software para hacer programas más amigables para los usuarios, en tres idiomas, incorporando la formación de los usuarios.

Concluido el estudio, REDALC entra en una nueva fase. Se contempla participar en actividades en asociación con la UNESCO. Estas incluyen: el seguimiento del desarrollo de la REDID buscando un modelo de desarrollo exportable a otras regiones; continuar con la formación de usuarios; concretar la creación de una red para Haití; participar en un estudio conducido por la UNESCO y la UIT sobre las tarifas de telecomunicación en el sector ciencia y tecnología del tercer mundo; proyectos de redes en educación primaria; promover y concretar el concepto de una colaboración de las redes de la cuenca del Caribe. ●

La Red APC organizará la información de la Conferencia Mundial sobre Derechos Humanos

Durante junio de 1993 se reunirán en Viena, Austria, miles de funcionarios gubernamentales, activistas comunitarios, organizaciones no gubernamentales y prestigiosos individuos como la ganadora del Premio Nobel de la Paz de 1992, Rigoberta Menchú. Todos ellos estarán allí para participar en la Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre Derechos Humanos (WCHR).

Los objetivos de la Conferencia incluyen examinar el grado con que los individuos del mundo acceden a los derechos económicos, sociales, culturales, civiles y políticos. La Conferencia evaluará el progreso logrado en el campo de los derechos humanos y el papel cumplido por las Naciones Unidas en su monitoreo, promoción y mantenimiento. La Conferencia recomendará estrategias para la promoción de las libertades fundamentales.

Planes de la APC para la Conferencia

La Association for Progressive Communications (APC) jugará un papel importante en la Conferencia vinculando a los participantes en forma permanente y dinámica. APC es una asociación internacional de redes electrónicas dedicadas a proveer servicios de comunicaciones avanzados y de bajo costo. APC promueve esquemas de networking y para compartir información entre organizaciones e individuos dedicados a los derechos humanos universales y el sustento ambiental. Los sistemas APC conectan científicos, educadores, activistas por los derechos humanos, dirigentes comunitarios, ambientalistas, funcionarios políticos y formadores de opinión, en más de 95 países, a través de una red mundial de nodos de computadoras.

Los preparativos de la Conferencia

APC actualmente coordina con Naciones Unidas la distribución de los documentos preparatorios para su circulación en línea. Estos documentos serán usados por grupos de activistas desde Australia hasta Zimbabwe en preparación para la Conferencia. Como sucedió con ECO 92 en Rio de Janeiro donde APC también ofreció sus servicios, hoy APC aporta al diálogo para la planificación en red de la Conferencia sobre Derechos Humanos. Esta red es un espacio vital para que las organizaciones de base participen en un proceso de Naciones Unidas del cual son rutinariamente excluidas.

La comunicación y el rápido intercambio de información a través de las redes electrónicas son elementos vitales para quienes se dedican a conseguir la liberación de presos políticos, la reforma de las políticas gubernamentales y la protección global de las personas en peligro por ejercer sus derechos. Ahora, organizaciones tales como Amnistía Internacional, Human Rights Watch, y la American Friends Service Committee usan activamente la red APC para divulgar información urgente y comunicarse con rapidez.

Hacia una Declaración de Viena sobre los Derechos Humanos

Los temas actualmente en debate pueden agruparse en dos grandes categorías. 1) Algunos países asiáticos desean abordar el tema derechos humanos desde una perspectiva colectiva, mientras que otros prefieren destacar los aspectos individuales. Los derechos colectivos incluyen el derecho a la autodeterminación, la eliminación de la ocupación foránea, el racismo, la xenofobia y todas las formas de discrimen racial incluyendo el apartheid. 2) Otros países y organizaciones prefieren priorizar las necesidades de los grupos más vulnerables tales como las mujeres, los niños, los perseguidos, los viejos y los abusos individuales como la tortura, las desapariciones y los asesinatos.

Los Estados miembros de las Naciones Unidas probablemente firmen una "Declaración de Viena sobre los Derechos Humanos", al final de la Conferencia, en la que se bosquejará el trabajo futuro de las Naciones Unidas para la promoción y protección de los derechos humanos.

Los servicios de APC en Viena

En el Austria Center de Viena donde se realizará la Conferencia, entre el 10 y el 25 de Junio, la red APC instalará un centro de comunicaciones gratuito y ofrecerá diariamente talleres en cuatro idiomas. El centro APC está diseñado para facilitar la interacción de los participantes entre sí y con el mundo externo. El Centro APC permitirá también el acceso a los bancos de datos internacionales sobre derechos humanos. Los servicios ofrecidos incluirán el correo electrónico, acceso a carteleras electrónicas, envío y recepción de documentos entre organizaciones no gubernamentales de todas partes del mundo, algunos servicios de fax y acceso en línea al calendario de eventos y otra información específica sobre la Conferencia.

APC también creará las condiciones para la formación de una red permanente en línea que mantendrá las comunicaciones entre los participantes después de la Conferencia cuando comience el arduo trabajo de seguimiento. El trabajo de APC permitirá el establecimiento de una comunidad de activistas de derechos humanos, vinculados electrónicamente, para que puedan trabajar en conjunto y unir sus modestos recursos para extender la energía generada durante la Conferencia y para hacer escuchar sus voces con mayor eficacia en favor del cambio.

Para prepararse para la Conferencia de Viena, para participar en las conferencias en línea, para inscribirse en la red APC o para cualquier información adicional contacte:

APC Networks
18 De Boom Street
San Francisco, California 94107, USA
Tel. (415) 442 0220 - Fax (415) 546 1794
E-Mail: apcadmin@apc.org

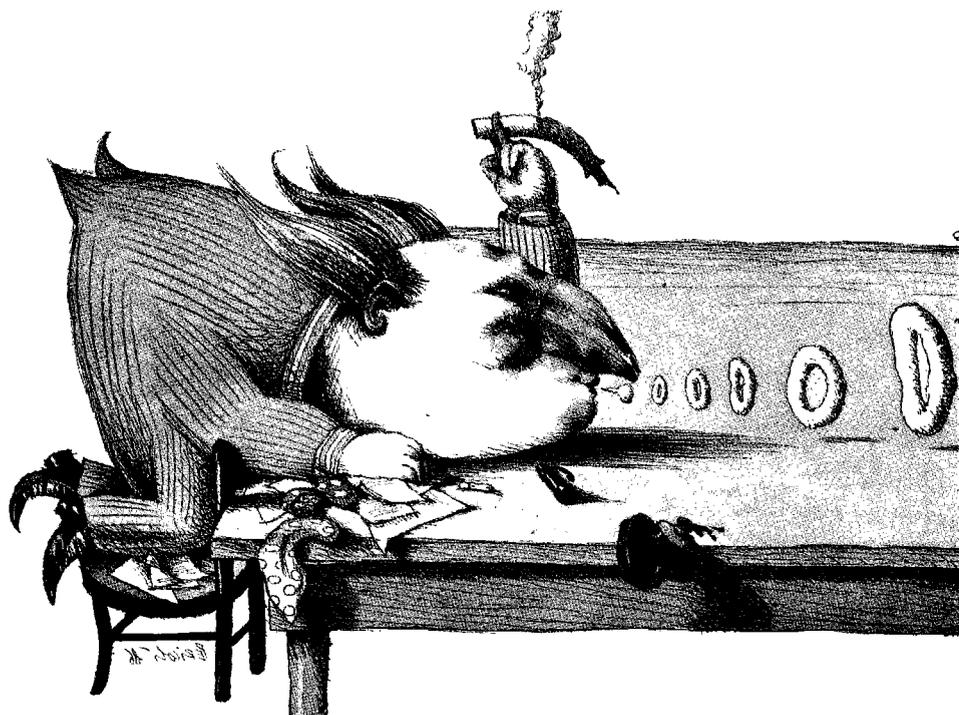
nuevas variables adquieren más importancia en relación a los medios de transporte y de comunicación tradicionales. Las redes electrónicas de comunicación por computadora son análogas al sistema nervioso de los países desarrollados. La gran mayoría de las transacciones económicas y de conocimientos se realizan a través de estos medios.

El desarrollo relativo de los países depende no sólo de los recursos económicos disponibles sino también de contar con la información adecuada para la toma de decisiones y para alimentar el proceso educativo. Una vez más se abre una brecha entre los países más ricos y los aún en vías de desarrollo. Pero también podemos trabajar activamente para que la tecnología no sea un elemento que distancie estos mundos sino una herramienta que los acerque.

Cuando hablamos de "tecnología apropiada" imaginamos biodigestores, bombas de agua simples y otros sistemas que, si bien pueden producir importantes resultados a nivel local, difícilmente pueden tener impacto en la economía o en el proceso de desarrollo de un país. Sería mejor que habláramos del uso apropiado de la tecnología. Es decir de cómo hacer para que la tecnología se transforme en una herramienta, muchas veces de bajo costo, que facilite el proceso de desarrollo. Este es un concepto que las economías emergentes del lejano oriente han asimilado con eficacia.

En este contexto el PNUD ha sido siempre receptivo a las inquietudes de los países que requieren apoyo para la introducción de nuevas tecnologías para sus procesos de desarrollo. Es nuestra responsabilidad apoyar a los países de la región para que cuenten con las herramientas adecuadas para integrarse a las redes de comunicaciones mundiales y prepararse entonces para el reto de los años venideros.

El tema de los sistemas de comunicaciones por computadora es de importancia estratégica ya que permite la integración con las redes existentes en otros países y con los centros de excelencia mundiales. Nos encontramos en este momento en una encrucijada y es indispensable que los países que cuentan con menos recursos encuentren soluciones apropiadas para que puedan



participar de los beneficios que brindan las redes de comunicación, ya que ellos son los que más pueden aprovechar la integración a los centros de excelencia mundiales y con el acceso a la información existente en las redes.

Si bien las redes de comunicación por computadora han mostrado ser de gran provecho para los países desarrollados, ellas lo son aún más para los países que cuentan con limitados recursos e infraestructura de telecomunicaciones, ya que a veces los investigadores de nuestros países no cuentan con fondos suficientes para adquirir publicaciones especializadas, participar en conferencias y otros eventos internacionales. A través de las redes estos investigadores pueden interactuar con sus homólogos más ilustres y participar de la más reciente evolución mundial en sus áreas de interés.

El PNUD está convencido de que la utilización creativa de las redes de comunicación por computadoras incorporará nuevas formas de trabajo. En la gran mayoría de los casos se considera prácticamente indispensable que el proceso de transferencia de tecnología y de conocimientos requiera necesariamente que los individuos se tengan que trasladar físicamente de un lugar a otro, transportando sus conocimientos. Por otro lado, en los países desarrollados el

trabajo de investigación ya no se lleva a cabo exclusivamente en la oscuridad de los laboratorios sino también a través de un proceso de discusión colectivo en las redes académicas de computadoras. Este mecanismo permite la interacción entre individuos con intereses comunes trascendiendo las limitaciones espaciotemporales, representando en la práctica un espacio de debate permanente, el equivalente de una conferencia especializada que se prolonga en el tiempo y en la cual todos los interesados pueden participar sin limitaciones de tiempo y cada uno de acuerdo a su propia disponibilidad. No se quiere quitar importancia a los contactos personales, más bien se buscan mecanismos que permitan prolongar estos contactos sin interferir con los compromisos profesionales y personales de cada uno de ellos.

Tampoco hay que olvidar la relevancia que estos medios pueden tener en los procesos educativos. Por primera vez nos encontramos con un medio en el cual el receptor no recibe la información de manera pasiva sino que existe la posibilidad de interactuar con los que la originaron y con el público, como ocurre en las conferencias en vivo.

Debemos pensar también en el potencial que estos sistemas tienen como mecanismos de democratización de procesos de decisión tradicional-

NODOS - AMERICA LATINA

ARGENTINA - ATINA

Departamento de Ciencias de la Computación
Facultad de Ciencias Exactas
Universidad de Buenos Aires
Buenos Aires, ARGENTINA

BOLIVIA - BOLNET

Avda. Mariscal Santa Cruz No. 1175, 3er piso
Facultad de Ingeniería Electrónica
La Paz, BOLIVIA
Tel: +591(2) 359-585
E-mail: antonio@unbol.bo

BRASIL - ALTERNEX

Rua Vicente de Souza 29
22251 Rio de Janeiro, BRASIL
Tel: +55(21) 286-0348
Fax: +55(21) 286-0541
E-mail: suporte@ax.apc.org

COSTA RICA - HURACAN

Fundación Nahual
Apartado 1121-1101
San José, COSTA RICA
Tel: +506 244-734
Fax: +506 242-994
E-mail: nahual@huracan.cr

COSTA RICA - BITNET

Centro de Informática
Universidad de Costa Rica
San José, Costa Rica
E-mail: jporras@ucrvn2.bitnet

CUBA - TINORED

Palacio Central de Computación
Reina #2 esquina Amistad
Centro Habana, Ciudad Habana, CP 10020,
CUBA
E-mail: carlos@tinored.cu.apc.org

CHILE - CHILENET

Departamento de Ciencias de la Computación
Universidad de Chile
Avda. Blanco Encalada 2120
Santiago, CHILE
Tel: +56(2) 92736
E-mail: postmaster@uchile.cl

ECUADOR - ECUANEX

Av. 12 de octubre 622 y Patria, Edificio
Bossano, Of. 503
Casilla 17-12-566,
Quito, ECUADOR
Tel: +593 (2) 528-716
Fax: +593 (2) 505-073
E-mail: intercom@ecuanex.apc.org

MEXICO - BITNET

Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de
Monterrey
Campus Estado de México
Dirección de Informática
Apartado Postal 214
53100 Ciudad Satellite
Estado de México, MEXICO
E-mail: fherrera@vntecmex.bitnet

NICARAGUA - NICARAO

CRIS
Iglesia Carmen, 1 cuadra al lago
Detrás del Estadio
Apartado Postal C-153
Managua, NICARAGUA
Tel: +505(2) 26228
Fax: +505(2) 26180
E-mail: support@ni.apc.org

PERU - RED CIENTIFICA PERUANA

Av. del Ejército 1870
San Isidro - Lima - PERU
Tel: (51-14) 461695/368989
Fax: (51-14) 360140
E-mail: js@rcp.pe

REPUBLICA DOMINICANA

Oficina REDALC Unión Latina
Apartado Postal 2972
Santo Domingo
REPUBLICA DOMINICANA
Tel: (1 809) 535 2422/(1 809) 535 6614
fax: (1 809) 535 6646
E-mail: pimienta@daniel@redid.org.do

URUGUAY - CHASQUE

Instituto del Tercer Mundo
Casilla Correo 1539
Montevideo 11000, URUGUAY
Tel: +598(2) 496-192
Fax: +598(2) 419-222
E-mail: apoyo@chasque.org.uy

VENEZUELA - CONICIT

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y
Tecnológicas. (CONICIT)
Av. principal de la Cortijos de Lourdes,
Edificio Maploca I, Los Ruices.
Apartado Postal 70617
Caracas, Venezuela
Tel: (+58-2) 239-8344
Fax: (+58-2) 239-8677
E-mail: ivaldes@conicit.ve

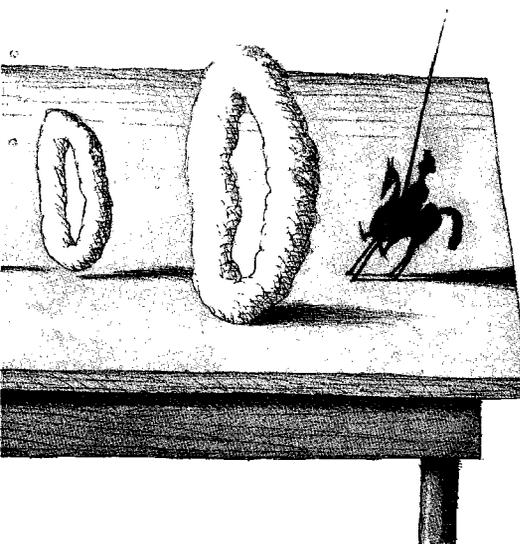
OTRAS ORGANIZACIONES DE IMPORTANCIA

INSTITUTE FOR GLOBAL COMMUNICATIONS -

IGC
PeaceNet/EcoNet/ConflictNet
18 De Boom Street
San Francisco, California
EE. UU. 94107
Tel: +1(415) 442-0220
Fax: +1(415) 546-1794
E-mail: support@igc.apc.org

ASOCIACION PARA EL PROGRESO DE LAS

COMUNICACIONES - APC
Secretaría General
Rua Vicente de Souza 29
22251 Rio de Janeiro, BRASIL
Tel: +55(21) 286-0348
Fax: +55(21) 286-0541
E-mail: apcadmin@ax.apc.org



Humo en los ojos, Tullio Pericoli, Italia, 1986

mente centralizados. Un claro ejemplo se ha dado en el proceso de organización de la conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (UNCED). Entonces por primera vez las informaciones relacionadas con los trabajos preparatorios en el marco de las comisiones de las Naciones Unidas se distribuyeron en tiempo real a diferentes partes del mundo. Esto permitió una eficaz interacción de los grupos nacionales interesados en los temas tratados y sus gobiernos, en un genuino proceso democrático.

Ha sido un honor apoyar la creación y el desarrollo de un gran número de iniciativas de redes en la región latinoamericana complementando el esfuerzo cooperativo que estas instituciones están llevando a cabo a nivel nacional con el apoyo de organismos internacionales que están actuando de manera sinérgica para el logro de objetivos comunes.

Cada país requiere una solución adecuada a su realidad. Sólo los especialistas nacionales con los conocimientos necesarios estarán en condiciones de determinar los caminos a seguir en su país. Es sumamente importante apoyar iniciativas orientadas hacia la capacitación de recursos humanos. Esta es una tarea indispensable para el éxito de las iniciativas de creación e integración de redes en la región. *

REDES ELECTRONICAS Y PERIODISMO TRANSNACIONAL INVESTIGATIVO



La gran oreja, Tullio Pericoli, Italia, 1981

Para el común de los mortales la transfronterización de los medios es un asunto de Televisa, CNN, TeleVen y otros gigantes de las comunicaciones. Con la apertura y consolidación de las redes y el correo electrónico, este acceso privilegiado cambia y las fuentes globales y los bancos de datos dispersos se abren con oportunidades inéditas al nuevo periodista en gestación, y al ciudadano o la ONG que tiene y necesita información para promover la justicia y el cambio. El periodismo transnacional no es más un juguete de los medios privilegiados por su tamaño y sus recursos.

Las redes electrónicas están tejiendo un sistema de información a través del mundo que conecta directamente a las personas entre sí. Se trata de un sistema para la "interacción de la gente", cuya operación y riqueza informativa aún el periodismo no descubre plenamente.

A comienzos de febrero del 93 el presidente Bill Clinton dijo que en su política mundial también pensaba tener como referencia el lema de su campaña: "people first", la gente primero.

La Concertación Democrática logró el poder en Chile, en 1990, con el lema "gana la gente". Y fue un enorme movimiento de personas, entusiasmadas por ganar a lo menos una batalla contra la corrupción, la que actuó en Brasil para expulsar a Collor de Melo.

El tema de "la gente", o la sociedad civil, se ha instalado con fuerza en los nuevos sistemas de relaciones emergentes al término de la Guerra Fría. Más allá de la seguridad de los Estados -y el enorme armamento acumulado en función de ese fin- ha entrado en la arena internacional el debate por la "seguridad de las personas".

¿Qué significa esto para el periodismo, tan marcado en su quehacer por la búsqueda de actores concretos y fuentes precisas de información? Seguir los acontecimientos reuniendo datos y haciendo preguntas a presidentes, ministros o altos funcionarios en la puerta de la Casa Rosada, La Moneda o el Palacio Pizarro ha sido tarea habitual para el periodismo de nuestros países. Lo mismo pasa en la relación de periodistas y parlamentarios dentro de los palacios legislativos.

Pero la otra realidad, aquella dispersa entre múltiples intereses dentro de la sociedad, se hace difícil de seguir y compleja de entender en su totalidad.

En un estudio sobre las noticias internacionales en la prensa latinoamericana

FERNANDO REYES MATTA, trabaja en el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET) en Santiago de Chile. Es autor de *Las agencias internacionales de noticias en la prensa latinoamericana*, actualmente en prensa en Madrid

durante 1992, aún en procesamiento, se constata que de 12.045 notas informativas publicadas un 28% corresponde a jefes de estado, funcionarios de gobierno y militares; el 26% a los deportistas; un 12% a artistas y celebridades, como rubros más significativos. Los grupos de presión alcanzan el 2% y los particulares el 4%.¹

Tales cifras no sorprenden. Sin embargo, el periodismo latinoamericano vive el desafío de la modernidad, lo cual significa empezar a "investigar" las realidades subyacentes en nuestras sociedades. Un periodismo que más allá de las preguntas clásicas desde las cuales construir la noticia, se postule un material rico en tres dimensiones: Dato - Relato - Contexto.

Es en esa perspectiva donde las Redes Electrónicas pueden convertirse en una "nueva fuente esencial de la noticia". Ellas son parte de una nueva geografía cultural, en la cual gente de diversos lugares del mundo constituye su "comunidad de interés". Un ejemplo evidente se dio antes y durante la Conferencia de Río sobre Medio Ambiente.

Comunicación transfronterera

América Latina vive una creciente "transfronterización" de sus procesos comunicativos. Ese es el nuevo ambiente comunicacional dentro del cual las redes electrónicas están constituyendo su propia cultura de diálogo e interacción informativa.

La transfronterización tiene a la televisión como fenómeno principal, pero no escapan a ella otras realidades como la prensa y las estrategias de publicidad. Este es un proceso que se sostiene en dos hechos claves desde comienzos de esta década: la fuerte expansión de la transmisión Directa Vía Satélite (DBS, en inglés) y el gran desarrollo de la televisión por cable, tanto legal como ilegal.

Es gracias a la inauguración de las transmisiones de *Televisión Española Internacional*, a fines de 1988, hacia América Latina, de *ECO* (o *GALA*) desde *Televisa México*, casi en igual fecha, más la distribución a países vecinos de *TV Nacional* de Chile, de *Globo* y *Bandeirante*, de Brasil, de *Telegen*, de Venezuela, que este proceso de cruce de fronteras y simultaneidad ha transformado los consumos de imágenes en

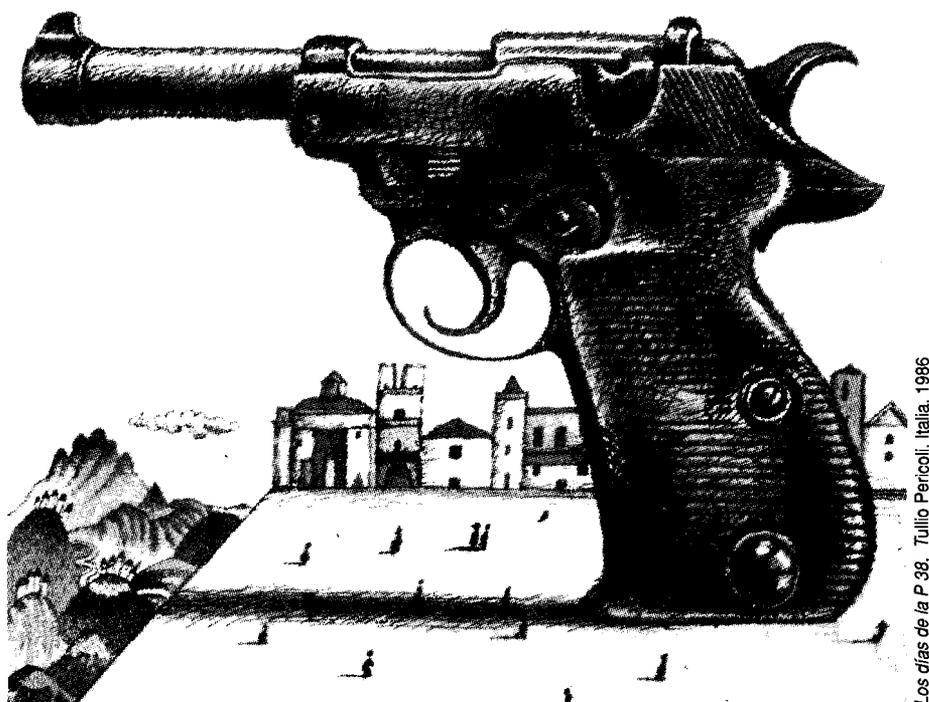
La contracara de ese fenómeno de transfronterización de los grandes medios y sistemas es la creciente vinculación de las redes, donde se conectan las ONG's y los movimientos sociales de distinto signo y preocupaciones tanto del Norte como del Sur.

América Latina, con efectos múltiples en los medios de la región, tanto en el campo electrónico como escrito.

"Las barreras tradicionales están siendo eliminadas en América Latina con la expansión del DBS en inglés, español y grandes cadenas de Azcárraga, en México, y Cisneros, en Venezuela "quienes a su vez están expandiendo sus empresas más allá de su área nacional" señaló *Variety*, en su Global Report sobre América Latina.²

La mayor presencia de producción informativa transfronterera puso al periodismo frente a la gran disyuntiva que le marcará en su desarrollo de los años 90: la interrelación entre un proceso expansivo de cultura global con las manifestaciones propias de una cultura local.

Algunos medios de la llamada "gran prensa" han reaccionado ante la nueva situación. Desde el 5 de Abril de 1992 inició sus tareas el "Grupo de diarios de América", integrado por *La Nación* (Argentina), *El Mercurio* (Chile), *El Tiempo* (Colombia), *El Comercio* (Ecuador), *El Comercio* (Perú) a los cuales se han agregado otros periódicos recientemente. El acuerdo del grupo establece la publicación simultánea de un reportaje hecho por alguno de los miembros del acuerdo. A la vez están promoviendo un mercado común publicitario. Al momento de iniciar sus trabajos, los cinco diarios sumaban un total de



Los días de la P 38, Tullio Pericoli, Italia, 1986

Decenas de miles de periodistas buscan las noticias en los corredores de los ministerios, los palacios presidenciales y los camerinos de los deportistas del momento. Pero la otra realidad, aquella dispersa entre múltiples intereses dentro de la sociedad, entre los ciudadanos y sus organizaciones sociales, se hace difícil de seguir y compleja de entender en su totalidad. Las redes electrónicas pueden abrir esas fuentes al periodismo cotidiano.

860.000 ejemplares, según cifras del Anuario Iberoamericano 1991.

A todo este proceso no son ajenas las Agencias de Publicidad. McCann-Erikson Worldwide, la agencia de mayor presencia en América Latina (facturó US\$5.650 millones en 1991, con ganancias brutas de US\$85 millones) realizó una reunión en junio de 1992, para diseñar las estrategias de manejo de cuentas transfronterizas.

"Desde ahora estamos pensando en las estrategias latinoamericanas, para un continente que regionaliza sus economías. Tendremos una oficina en São Paulo a cargo del Mercosur, Ciudad de México atenderá ese país y Centro América, Caracas dirigirá el Pacto Andino y estamos pensando abrir otras oficinas en Santiago para otros acuerdos regionales" señaló Jens Olesen, vicepresidente ejecutivo de McCann y director regional para América Latina y el Caribe.³

La otra información: nuevos desafíos y oportunidades

La contracara de ese fenómeno de transfronterización de los grandes medios y sistemas es la interrelación de las redes, en las cuales se vinculan las ONG's del Norte y el Sur, y los movimientos sociales de distinto signo y preocupaciones.

Diversos acontecimientos y conferencias globales están poniendo a prueba la capacidad de las redes para mover "la otra información". Vivimos el año de los pueblos indígenas. Las Conferencias Mundiales sobre Derechos Humanos, Población y de la Mujer están en la agenda de estos dos años. Y al comenzar 1995 tendrá lugar la Cumbre Mundial para el Desarrollo Social. Un encuentro equivalente a lo que fue la cumbre sobre el Medio Ambiente, pero dedicada a la pobreza y el desempleo como focos esenciales.

La realización de estos encuentros movilizará el pensamiento de las organizaciones sociales y pondrá en marcha un "lobby electrónico" de alta influencia.

Ello determina la necesidad de acercar a los periodistas en su práctica hacia estos recursos electrónicos. Hacerles ser parte de las redes, buscar en ellas, vivir en medio del diálogo social allí expresado. Las redes son formas nuevas de la

institucionalidad democrática que los periodistas latinoamericanos aún no descubren plenamente.

El cambio tecnológico es mucho más que "tirar la máquina de escribir por la ventana", se dijo en un seminario sobre "Nuevas Tecnologías y Periodismo" organizado por el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, ILET, en 1989. A partir de allí se han identificado desafíos objetivos para expandir la práctica periodística:

- Saber buscar los datos para "vestir" la noticia, sea en los bancos de noticias del Norte o del Sur, en bases propias o ajenas.
- Recuperar la capacidad de indagación, relación y análisis de la actualidad, perdida entre las limitaciones impuestas por la censura y un sistema productivo de competitividad superficial.
- Expandir las fuentes de la noticia, segmentando los "sectores de la actualidad" y los actores y bases de información que los respaldan.
- Descubrir el enorme potencial informativo de las "redes ciudadanas" (en especial las ligadas a las ONG's) construidas vía computadores en torno a grandes temas de interés global (ejemplos, la ecología, la vida urbana, el armamentismo, la salud) y su acción por encima de las fronteras.
- Construir la relación entre "élites políticas" y ciudadanía, cada vez más distante como consecuencia de la "videopolítica" en que han caído los dirigentes durante la democracia.

Las redes constituyen una forma real y moderna de comunicación alternativa. Pero más que eso, constituyen una profundización de la democracia para la cual el periodismo tiene una asignatura pendiente. ●

REFERENCIAS

1. Reyes Matta, F. (1993), *Las agencias internacionales de noticias en la prensa de América Latina*, Madrid (en prensa).
2. Variety. (1992, marzo 23), N. York, Estados Unidos, *Global Report: The Latin America*.
3. Advertising Age (1992, abril 27), N. York, Estados Unidos, *Shops see unity of Latin America*.

RIUS para principiantes

Eduardo del Río - Rius - ha estado con nosotros durante más de tres décadas haciéndonos reír y pensar, sacando la ira a flor de piel con sus caricaturas.

Quizá Rius sea el cartonista más ideológicamente comprometido y más intencionalmente didáctico. Incursionó con éxito y perseverancia en el humor pedagógico como ningún otro dibujante latinoamericano. A pesar de todo lo ocurrido políticamente desde que se inició en su oficio, Rius parece no haber cambiado tanto y tampoco se siente ni sorprendido ni defraudado por lo sucedido con los portaestandartes del socialismo real. Paradójicamente para alguien que vincula con tanta vehemencia el humor y la historia, la angustia siempre detrás de la risa con la injusticia social, los temas de fondo del caricaturista latinoamericano siguen siendo los mismos y siguen siendo tan válidos hoy como hace 35 años: la injusticia, la corrupción y, probablemente, la vivísima y arrogante idiotéz de la humanidad. La entrevista con Rius la realizó Gino Lofredo por fax entre Quito, Ecuador y Cuernavaca, Morelos, México.



Chasqui: Muchos te conocimos hace unos 20 años a través de tus libros. Recuerdo una vez que terminamos usando "Marx para principiantes" en un grupo de estudio para latinoamericanos que vivían en Brooklyn. El manual de Marta Harnecker y los textos de Marx eran demasiado densos para los compañeros que llegaban cansados del trabajo. Tu libro sirvió para alivianar el ambiente. Tendrás muchas anécdotas sobre el uso de tus libros en esa época en que las verdades parecían estar siempre al alcance de la mano...

Rius: Uno de los serios problemas que me han traído mis libros, además de las ediciones piratas, ha sido el que mucha gente los tome en serio, e inclusive que lleguen a creer que son portadores de la VERDAD, que es como sentir encima de uno una losa del caraxo. Empiezan a verme como un gurú encaminador de almas, y eso se vuelve una responsabilidad enormísima.

Una de mis mayores satisfacciones ha sido cuando en Nicaragua, de boca del mismo Tomás Borge, me enteré que los sandinistas se habían educado en el marxismo y otras subversiones con mis libros e historietas... o que el mismo Fidel Castro tiene encargado a alguien en México que le haga llegar lo que publico. O cuando en alguna feria de libros se acercan gentes de condición humilde, obreros o campesinos, a que les firme algún libro que ya parece pergamino de tanto que ha sido leído.

Parece que hubiera transcurrido un milenio desde entonces. ¿Qué sentiste cuando se disolvió la URSS y los símbolos de esos héroes fueron desmantelados, las estatuas de Marx y Lenin derrumbadas por un pueblo cansado de mentiras?

Bueno, la verdad es que yo esperaba (y deseaba) que hubiera cambios en la URSS y sus sucursales, pero no creí que llegaran a tanto las perestroikas y glassnots (parece nombre de helado). En realidad no me agarraron los cambios con los pantalones en la mano, como a tantos compañeros de viaje. Los veía venir, pero nunca pensé que se fueran hasta la cocina. Inclusive hice la primera parte de un libro (*La Perestroika*) con la idea de hacer la segunda en los meses siguientes, pero ya no me dio tiempo. Cuando quise salir a la URSS resultó que ya no existía más que en los mapas de antaño.

Otro de tus personajes era el Tío Sam, la perenne personificación del imperialismo norteamericano. Hoy México está más estrechamente vinculado a Estados Unidos que en cualquier otro momento histórico. ¿El Tío Sam sigue siendo el malo de la película?

Para consuelo de los caricaturistas de todo el mundo, y especialmente los cubanos, el Tío Sam sigue siendo el malo de la película y pienso que lo seguirá siendo por mucho tiempo, lo que nos garantiza temas permanentes para nuestros cartones. Lo mismo va para el PRI, la no tan santa madre Iglesia y *Televisa*. Sin ellos no tendríamos trabajo muchos caricaturistas.

Tu personaje campesino de poncho y sombrero también ha cambiado. Desde afuera podríamos pensar en un ser mucho más complejo. Alguien que mezcla el castellano con el inglés. Alguien que se pasa la mitad del año trabajando en el norte, en las maquilas, o en Los Angeles o Chicago. O quizás alguien que recibe sus noticias por televisión no mirando a *Televisa* sino a Jorge Gestoso de *Telemundo/CNN*. ¿Cómo lo dibujarías hoy a ese mexicano arquetípico? ¿Cómo dibujarías al Tío Sam post-moderno?

Al parecer los mexicanos, o México mejor dicho, ha desarrollado en el curso de los siglos una capacidad de absorción de influencias extranjeras asombrosa. Es algo como las plantas carnívoras que dejan entrar al bichito y luego lo envuelven en miel y se lo comen. En donde sí creo que nos ha fallado es con la televisión, que está cambiando negativamente la mentalidad del mexicano (como creo que está pasando en medio mundo) y lo está convirtiendo en un analfabeto mental, consumista, violento e imposibilitado de pensar por sí mismo. Lo cual viene a ser materia prima abundante para quienes vivimos criticando a la sociedad.

Los grandes temas y las grandes causas parecen haber sido sustituidos por reivindicaciones más modestas. ¿No te priva esto de temas para los dibujos? ¿Cuáles son los conflictos que alimentan el humor de hoy? ¿Se sostienen los conflictos sociales o la tragedia y la ironía se desplazan hacia el espacio individual?

Pues, mientras sigamos formando parte del Tercer Mundo subdesarrollado y ajeno a la democracia, seguiremos teniendo los mismos tiros al blanco que en el pasado: la corrupción, la injusticia, la estupidez de los dizque gobernantes... en fin, todo lo que nos hace diferentes a los marcianos o venusinos. Las cosas cambian, pero el ser humano sigue siendo el mismo atorrante de siempre, como dicen los argentinos atinadamente. Y la gente se ríe de lo mismo, porque los que trabajamos para hacerla reír medio sabemos eso: que el hombre, la mujer y los tan en boga hermafroditas siempre serán iguales.

Tú impulsaste y con bastante éxito la caricatura didáctica. Hay mucha gente intentando incorporar este género a actividades de desarrollo, de prevención, y demás. Pero la mayoría de estos intentos no logran sus objetivos. ¿Es posible hacerlo? ¿Cómo incorporar los objetivos sociales al modelo del cómic humorístico o de aventuras?

Siento que eso es precisamente lo que más trabajo me ha costado lograr -y finalmente no sé si lo haya logrado- el unir una intención didáctica a la historieta. Creo que la fórmula está en utilizar el humor lo más posible. He visto surgir y morir docenas de imitadores, pero desgraciadamente muy pocos han logrado sobrevivir, y creo que es por un mal manejo del humor. Varios amigos me han dicho que mi NO paso por las aulas universitarias (igual que mi cuate Fontanarrosa, sólo tengo certificado de 5o. año de primaria) es definitivo en mi





trabajo, pues NO sé manejar un lenguaje "culto". Aunque he tratado de cultivarme por mi cuenta, leyendo como loco y estudiando lo más a fondo posible el tema a tratar en libros o historietas. Esto sería cosa de algún estudio serio: he notado que los mejores humoristas gráficos en el mundo, son gente que se preocupan por leer y saber de todo. Los caricaturistas bohemios ya pasaron a la historia. Ahora hay que estar bien preparado para poder competir.

¿Cómo te afectaron los cambios ocurridos en los medios de comunicación en la última década o dos? ¿Hasta qué punto el video, el audiovisual, la transnacionalización de toda la cultura le cierra el paso al caricaturista, al humorista gráfico, al escritor, al periodista tradicional?

Hasta ahorita no me han afectado, al contrario. Tecnológicamente sólo he incorporado a mi trabajo la copiadora y el fax, pero estoy pensando seriamente en tocar la puerta de la cibernética y hacerme de una computadora.

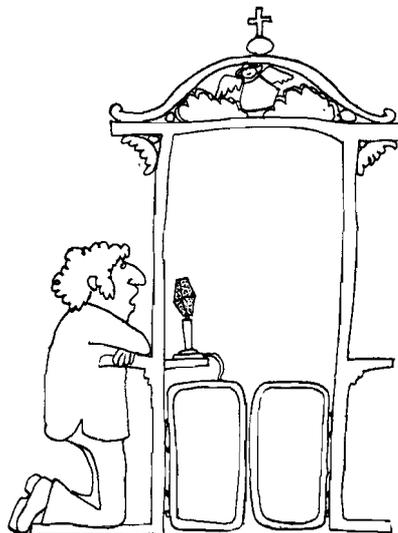
Tus libros y tus dibujos circulaban mucho en Cuba. Hoy ellos no tienen papel ni para publicar el *Granma*. ¿A dónde va la Revolución? ¿Qué significa para la América Latina del fin del siglo?

En Cuba nunca editaron ningún libro mío, excepto el de la historia del cómic (*La vida de cuadritos*) y lo hicieron censurando el libro y eliminando 6 ó 7 pági-

nas que no les gustaron por razones dogmáticas. Desgraciadamente la Cuba de hoy no tiene ya nada que ver con la que yo conocí, reseñé y defendí como loco. Los cubanos son un poco como los españoles: intolerantes, apasionados y cerrados, y nunca van a reconocer que están equivocados y que su "socialismo" es científico, pero de ciencia-ficción. Creo que finalmente la historia no absolverá a Fidel si sigue como va.

¿Tienes hijos? ¿Qué hacen y qué piensan ellos? ¿Qué puentes quedaron en pie entre estas dos generaciones?

Tengo una hija, ya de 25 años, que ha resultado muy buena diseñadora grá-



fica, pero fuera de esa "hermandad", piensa totalmente diferente a mí, política, filosófica y gastronómicamente. Yo soy vegetariano y ella come carne. Pero nos llevamos muy bien.

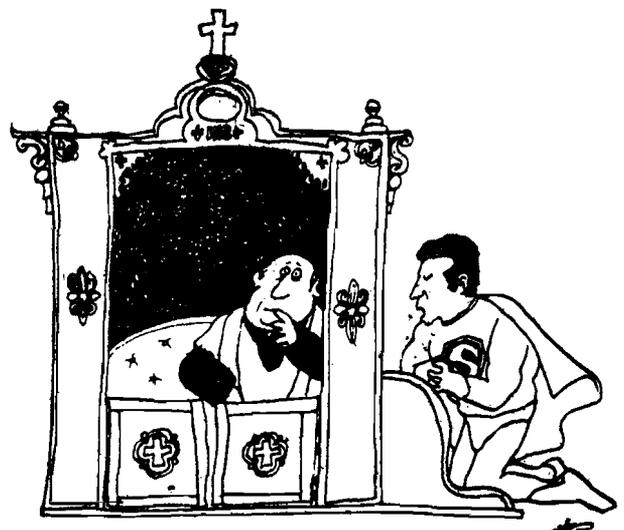
He notado que hay mucha simpatía y solidaridad entre los caricaturistas, más que entre otras profesiones y géneros de la comunicación. Tú nos sugeriste a Naranjo y Flores como más merecedores de atención que

vos mismo. ¿Te mantienes en contacto con los colegas? ¿Hay un estado de ánimo compartido entre ustedes?

Los caricaturistas somos algo así como la Internacional Comunista. La que sí funcionó. Al menos para los que ingenuamente seguimos considerándonos de izquierda. A cualquier país que viajemos, sabemos que podemos encontrarnos con colegas-amigos y, aunque sea la primera vez que nos vemos, nos tratamos como viejos amigos, porque compartimos las mismas locuras y tenemos las mismas debilidades. Claro, con los colegas corruptos y derechistas (que hay pocos) nos saludamos por compromiso y sin ganas.

Latinoamérica genera excelentes caricaturistas. Sin embargo su trabajo, salvo excepciones, no se conoce mucho fuera de sus países. Mientras que cientos de periódicos latinoamericanos siguen reproduciendo tiras cómicas de Lorenzo y Pepita, Archie, Peanuts y ahora las Tortugas Ninja, no hay un circuito para el trabajo de los latinoamericanos. ¿Por qué sucede esto? ¿Cómo se podría superar?

Lo que dices es ciertísimo: Latinoamérica ha dado y sigue dando excelentes y hasta extraordinarios caricaturistas, pero son poquísimos los que han destacado a nivel mundial. Curiosamente, y esto también merecería un estudio más de buzo, han sido argentinos los que han alcanzado fama universal: Quino, Mordillo, Copi. No sé si



será porque los argentinos no se consideran indoamericanos, sino europeos, no se interesan para nada por lo que pasa o se publica en este continente dizque de la esperanza. Además y de pilón, la difusión de los cartones e historietas sigue estando en manos del Imperio (no en balde se llama KING FEATURES una de las más poderosas distribuidoras de tiras seudocómicas...)

En Estados Unidos y en Europa es ya de rutina tomar una tira cómica exitosa y pasarla al dibujo animado en series para televisión. ¿Por qué no ha sucedido esto con la producción latinoamericana? ¿Hay posibilidades de que suceda? ¿Conoces algún caso intentado?

Ese extraño fenómeno sólo se ha dado, que yo sepa, con Mafalda. Como te decía antes, nosotros no le interesamos ni un carajo al Imperio ni a Europa, y además el humor que manejamos generalmente va enfilado contra ellos, que son además quienes controlan cine y televisión, además de la prensa,

las revistas, los libros, el papel y la tinta, amén de otras dos mil cosas.

Sigue siendo difícil conseguir ediciones o compilaciones del trabajo de caricaturistas latinoamericanos. Hay excepciones como lo de Quino, o Fontanarrosa que saca Editorial de la Flor. Pero me parece que se pierde buena parte de la obra de muchos, sobre todo los que publican en los diarios. ¿Hay algún proyecto de editar toda esta producción dispersa en una colección especial? ¿Cómo se podría incentivar este proyecto? ¿Es factible?

Este es un problema de mercadotecnia editorial. Por lo general, las editoriales buscan protegerse la espalda editando sólo lo que saben que va a dejarles dinero y rara vez se arriesgan a lanzarse con caricaturistas que, aunque sean excelentes, no les garantizan una venta segura. Con Naranjo ha ocurrido ese fenómeno. Es un caricaturista extraordinario, pero sus libros casi no se venden, sepa Dios por qué.

¿Qué haces ahora? ¿Tienes algún proyecto en marcha? ¿Qué te hace salir de la cama por las mañanas?

Por el momento estoy trabajando en el diario *La Jornada* de México con una tira diaria y una página que simula un periódico, todo en broma, llamada *La Cornada*, donde no dibujo sino escribo. Además sigo trabajando libros -acabo de publicar *Puré de papas*, una historia del Papado Vaticano- y en mis ratos de ocio trato de pintar al óleo, pero serio. Mi proyecto inmediato es jubilarme el año que viene, cumpliendo 60 años de edad y 40 de hacer monigotes.

¿Qué piensas de los programas de humor que se producen en México para la televisión nacional y latinoamericana? El Chapulín Colorado. El Chavo del Ocho. ¿Qué piensas de las famosas telenovelas mexicanas que siguen captando mercados internacionales? ¿Es válido el género o es un desperdicio de su potencial?

No veo televisión con esas cosas, así que difícilmente podría dar una opinión digna de publicarse.

El asunto ambiental. Vives en Cuernavaca que aunque ya no es el pueblo idílico de los años cincuenta sigue siendo un paraíso comparado con el Distrito Federal. México sigue teniendo sitios naturales maravillosos y relativamente intactos, al mismo tiempo es en México donde parecen darse las catástrofes ecológicas más atroces. Pienso en las explosiones de Guadalajara, los niveles de contaminación urbana del DF y las condiciones de vida de millones en la metrópoli, y otros ejemplos. ¿Tiene salida este laberinto?

Como buen humorista que presumo ser, soy pesimista en grado extremo y dudo seriamente que el asunto ambiental tenga remedio, no sólo en México sino en todo el mundo. A este planeta ya no lo salvan ni 20 cumbres de Río, ni 689 resoluciones de la ONU, ni 7767 bendiciones papales, así sean en polaco o latín antiguo. Así que mejor vámonos a mensaje a los lectores, porque no soy telegrafista. Saludos sí y muchos. ☪

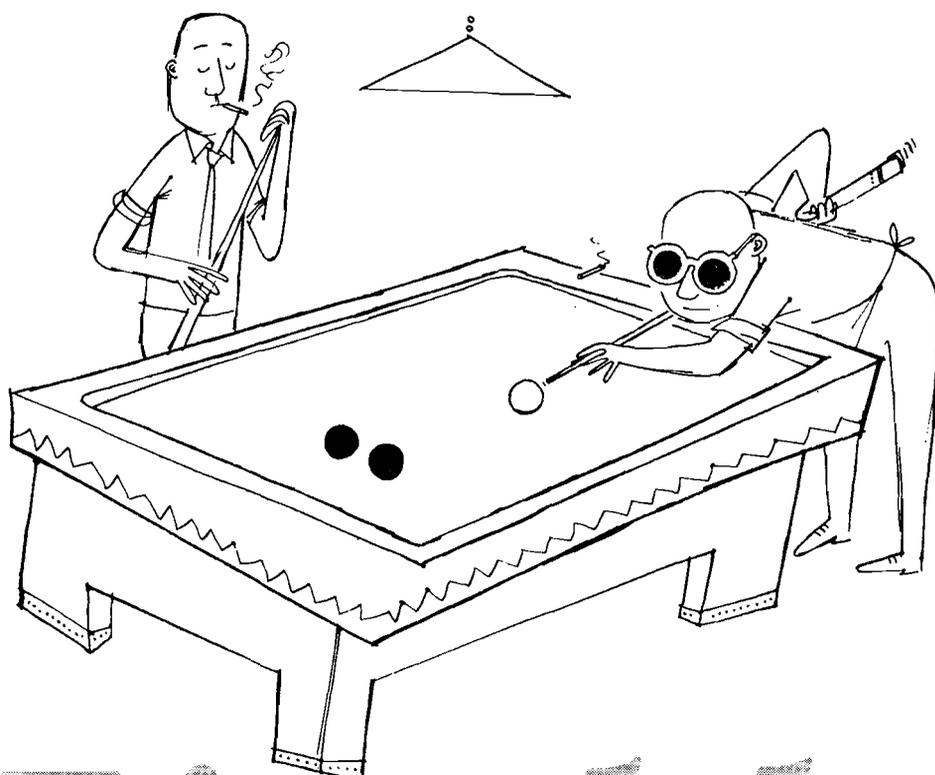


Y PARA TERMINAR, QUISIERA RECORDARLES A LOS PERIODISTAS CUBANOS QUE HASTA 1962 TUVIERON UNA PRENSA QUE PODÍA SER CATALOGADA COMO BUENA, CUANDO SE EDITABA "REVOLUCIÓN" (Y SU EXTRAORDINARIO SUPLEMENTO "LUNES DE REVOLUCIÓN") O LAS REVISTAS "EL PITIRRE" "CARTELES" O LA 1ª EPOCA DE "BOHEMIA".

ESE AÑO, FIDEL REGRESÓ DE LA URSS CONVENCIDO DE QUE EL MEJOR PERIÓDICO DEL MUNDO (SIC) ERA EL "PRAVDA", Y ACABÓ CON EL PERIODISMO CUBANO AL FUNDAR "GRANMA" EN SUSTITUCIÓN DEL EXCELENTE "REVOLUCIÓN" DEL EQUIPO DE CARLOS FRANQUI.

ASÍ ES LA VIDA, CABALLERO...

Mafalda
LA HABANA-CUERNAVACA.



Por la democracia y los niños de América

Durante la dictadura militar que gobernó Brasil entre 1964 y 1985, el humorismo se reveló como el instrumento más eficaz para sortear la férrea censura gubernamental, tendiendo un puente de complicidades, de sonrisas y guiñadas de cautelosa picardía entre la prensa amordazada y sus lectores ávidos de información. Sólo los caricaturistas de los grandes periódicos y el semanario satírico Pasquim lograban publicar sus críticas más o menos veladas a la dictadura y señalar las fallas del "milagro" brasileño. Esa complicidad con el lector, salpicada de códigos y sobreentendidos y alimentada por la unanimidad contra la represión, fue el secreto del éxito de Ziraldo Alves Pinto, quizás el más importante caricaturista brasileño de las últimas décadas.

Su fina sensibilidad para captar el sentir de la opinión pública y su habilidad para sortear el ojo avizor de los censores le permitieron descollar por aquellos años en las páginas del matutino carioca

RICARDO SOCA, es corresponsal de *El País* de Madrid y de otros medios internacionales en Río de Janeiro.

Jornal do Brasil, desde donde se erigió rápidamente como el más mordaz exponente de la sátira política brasileña.

Todos los días, Ziraldo enfrentaba el desafío de escoger con precisión el tema del chiste que estimulara el debate en los medios políticos, intelectuales y sindicales de todo Brasil. "El jefe de redacción me recomendaba que antes de hacer el dibujo buscara cada día estable-

cer de qué se hablaba en la ciudad", recordó el artista en una conversación que mantuvo con *Chasqui*, en su apartamento de Río de Janeiro.

Ziraldo, que acaba de cumplir 60 años, recuerda las investigaciones del trágico episodio ocurrido en 1981 en el pabellón de convenciones Riocentro, en Río de Janeiro, cuando una bomba explotó en las manos de dos militares

que se proponían atentar contra un acto de celebración del 1o. de Mayo. El gobierno ordenó una investigación castrense que terminó en un escándalo, al concluir, meses después, que los militares terroristas habían sido "víctimas de un atentado de izquierda". Al día siguiente, en medio del sentimiento de frustración nacional, el cuadrado diario de Ziraldo en *Jornal do Brasil* se resumía a un espacio en blanco, ocupado apenas por la expresión "Oh!". "Debido a la repercusión del *Jornal do Brasil*, aquel ataque tan simple fue célebre y el 'oh!' fue la comidilla de todo el país durante varios días. De alguna manera, había logrado captar el rumor de la ciudad y expresar de manera simple y directa el sentimiento de indignación nacional que conmovía el país", comentó. "Se dice que el humor es universal, pero en realidad lo universal es la risa, el humor depende de la cultura, de códigos y significados ocultos que varían de un pueblo a otro. Difícilmente una sátira nuestra haría reír a un esquimal", observó.

Ziraldo afirma que la dictadura fue un fermento vigoroso para el humorismo, no sólo por el generoso material proporcionado por los militares, sino también porque la unanimidad contra la dictadura favorecía la complicidad con el lector. "Es más fácil cuando todo el mundo está de acuerdo. Hoy, en cambio, una caricatura que ridiculice al Presidente de la República, por ejemplo, no va a resultar graciosa para sus partidarios", observa.

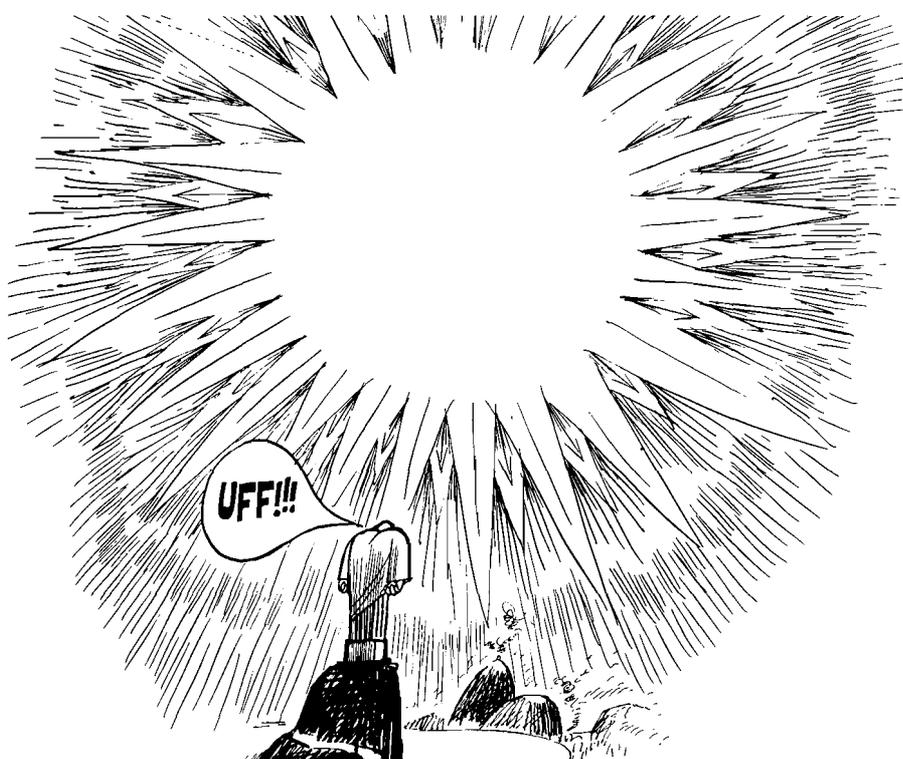
Ziraldo fue también uno de los fundadores del semanario satírico *Pasquim*, otro de los grandes hitos del humorismo brasileño durante la dictadura militar. "Fue lo mejor que hubo en Brasil en los años 70 en términos de creatividad, donde se consolidó el prestigio de Millor Fernandes, Jaguar, Paulo Francis, Ivan Lessa y todos esos monstruos sagrados del humorismo brasileño", observa Ziraldo. La historia de *Pasquim* ilustra la tesis de Ziraldo sobre los efectos "benéficos" de la dictadura sobre el humorismo. En efecto, *Pasquim* fue una de las publicaciones más importantes mientras duraron la represión y la censura. "Fue un frente amplio contra la dictadura. Con la distensión del comienzo de los años 80, se acabó la unanimidad y *Pasquim* comenzó a decaer. Los comunistas nos tachaban de gramscistas, los gramscis-

tas nos consideraban stalinistas, los del Partido Comunista do Brasil (disidencia pekinesa) decían que éramos revisionistas y para los hippies baudelaireanos éramos demasiado formalitos".

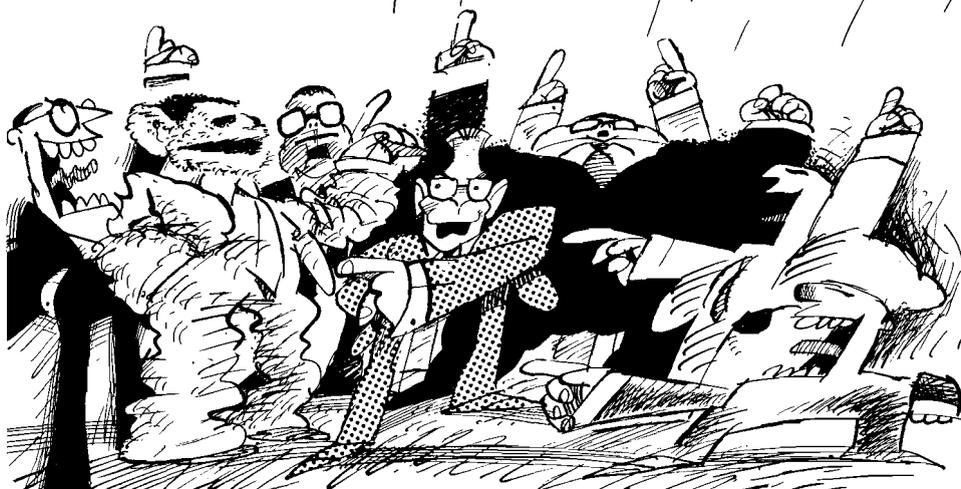
A pesar de haberse hecho famoso en todo Brasil por la maestría y creatividad con que incursionó en la sátira política Ziraldo confiesa que su verdadera vocación es la elaboración de cuentos para niños. Ha publicado hasta ahora 52 libros infantiles hechos totalmente por él como creador y artista gráfico: el texto, los dibujos, el diseño de la tapa y el arte final.

Antes de destacarse como caricaturista, Ziraldo ya había logrado lanzar la primera revista de cuadritos en colores con personajes brasileños: *Saci Pereré*. "Por aquellos tiempos, apareció por aquí un periodista chileno que quería editar una revista latinoamericana llamada *Condorito*, que me pareció que no funcionaría en Brasil", recuerda.

Saci Pereré, que llegó a circular con 150.000 ejemplares fue un producto de la euforia de un país que descubría su identidad nacional, afirma Ziraldo. "Brasil hervía en la ola de optimismo que siguió al gobierno de Juscelino Kubistchek, cuando teníamos la convicción de que íbamos a ser dueños de nuestro propio destino. Se acababa de crear Brasilia, se



BLA BLA BLA BLA BLA BLASIL!



construían represas hidroeléctricas gigantescas, nacía la industria automovilística, ganábamos campeonatos mundiales de fútbol. Creíamos que estábamos haciendo la gran revolución cultural brasileña, empujados por nuestra toma de conciencia como nación. *Saci Pereré* nació en los años del *cinema novo*, de la cultura de masas, de la poesía concreta, del teatro de vanguardia, del teatro político, de las reformas de base de Jango Goulart, la reforma agraria, la reforma urbana". La revista circuló hasta 1964, año del golpe castrense. "Los militares la consideraron subversiva", explica.

Ziraldo ya había sido humorista y caricaturista en la revista *O Cruzeiro*, que en los años 50 circulaba en español, divulgando la euforia brasileña por toda América Latina. No obstante, la escritora brasileña Rachel de Queiroz, dijo en cierta ocasión que Ziraldo es un autor de cuentos infantiles que, mientras fue necesario a la causa de la libertad "se prestó" a la sátira política. "Y creo que puede ser verdad, porque lo que me llevó a *Pasquim* y *Jornal do Brasil* fue una conciencia muy clara de que en mi país estaba todo por hacerse".

"En aquella época, los militares estaban torturando a mis amigos, algunos se iban a la guerrilla, yo perdía un amigo

hoy y tenía que esconder otro en mi casa mañana, no podía quedarme escribiendo libritos para niños, tenía que hacer un arte comprometido", explica. "Cuando comenzó la redemocratización de Brasil, de una manera natural fui orientándome otra vez hacia los libros infantiles. Mi primer libro para niños, un tratado sobre

los colores que se llamó *Flicts*, había salido ya en 1969 y fue traducido al español y premiado en varios países. *Flicts* era un color que yo inventé; tengo un autógrafo del astronauta norteamericano Neil Armstrong, quien confirma que la Tierra es *Flicts*. Podría haber seguido escribiendo libros infantiles, pero me pareció que en aquel momento no tenía otra opción, tenía que ir al *Pasquim*, y allá fui".

Después de esa época, "el iceberg se dio vuelta y lo que estaba escondido subió a la superficie". En 1982, Ziraldo publicó un nuevo libro infantil *O menino maluquinho*, que ya ha sido traducido al español y es conocido en Chile como *El Polilla*, en el Río de la Plata como: *El Pibe Piola*, en Madrid como *Cabeza de Chorito* y en Cataluña como *Caps de Pardals*.

Actualmente, Ziraldo trabaja en la colección ABZ. "Toda mi vida desemboca en este proyecto. Son 26 libros cuyos personajes son las letras, con la historia de la A, la historia de la B una letrita barrigona, la C, una letrita comilona... ahora me propongo llegar con mis libros a toda América Latina. Ya están en México, Argentina, Colombia, Chile, Uruguay, uno o dos ya salieron también en Ecuador... tenemos que trabajar en la integración del continente". ●



ANTONIO PASQUALI

VENEZUELA

LA TENTACION CESARISTA: entre la debilidad y la violencia

Muchos poderosos y hasta respetables venezolanos opinan que la única salida a la actual crisis política e institucional incluye alguna forma de acuerdo cívico-militar que se imponga sobre las pautas de la Constitución. Antonio Pasquali disiente y analiza todas las opciones abiertas al sistema político y a la sociedad e incursiona con bienvenida transparencia en la situación y conducta de los medios en los antecedentes y evolución de la crisis. La tentación cesarista es una constante en América Latina. Reflexionar sobre sus consecuencias nos parece tan urgente como siempre.

Un grupo de respetables ciudadanos que nada tienen de matones o de gorilas (ni de mandantes o persuasores ocultos de matones y gorilas), viene pregonando la idea-fuerza de que todo lo que ha pesado en la historia patria, de 1810 a hoy, han sido golpes y asonadas (incluyendo el que dio origen a la demo-

cracia que hoy disfrutamos y padecemos). Dicen que en este país definido un cuartel por su más ilustre fundador, nada cambia sin una sacrosanta alianza cívico-militar, y que la única salida conforme a historia ante la grave crisis actual (una mezcla explosiva de pobreza crítica con gobierno que jugó la carta equivocada del neoliberalismo y no quiere dar el brazo a torcer) sería un enésimo y exitoso

pronunciamiento de militares y fuerzas vivas que se presenten en el Palacio de Miraflores a mandar. El todo sucedería entre rugido de reactores que se llevan a alguien desde La Carlota, y tripudio del bravo pueblo en la calle, vitoreando a

ANTONIO PASQUALI es escritor y comunicólogo. Entre sus libros más recientes se destacan *Comunicación y Cultura de Masas* y *La comunicación cercenada*.



José Cohen / AFP Photo

Carlos Andrés Pérez incorpora militares a su gabinete después del intento de golpe.



Francisco Solórzano

El 27 de febrero de 1992, 27F.

sus nuevos libertadores. Tres cruentas sublevaciones de mediana intensidad en poco más de dos años (las llamadas 27-F, 4-F y 27-N), parecieran corroborar la pertinencia de tal idea-fuerza.

En su parte diagnóstica, la tesis es globalmente aceptable salvando detalles y excepciones, ella sintetiza con cruda sindéresis una parte preponderante de la historia eufemísticamente llamada republicana. En cuanto pronóstico y receta, ella es políticamente engañosa y éticamente mala, por dos razones:

En lo político: porque, en el caso presente, el poder a reemplazar por la fuerza no es ni una dictadura ni una semi-democracia de grandes electores sin unción popular, sino una verdadera democracia representativa salida de un limpio sufragio universal. Es cierto que quienes hoy gobiernan, y nuestro actual presidente en primer lugar, nos escondieron durante su campaña electoral la carta neoliberal que tenían guardada en la manga. Era una carta que no se puede jugar alegremente en el Tercer Mundo sin correr el riesgo de conferir carácter estructural al empobrecimiento y el saqueo, y de reducir el país a un protectorado *de facto*, que himnos y liquilquis ya no alcanzan a disfrazar. Pero es igualmente cierto que al no

disponer los venezolanos de mecanismos parlamentarios del tipo "voto de confianza", que le permitirían al Congreso cambiar de gobierno en una sentada, sólo nos quedan cinco recursos posibles para salir de un gobierno repudiado por las mayorías:

1o. criticarlo muy duramente y obligarlo a rectificar (la Comisión consultiva, entre otros, lo hizo sin éxito alguno);

2o. modificar la Constitución para recortar el período presidencial (recurso ya ponderado y descartado por el Congreso);

3o., inhabilitar al Presidente por la vía legal ("a la brasilera"; pero la fórmula no parece repetible en Venezuela);

4o. esperar pacientemente el término del mandato presidencial, para bregar un cambio radical por la vía del voto, y

5o. dar un golpe y tomar el poder por la fuerza; en nombre, como siempre, de un porvenir mejor.

Aun en su variante cívico-militar más incruenta, esta última y extremosa alternativa ya perdió sin embargo el derecho de recurso a los solemnes justificativos históricos antes citados. Los Páez, Monagas, Guzmán, Gómez, y hasta los López Contreras, Medina y Pérez Jiménez, quedaron para los manuales de historia. Desde Betancourt y la adopción

del voto universal, las reglas del juego en Venezuela son, quíerese o no, las de toda moderna democracia representativa. Seis sucesivas elecciones quinquenales, todas ellas limpias, constituyen un patrimonio democrático, una acumulación de hábitos republicanos, que sería suicida quemar en la hoguera de una asonada. Este temple de ánimo debe mantenerse, aunque nos sintamos hoy traicionados por quienes confiscaron el término "democracia" para medrar en provecho propio. Si retrocedemos habremos de recomenzar desde cero; si aguantamos, tenemos muchos chances de aprender a ejercer de veras una democracia siempre más participativa, a negociar y supervisar los grandes contratos sociales que definen a toda sociedad auténticamente democrática.

Descartados pues los recursos al golpe, al recorte del mandato y al impeachment, solo nos queda: a) emplazar al poder con una crítica aún más fuertemente demoledora, que lo constriña a rectificar, y b) preparar a conciencia cambios de substancia, para cuando nos toque votar.

En lo ético: el recordatorio histórico es éticamente malo por determinista y fatalista. Es una manera de decirle al país que estaríamos eternamente conde-

nados al círculo vicioso del cambio de poder con violencia que el Bolívar de Santa Marta tuvo razón per *saecula saeculorum*. Algo así como afirmar que tal familia es de alcohólicos crónicos, que todos sus nacimientos, matrimonios y muertes han sido accidentes de beodos, que así será siempre y que no habrá vástago que la rescate. La tesis es rechazable por negar toda posibilidad de poder hacer limpieza a fondo en la democracia, desde la propia democracia (es la única limpieza duradera); por olvidar, además, que todas las democracias de cepa cesarista tienen los pies de arcilla.

Comunicaciones al mejor postor

Durante las tres sublevaciones antes citadas, a los medios de comunicación les ha correspondido un rol creciente de protagonistas: desde el 27-F (en que la televisión retrató a la generación por ella educada aplicándose en ejercicios reales de violencia y saqueo), hasta el 4-F (con el presidente dirigiéndose al país desde el bunker de un teledifusor privado), y el 27-N (cuyos graves sucesos comentamos luego). Pero eso no es todo.

Durante el período presidencial en curso (antes, las comunicaciones sólo daban para breves debates coincidentes con cambios de gobierno), tres otros acontecimientos han mantenido el tema en la escena: 1o. el intento gubernamental de privatizar sus servicios públicos de televisión; 2o. la cesión de las telecomunicaciones del país a las multinacionales, y 3o. la grande e inédita denuncia de chantaje y abuso de poder lanzada contra los medios por el Congreso de la República, con ocasión de un proyecto de reforma constitucional que los propios medios, con intolerable intervención extranjera, lograron sabotear y engavetar, so pretexto de que institucionalizaba el "derecho de réplica". Se necesitaron pues cambios dramáticos en la política económica, y tres intentos de tumbar el gobierno, para que los últimos Santo Tomás del país se enteraran de que gran parte del poder pasa hoy por las comunicaciones.

Las comunicaciones y el 2do gobierno de CAP

José Rafael Pocater, un perseguido político de la dictadura gomecista, excelente escritor y Ministro de Comuni-

TV: ARMA DE LA DEMOCRACIA

JOSÉ ANTONIO RIAL

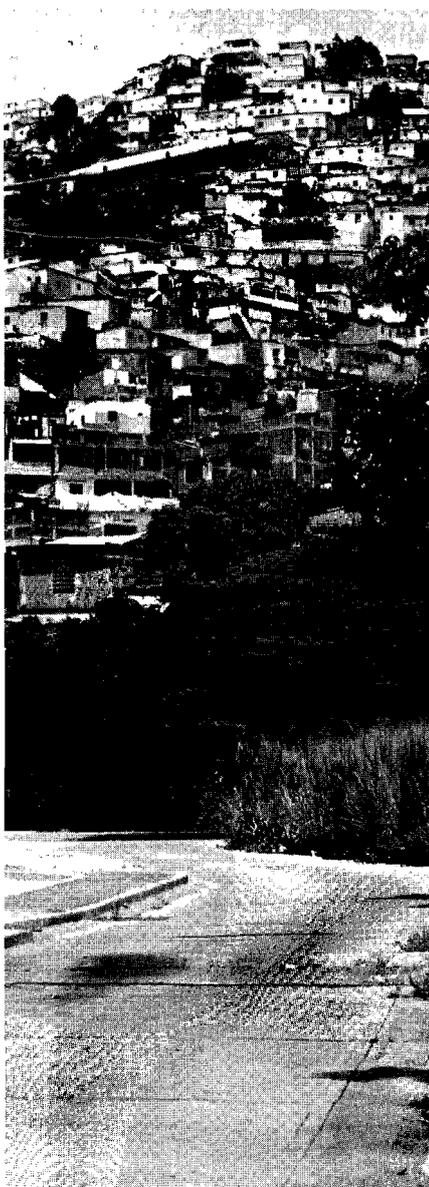
No sé si se ha dicho con todas sus letras, pero aunque se haya señalado, es necesario apuntarlo para la historia, que el *Canal 10* de TV fue, en la madrugada del 27 de noviembre, el develador del golpe y orientador seguro de los que se despertaban, confundidos o asustados, por el cruzar de aviones de guerra. Ese *Canal 10*, que los rebeldes, en su atolondramiento, dejaron sin tomar, el de la antena en El Cuño, fue elemento básico en la defensa de la democracia. Y demostró lo que ni los políticos veteranos consideran -quizá por veteranos no lo entienden- que la información integrada, la que procura con voz e imagen, la electrónica, es tan poderosa y de mayor efecto que ametralladoras y cañones.

La guardia que montaron Rodolfo Schmidt y el locutor de la estación en la trágica hora del madrugonazo, les probó a los caraqueños que el Presidente estaba en su puesto, lo vieron y oyeron. Eduardo Fernández, que oportunamente llegó el primero a hacerse presente en la defensa, a cuerpo limpio, del sistema, y daba la cara, cuando en lo alto rugían los motores de unos aparatos que lanzaban bombas, mientras los líderes políticos de los partidos -los que comparecieron- no estaban "enconchados", sino acudiendo a un lugar de riesgo, fueron un argumento decisivo contra la llamada torpe de los revoltosos. Y es subrayable que si los bombarderos y ametralladores no atacaron al canal, fue, de seguro, porque el mal organizado, el estratégicamente torpe cuartelazo, no tuvo en cuenta, como debiera, cuáles habían de ser sus objetivos primeros. La televisión, ya se demostró en febrero, con el *Canal 4*, como en la debilísima democracia española cuando el "Tejerazo", es el medio más eficaz que hoy existe para desmontar la alevosía contra un sistema legal, contra un poder que se ha dado el voto, pues la televisión señala, acusa, registra en vivo la verdad y deshace el peligroso elemento de sorpresa y engaño, de oscuridad y asechanza, que son trampas para el triunfo de los conspiradores, de los complotistas, de los pocos contra los muchos.

En el gris proceloso de aquella madrugada, luego del mensaje de los patibularios, a través de las emisoras que pudieron piratear pero que no supieron poner en marcha, manejar -*el asalto sangriento al Canal 8, fue una muestra de odio a todo lo que signifique cultura, difusión del saber y la verdad, una venganza que prueba la intención pisoteadora de los alzados y de sus tropas, otro "muera la inteligencia"*-, la vigilia, la guardia valiente del personal del canal 10 aparecía como luz de faro, lanzando sus destellos guías sobre el tempestuoso mar de la confusión y de la alarma de los telefonazos.

Por segunda vez la televisión, es decir, la información recogida por periodistas valientes, directamente de la realidad peligrosa de la calle y de las voces de los líderes auténticos, que llegaban a asomarse a aquella ventana luminosa en la cerrazón de la lucha de aire y tierra, fue el firme baluarte de la democracia, servida, no por soldados sino por periodistas, técnicos, locutores, que acudieron a socorrer, con noticias auténticas, creíbles, a la angustiada ciudadanía. Y ésta supo que la verdad estaba allí y no en los torpes mensajes del enemigo. Pero que aprenda el poder, que censura y acalla a este aliado seguro de los días aciagos, que es la prensa, a respetar su dignidad. ¡Que le compense así su lealtad, su heroísmo y su augusto derecho a la crítica!

Publicado en *El Nacional* de Caracas el 9 de diciembre de 1992



Barriada caraqueña,
San Agustín del Sur

P. Garrido. El Nacional, Venezuela

caciones casi por accidente (suya es la Ley venezolana de telecomunicaciones de 1940 aún vigente), sigue siendo, cincuenta años después, la más descolante figura del cuadro comunicacional venezolano. De él para acá, la historia del sector no registra más que degradaciones, con la notable excepción de la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela, CANTV, nacionalizada en 1965 (el concesionario privado anterior sólo tenía instaladas en el país para esa fecha 163 mil líneas), la cual fue, en su primera etapa, una progresista, pujante y bien administrada empresa del sector público (aun en el estado de degradación en que fue reprivatizada en 1991, pudo entregar al concesionario cerca de 2 millones de líneas).

En comunicaciones, el segundo gobierno de Carlos Andrés Pérez pasará a la historia como el más desastroso de todos. Por algo tuvo que cambiar cinco veces el Ministro de Transportes y Comunicaciones en poco más de tres años.

El servicio postal-telegráfico se encuentra colapsado (3 piezas año por habitante), se salvó *in extremis* de la privatización, pero es actualmente objeto de un segundo y cauteloso intento, mientras los couriers internacionales se han prácticamente adueñado del negocio. *Radio Nacional de Venezuela* está reducida a la insignificancia: transmite unas 17 mil horas al año con un presupuesto de 0,7 millones de dólares. El proyecto *Voz de Venezuela* (para él se trajo al país una emisora de 1.000 Kw), está archivado por no decir enterrado. De los dos canales públicos de televisión, el *Canal 5* está fuera del aire desde enero de 1992, con sus estructuras canibalizadas por su gemelo el Canal 8. Este último transmite 6.570 horas anuales con el equivalente de 10 millones de dólares (la radiotelevisión pública francesa, por simple comparación, ejecuta presupuestos del orden de los 2.000 millones de dólares anuales). Sigue además bajo la vigilancia del Fondo de Inversiones de Venezuela (una entidad creada por el primer Carlos Andrés Pérez para placear el excedente petrolero, pero convertida ahora en subastadora de bienes públicos), con un sector privado de la televisión que moviliza unos 500 millones de dólares anuales, y al que le agradecería sobre-

manera quedarse con los canales públicos.

Todas las telecomunicaciones nacionales han sido cedidas a las transnacionales (su venta representa aún hoy el 86% de todo lo que Venezuela privatizó). Fue una venta exitosa, y con mucha razón. Para la nación fue el peor negocio del siglo. Las tarifas son ahora indexadas trimestralmente, y el concesionario calcula un ingreso bruto, entre 1992 y el 2000, de 19 mil millones de dólares, con ganancias netas de 6 mil quinientos millones aún en los años más costosos de la expansión. Al estado le quedará el 5.5% del ingreso bruto. El país está invadido además por empresas norteamericanas del descuento telefónico.

La Agencia de noticias *VENPRESS* Internacional está desbaratada y en liquidación. El proyecto de satélite andino Cónдор, como todos saben, fue aplazado al año 2010, y las agencias regionales *ALASEI* (prensa) y *ULCRA* (radiotelevisión) han pasado a mejor vida.

El control del Ministerio de Transporte y Comunicaciones sobre las operaciones de las concesionarias está casi en cero. No hablamos de controles de calidad en programas que fueron volados, sino de cosas más concretas: en Maiquetía, el principal aeropuerto del país, hubo hace poco una entera semana de alarma roja, por interferencias indetectables de un emisor privado. Una frecuencia estratégica del ejército ha sido cedida a una concesionaria de telefonía celular.

El gigantesco proyecto *Uverito*, de miles de millones de dólares (500 mil hectáreas de pino caribe sembrados hace treinta años, para autoabastecimiento y exportación de 200 mil toneladas anuales de papel periódico), fue recientemente rematado a una multinacional del papel que se propone llevárselo en astillas a Canadá, para que se las recompremos con su valor agregado. Así ha subastado el gobierno actual de Venezuela este trozo estratégico de la soberanía nacional.

Complicidades y equilibrios bizantinos con y entre los grandes concesionarios de frecuencias y ninguna atención al usuario adulto o menor. Ni grandes y buenos servicios públicos, ni controles de calidad sobre los privados. Ningún esfuerzo por remodelar, democratizar y recalificar el panorama comuni-

cacional del país, ante un mercado publicitario en crecimiento del 50% interanual, que la televisión se lleva casi el 60% (un caso aberrante si se piensa que en los propios Estados Unidos la TV apenas absorbe un cuarto del mercado publicitario). Tremendas presiones privadas para quedarse con los canales públicos y evacuar ese supervit de publicidad que ya no cabe en los saturados canales comerciales. Guerras de inteligencia, psicológicas y de dinero alrededor de los medios. Un ambiente democráticamente malsano, foco de todas las manipulaciones, en que sistemáticamente amanece el censor, la intervención policial, el periodista muerto. Con la afortunada excepción de una parte importante de la prensa -que sigue asegurando buena información y pluralidad de criterios- en nuestro panorama comunicacional predomina hoy la pérdida de soberanía, el sometimiento a poderosos intereses de grupo y la debilidad de un Estado que ni presta servicios públicos y no-gubernamentales de calidad, ni ejerce funciones reguladoras en beneficio del usuario.

El conflicto Congreso-Medios-Ejecutivo

Es en este cuadro de dramáticas debilidades y errores públicos, y de muchas intemperancias privadas, donde estalla el doble conflicto Congreso-Medios y Ejecutivo-Medios, (en el que no todos los medios, desde luego, estuvieron envueltos). Es en el mismo caldo de cultivo de recíprocas acusaciones, en que brota la confusa, bárbara e incomprensible violencia del 27 de noviembre pasado.

Lo esencial, en el campo de las comunicaciones, fue la violenta ocupación, por unas cuatro horas, del *Canal 8* de servicio público, desde el cual los insurrectos lanzaron repetidamente sus modestas proclamas al país, en busca de un apoyo popular que no se les dio. Hemos ingresado a la edad de la indiferencia, y Arturo Sosa tiene razón cuando constata que el pueblo no salió ni para apoyar a los insurrectos ni en defensa de la democracia. Hijos de una televisión absolutamente desconectante, trasladamos a lo político nuestra inducida pasividad de televidentes.

El relato que sigue no es necesariamente fidedigno ni completo; demasia-



Barrendero de la Intendencia Municipal de Montevideo.

Oscar Bonilla, Uruguay, 1993

das interrogantes quedan aún por contestar. Hacia las 5 de la madrugada, el edificio frente al Canal es ocupado por militares insurrectos, pero la operación de comando es ejecutada esencialmente por civiles, algunos de ellos probablemente ex-funcionarios de la planta y concedores de comunicaciones. El 4 de febrero (4-F) pasado un intento análogo había abortado por inexperiencia de los "tomistas". El mensaje era claro: en otro eventual intento, no habría titubeos e inexperiencias; cualquier insurrecto de nuestra época necesita ocupar el espacio hertziano para un rápido efecto mediático. De manera muy difícilmente explicable y seguramente culposa, el gobierno instala desde febrero un dispositivo de defensa del Canal público, compuesto de cuatro guardias nacionales. La madrugada del 27-N, dos de

ellos son inmediatamente acibillados por unas cuatro docenas de asaltantes; los otros dos gravemente heridos. Dos inocentes vigilantes, cincuentos y desarmados: Ricardo Rueda y Manuel Vega, son asesinados de manera tan cruel cuanto innecesaria (paz a sus restos). Lo que los insurrectos logran transmitir es conocido de todos; pero se comienza ahora a sospechar que la parte civil de la insurrección adelantó su fecha, y que los mensajes convenidos y preparados no fueron los que salieron al aire.

Otro grupo había tomado Los Mecedores, la protuberancia del Avila con las antenas de los Canales 2, 4 y 8, donde funciona además la consola que comanda las transmisiones en cadena. Cuando el ejército logra cortarles la corriente, saben operar inmediatamente la planta de emergencia. Pero los alzados olvidan extrañamente ocupar o destruir, un poco más abajo, la antena del Cuño que difunde la señal del *Canal 10*, el cual queda así en el aire sin interferencias. Los asaltantes del *Canal 8* también saben de comunicaciones. Muchos de sus mensajes que han podido ser escuchados lo confirman. Su interés vital hubiera sido de mantener intactos todos los equipos para darles uso. Pero, otra extrañeza, no sucede así: destruyen a ráfagas de fusil automático todo lo que encuentran: cámaras, osciloscopios, grabadoras, cerraduras de puertas abiertas, hasta los archivos de casetes. El producto final y objetivo de esa operación comando: mensajes de impacto contrario al buscado, asesinatos gratuitos y destrucción de equipo por ellos mismos necesitado, se presta a todas las hipótesis interpretativas. Cuando a las nueve de la mañana las fuerzas leales al gobierno retoman el *Canal 8*, desplegando una violencia casi igual a la de sus adversarios, los golpistas dejan en el suelo al menos cinco muertos. Muchos son apresados, varios logran esconderse hasta en los ductos de aire, de donde la GN saca el séptimo cuatro días después, la tarde del 30 de noviembre.

Hasta ahora, sólo habíamos podido hablar figuradamente de los "héroes" de los servicios radiotelevisivos públicos, por su capacidad de mantenerse en el aire y de programas con miserables recursos. Ahora, esos servicios tienen mártires sin comillas, gente que ha muer-

to en cumplimiento de un deber comunicacional, grande o pequeño, hacia la colectividad. El país, el Congreso y los gobiernos que vendrán no habrán de olvidarlo.

El otro hecho de importancia concierne la cadena radial *Rumbos*, privada, que venía informando de los hechos con la consabida gritería y sensacionalismo. Sus estudios son violentamente allanados por la DISIP, lo que aumenta aún más, aunque parezca difícil lograrlo, la excitada gritería de sus locutores. El gobierno envía inmediatamente embajadores de buena voluntad a excusarse ante los micrófonos. Mientras tanto, en un episodio de la confusísima "guerra aérea" que libraron sobre muchas de nuestras cabezas Tucanos, F-16, helicópteros y Broncos con bombas que en parte -y afortunadamente- no explotaron por viejas (guerra que alguien habrá de contarnos algún día al detalle), un avión -no identificado por el momento- destruye la antena transmisora de 100 kw. de *Radio Rumbos*, en Villa de Cura. Según las últimas hipótesis recogidas el miércoles 2 de diciembre, la operación sería imputable a las fuerzas sublevadas. De ser cierto, *Radio Rumbos* pasaría a convertirse en el símbolo nacional del codiciado poder de las comunicaciones: simultáneamente allanada por el gobierno y bombardeada por la oposición armada.

Hoy, el divorcio entre el país civilizado y gran parte de sus medios continúa. El 27-N sólo lo exacerbó una vez más. Las graves debilidades y complicidades del estado en esta materia, su demisión como comunicador público, regulador de pluralismo y protector del usuario, han facilitado el clima de violencia y enfrentamientos que sacude el mundo de la comunicación social. Una vez más, fue un bien público el que se llevó la peor parte; las inversiones necesarias para recuperarlo serán más elevadas, argumento que el economicismo neoliberal no dejará de explotar para reforzar su intento privatizador. En materia de comunicaciones sociales, estamos confrontados en Venezuela a un grave problema de democracia y de cultura que gente honesta habrá de resolver; a uno de los grandes contratos sociales que el país debe replantearse a fondo, sin las payasadas de los "códigos de ética" ni ruido de botas. ●

LA TUMULTUOSA DESPEDIDA DE CARLOS ANDRÉS PÉREZ

La evolución de la política venezolana es demasiado compleja y rápida como para que *Chasqui* pueda cerrar una edición con datos que sigan actualizados cuando nuestros lectores accedan a ellos. Sin embargo, algunos hechos sucedidos a mediados de marzo y los análisis de nuestros amigos y corresponsales nos hacen pensar que lo que queda por decidir allá es la forma del alejamiento definitivo del Presidente. Al margen de sus aciertos, cambios de rumbo y gruesos errores, Carlos Andrés Pérez ha sido uno de los dirigentes más importantes de América Latina de las últimas décadas. En estas semanas parece decidirse la forma de su alejamiento del poder, y buena parte de la imagen que perdurará en la historia de Venezuela y el continente.

Hacia el 12 de marzo el Ministro de Defensa, General Ivan Darío Jimenez, admitió que las Fuerzas Armadas no estaban en capacidad de garantizar que no haya un tercer intento de golpe militar en el país. El movimiento de oficiales rebeldes parece estar lejos de haber sido desarticulado como pretenden las fuentes oficiales allegadas a la presidencia.

Días antes el Fiscal General de la República, Ramón Escovar presentó una solicitud a la Corte Suprema de Justicia para determinar si hay mérito para abrir un juicio al Presidente por presunto peculado en el manejo de fondos discrecionales de una partida secreta para gastos de seguridad en 1989. La acción del Fiscal logró ya el efecto de caldear nuevamente la crisis interna que ya alimentó los dos intentos de golpe de Estado durante 1992.

El máximo tribunal del país dictaminó la nulidad del proceso castrense sumario seguido a los golpistas que el 27 de noviembre intentaron derrocar por segunda vez en menos de diez meses al gobierno constitucional. Un juicio civil de los oficiales rebeldes podría resultar en su reivindicación ante la sociedad.

Paralelamente, cunden los rumores en los más contradictorios sentidos. El nuevo levantamiento militar ya está en curso. El Presidente abandonó el país. Renunció tal o cual ministro. Son los clásicos rumores que anteceden y acompañan todas las crisis políticas profundas en cualquier país latinoamericano.

Caracas y otras ciudades del país eran sacudidas por protestas de algunos planteles de educación media que durante una semana resultaron en 3 muertos. El Ministro de Defensa dijo: "Cuando existe la inestabilidad que tenemos en estos momentos nada garantiza nada. La misma inestabilidad puede hacer que se ejecuten acciones no convenientes". Mientras tanto el Presidente se refiere a "juegos malévolos" para explicar el encadenamiento de acciones en su contra.

Mientras el Parlamento aún estudia las implicancias legales de las acusaciones contra el Presidente, la Controlaría General procede con el inicio del juicio por peculado. La Corte Suprema atiende con hermetismo la solicitud del fiscal de la causa. Partidos y personalidades del país se unen exhortando a la Corte Suprema a decidir con urgencia si hay méritos para abrir juicio al Presidente.

El llamado Grupo de Notables, dirigido por el escritor Arturo Uslar Pietri, no está desvinculado de los tejidos legales. Uslar Pietri dijo: "No somos conspiradores y buscamos una salida constitucional en nombre de la Venezuela decente".

Entre complejas gambetas políticas el partido social cristiano de oposición COPEI, el gobernante Acción Democrática, el Movimiento al Socialismo y otras fuerzas menores de oposición debaten a puertas cerradas y también abiertamente las posibilidades de adelantar las elecciones previstas constitucionalmente para diciembre próximo, la anticipada renuncia del Presidente, la constitución de un gobierno interino o la continuación a cualquier costo del esquema constitucional hacia una transición del poder dentro de las reglas del juego.

Comentario editorial basado en los informes de Estrella Gutiérrez de *Inter Press Service* y colaboradores de *Chasqui*.

CARMEN ALICIA FERNANDEZ

VENEZUELA

Corrupción y denuncia periodística

Los datos de Carmen Fernández y las opiniones de los periodistas que entrevista sugieren que la denuncia de la corrupción oficial y política, al margen de su precisión y contundencia, pierde eficacia en un vacío político y sobre todo en el marco de la inoperancia del sistema judicial, y de una voluntad correctiva.



Carlos Andrés Pérez con Jaime Paz Zamora

Crís Bouroncle / AFP Photo

Las denuncias de corrupción administrativa se suceden una tras otra en la prensa venezolana. No pasan de un día o una semana hasta que son tapadas por el próximo escándalo y archivadas sin mayores consecuencias, sean estas ciertas o no. Las más afortunadas, pocas, duran meses en las primeras páginas.

Los sondeos de opinión realizados por distintas empresas encuestadoras en los últimos tres años muestran, con pequeñas oscilaciones estadísticas, que para el 90 por ciento de los 20 millones de venezolanos, la corrupción impune es la causante de la crisis que vive el país.

CARMEN ALICIA FERNANDEZ, Corresponsal en Caracas de *Inter Press Service*

Un 82 por ciento considera que todos los políticos son corruptos -este grupo está encabezado por el gobierno- y en el mismo saco se echa a los jueces, militares de alto rango, empresarios, sindicalistas y a los empleados públicos, cerca de tres millones de personas.

Estos mismos estudios señalan que un 85 por ciento de los venezolanos, 36 por ciento de los cuales vive en pobreza crítica, culpan a esta corrupción de las penurias económicas y sociales que han tenido que enfrentar desde mediados de la década de los 80, cuando comenzaron a sentirse los efectos del cierre del chorro de petrodólares que entró al país, durante la década de los 70.

La lucha contra la corrupción se ha convertido en la bandera de todos aque-

llos que buscan ganar el favor de las masas. Los medios de comunicación también se han enrolado en esta cacería de corruptos. Se han convertido en el mar del que surge una gran ola de denuncias y han contribuido a crear íconos de corruptos prófugos de la justicia como Blanca Ibáñez, secretaria privada del ex presidente Jaime Lusinchi y su actual esposa.

El público ha favorecido a los que están en la vanguardia de las acusaciones y parece haber surgido lo que se perfila como la ecuación perfecta: a más escándalos, más lectores.

Sin embargo, expertos de la comunicación afirman que el caso venezolano difiere estructuralmente de la situación registrada en Colombia, Argentina o

Brasil, países a la vanguardia en lo que se refiere al periodismo de denuncia, pues casi todas las grandes denuncias sobre hechos de corrupción han sido motorizados por el propio gobierno, que destapa casos del período anterior, o por sectores de oposición.

Por otra parte, ya sea a consecuencia de la ineficiencia del sector judicial o a la falta de perseverancia de los medios, las cotidianas denuncias no han logrado la sentencia para más de una decena de personas.

Esta es una realidad aceptada por todos los profesionales involucrados en el proceso de la producción de información, desde editores hasta periodistas que difieren al diagnosticar las causas y consecuencias de esta situación que ha colocado a los medios de comunicación en el solitario olimpo de los que conservan su credibilidad en Venezuela.

Para algunos, entre los que se cuentan dirigentes gremialistas, analistas de la comunicación y reporteros de larga trayectoria, la seguidilla de escándalos terminará en lanzar a los medios fuera de esta privilegiada ubicación, a quienes la colectividad también acusará de corruptos.

Otros que defienden la propuesta de la denuncia sin una profunda investigación previa del medio, como Alfredo Peña, director de *El Nacional*, señalado de incurrir constantemente en la llamada denunciología, afirma que "los medios tienen la obligación de estar en sintonía con el país, la gente quiere saber lo que está sucediendo, qué haces si el periódico no te informa, no lo compras más y te compras un libro. Es sencillo, nosotros vendemos información y eso es lo que tenemos que dar".

La piedrita que provocó la avalancha

La certeza de la malversación de los fondos públicos y el tráfico de influencias, entre otros aspectos de la llamada corrupción administrativa, fue durante mucho tiempo como una piedrita en el zapato. Molestaba pero no impedía caminar porque a la larga, del desorden en el aparato estatal muchos resultaban beneficiados.

El presidente del Colegio Nacional de Periodistas, Eduardo Orozco, destacó que "el problema de la corrupción no es exclusivo de América Latina o de

“En Venezuela existe una doble moral. Los que se rasgan las vestiduras por la existencia de la corrupción son los mismos que engrasan la mano del funcionario público para asegurarse un contrato. Los que piden las reformas tributarias son culpables de una evasión fiscal sin parangón en el resto del mundo: 64 por ciento de los contribuyentes venezolanos no paga impuestos”.

Venezuela, sucede en todas partes del mundo desde tiempos inmemoriales. El problema en la región es que esta práctica malsana se ha extendido a todas las capas sociales”.

"Este proceso de modernización ha abierto una compuerta para que salga toda la putrefacción de las operaciones públicas", manifestó Omar Lugo, periodista del diario *El Universal*.

"Ante el descrédito de los políticos, los editores tienen ahora el poder de manejar a su antojo la opinión pública y pueden mover libremente los hilos para autobeneficiarse o beneficiar a sus amigos. Por otra parte, la caída del ingreso público ha reducido la pauta publicitaria oficial, que en otros tiempos se usó para presionar a los editores", comentó Eleazar Díaz Rangel, ex presidente del Colegio Nacional de Periodistas.

¿Investigación periodística o policial?

"El gobierno ya no cuenta con herramientas concretas para presionar a los medios y esto debió haber derivado en que estos asumieran una mayor responsabilidad a la hora de publicar una denuncia", indicó Roberto Giusti, actual jefe de prensa del Palacio Presidencial de Miraflores y considerado como uno de los mejores cronistas del país.

Según el director de *El Nacional* este aumento del poder de los medios, que se



Marcha de profesores contra la política educativa del gobierno

Pedro Ugarte / AFP Photo



Mitín en San Luis de Potosí, México

Omar Torres, AFP/Photo

traduce "en el auge de la libertad de prensa en Venezuela forma parte de un fenómeno que recorre toda la región, donde los vientos de democracia real comienzan a soplar reduciendo el poder de las llamadas partidocracias".

Este es un ejercicio que a juicio del reportero del diario *Economía Hoy*, Rafael Rodríguez, legitima el sistema democrático y se basa en la obligación principal del periodista, buscar y difundir la verdad por encima de todo.

En una posición crítica al fenómeno, el periodista Héctor Mujica, indicó que "esta independencia parece haber dado alas a los que ejercen un periodismo poco ético", dijo. "Durante 1989 y 1990 los medios de comunicación fueron un instrumento muy importante para el descubrimiento de grandes hechos de corrupción, como el caso RECADI, el único en el que los aportes de la prensa permitieron investigar a fondo la estafa más grande en la historia del estado venezolano, unos 3.000 millones de dólares, pero a partir de entonces la denuncia se puso de moda y ha ido cayendo en proceso de degradación. Los editores descubrieron que ésta puede ser usada para apuntalar sus intereses o destruir reputaciones y lo que pudo haber sido usado para la per-

A juicio de los representantes del gremio periodístico la raíz de toda esta situación es la ineficacia del sistema judicial. Poco se puede hacer mientras persista la impunidad criminal y administrativa.

fectibilidad del sistema se convirtió en caos".

Para el director del diario *El Nacional* la comprobación de las acusaciones "es responsabilidad del sector judicial. Si una fuente tiene una información y presenta sus pruebas, está dispuesta a aparecer con su nombre y apellido, incluso con sus fotos, tenemos que darle tribuna, es la obligación del periódico informar la verdad", recalzó Peña, el periodista que destapó el caso que ha encontrado más eco en el también desprestigiado sector judicial. Se refiere a la malversación de la partida secreta del Ministerio del Interior, cuyos fondos fueron usados para comprar un lote de vehículos destinados a apoyar la campaña presidencial del gobernante Acción Democrática, durante la administración de Jaime Lusinchi (1984-1989). Este caso culminó con el auto de detención a dos actuales prófugos de la justicia el ex Ministro del Interior, José Angel Ciliberto, y la ex secretaria privada del presidente, así como otros funcionarios y empresarios ligados a ese gobierno. "Esta es una realidad tan contundente, que *El Nacional* ha aumentado sus ventas en 15 por ciento en 1992, pese a que el precio del periódico se incrementó en un 100 por ciento", expresó.

"La ola de denuncias ha otorgado a los medios los favores de la población que busca culpables para la dura situación que enfrentan actualmente, pero los medios no han asumido responsablemente su papel de difundir la verdad, pues esto sólo se podría lograr mediante el desarrollo de profundas investigaciones periodísticas, que sólo se han hecho esporádicamente", dijo Díaz Rangel.

Los cambios y la corrupción

"El proceso de reformas que se desarrolla desde 1989 en Venezuela debería derivar en la creación de mecanismos eficaces para luchar contra la corrupción. Debemos esperar además que se incrementen los mecanismos de control que, además de reducir las millonarias pérdidas del estado, acaben con las relaciones corruptas", destacó el presidente del Colegio de Periodistas.

Sin embargo, es precisamente la corrupción el mayor obstáculo que enfrenta la modernización de la economía y la sociedad en general "su existencia no

sólo impide la participación colectiva en el proceso, sino que incluso estimula un gran rechazo. En Venezuela está enraizada en el inconsciente colectivo la idea de que somos un país rico, con grandes potencialidades, pero que todo se lo han robado. Entonces la población rechaza los tratados de libre comercio porque sabe que el sistema aduanero es corrupto. No acepta la reforma tributaria porque está segura de que el destino final de su dinero será el bolsillo de algún político", expresó Omar Lugo, reportero del diario *El Universal*.

Esta realidad toca también a los empresarios que pese a aplaudir casi eufóricamente la llegada de los tiempos del libre mercado, también pretenden preservar viejos sistemas de favores que no les obligaban a trabajar por elevar sus niveles de competitividad.

"En Venezuela existe una doble moral. Los mismos que se rasgan las vestiduras por la existencia de la corrupción por otra parte 'engrasan' la mano de algún funcionario público para lograr un contrato. Lo mismo sucede en el tema de la reforma tributaria, los que piden las reformas, paralelamente son culpables de una evasión fiscal sin parangón en el resto del mundo: 64 por ciento de los contribuyentes venezolanos no paga impuestos", dijo Lugo.

A juicio de los representantes del gremio la raíz de toda esta situación es la ineficacia del sistema judicial. "Poco se puede hacer mientras persista la impunidad criminal".

Ocultamiento oficial y reformas legislativas

"Nada hacemos los periodistas para luchar contra la corrupción si no contamos con un sistema judicial eficiente que sentencie a los culpables", reconoció Giusti, quien atribuyó una gran carga de la responsabilidad de lo que llamó "el antiperiodismo" a la carencia de mecanismos jurídicos eficaces en el país.

Esta percepción es compartida por el gremio, defensores o no de la política de denuncias, que aseguran que esta ilegitimidad del sector judicial, percibida por el 80 por ciento de la población, también ha contribuido a reforzar la imagen positiva de los medios de comunicación.

Por otra parte, la legislación vigente también restringe la libertad de información, obstaculizando el trabajo del periodista, afirmó Orozco, quien indicó que el Colegio apoya la promulgación de un artículo en la postergada reforma de la Constitución que establezca la obligatoriedad de los funcionarios públicos a informar de sus actividades. Un estudio de Díaz Rangel reveló que las leyes que

rigen el secreto sumarial y el secreto militar en Venezuela no contemplan un tiempo de vigencia de esta clasificación, que además es otorgada a los documentos según el criterio del Ministro de turno. "Esto hace prácticamente imposible que un periodista tenga acceso a un documento oficial", concluye la investigación. El proceso para reformar el sistema judicial se inició en 1990 en Venezuela, pero se le augura un largo y tortuoso recorrido.

Amordazando las denuncias

El principal viento que impulsa esta ola de denuncias es, para el profesor Díaz Rangel, la censura que durante el gobierno de Lusinchí se ejerció contra los medios de comunicación, "período durante el cual se cometieron los peores hechos de corrupción en los 35 años de historia democrática de Venezuela".

"Durante el gobierno de Jaime Lusinchí hubo una restricción a la libertad de prensa como no la hubo en ningún otro gobierno democrático", indicó Peña. El sistema de Régimen Cambiario Diferencial (RECADI), a través del cual el gobierno entregaba dólares a precios preferenciales para la importación de alimentos, medicinas e insumos industriales, sirvió para presionar a la prensa entre 1984 y 1989. En



Omar Torres, AFP /Photo

Marcha en México en protesta por los cambios en los libros de historia

cinco años RECADI suministró a 40 editores nacionales 411 millones de dólares subsidiados.

Durante todo un año, 1989, los medios de comunicación que, encabezados por *El Nacional*, profundizaron en el funcionamiento del sistema y aportaron importantes pruebas para la investigación, después de encausar a más de un centenar de personas, entre ellas políticos y empresarios, culminó con sólo un sentenciado que ya está hoy en libertad.

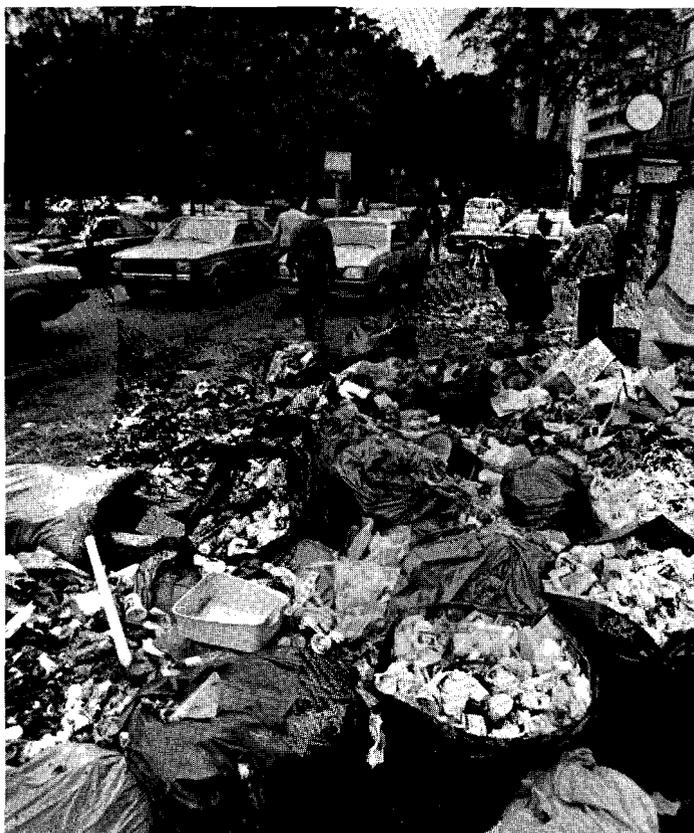
Este resultado convirtió el caso que pudo haber cambiado la percepción de la corrupción en Venezuela en un "fantasma que sigue atemorizando a la conciencia colectiva, que parece haber perdido desde entonces la capacidad de asombro ante cualquier práctica inmoral", según explicó la periodista de *El Diario de Caracas*, Olgalinda Pimentel.

Entre la ola de denuncias se destacan el caso de los jeeps (vehículos rústicos) y dos que, centrados en las fuerzas armadas, salpicaron a varios altos oficiales y figuras vinculadas al presidente Pérez. En 1992, año de turbulencias políticas en Venezuela, también se destaparon sonados escándalos, sólo uno de ellos vivo: el manejo irregular de 250 millones de bolívares de la partida secreta, que habrían sido cambiados a través de RECADI, para beneficiar al entorno íntimo del presidente.

Lo impreso es más cierto que lo vivido

A cuatro años del inicio del proceso neoliberal en Venezuela, el mensaje de los medios de comunicación en el país se ha convertido en la realidad. A todos parece más cierto lo difundido por la radio, la prensa o la televisión que lo que en realidad sucede. "Es verdad, salió en el periódico" es para los venezolanos una frase contundente que acalla cualquier duda sobre un hecho. Como afirma el escritor José Ignacio Cabrujas, "lo escrito es ahora más verdadero y legítimo que lo sucedido. Es mucho más cierta, refiriéndonos al gobierno, la imagen del Presidente que sale en los periódicos, que la que el mismo ciudadano constata en su vida".

Este fenómeno que toca a todos los sectores de la vida social de Venezuela



Antonio Scorza / AFP Photo

Basura en Brasil

aparece como consecuencia de la falta de credibilidad del resto de las instituciones -con excepción de la iglesia-, todas manchadas con el estigma de la corrupción.

Sin embargo, muchos temen que este rechazo llegue también a la prensa. En una carta abierta Leopoldo Linares señaló que "actualmente, los medios de comunicación están reemplazando a los partidos, así como otras instancias políticas, como verdaderos intermediarios entre el pueblo y los resortes del poder". Pero asegura que el abuso de la denuncia que se realiza en Venezuela derivará en que "la opinión pública empiece a dudar del importante papel que deben cumplir los medios y los periodistas en la sociedad que se avecina en el siglo XXI".

"El efecto dominó es un concepto aplicable a todas las estructuras y el proceso del derrumbe de todas las instituciones del poder también podrá tocar a los medios -dijo Lugo-. Hay gente que cree que los periodistas dejamos de seguir una información porque nos han pagado. Otros que conocen mejor cómo se mueve el negocio han comenzado a rechazar a los medios que dejan ver

claramente cuáles son los intereses políticos de sus dueños".

"Los medios de comunicación debemos defender la verdad por encima de todo fanatismo, incluso del fanatismo por la democracia, pero debe ser una verdad sustentada. Los medios que se han lanzado como adoradores de la denunciológia caerán como ídolos de pies de barro", afirmó Mujica.

La prensa ha abandonado su papel combativo y se está conformando con ser un elemento más de la crisis actual en la que la paranoia anticorrupción de antes se ha convertido "en una fachada (...) en un increíble estado de normalidad general. (...) donde tendría que haber una historia no hay sino chisme, la patética alegría que nos causa comprobar una sinvergüenzada (...) estos íconos que hemos proclamado en los últimos años, no pueden ser una historia. RECADI no es una historia, tampoco es una historia la pintoresca señora Ibáñez". Cabrujas asegura que la palabra en Venezuela se ha deteriorado como resultado de la cantidad de historias sin fin y sin resolución que sólo agregan datos a la larga documentación de la impunidad. ❁

EDUARDO NEIVA

BRASIL



Alfredo Grieco, Brasil

EL ARRAIGO DE LA CORRUPCION Y LA SUPERFICIALIDAD DE LOS MEDIOS

La noción justificatoria de que la corrupción, como apropiación privada de los bienes públicos, es una simple manifestación del mercantilismo individualista en el marco del liberalismo capitalista, está muy difundida. Neiva la propone como marco de referencia para acentuar las dificultades de combatirla. Sus argumentos, con leves variantes, podrían aplicarse a cualquier sociedad latinoamericana. La corrupción es universal y sistémica como las panaderías de barrio, los mercados negros y el comportamiento criminal. Sus referencias al modelo de conquista y colonia, impuesto por Portugal, adquieren características de determinismo histórico que son desafiadas por los procesos actualmente en curso. Pensamos que Neiva se equivoca y se deja llevar por un pesimismo comprensible pero deformado. Nuestro principal argumento sería el abrumador repudio que expresan los individuos, sus organizaciones civiles y el conjunto de nuestras sociedades hacia el comportamiento que Neiva considera endémico e insuperable. Sin embargo, coincidimos con Neiva en cuanto que la corrupción desborda el ámbito político y moral e invade las zonas de lo histórico, lo social y lo cultural. Las opiniones de Neiva ciertamente agregarán un tono de sobriedad a la euforia mediocentrista que los analistas adoptaron luego del derrocamiento del presidente Collor.

Es concebible un nexo que reúna corrupción, modernización del Estado y los medios de comunicación a través de casos concretos, analizando instancias que reúnan cómodamente lo que parece tan distinto: una acción humana éticamente condenable, un proceso pertinente a la socialización que tiene como motor el progreso constante y, por fin, los medios de comunicación de masas.

No hablaremos del caso Collor. Evitaremos discutir el modo por el cual los medios de comunicación fueron el palco de denuncias que llevaron la sociedad brasileña a la indignación, además de la manera por la cual los actores sociales, las fuerzas políticas de la sociedad civil, las revistas semanales al principio, y finalmente los mass media como un todo se apoyaron mutuamente para que se llegase a una solución de impeachment de un presidente. Nada de esto será tratado en las próximas páginas.

El objetivo es más amplio. Miraremos con reserva la sugerencia de que los medios están por encima de las fuerzas sociales, sea en cuanto a guardianes de la cosa pública, sea como instrumento de estricta denuncia. Sin la reforma de las reglas de ciudadanía -lo que sólo se dará después de la comprensión de lo que las rige- no hay ninguna alternativa. Por eso, mucho de lo que fue denunciado por los vehículos de comunicación se mostró inocuo para un cambio efectivo de las relaciones entre jerarquía social y los individuos que al final son la expresión de la ciudadanía. En los medios de comunicación se muestran y simulan los enfrentamientos dentro de la sociedad.

¿Cómo es posible pensar todo eso en sociedades con el perfil dual de Brasil, donde conviven jerarquías arcaicas con una ideología de modernidad, y que no tiene la tradición plena de la ética protestante? ¿Cómo es posible evaluar los procesos de modernización en una sociedad que mantiene una moldura de referencia que desconfiaba del optimismo del progreso como valor consensual y que vive ambigüamente

EDUARDO NEIVA, profesor de la Pontificia Universidade Católica de Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, PUC-RIO.

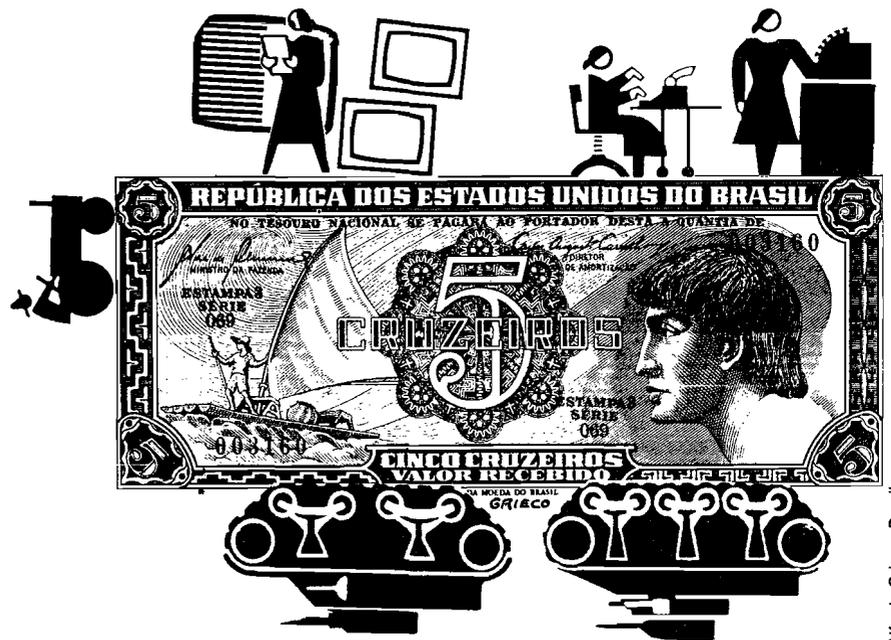
la modernidad, que se presenta en la forma de un futuro deseable que podría traer ruptura y disipación?

Trampas de la modernización

La experiencia de desarraigo no es extraña a las sociedades que adoptan un proyecto de modernización propuesto por el industrialismo. Se trata apenas de analizar lo que ocurre cuando ese conjunto de valores modernizantes es vivido en su forma radical.

El industrialismo merece, ciertamente, la calificación de revolucionario. Es un evento único definido por sus atributos humanos, primordialmente antropológicos, por las relaciones de parentesco, los rituales religiosos, las instituciones políticas, comunitarias, sociales y simbólicas, y por el modo técnico de

ideológico, y por la técnica. Es un proceso irreversible que lleva al desarraigo. Los actores sociales desconocen las novedades vertiginosas. En los medios de comunicación se representa una lucha sorda y una diferencia pusilánime: cada nueva tecnología es llevada a las audiencias traducida en novedad, acumulación, superioridad y prueba de progreso de un saber técnico. Este mismo espíritu guía muchas publicaciones y mensajes que, suponiendo y creando una ignorancia nuestra, nos instruye sobre todo: de la práctica sexual al último descubrimiento científico. Lo precario es la regla; y cualquier aspecto de la experiencia puede ser reorganizado, principalmente por novedades técnicas. La técnica es la nueva gramática ideológica.



Alfredo Griego, Brasil

producción que es la industria. El industrialismo no se restringe apenas al universo productivo de la sociedad. Es una reorganización que alcanza todo el tejido de la vida social. Se alteran la temporalidad y el ritmo de vida. Se forman prácticas sociales fundadas en valores de cambio y constante transformación que desprecian soluciones sociales anteriores. La especialización técnica de los actores sociales que ya predominara en el inicio de la revolución urbana se acelera. Estamos delante de una sociedad conducida por un proyecto político e

Algunos puntos precisan ser resaltados. Observamos que la sociedad industrial distingue radicalmente el espacio del hogar y el mundo del trabajo. El trabajador deja de circular prioritariamente en torno a la casa.

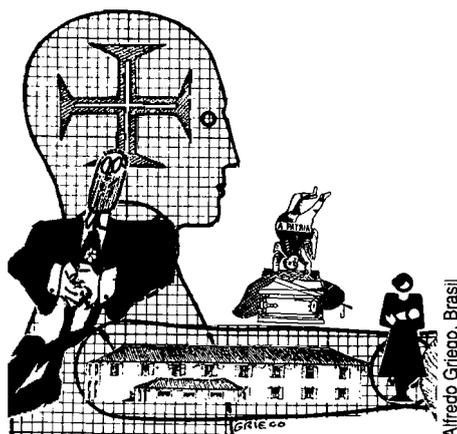
Es fácil reconocer cómo eso significa un gran desvío del modelo agrícola donde se vive el trabajo en el mismo espacio que la familia. Entre esos espacios no hay separaciones. Con el industrialismo, tenemos una separación radical entre las esferas pública y privada: cada una tiene reglas propias.

La sociedad civil pasa a ser el punto de confluencia de bienes y servicios, hacia allí va la producción creciente e incesante. El principio dominante es el mercado. El mercado no está, en la sociedad industrial, regido por prescripciones ritualísticas, donde el cambio se da partir de la comunión social. Ahora, el mercado es una privacidad radical. La propia noción de riqueza y distinción social son acentuadas por la acción del mercado. El individuo acumula gracias a la reacción de individuos consumidores. El modelo de la modernización industrialista es simultáneamente igualitario e individualista.

La ideología individualista está presente tanto en la esfera de la producción -gracias a la mercantilización- como en la vida doméstica, donde prevalecen las formas particulares del individualismo que rige la familia nuclear burguesa. Nadie se define por el lugar que ocupa en la red social. Se reduce drásticamente la dimensión pública. El individuo es, en ese modelo, una constante de tratar de ser. El individualismo es más que el simple efecto de la distinción entre esfera pública y privada, es la causa de esa separación. Aunque podamos reconocer los resquicios de la estructuración holística de la familia burguesa, es cierto que ese es el proyecto de la nueva familia constitutiva de actores sociales. La familia se torna en el espacio donde las subjetividades se encuentran. Prioritariamente una reunión de individuos, la familia cambia hacia la esfera pública como una conjunción de consumidores, a los cuales los vehículos de comunicación se dirigen. Así, las partes son más importantes que el todo.

El asalto del individualismo

¿No es posible admitir -como un desdoblamiento de esa ideología- que la esfera pública sufra el asalto de un individualismo extremo? ¿Al final, no fue a eso que la mercantilización nos acostumbró? ¿No es ese voluntarismo predatorio que rige nuestras economías inflacionarias, donde el dinero y el tiempo se tornaron bienes mercantiles? ¿No es así que se instaura la corrupción, por la apropiación individual de bienes y favores que no pertenecen a ningún individuo, ya que son de dominio público? ¿Cuál es el papel de la esfera pública en ese modelo social?



Alfredo Griego, Brasil

El proyecto de modernización constante alcanza de lleno a la esfera política, a tal punto que la economía -regulada por la ideología del individualismo- pasa a obedecer a la lógica individualizante del mercado. Así, "en lugar de que la economía esté embutida en las relaciones sociales, son las relaciones sociales las que están embutidas en el sistema económico" (Polanyi 1980:72). La mercantilización se extiende a todas

las esferas de la sociabilidad. El mercado existe como una esfera autorregulada y autónoma. No es la sociedad que determina los precios, es el mercado, como esfera sin regulación exterior-aquel que determina los precios. El mercado domina y es capaz de mercantiliar lo que no es en sí mismo mercadería, cosa cambiante. Así, la racionalidad del mercado alcanza la tierra, vista ahora por el prisma de la técnica y como región a ser explorada. Y no sólo la tierra es alcanzada por el mercado, sino también el trabajo y el dinero. El trabajo, como actividad humana, la tierra como naturaleza y el dinero elemento de conversión y cambio, están en un nivel distinto que la mercadería. Regido por extrema individualización, el mercado les impone una nueva función que desprecia todo fuera de la ideología del individualismo económico. Hasta la pobreza y el hambre dejan de ser problemas de la colectividad y pasan a ser cuestiones individuales, que la esfera pública puede simplemente ignorar.

El resultado de la modernización constante es que su individualismo extremo acaba por desarraigar a los actores sociales. Arraigados, los actores tenderán a resistir la transformación

REFERENCIAS AL TEMA DE LA NIÑEZ

El gran asunto escogido por los noticiarios no es el más visible para los agentes sociales concretos. Aquello que nos rodea aparece mínimamente o bajo una narración de desvío, de crimen y de excepción. Es cierto que la estructura de cualquier noticia en la mayoría de las veces presume de rara, pero los pasos minuciosos de los agentes del gobierno federal no son informados a partir del desvío. El artículo que publicó la investigación observa que el tema niñez -tan idealizado en el imaginario burgués- es poco representado en relación a la instancia más noticiada y, así considerada, más relevante. Y cuando es noticiado el tema niñez, está dominando por la rareza desviante.

(Cruzamiento con otros temas - Abril/92)

Temas	Nº de referencias	Porcentaje sobre el total
Judiciales	10	4,48%
Policía	37	16,59%
Violencia	42	18,38%
Fraudes	1	0,45%
Narcóticos	4	1,79%
Recesión	0	0,00%
Medio ambiente	1	0,45%
Educación	7	3,14%
Negros	0	0,00%

modernizadora. La tradición es evaluada como un obstáculo para la modernización. En un mundo donde la experiencia de desintegración es constante, la legitimación y la oferta de ejemplos orientadores para los actores sociales deben cambiar de lugar. Ahora ese papel es de los medios de comunicación. Aunque no puedan dejar de ser ofrecidas según las reglas del mercado, las narrativas de los medios de comunicación de masas son más que productos culturales, son un modo sociológico de posibilitar a los miembros de la sociedad los que el mercado, autónomo, arraigado y autoregulado, suprimió.

El horizonte colectivo se esfuma. La ética se exprime a partir de perspectivas estrictamente individuales. En el registro económico, se verifica el crecimiento de los sectores terciarios que tratan de la información, del consumo, de la salud, de la educación: con la regencia de una nueva *intelligentsia* predominantemente técnica, cuando muy gerencial. El conocimiento técnico, en el desarrollo posterior al industrialismo, en la llamada sociedad postindustrial, es la fuente de innovación y el poder que planea las prácticas sociales. Cada miembro de la sociedad se hace individualmente. La modernización es un proyecto que desgaja el dominio público y se hace a partir de cada actor social individualizado.

Contextualizando lo brasileño

Es verdad que Daniel Bell, en su análisis sobre el surgimiento de la sociedad postindustrial, señaló que en el desarrollo posterior al industrialismo, la unidad social *individuo*, que caracteriza las sociedades industriales, tiende a ser atenuada. No tendremos más el modelo de libertad de la revolución industrial, definido a partir de la "suma total de las decisiones individuales" (Bell 1977:147). En la sociedad postindustrial, el énfasis se disloca hacia una mayor importancia concedida a la comunidad que deberá presionar, a través de los medios de comunicación, hasta alcanzar consensualmente las soluciones de su interés. ¿Es eso lo que realmente ocurre en nuestro capitalismo periférico?

Muchos de los trazos del modelo postindustrial se instalaron en una mezcla sorprendente en los países de la periferia industrial, pero ¿será que los principios del individualismo se ate-



Alfredo Griego, Brasil

nuaron o se modificaron en países como Brasil, por ejemplo? ¿Se creó una conciencia "comunal" que ponga énfasis en la salud, educación y otros intereses del bienestar de las comunidades?

Nuestro individualismo tiene otras raíces. Tal vez por eso no vaya en la misma dirección del capitalismo norteamericano estudiado por Bell. Quien percibió con claridad lo que aquel no caracteriza fue un artículo de 1946, escrito por Jorge Luis Borges (1974:658-659), con el título de "Nuestro pobre individualismo". Borges decía que los argentinos no se identifican con el Estado. El individualismo es de tal manera dominante que la esfera pública pasa a ser una inconcebible abstracción. La noción de posesión y propiedad se limita a la esfera privada, y por eso no alcanza al Estado, ni siquiera en forma de una concepción de bien común para todos; de ahí la creencia de que "robar dinero público no es crimen" (Borges 1974:658).

No tenemos lugar en la esfera pública. Desconfiamos de la policía que no nos protege, pero nos amenaza. Vemos como una incomodidad que, si pudiésemos, debiéramos evitar o deponer ante la justicia. No hay horizonte común posible. Lo que nos rodea es un mero desorden. Nos acostumbramos al caos y a la inestabilidad. El país es un proyecto imposible. Las reglas de convivencia son fácilmente violadas. La calle no es nuestra. Por eso tiramos la basura por las

ventanas de nuestros coches y avanzamos con el semáforo rojo, sin culpa, como si eso no fuera una infracción.

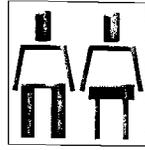
Los ejemplos que acabamos de nombrar no fueron extraídos de una escena en Buenos Aires. Hacen parte del cotidiano en cualquier ciudad grande brasileña o latinoamericana. Nosotros los brasileños tenemos en común con las observaciones de Borges, el hecho de que en nuestra vida cotidiana experimentamos una tensión, un enfrentamiento entre la individualidad y la jerarquía social. La sociedad brasileña es dual, simultáneamente jerarquizante e igualitaria. En la sociedad brasileña conviven sin grandes crisis lo que conceptualmente parece ser una contradicción.

Jerarquía social y poder ante lo público

Por más que agrade a los brasileños la idea de que somos un pueblo cordial, gentil e igualitario, ya fue claramente demostrado que utilizamos frecuentemente rituales de distinción que enfatizan la jerarquía social (Da Matta, 1979). Pertenecer, estar cerca o poder favorecerse de una posición privilegiada en la jerarquía es un importante instrumento social. Delante de un conflicto, de una negación, el actor social brasileño puede reaccionar, preguntando: ¿usted sabe con quién está hablando?

Entre los brasileños, la jerarquía social es aquello que confiere poder

especial a un individuo. Un individualismo así no reposa en valores del *ethos* democrático. Nuestro tipo especial de individualismo es el residuo de la herencia autoritaria portuguesa. El modelo por el cual la colonización portuguesa se impuso en Brasil muestra un hato de arrogancia. El propio sistema de propiedad, impuesto originalmente en el país, derivaba de una indicación voluntariosa de la jerarquía social. Con la disculpa de que el país era demasiado grande para ser colonizado, los portugueses repartieron el Brasil en *capitanías hereditarias*. Cada capitanía fue, entonces, donada a un individuo. Se hizo la donación en carácter perpetuo y los donatarios tenían poderes totales en la región. Sus obligaciones eran apenas con la corona portuguesa -bajo tributos- y la Iglesia Católica. Por lo tanto, el individualismo que prevaleció en la historia brasileña no reconocía ningún principio generalizado de igualdad. La esfera pública no podría mediar igualitariamente los conflictos: en los hechos era un poder discriminador. La esfera pública se subyugaba a los dictámenes de individuos poderosos. Paradojalmente, el individualismo brasileño alcanza los límites del autoritarismo, queriendo



Alfredo Griego, Brasil

imponer orden, disciplina y respeto, a través de un poder centralizador, discrecional y con voluntarismo. Nada es definido con claridad. Se cobran deberes sin la contrapartida de los derechos. Quien tiene poder crea derechos para sí mismo. Se suprime con facilidad lo que es el derecho del otro. La ambigüedad caracteriza la vida brasileña. La justicia será simplemente conferida. Viene de privilegios otorgados por la proximidad del actor social al poder autoritario. El principio individualista vale como ley general que no debe ser cuestionada o desafiada. Se pide obediencia a una esfera pública con los trazos y el perfil de individuo. Eso trae consigo una tendencia al desrespeto de la estructura legal vigente. Más que individualismo, lo que tenemos es un personalismo tradicional hasta ahora presente en el modo que se mueve la esfera pública. Por eso, el Estado se torna un lugar especial que protege y facilita la vida de los individuos, como ya dijera Fernando de Azevedo (1950:131). Y, complementando esa situación, verificamos que una predación muchas veces disfrazada regula las relaciones interpersonales en el Brasil, sea entre razas o integrantes de estratos sociales diferenciados jerárquicamente.

La herencia de la colonización portuguesa generó, al final, tres clases productivas -el latifundista, el esclavo y el

REFERENCIAS AL GOBIERNO FEDERAL

Los noticiarios singularizan un modelo claro de experiencia social que se subordina a las cuestiones próximas al poder central. Es como si diariamente encontrásemos dramatizados los principios que subordinan los individuos comunes de la sociedad brasileña al favorecimiento de los estratos sociales dominantes. Todo lo que importa viene al final de la esfera pública más distante, que da poder a los individuos, en la forma del personalismo autoritario apuntado antes.

Si el gobierno federal es tan priorizado en los noticiarios de TV, esto nos sugiere que el favoritismo gubernamental puede ser la solución mesiánica para lo que nos atormenta. Lejos de la mirada y del favor de la esfera pública gubernamental, sólo nos resta el desvío. Sería, entonces, ideal que nuestros intereses personales fuesen escuchados por la esfera pública. Surgen las opciones de clientelismo o corrupción. No se puede responsabilizar directamente a los comunicadores por la corrupción, pero ellos no están muy lejos de las determinaciones problemáticas en la sociedad brasileña.

Mes	Globo	SBT	Bandeirantes	Manchete
Jan/92	26,94%	33,73%	21,63%	29,44%
Fev/92	26,61%	31,25%	25,09%	28,52%
Mar/92	29,02%	28,06%	24,69%	29,90%
Abr/92	24,86%	25,46%	24,81%	29,09%
Mai/92	22,96%	22,39%	21,86%	26,74%

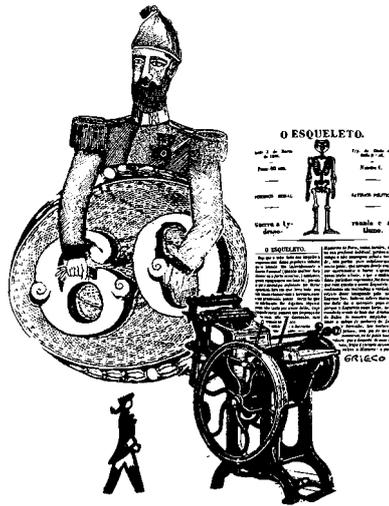
"hombre libre"- que se debaten en una tremenda contradicción. Los hombres libres no eran al final tan libres. El modelo político de dominación esclavista les ofrecía, como modo de socialización "el favor como mediación casi universal" (Schwarz 1977:16). El concepto de libertad burguesa no cabe, sin deformaciones, en una cultura del favor que crea la dependencia, la excepción, la servidumbre a los privilegiados de las clases sociales altas. De ahí, es fácil notar que las prácticas sociales brasileñas puedan estar a un paso de la corrupción, aunque parcialmente legitimadas por la estructura social. En Brasil "se atribuye independencia a la dependencia, utilidad al capricho, universalidad a las excepciones, mérito al parentesco, igualdad al privilegio" (Schwarz 1977:18).

La modernización no alteró substancialmente esos viejos principios. Al contrario, la modernización agravó el favoritismo personalista, ya que la esfera pública enfrenta un declive que atenúa la acción de favores colectivos y universalizantes. Así, lo que sobra es el beneficio inmediatista que aspira a ser una norma colectiva. Por eso, las relaciones personales o familiares trascienden el universo de la casa y pasan a ser un importante instrumento de cambio de favores, un modo social de dar y recibir. La esfera pública es tomada por intereses privados, la corrupción se torna una posibilidad concreta, aunque tolerada.

Los medios y la corrupción

Verificamos la permanencia de esa interpretación en el análisis de una instancia de los medios de comunicación: en los noticiarios de las principales cadenas de TV en Brasil. No debemos procurar cómo y cuál es la representación narrativa de casos de corrupción en informativos. Normalmente, los acontecimientos son presentados en una perspectiva crítica. Lo que interesa es chequear si la relación entre jerarquía social e individualismo, constitutiva del nexo corrupción-modernización, se expresa, y de qué manera, en una programación importante de los vehículos comunicativos.

Los datos a los que recurrimos fueron extraídos de una investigación⁸ hecha en un período de cinco meses - enero a mayo de 1992- y recientemente publicada (Sá y Neiva 1992). Se levantó



Alfredo Griego, Brasil

temáticamente lo que los noticiarios elegían como *noticia*. Esto es un indicador social importante, pues está claro que la definición de lo que es noticia no se limita al ámbito estrictamente periodístico. Se trata de una opción de alcance sociológico que no sólo refleja lo que las emisoras y los intereses que ellas representan consideran dignos de ser vistos. Hay una dimensión *productiva* en esa elección. La realidad social pasará a ser identificada con lo que es seleccionado y representado en la pantalla, además de no considerar lo que es dejado de lado. Se ofrece a la sociedad una jerarquía que singulariza lo que es digno de discurso. Lo que es digno de ser dicho, mencionado y analizado funciona como un parámetro de socialización para los agentes sociales. Se ve que, después de la presentación en los medios, los espectadores discuten y se posicionan -aunque muchas veces críticamente- a partir de las noticias. No se acepta la idea de direccionamiento cultural de conciencias, pero no hay cómo negar que la narración de los noticiarios de televisión se presenta como una importante moldura de referencia social.

Curiosamente, esa investigación de informativos extensa, minuciosa y diversificada apunta a un alto grado de homogeneización, tanto del punto de vista formal como del contenido. Se llega a la

impresión de que los noticiarios siguen prescripciones ritualísticas. No es irrelevante la idea de que el telespectador siga un ritual de recepción. Se observa, también, una gran regularidad en los resultados de la investigación. Como se puede observar en el cuadro porcentual comparativo, el asunto más abordado es el gobierno federal que está distante de la realidad local.

NOTAS

* La investigación - coordinada por Fernando Sá y realizada por el IBASE (Instituto Brasileño de Análisis Sociales y Económicos) y por la FACHA (Facultad de Comunicación Hélio Alonso)- quiso recomponer el direccionamiento que los noticiarios brasileños ponen en la pantalla. La investigación cubrió los noticiarios de los principales canales: *Jornal Nacional* de la *Rede Globo*, *Jornal da Manchete* de la *Rede Manchete*, *TJ Brasil* de la *Rede SBT* y *Jornal Bandeirantes* de la *Rede Bandeirantes*. La investigación se organizó tanto por la identificación de los agentes sociales -que serían las diversas instancias gubernamentales y sectores no-gubernamentales de la sociedad civil- como por temas considerados relevantes para el momento político y social de Brasil. Los temas indicados cubrirían desde economía hasta educación y salud, pasando por agentes sociales periféricos como niños, mujeres, indios, negros, además de deportes, cultura y entretenimientos. Una misma noticia podría cubrir varios de esos temas. Para evitar distorsiones y preconcepciones, los investigadores no se dedicaron a un noticiario por más de dos días (Sá y Neiva 1992:20).

REFERENCIAS

- Azevedo, Fernando de (1950). *Brazilian culture: an introduction to the study of culture in Brazil*. New York: Macmillan.
- Bell, Daniel (1977). *O advento da sociedade pos-industrial*. São Paulo: Cultrix.
- Borges, Jorge Luis (1974). *Obras completas*. Buenos Aires: Emecé.
- Da Matta, Roberto (1979). *Carnavais, malandros e herois; para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Polanyi, Karl (1980). *A grande transformação; as origens de nossa época*. Rio de Janeiro: Campus.
- Schwarz, Roberto (1977). *Ao vencedor as batatas*. São Paulo: Duas Cidades.
- Sá, Fernando y Neiva, Eduardo (1992). *O espelho mágico. Políticas Governamentais*.

Dibujos, especialmente para este artículo, de Alfredo Griego.
Rua Sousa Lima 310-701, Rio de Janeiro
22081-010, Brasil



Manuel Aranda, Argentina

El enfrentamiento de fuerzas, alrededor de la corrupción entre los medios de comunicación y el Estado en sus manifestaciones municipales, provinciales y nacionales; alcanzó en Argentina niveles espectaculares y logró captar el interés masivo de lectores y audiencias. Sin embargo, la derrota informativa del Estado no se tradujo en cambios de conducta ni reales reformas modernizantes. Cambiaron las formas pero el contenido de sus acciones se mantuvo más o menos intacto. De las crónicas y análisis que publicó Chasqui sobre Brasil, Venezuela, México y otros países el resultado parece ser similar. Los medios son factores de poder pero no son parte del poder mismo. Simeoni, Bernetti, Agosto y los muchos profesionales consultados en estos trabajos señalan tácitamente la ausencia de alianzas y voluntades políticas que transformen las denuncias en cambios de fondo. Los auges de las denuncias pasan por etapas de euforia a las que suceden actitudes de desencanto y pesimismo.

CORRUPCIÓN, DEPENDENCIA Y MEDIOS

Swiftgate, Yomagate, Narcogate, el negocio de la leche contaminada, privatizaciones perjudiciales al patrimonio de los argentinos... La corrupción anda suelta, está libre y se pasea por los despachos oficiales. No es un fenómeno nuevo en América Latina aunque sí lo es la magnitud que alcanzó en los últimos años. El rasgarse las vestiduras y proclamar el

ALICIA SIMEONI es periodista de *Página 12* y docente de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario.

MANUEL ARANDA, dibujante, humorista y publicista rosarino. Docente de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario

lanzamiento de campañas depurativas son parte de la actuación circense en cada lugar, un discurso más ante las ciudadanías cansadas y sensibilizadas por cada nuevo caso que sale a la luz. Justamente en este salir a la luz, los medios de comunicación abren o cierran el juego, dan mayor o menor cabida a los temas, toman los primeros lugares en las denuncias o actúan como para "cumplir" con el público, en relación con los intereses a los que ellos mismos están ligados.

En la Argentina de hoy, la del gobierno peronista de Carlos Saúl Menem, como sucedió en el Brasil de Collor de Melo, el Presidente irradiaba una aureola de corrupción que se extiende hacia ministros y asesores y viceversa. La cantidad y variedad de hechos corruptos afecta a los integrantes de los otros poderes, el Legislativo y el Judicial. El argumento de que siempre hubo corrupción, en todos los tiempos y regímenes políticos, es esgrimido como elemento para justificar lo injustificable, negar lo innegable y deslindar responsabilidades que también tratan de minimizar el alcance y la acción de los corruptos.

Dos abordajes al caso Swiftgate

Entre tantos casos uno es especialmente significativo, tanto porque fue uno de los episodios más conmovedores del go-

bierno Menem como por el comportamiento que mostraron los medios de comunicación. Se trata del conocido como *Swiftgate* y del abordaje que de él hicieron especialmente dos medios gráficos totalmente opuestos en forma y contenidos, se trata del centenario diario *La Nación*, fundado en 1870 por Bartolomé Mitre, y de *Página/12* que, con sólo cuatro años de vida y una tirada muy inferior a otros del país, como es el caso de *El Clarín*, logró instalarse en un sector de la sociedad, el ligado a los intelectuales, estudiantes y, en general, a la muy golpeada clase media o a una parte de ella especialmente sensible a los problemas sociales, a los vinculados con los derechos humanos y a la política económica que la afecta directamente.

Desde una perspectiva más amplia y generalizada que las mencionadas en torno al *Swiftgate* y a los Diarios *La Nación* y *Página/12* surgen interrogantes que tienen que ver con el papel destacado que adoptaron muchos medios en la denuncia y seguimiento de los numerosos y diversos casos de corrupción. Puesto que no existe un estudio sistematizado al respecto, las preguntas aparecen como el producto del diálogo entre colegas, lectores y observadores de los procesos y actitudes que adoptan los componentes que actúan en el marco de la sociedad argentina, entre ellos los medios de comunicación. El comportamiento de

esos medios en diversos períodos de nuestra historia, con líneas editoriales claramente obsecuentes respecto de los sucesivos gobiernos representantes del establishment y de los distintos grupos económicos que hegemonizaron el poder, hacen pensar en el porqué de muchas de las coberturas de los casos de corrupción. Es cierto que las noticias vendían pero, ¿existió el convencimiento de que la sociedad debía enterarse de cada uno de ellos u operó el mecanismo de que el cuestionamiento a la corrupción puede evitar otro mayor, el referido al modelo económico-social que la engendra y que la contiene?

Reforma del Estado, privatizaciones y corrupción

En tanto Collor de Melo tuvo que abandonar el gobierno, el presidente Menem, que gusta mezclarse con el jetset, es amante



Juicio a los militares

Daniel García, AFP / Photo

del deporte, de los tratamientos rejuvenecedores y de otros placeres que se cruzan en el camino que recorre, entre ellos los que proporcionan la arcaica pero siempre vigente denominación de "los encantos femeninos", está a la espera de la reforma constitucional que le permita ser reelecto en el cargo que hoy ocupa. La Reforma del Estado llevada adelante con fuerza durante este gobierno permitió y continuará haciéndolo, la privatización de todas las áreas rentables del patrimonio de los argentinos. Es en sí misma una colección de hechos de corrupción: ENTEL (Empresa Nacional de Telecomunicaciones), Aerolíneas Argentinas, rutas por peaje, SO.MI.SA (Sociedad Mixta del Estado, empresa siderometalúrgica) y tantas otras que podrán citarse como ejemplos.

El presidente Carlos Menem asumió su cargo a mediados de 1989 en el marco de una sociedad golpeada por la sangrienta dictadura militar, preparada desde los últimos tramos del gobierno de Isabel de Perón a través del terrorismo económico y del político con la actuación de la Alianza Anticomunista Argentina, con la decepción que supuso en muchos aspectos el gobierno radical de Raúl Alfonsín, con un empobrecimiento creciente de los sectores populares, con la más fabulosa transferencia de ingresos de la historia, hasta ese momento, hacia los sectores del privilegio local y extranjero y con la secuela de 30 mil desaparecidos, entre ellos tantos dirigentes y luchadores de los campos político, sindical y social.

El contexto era propicio para profundizar el cambio y la dependencia del país, adaptarlo a la nueva división internacional del trabajo - en este objetivo la Reforma del Estado fue una de las apoyaturas fundamentales- y trabajar por el escepticismo y el individualismo del cuerpo social. Un importantísimo número de los medios de comunicación aportaron mucho en afirmar la concepción de que "cada uno haga la suya".

El Swiftgate y la "viveza criolla"

El 6 de enero de 1991 los argentinos fueron sacudidos por la denuncia de un hecho de corrupción que con el correr de los días sería conocido como Swiftgate. *Página/12*, en su edición correspondiente al No. 1107 y en su cuarto año de vida, tituló -con el desenfado que no es

sólo parte de su estilo sino de una mística creada a su alrededor y que tiene efecto arrastre en otros medios -Viveza criolla-, con lo que hacía referencia a una característica o pintoresquismo propio de los argentinos, sobre todo de los habitantes de las grandes ciudades, que los señala como convencidos de ser los "piolas" o "vivos" del mundo. Aquí, una volanta precedida del adelanto EXCLUSIVO daba cuenta de que "El embajador norteamericano reclamó ante Erman González (el entonces Ministro de Economía) por un pedido de coima a una empresa de su país por parte de un representante del gobierno argentino". Ese día ningún medio tomó el tema y *Página/12* se convirtió en denunciante -lo fue en otras oportunidades- de lo que sería el Swiftgate. El guante fue recogido por todos los medios aunque bien hay que señalar como un hecho común aquel referido a que en las denuncias de distinto tenor, por lo general los medios gráficos llevan la delantera, en tanto los radiales y audiovisuales toman de estos los fundamentales temas de cada jornada, lo que no implica desconocer algún nivel de alimentación mutua.

Página/12 continuaba avanzando a través de los informes, fundamentalmente, del periodista Horacio Verbitsky y de otros colegas. *La Nación*, que había comenzado con una tibia cobertura del tema, terminó poniendo lo mejor de su redacción a trabajar en el caso. El Swiftgate es un ejemplo de las relaciones argentino-norteamericanas y, como dice otro de los periodistas de *Página/12* y autor del libro *Misión Cumplida -La presión norteamericana sobre la Argentina*, de Braden a Todman, Martín Granovsky, "entre el martes 8 y el domingo 13 de enero de 1991 el país vivía una demostración digna de un manual de cómo funciona la diplomacia norteamericana".

La denuncia posterior a la investigación realizada por Verbitsky daba cuenta de que la embajada de los Estados Unidos, a cargo de Terence Todman, siempre según Granovsky, "había protestado ante el gobierno argentino por un intento de soborno efectuado por un funcionario argentino, de apellido árabe, que había participado en la comitiva del viaje presidencial a los Estados Unidos en 1989, sobre una multinacional del ramo de la carne".



CUESTIONAR LA CORRUPCIÓN OFICIAL

Jorge Luis Bernetti es escritor y director de la Carrera de Periodismo y Comunicación social de la Universidad Argentina de La Plata y aportó su punto de vista sobre el tema "Corrupción, medios y reforma del estado".

En primera instancia, plantea que "las actitudes dominantes, luego de iniciado el gobierno del presidente Carlos Menem, pasaron a ser de cuestionamiento de la corrupción oficial. Esta actitud constituye una novedad frente a la tradición de pasividad de la prensa argentina en los últimos 50 años frente a los escándalos públicos, considerados de hecho como más privados y, por lo tanto, inaccesibles para esos medios. El cambio de actitud está liderado por distintos medios -dice- y acompañado por otros que no tienen más remedio que seguir esta política frente a una situación de densa competencia en el mercado y de revalorización de la profesión periodística".

En relación con la forma en que las actitudes dominantes se expresan en la política editorial, Bernetti entiende que ésta se da en la incentivación de la llamada investigación periodística y también, según el medio, en un avance del amarillismo justificado por el motivo de la causa noble. Plantea que esas actitudes dominantes se manifiestan en un incremento del comentario político crítico y en el análisis del mismo tipo. "Por otra parte -dice- también se produjo un salto en el mejoramiento de la política de seguimiento de temas, en una mayor audacia para el interrogatorio periodístico, a veces transmutado en una agresividad no siempre sustentada en información".

Como se señala en la nota central, *Página/12* cumplió especialmente un papel destacado en el combate contra la corrupción. Bernetti agrega algunos elementos a esta observación cuando dice que "la información publicada por *Página/12* sobre el Swiftgate y Yomagate, que afectan a la familia política del Presidente de la República, como la dada a conocer por el diario *Clarín* sobre corrupción en la provincia de Catamarca, pueden señalarse como ejemplos representativos de un combate contra la corrupción. En especial la política de *Página/12* (diario liberal-progresista) fue vanguardia en este proceso seguido por *Clarín* (diario industrialista-moderno) y el nuevo posicionamiento de *La Nación* (un neoliberal-conservador).

Bernetti opina que estas denuncias produjeron un fuerte efecto en la opinión pública frente a la cual reforzaron y mejoraron la credibilidad del periodismo y deterioraron la posición del gobierno y, eventualmente, de la oposición. También sostiene que el Congreso Nacional reaccionó parcialmente pero que puede destacarse que, en el caso de corrupción de la provincia de Catamarca, un diputado nacional fue expulsado de la Cámara por primera vez en la historia de la misma. El redactor de una nota y el responsable periodístico de *El Clarín* concurren al Congreso a dar testimonio de actos incompatibles con el ejercicio de la función pública.

Las represalias existieron -expresa Bernetti- y existen campañas de hostigamiento público y soterrado contra diversos periodistas. Un caso notable lo constituye la persecución judicial realizada desde el gobierno contra el periodista Horacio Verbitsky, probablemente el mayor analista político en prensa gráfica del país, que colabora en *Página/12* y quien fue hostigado por el gobierno.

En el caso de Catamarca se registraron amenazas y golpes contra periodistas de la televisión, como fue el caso de la reportera Fanny Maldelbaum. "De todas formas el apoyo a los medios denunciadores salió de los sectores de la oposición política, de otros descontentos con el gobierno y en la mayor parte del público". ●

La inmediata reacción oficial fue la de minimizar la información y acusar al periodismo, a *Página/12* y a Verbitsky en particular, de "delinquentes" y "alienados". A pesar de eso, la información siguió viendo la luz y se conoció que, la empresa norteamericana que se había negado a entregar pagos sustanciales para que se activara un expediente de su interés en el Ministerio de Economía, era el fri-gorífico Swift-Armour S.A. de la transnacional Campbell Soup, el principal exportador agroindustrial y el segundo terrateniente del país.

Entre acusaciones del gobierno a los periodistas y el hecho de que la embajada norteamericana no negara la denuncia de *Página/12*, los detalles siguieron asombrando día a día a los lectores. Quien había retirado el expediente del Ministerio de Economía era el empresario del cuero Emir Yoma, cuñado del Presidente Menem y asesor del gobierno. El embajador Todman había enviado una nota al ministro de Relaciones Exteriores, Domingo Cavallo, protestando por el tema.

El gobierno quiso valerse de una comunicación dada a conocer por la firma Swift en la cual decía no haber recibido presiones del gobierno argentino. Todman no rectificó su nota, pues sostenía que no se contraponía con lo que él afirmaba, puesto que no había hablado de presiones gubernamentales sino de pedido de "remesa económica" por parte de un representante del gobierno, por lo tanto no había contradicción entre lo expresado por Swift y por la embajada, según el criterio de esta última. La actitud de Menem al aferrarse al comunicado de Swift, el querer pedir explicaciones al embajador Todman y hablar de que los Estados Unidos debían ocuparse de los casos de corrupción de su propio país, generó la locura y desesperación del canciller Domingo Cavallo, a todo lo que se sumaron otros hechos para el triste anecdotario político argentino.

La habilidad del periodista Verbitsky de *Página/12*, autor del libro *Robo para la corona*, con los más resonantes casos de corrupción, fue desgranando nuevos datos día a día y puso en estado de extremo nerviosismo al gobierno. *La Nación* abandonó la tibieza con que había encarado el tema en las primeras

jornadas y se lanzó con coberturas espectaculares como fue la del jueves 10 de enero de ese 1991 en que ocupó, con el Swiftgate, prácticamente cuatro de sus páginas sábanas.

El diario, que por lo general utiliza como vocero el establishment, aprovechó el visto bueno dado por los patrones de la estancia y se lanzó a brindar una excelente cobertura. En definitiva, la embajada norteamericana estaba marcando el paso de lo que quería, la defensa en un contexto más amplio de los intereses de las empresas norteamericanas en la Argentina, expresión de cambio en la concepción del papel que debía llevar adelante el servicio exterior de los Estados Unidos.

La Nación continuó dando una amplísima cobertura al cierre del Swiftgate que supuso la reestructuración del gabinete presidencial y la renuncia del asesor Emir Yoma. El diario de los Mitre decía justamente respecto de estos cambios: "Siempre fue así. Los ministros son fusibles. El principio que los rige es similar al que se emplea para la energía eléctrica. Los fusibles deben saltar para que no salte todo el sistema". Uno de los títulos del miércoles 16 de enero con el ya clásico tono de *La Nación* decía: "Se completó el gabinete: mayor tranquilidad en los mercados".

El Swiftgate y las posteriores coberturas de hechos de corrupción en la Argentina pusieron de manifiesto que hay noticias que no pueden ser ignoradas y que pese a los distintos posicionamientos el efecto arrastre se produce. Los medios, en general, no pudieron escapar ni hacer oídos sordos ante hechos tan groseros que producían y producen profunda indignación en una sociedad que todavía protesta aislada y segmentada. Por otra parte, estas son también las reglas de juego de las democracias restringidas. Además, la reforma del Estado, como uno de los sostenes del modelo económico de características neoliberales y conservadoras, no sólo reforzó y de manera violenta la concentración económica que se venía dando. Esta característica, la de la concentración, se reproduce en la propiedad de los medios de comunicación lo que hace que en la realidad muchos de ellos asuman el carácter de meras repetidoras de una línea editorial claramente definida. ●

LA PALABRA CORRUPCION

SILVIA EVA AGOSTO, *Inter Press Service*

Según una encuesta de la empresa Gallup, el 16% de los habitantes de Buenos Aires y su zona metropolitana, consideran que el problema más urgente que debe solucionar el país es la corrupción de los dirigentes.

Con respecto a la posible solución del problema, un 54% de los encuestados respondió que la forma de acabar con los corruptos es predicar con el ejemplo y un 41% afirmó que se debía denunciarlos. Sin embargo, el 61% de los entrevistados consideró que hay pocas garantías para que el ciudadano realice denuncias sobre casos de corrupción, con lo que el problema parece carecer de solución posible.

Según la misma encuesta, la prensa y la Iglesia son los sectores más creíbles de la sociedad. Mientras que los políticos y los funcionarios públicos son considerados los más corruptos del país. Frente a este descrédito, el periodismo funciona como organismo de control, y la ciudadanía busca en los medios una respuesta ante el grave problema de enriquecimiento ilícito e inmoralidad.

Esta demanda social ha provocado un cambio en el perfil de algunos diarios, que abandonaron el abordaje llano de la noticia y se volcaron hacia el reportaje y el periodismo investigativo. *La Nación*, un diario tradicional, comenzó a realizar denuncias sobre presuntos ilícitos en las privatizaciones y en las compras del Estado, adoptando una posición diferente a su línea editorial. El diario *Clarín*, por su lado, encendió un debate en torno a las declaraciones del Ministro de Economía, Domingo Cavallo, quien afirmó que parte del monto que gasta mensualmente es cedido por una fundación de empresarios. Esta ola de denuncias y polémicas, que eran llevadas a cabo por el diario de centro-izquierda *Página/12*, se extiende por los distintos medios del país y se coloca en el lugar de la verdad ante los ciudadanos que reclaman soluciones.

Límites y responsabilidades de la prensa

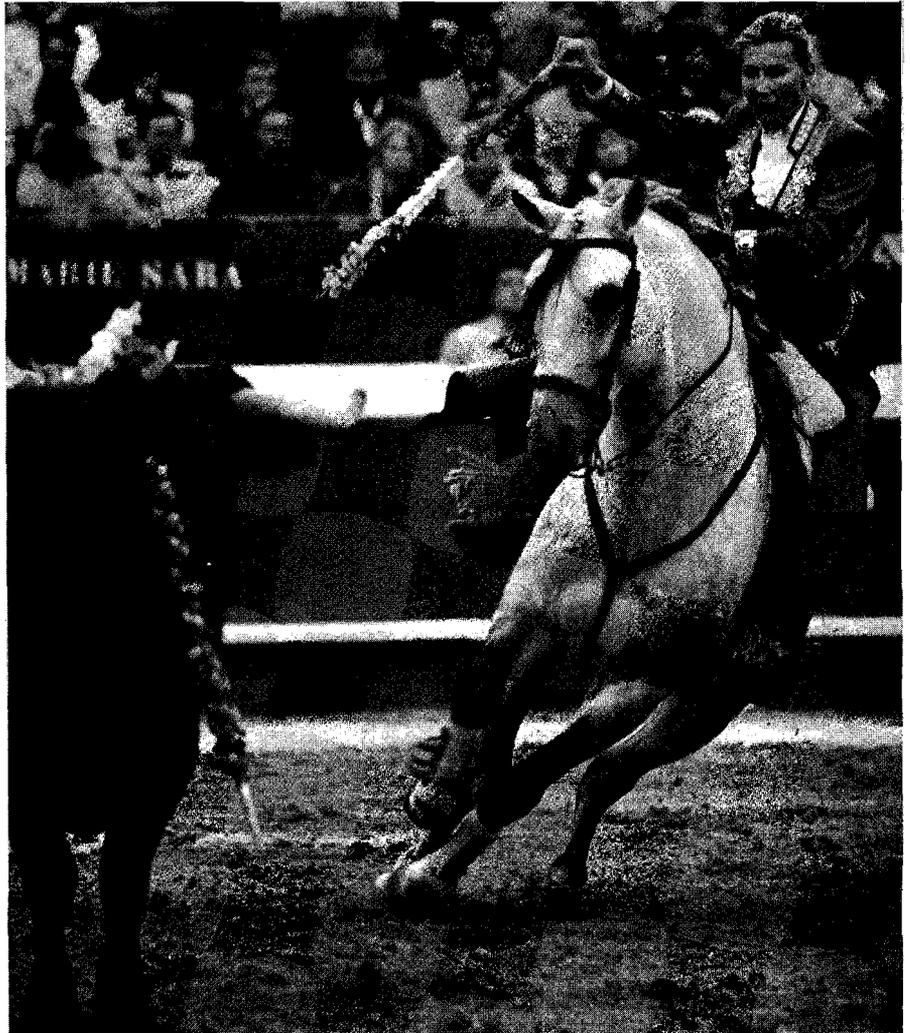
El conflicto ante este nuevo rol de los medios gira en torno a la regulación de la actividad periodística, sus responsabilidades, sus límites y la transparencia de los profesionales. El periodista Bernardo Neustadt, quién avaló más de una vez a los gobiernos militares, y que hoy está muy cerca del entorno presidencial, considera que la prensa es el segundo poder después de Carlos Menem. Neustadt, que semanalmente conduce un programa televisivo con alto nivel de audiencia (acusado de cobrar miles de dólares a políticos que querían aparecer en TV para mejorar su imagen pública) no está de acuerdo en que existan campañas periodísticas para derrocar a ciertos funcionarios, pero considera que los medios deben colaborar para terminar con la corrupción. Y agrega que "se debería realizar un tribunal de honor con miembros de la sociedad que fuesen creíbles, para regular la actividad periodística". No aclaró qué criterios de credibilidad serían utilizados en la elección de esos miembros.

Maria Seoane, autora de *La noche de los lápices*, libro acerca de la desaparición de estudiantes secundarios durante la dictadura militar (1976-1983), sostiene que querer saber la verdad es un deseo instalado en la sociedad, la que percibe que esta no puede ser dicha desde la trama de poder. "Consecuentemente - resalta la escritora-, los periodistas se acercan a lo real para contarlo, convirtiéndose en figuras creíbles e indispensables en la construcción de la historia". Libros como el de Seoane se transforman en un espacio donde encontrar la verdad sobre el funcionamiento del poder, tanto en el pasado inmediato como en el presente. Y son ejemplo de textos de investigación escritos por periodistas.

Robo para la corona, de Horacio Verbitsky, una exhaustiva indagación sobre casos de corrupción en el actual gobierno justicialista de Carlos Menem, vendió más de doscientos mil ejemplares. Se hace evidente que el saber la verdad no es un deseo de pocos sino una necesidad del conjunto de la sociedad. ●

ALICIA FRAERMAN
ESPAÑA

Son pocos los casos en que el periodismo de investigación se dedica con tanta energía y tanta persistencia a la corrupción como en España. Las bien documentadas denuncias se acumulan diariamente en el ámbito nacional y en las regiones autónomas. Los periodistas ganan premios por su trabajo y arriesgan sanciones por parte de los que ostentan el poder o de los involucrados en la oposición. Aunque sea difícil cuantificar su impacto, la prensa cumple un papel importante como incentivo a las reformas y la modernización. Su conducta provoca las reacciones del Estado que intenta legislar la mordaza codificando el delito de difamación en formas cuestionadas por juristas de todas las orientaciones políticas. El contrapoder está amenazado y los periodistas se unen en su defensa.



Enfrentamientos y desequilibrios

María Sara, Aplausos, Madrid, España, 1992

EL CONTRAPODER DE LA PRENSA

Una larga luna de miel entre los periodistas y los políticos españoles, que comenzó con la muerte del dictador Francisco Franco en 1975 se transformó en los últimos años en un agitado divorcio con separación de cuerpos y

ALICIA FRAERMAN, es periodista del Servicio de Información sobre Comunicaciones y Medios, COMUNICA, producido en Madrid, España.

bienes, como consecuencia del tratamiento que los informadores vienen dando a los múltiples casos de corrupción, en las distintas esferas del poder, y que afectan tanto al gobierno como a la oposición.

El periodismo abandonó una etapa de complicidad con los políticos y lejos de configurarse como un cuarto poder, pasó a constituirse en un temido y verdadero contrapoder, hasta el punto de que el gobierno ha propuesto al

Parlamento la modificación del Código Penal, para introducir la figura del delito de difamación orientada a castigar a periodistas díscolos.

Esa propuesta, que ha sido descalificada por la casi unanimidad de la profesión por considerarla un atentado a la libertad de expresión, tiene origen en la zozobra en que vive el gobierno de Felipe González desde que los medios se han hecho eco de denuncias o han investigado varias irregularidades en las que estaban involucrados dirigentes de su partido o gente allegada a ellos.

Después de la muerte de Franco, hace 18 años, los políticos y la prensa vivieron en una "complicidad democrática" en la que se llegaron a confundir los límites entre la profesionalidad y el amiguismo, en el afán compartido de allanar obstáculos en la transición hacia un régimen constitucional.

Sin embargo, una vez consolidada la democracia y años después de que los socialistas accedieran al gobierno, ese idilio se rompió y los medios de comunicación se han ido desligando de aquel compromiso transformándose en la pesadilla de los poderes del Estado, de la oposición y de algunas grandes empresas, al sacar a luz múltiples casos de corrupción.

En los últimos meses han sido tratados ampliamente por los medios de comunicación españoles y en algunos casos mediante investigaciones propias, los casos Juan Guerra, Naseiro, Filesa, Ibercorp, Casinos de Cataluña, el pedido de destitución del Fiscal General del Estado por la asamblea de la Asociación de Fiscales, la destitución de dos directivos del Boletín Oficial por corrupción y la investigación en el parlamento de Andalucía por el cobro de comisiones ilegales. Además, se han ocupado de los procesos a Guardias Civiles (policía militarizada) por casos de corrupción y la detención del número dos de la comisión antidroga de ese cuerpo por pagar a confidentes con droga proveniente de distintos alijos, como de procesos a periodistas y policías acusados de conexión con el tráfico de drogas. Todos estos hechos, de una u otra manera, fueron destapados por la prensa.

Buscando la mordaza legal

La sola enumeración de estos casos que afectan al gobierno y a la oposición

La redacción de ese nuevo delito de difamación es extremadamente peligrosa y sin duda va a sembrar, o multiplicar los temores de periodistas y medios".

Pedro Calvo Hernando

conservadora ahorran comentarios, ha señalado el veterano periodista Pedro Altares, próximo al partido de gobierno PSOE, quien se plantea: "¿Cuántos casos más necesitará el presidente González para considerar justificada la alarma social por la corrupción en España?", en alusión a unas palabras del jefe del Ejecutivo, quien manifestó que no existe una corrupción generalizada sino sólo "una alarma social".

Otro periodista, Luis Herrero, escribió en el diario *El Mundo*, que "el periodista, convencido de que la prensa tiene que mantenerse fiel a su misión estricta, padece un acceso de rabiosa melancolía: los reporteros investigan y denuncian la corrupción, pero las instituciones se niegan a depurar las responsabilidades".

Pero Alfonso Guerra, Vicesecretario General del Partido Socialista, quien debió renunciar a la vicepresidencia del gobierno cuando arreciaba una campaña en su contra a propósito de unos juicios por corrupción a los que se sometió a su hermano Juan, cree decididamente que hay una campaña de la derecha, la prensa y determinados grupos financieros en contra de su partido, que se propone desprestigiar a los socialistas mediante la mentira y la difamación.

Por el contrario, Joaquín Leguina, también dirigente socialista y Presidente de la Comunidad Autónoma de Madrid, dijo no creer en una conspiración orquestada, aunque mostró su preocupación por "cierta militancia de algunos medios de comunicación y cierta obsesión por identificar al poder (socialista) con el franquismo".

Juristas de prestigio consideran que el delito de difamación que el gobierno quiere incorporar al Código Penal, es inconstitucional e innecesario, incluso en las versiones más suavizadas que se llegaron a estudiar.

Para la abogada Cristina Peña se "atentaría directamente contra el artículo 20 de la Constitución, que reconoce y recoge el derecho a comunicar y recibir libremente información veraz". Por otra parte, "recoger en el Código un delito de injurias que no tiene como eximente la verdad, también atentaría contra la Constitución". En su opinión, establecer para estos delitos unas penas de arresto los fines de semana a cumplir por el periodista o por el editor, "supone dejar

libre al arbitrio del denunciante y del juez la persona que en un momento dado les interese más arrestar. Se daría la paradoja que editores que no son autores de la información enjuiciada acabasen en arresto domiciliario”.

Por otra parte, el catedrático de Derecho Penal, Enrique Gimbernat, considera que es innecesario modificar la legislación de los delitos contra el honor, ya que están suficientemente cubiertos y protegidos “a no ser que se quiera entrar en un terreno de inseguridad jurídica. En estos momentos, añadió, el periodista sabe perfectamente cuál es su marco de actuación, sabe dónde están sus límites”.

La prensa contra la guerra sucia

Uno de los primeros y más importantes trabajos de investigación periodística llevó a la liquidación de los Grupos Antiterroristas de Liberación (GAL), creados para hacer una guerra sucia contra la organización separatista vasca ETA y que si bien no fueron inspirados por el Ministerio del Interior tampoco fueron perseguidos por éste, en tanto que funcionarios suyos de alto rango se vieron involucrados.

Los resultados de la investigación, realizada por dos jóvenes periodistas de *Diario 16*, Melchor Miralles y Ricardo Arqués, fueron calificados por autoridades judiciales españolas y francesas como de “capital importancia” para proseguir las investigaciones y condenar a los acusados.

Los dos periodistas descubrieron un depósito secreto con la documentación y elementos utilizados por los GAL, elementos que constituyeron un hilo conductor para avanzar en la investigación judicial y condenar a los culpables.

La investigación de Miralles y Arqués, a partir de la cual trabajó el juez Baltazar Garzón, permitió no sólo identificar a los hombres claves de la organización que dirigían el Comisario de la Policía española, José Amedo, y su lugarteniente, el inspector Michel Domínguez Martínez, demostrando su culpabilidad y enviándolos a la cárcel, sino que logró aclarar uno de los casos más oscuros que ha fabricado la violencia en el país vasco.

Por esta investigación ambos periodistas recibieron en 1988 uno de los galardones más prestigiados de España,

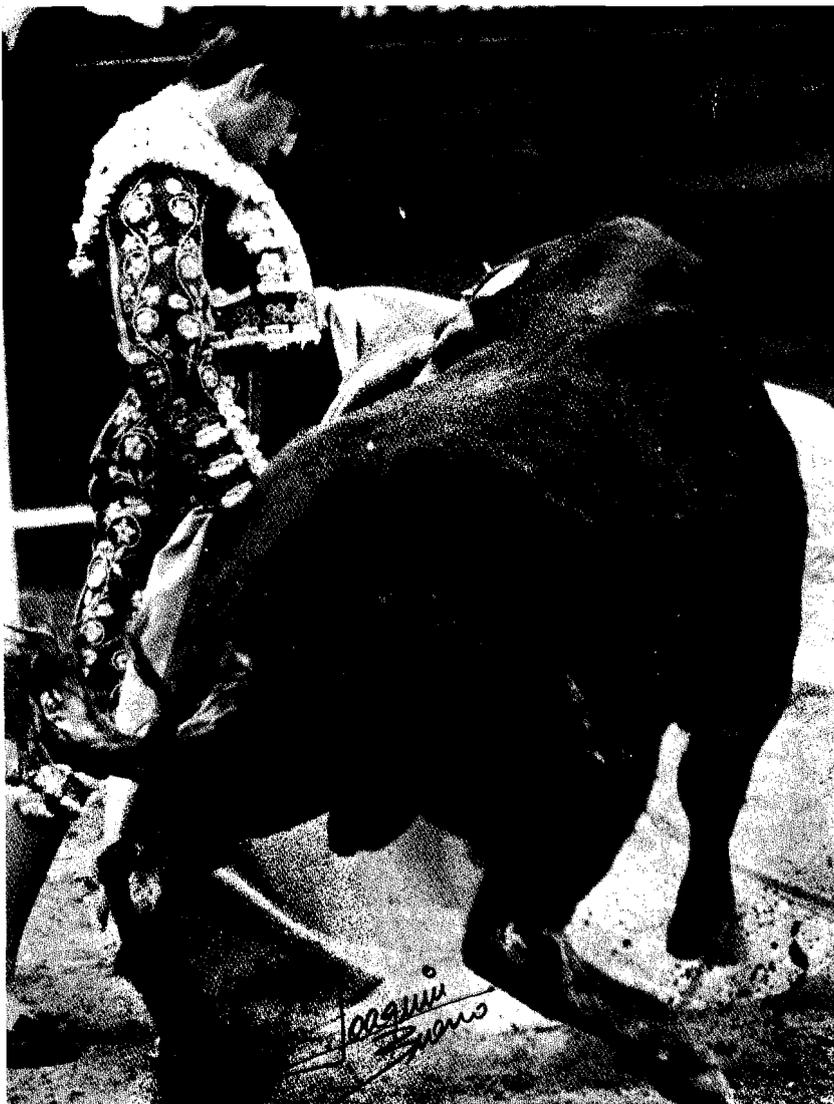
el Premio a la mejor labor en prensa escrita, otorgado por el Club Internacional de Prensa, una institución que nuclea a corresponsales extranjeros y periodistas españoles.

Otro premio importante, el Ortega y Gasset, instituido por la empresa Prisa, editora del diario *El País*, fue concedido en varias oportunidades a periodistas que investigaron y denunciaron casos de corrupción: en 1985 a Joaquín García Cruz y José Luis Salanova, de *La Verdad*, de Murcia, un periódico local, por sus revelaciones sobre un intento de soborno, que forzaron la dimisión del presidente del gobierno de esa comunidad autónoma; en 1986, a Jordi Bordas y Eduardo Martín de Pozuelo, de

La Vanguardia, de Barcelona, por su investigación sobre el tráfico de heroína y la penetración de la mafia en España; en 1987 a José Díaz Herrera, Rafael Cid y Miguel Angel Liso, de *Cambio16*, por sus reportajes sobre la mafia policial y el caso de El Nani, un joven delincuente hecho “desaparecer” por la policía, y en 1990 a Elisa Lois Bastida, Alfonso Freire Benito, Benite Leiro Conde y José Antonio Pérez Docampo, de *El Correo Gallego*, por una serie de reportajes sobre el contrabando de tabaco, alcohol y drogas en la ría de Arosa.

La prensa acusada de corrupción

Pero este frente periodístico, que ha cerrado filas y respondido duramente al



Aplausos, Madrid, España, 1992

¿Por qué doblan las campanas?

A pesar del nuevo delito de difamación al que nos tenemos que oponer, la libertad de expresión está en nuestro país sana, sanísima".
 Juan Tomás Salas, *Grupo 16*

proyecto mutilador de la libertad de expresión, dista mucho de ser homogéneo, y a pesar de que investiga y denuncia, se enfrenta entre sí dándose casos en que los denunciados por unos suelen ser defendidos por otros, publicando conversaciones de periodistas captadas en escuchas telefónicas ilegales.

El que fue fundador y primer Director de *El País*, Juan Luis Cebrián, manifestó, ante la 48 Asamblea de la SIP, que la profesión en España se enfrenta a un grave problema de corrupción, que se concreta en una "red o sindicato" de profesionales que se sirven de los medios donde trabajan para su propio enriquecimiento. Según Cebrián, esa "red" cuenta con portavoces de gran prestigio en la profesión periodística, pertenecientes a la derecha ultraconservadora que "se pasan el día hablando de la libertad de expresión para confundir a la sociedad". En su opinión, el gobierno piensa en este reducido pero significativo grupo de profesionales para establecer más restricciones jurídicas a la libertad de información. Aunque Cebrián no dio nombres, otros medios afirmaron que se había referido al director del conservador diario *ABC*, Luis María Ansón, y su hermano Rafael, también periodista.

En la misma sesión, Juan Tomás de Salas, presidente del *Grupo 16*, se refirió a la "plenitud" de la libertad de prensa que existe hoy en España. "A pesar del nuevo delito de difamación al que nos tenemos que oponer -dijo- la libertad de expresión está en nuestro país sana, sanísima". Ansón, por su parte, impuso en su diario que toda mención a *El País* sea reemplazada por la de "el diario gubernamental", acusando a aquél de contubernio con el gobierno, algo que también sostiene el director de *El Mundo*, Pedro J. Ramírez.

Reacciones al intento de legislar el delito de difamación

Ante estos ataques, la profesión periodística reaccionó en dos sentidos. Por un lado, el Colegio de Periodistas de Cataluña adoptó un Código Ético en su congreso celebrado en noviembre, que establece una serie de normas y salvaguardias morales.

La otra reacción ha sido encabezada por la Asociación de la Prensa de Madrid, la más fuerte de todas las de España, a cuyo amparo se creó una

Comisión Profesional que en pocos días reunió casi tres mil firmas de periodistas madrileños que se oponen a la reforma del Código.

La opinión de estos periodistas puede sintetizarse en las palabras de Pedro Calvo Hernando, uno de los que vivieron la complicidad con los socialistas: "La redacción de ese nuevo delito de difamación es extremadamente peligrosa y sin duda va a sembrar, o multiplicar los temores de periodistas y medios. El poder socialista falló estrepitosamente en las relaciones con los medios y, desde luego, con los profesionales, cualquiera que sea el tanto de culpa que estos tengan en el fracaso. Y ahora se descuelga con este impresentable intento legislativo, que solamente conseguirá arruinar del todo los últimos vestigios de comunicación de mutua estima que quedan entre las dos partes".

La prensa atrapa sus presas

Otro de los casos más escandalosos involucró al Gobernador del Banco de España (banca central, emisora de la peseta), Mariano Rubio e hizo fracasar su reelección en el cargo al concluir su segundo mandato. Fue el Caso Ibercorp, descubierto e investigado por los periodistas Jesús Cacho y Casimiro García Abadillo, del diario *El Mundo*.

Al sacar a luz la trama financiera de Ibercorp, en la que estaban involucrados Rubio, su esposa, el ex-Ministro de Economía, Miguel Boyer, su esposa y otro grupo de gente próxima al gobierno y a la "beautiful people" (gente linda), ambos periodistas demostraron cómo se habían beneficiado todas estas personas al obtener información confidencial emanada del Banco de España.

Rubio, a pesar de contar con el respaldo del gobierno y de un sector de la prensa que lo ayudó recogiendo con amplitud sus declaraciones, no pudo soportar la presión de las informaciones que mostraban las irregularidades cometidas y debió renunciar a la reelección para el cargo.

A pesar de todo esto, el Presidente del Consejo General del Poder Judicial y del Tribunal Supremo, Pascual Salas, dice que "Los casos son muy pocos. Niego que la corrupción sea generalizada, lo que ocurre es que en un sistema de libertades los casos de corrupción afloran siempre, todos". ❁



Luis R. Morilla, 1988

Favela en Salvador de Bahía, Brasil

TV broadcasting para el desarrollo

Entre los intentos de producción de TV masiva con objetivos educativos, conscientizadores, desarrollistas o superadores hay más fracasos que éxitos. Valerio Fuenzalida propone que esto se debe en buena parte a la incomprensión, por parte de los productores, de las actitudes y motivaciones de los receptores. Su análisis sobrio llama la atención sobre las características propias del medio y de sus distintos géneros y audiencias. Del análisis se desprende la necesidad de moderar las expectativas, y el rechazo de las tesis que niegan al medio todo significado y potencial para el desarrollo. Fuenzalida transforma la tradicional crítica al medio y sus empresas en una llamada de atención a quienes producen en ese contexto.

Los estudios de recepción señalan que la gente otorga a los programas una atención variable, que puede ser concentrada en ocasiones, más auditiva que visual en otras, o esporádica. La calidad de la atención varía según los intereses y el quehacer de la audiencia y los géneros televisivos. Los intereses de la audiencia difieren no sólo por la edad y el sexo, sino por sus motivaciones socioculturales.

A los magazines, telenovelas y films de la mañana, a menudo se les otorga una atención inconstante, más auditiva que visual. Los magazines del mediodía se adecuan a las condiciones de recepción, en particular de muchas mujeres que han concluido algunos quehaceres del hogar y muchas dueñas de casa se concentran en la cocina en sectores populares y medios y les agrada prestar atención a programas que presentan una secuencia amena de variedades.

El carácter ligero de muchos segmentos permite oír o atender mientras se realizan otras actividades; el humor, canciones y concursos, junto a la permanente interpelación del animador, crean un sentimiento de compañía grata mientras se efectúan los quehaceres.

Pero, también es posible prestar mayor atención a breves espacios que son considerados relevantes por el receptor. En efecto, junto a espacios de distracción y agrado, los y las televidentes aprecian módulos con recetas de cocina, información de moda y belleza libros, salud e higiene, información al consumidor, entrevistas a personas destacadas, notas de regiones del país, consultas a especialistas en educación, sicología, relaciones afectivas, y otros temas.

En géneros como el gran reportaje nocturno "Informe Especial" se reconocen los graves y dramáticos problemas sociales, que afectan a la propia vida cotidiana (aborto, cáncer, SIDA, drogadicción, delincuencia, etc.). El programa adquiere un valor educativo pues la audiencia siente que ayuda a enfrentar

esa cruda realidad. Entonces presta una atención concentrada.

Las telenovelas vespertinas (19:00 hs. aproximadamente) son sintonizadas también por una audiencia que retorna a casa, tras las tensiones y el cansancio del trabajo diario fuera del hogar. Las expectativas de la audiencia no son abrumarse con más problemas o concentrarse en sesudos conceptos, sino relajarse con ficciones en las cuales esté presente "la vida" con sus ingredientes de drama y humor, de profundidad y frivolidad. Las ficciones transmitidas en la noche, en cambio, suscitan expectativas de una narrativa más elaborada, que amerita atención dedicada.

En conclusión, la gente ocasionalmente, y sólo ante fuertes motivaciones personales, dedica a los programas de TV la atención y concentración constante que demanda el aprendizaje formal. Es completamente irreal, entonces, suponer

Mientras el lenguaje verbal se objetiva en los libros y se institucionaliza en la enseñanza escolar o universitaria, el lenguaje televisivo se objetiva más adecuadamente en la ficción narrativa y en el espectáculo lúdico. Como lenguaje polisémico afecta más a la fantasía que a la racionalidad humana.

una audiencia que dedica una atención intensa y continuada por varias horas diarias a diversos programas de la TV broadcasting. Los diversos géneros, en cambio, pueden ser útiles al desarrollo - sean relatos ficcionales, grandes reportajes o géneros livianos- si sus productores saben adecuarse a la atención diferencial del televidente según sus condiciones de recepción.

Relación emocional con la TV

Los estudios de recepción televisiva demuestran que el televidente se relaciona más afectiva que analíticamente con los programas de TV.

La explicación de esta relación sustantivamente emocional es el lenguaje audiovisual concreto, dinámico, afectivo, asociativo, sintético y holístico de la TV; diferente del lenguaje verbal (oral o escrito) que es abstracto, racional, analítico, lineal, diferenciador. Este constituye la base semiótica de la lógica, la filosofía y la ciencia por 2.500 años en la historia de Occidente. Mientras el lenguaje verbal se objetiva en los libros y se institucionaliza en la enseñanza escolar o universitaria, el lenguaje televisivo se objetiva más adecuadamente en la ficción narrativa y en el espectáculo lúdico. Como lenguaje polisémico y glamoroso, afecta más a la fantasía y a la afectividad que a la racionalidad humana.

Por ello, el recuerdo de los textos verbales es más preciso y diferenciado (=articulado, en el sentido etimológico latino; *articulus* = unidad diferenciada) que el recuerdo de los mensajes audiovisuales. En este caso el recuerdo es más afectivo y globalizador.

La diferencia de lenguajes provoca un enorme choque cultural, no sólo de obras distintas sino de incomprendimientos y resentimientos, y de exigencias inadecuadas. La cultura racionalista exige una TV que difunda la *alta cultura* y la *escuela*; pero los códigos visuales y musicales del lenguaje televisivo inevitablemente tienden a la ficción, a la fantasía y al ludismo.

La relación más emocional con la TV nos permite extraer dos consecuencias: a) es irreal pedir a la TV la eficiencia analítica y ordenadora del lenguaje articulado (tema sobre el cual volveremos); y b) una crítica a la tradición racionalista

VALERIO FUENZALIDA, chileno. Jefe de Estudios en la Dirección de Programación de la Televisión Nacional de Chile. Trabajó como investigador especializado durante 10 años en el CENECA. Es consultor para UNESCO, UNICEF y CEPAL-FAO.

que únicamente valora los géneros televisivos analítico-conscientizadores, como la información, los documentales, los debates sociales, la telescuola tradicional, etc.

Desde un punto de vista positivo, esto implica la revalorización de varios géneros televisivos que han sido desprestigiados por el racionalismo como "meramente" lúdicos, de entretenimiento ligero, o narrativa distractora de "las cosas importantes de la vida".

Diversa verosimilitud de los géneros

Los estudios de audiencia también señalan que cada género televisivo estructura una peculiar y compleja relación con el televidente.

La ficción atrae en tanto es un juego entre lo conocido que se reconoce y lo desconocido que aporta novedad. Ante conflictos o sentimientos reconocidos como propios, se quiere saber nuevas o diferentes formas de actuación. La verdad del género telenovela está en su capacidad de hablar de la vida (reconocimiento) al interior de la fantasía ficcional. El género tiene, entonces, una verdad interna, una verosimilitud según las reglas de la analogía, las cuales no son las reglas referenciales del documental, del reportaje o del informativo noticioso. La analogía y la metáfora remiten a lo distinto, en cuyo interior se descubre una simetría.

Las diferentes expectativas ante los géneros lleva a la audiencia a aceptar o rechazar ciertos temas, según los programas en que sean tratados. Las discusiones de política son apreciadas positivamente en programas con un carácter explícito de debate social. En cambio, las alusiones a política contingente al interior de una telenovela, al romper la verosimilitud del género, son percibidas como intentos encubiertos de manipulación, los cuales suscitan emociones de desagrado y rabia en los televidentes.

Desde esta perspectiva, entonces, una TV para el desarrollo puede trabajar con un amplio mix de géneros y programas, adecuados a las diferentes lecturas (posibilidades y limitaciones) que realiza la audiencia.

La apropiación educativa

La audiencia realiza interpretaciones o resignificaciones educativas de progra-

La emoción del interés emerge ante diferentes soluciones por problemas habituales, como los conflictos familiares, los celos, las traiciones a la amistad, los desafíos laborales, emigración del campo a la ciudad, etc.

mas muy diversos, los cuales presentan problemas y temas de la vida cotidiana.

Los estudios señalan que ocurre un proceso de "apropiación educativa", por el cual muchos televidentes perciben como "educativos" programas que presentan situaciones, conductas o información, que ellos sienten necesarias para conducirse en la vida diaria, colectivas y personal.

La apropiación educativa es una actividad del televidente ante géneros muy diversos, la mayoría de los cuales tiene un significado básico de "entretenimiento". La resignificación educativa es extraída activamente por el receptor, como si fuera un subproducto, desde el interior de un género y de un texto de "entretenimiento".

La resignificación educativa, por una parte, amplía la influencia educativa de la TV a más programas que los explícita y deliberadamente definidos por el emisor como culturales o educativos (telescuola formal - programas culturales, etc.).

Por otra parte, la apropiación diferencial del televidente señala que no toda

influencia educativa es lograda, aun cuando sea intentada deliberadamente por un emisor. El receptor otorga audiencia y se apropia de aquello hacia lo cual el/ella siente motivaciones.

Educación para la vida cotidiana

Según los estudios de recepción, los intereses educativos, que satisfacen diferentes géneros de TV, están más vinculados con la calidad de la vida cotidiana para la familia y con el desarrollo personal, social y económico de los grupos sociales.

La necesidad de modelos afectivos, por ejemplo, lleva a los jóvenes a observar con gran curiosidad las conductas afectivas en los personajes de telenovela: la "declaración" amorosa o la ruptura del compromiso, las conductas en la relación, lo permitido o prohibido, todo ello es extraído con avidez de las telenovelas y otros géneros narrativos.

Ante conflictos o sentimientos reconocidos como propios, se quiere saber diferentes formas de actuación y nuevas conductas. La emoción del interés y la curiosidad emerge ante diferentes soluciones por problemas habituales, como los conflictos familiares, el amor, los celos, la atracción extramatrimonial, las traiciones a la amistad, los desafíos laborales, emigración del campo a la ciudad, nuevas situaciones de vida, conflictos religiosos, etc.

El género magazine interesa como fuente educativa en torno a necesidades relacionadas con la calidad de vida en el hogar, el cuidado de los hijos, las relaciones de pareja, etc.

En el género gran reportaje, tipo "Informe Especial", se reconocen los graves y dramáticos problemas sociales que afectan la propia vida cotidiana. Entonces adquiere un valor cultural y educativo, pues capacita para enfrentar esa cruda realidad.

Estas necesidades educativas están más relacionadas con la vida cotidiana y no con las temáticas propias de la enseñanza escolar ni con el análisis político-académico sobre las causas y soluciones macrosociales a los problemas.

La estructura formal en la TV

A diferencia de un "contenidismo" ingenuo, los estudios de recepción

destacan la importancia de la elaboración formal en los programas televisivos.

Los estudios de recepción constatan que el proceso del "reconocimiento" de la audiencia en los programas televisivos es clave para la atención, la motivación, la identificación y la proyección.

La identificación con la narrativa televisiva exige por parte del receptor un "reconocimiento" de algo suyo; frente a la telenovela las personas reconocen "parecido" con la realidad; y con una realidad que es sentida parte significativa de sus vidas. Los datos muestran que la identificación no ocurre con lo extraño y ajeno, sino con lo propio y significativo.

La proyección del mundo interior del televidente en la telenovela también supone un reconocimiento. Pero en este caso, la TV exhibe "modelos anticipatorios" de conflictos y situaciones vitales que, en especial los jóvenes, sienten en el presente o presienten que vivirán en el futuro.

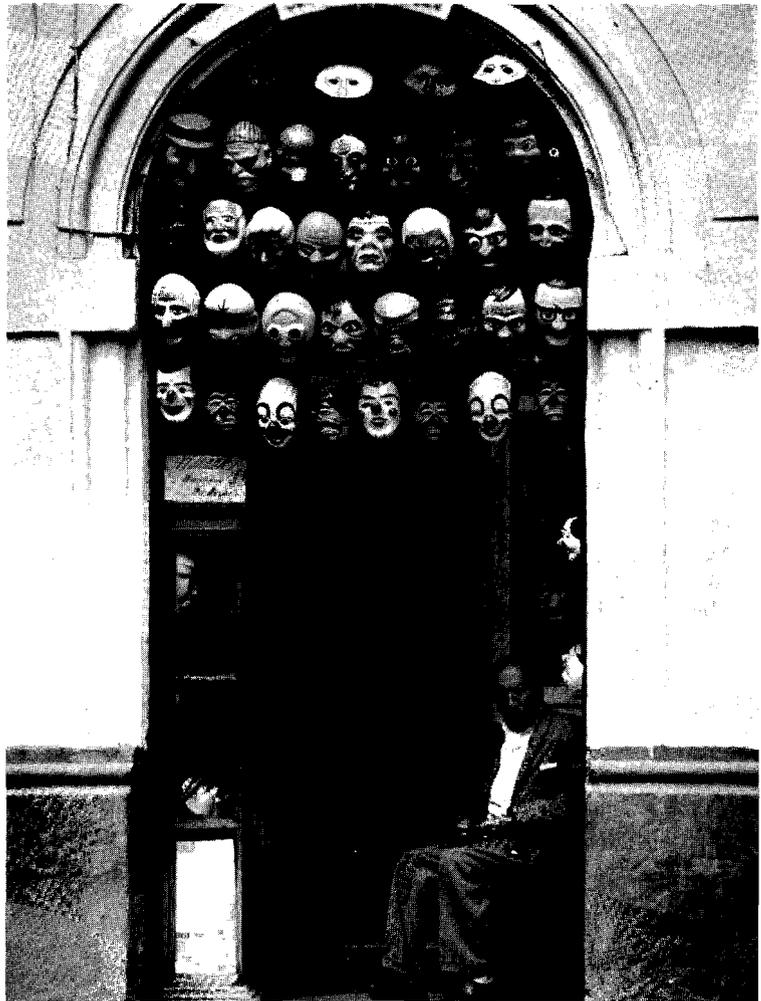
En los magazines se busca "aprender" alternativas que permitan encarar problemas o situaciones vitales con un mayor repertorio de posibilidades. Las conductas de los personajes, sus reacciones, las maneras para encarar problemas vitales son observados con gran interés cuando son reconocidos como propios.

La TV no tiene, entonces, la capacidad de "modelar mecánicamente" a la audiencia (para bien o para mal) como sostiene el behaviorismo ingenuo. La audiencia compara permanentemente el texto televisivo (espectáculo-escena) con su propia realidad; y cuando se reconoce en las situaciones, actores o personajes entonces se motiva, atiende y realiza su "apropiación".

Las formas televisivas

Como se ha dicho, más que formas televisivas analítico-académicas, la audiencia aprecia formas televisivas que presenten situaciones concretas, reconocibles e identificables con su propia existencia.

La forma testimonial es altamente apreciada como "educativa" pues permite reconocer en las vivencias y experiencias de otras personas problemas semejantes a los que experimenta la audiencia. Para la audiencia es más fácil



Luis G. Mejía, Ecuador

Caras y caretas

reconocerse en experiencias y situaciones personales que en la discusión de ideas generales y abstractas.

La forma testimonial presenta el protagonismo y la actuación de la gente común y corriente y valoriza la vida cotidiana de los/las televidentes. En esa forma televisiva se reconocen como actores de su historia diaria con sus quehaceres y contingencias, la cual es la historia real de miles de personas. Historia cotidiana que no es asumida en la gran narración épica de la TV -series de acción y films- con sus héroes y heroínas, que enfrentan regular e invenciblemente grandiosas aventuras; historia cotidiana (con minúscula) que tampoco aparece en el género noticioso dominado por los grandes actores públicos, nacionales e internacionales, que hacen la Historia (con mayúscula). La temática cotidiana aparece allí distanciada doblemente, re-

presentada por los grandes actores sociales y generalizada; es decir, abstraída de lo vivencial cotidiano y particular de la gente.

La relación emocional de la audiencia con la TV exige al comunicador el manejo adecuado de todos los recursos emocionales que le ofrece el lenguaje televisivo, a nivel de la imagen, el texto narrativo y la música.

Pues el reconocimiento emocional y la identificación son las "formas televisivas de conocimiento" que están en actuación en la semiótica audiovisual, más que las formas analítico-rationales del conocimiento científico de la realidad. Este es un desafío (conceptual y artesanal) muy grande, pues vivimos en una época histórica (siglos XVII-XX de Occidente) en que el racionalismo ha querido erigirse como única forma de conocimiento.

El compromiso del comunicador

La TV implica comunicación masiva con la audiencia. Es un rasgo constitutivo del medio la relación con el público, tanto desde un punto de vista industrial, es decir del soporte económico, como desde el punto de vista de comunicación lograda.

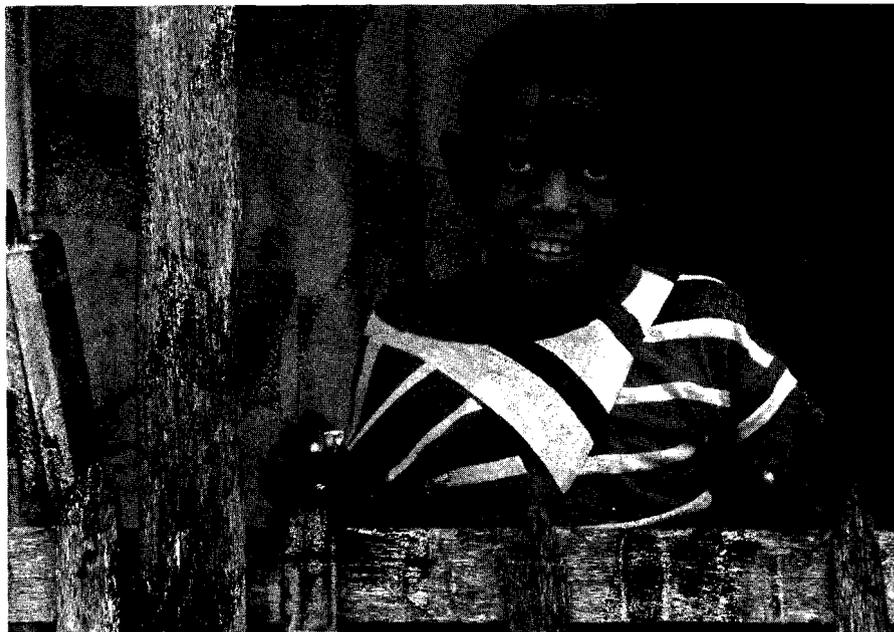
El telecomunicador aparece, entonces, trabajando más focalizadamente con las funciones del lenguaje que se relacionan con la audiencia; en el esquema de Jacobson estas funciones son, por una parte, la interpelante, y por otra parte, la función de contacto. La función interpelante remite al tú, es decir a la persona en tanto receptor y destinatario de la comunicación; la función de contacto valoriza el género y las formas en tanto canal de contacto cultural-sicológico con la audiencia.

Tal consideración ayuda a perfilar las diferencias entre el telecomunicador y otros escritores y comunicadores. El novelista literario trabaja centrado más en la inmanencia de su obra que en la audiencia; y más interesado en el texto irreplicable y original que en el género. La función expresiva y autónoma del lenguaje está más presente en el trabajo del novelista.

El telecomunicador está más emparentado con el dramaturgo que con el novelista. Telenovelistas y dramaturgos están muy interesados en el acto de comunicación con el público. Y para comunicarse utilizan las técnicas pertinentes y necesarias, como la seducción y la identificación. Para ambos, la reacción acogedora del público es una señal de comunicación lograda.

El periodista también ofrece diferencias con el telecomunicador pues él trabaja con géneros referenciales -como la información, el reportaje, el documental, la entrevista, el debate-. En estos géneros prima la fidelidad a la fuente, la no-involucración del periodista para no desvirtuar o emocionalizar su presentación.

El telecomunicador trabaja a menudo en géneros intermedios, como el magazine, en que aparece el elemento referencial pero sin llegar a constituir una información referencial-realista. La mera descripción no despierta emociones. A la audiencia, las personas interesan más por los cursos de acción diferentes y las



Luis R. Morilla, 1988

Salvador de Bahía, Brasil

La necesidad de modelos afectivos, por ejemplo, lleva a los jóvenes a observar con gran curiosidad las conductas afectivas en los personajes de telenovelas: la "declaración" amorosa o la ruptura del compromiso, las conductas en la relación, lo permitido o prohibido, todo ello es extraído con avidez de las telenovelas y otros géneros narrativos.

transformaciones posibles que por las descripciones naturalistas y estáticas. El género tiene, entonces, una verdad interna, una verosimilitud que no es la del documental, del reportaje o del informativo noticioso. La atención a la comunicación con el destinatario, sensibiliza al comunicador para una búsqueda deliberada del reconocimiento, la identificación y la proyección.

Esto significa que es imposible comunicarse con la audiencia, si no hay un fuerte compromiso emocional con los hechos que se está narrando; es imposible comunicar la energía de la gente, si no empatizamos con sus luchas y logros.

Pero también significa, por otra parte, revalorizar las destrezas profesionales necesarias para que el comunicador elabore un texto que interpele a la audiencia. Al relievamos las formas televisivas, nos apartamos de un "contenidismo" ingenioso y valoramos las destrezas que elaboran la forma televisiva. Al aparecer relevante el trabajo del comunicador para seducir a una audiencia huidiza, también queda sin fundamento la hipótesis de un emisor omnipotente sobre una audiencia pasiva e indefensa. Desde este punto de vista, se valora la función "poética" que trabaja sobre el mensaje.

El tema central del mensaje

Es posible trabajar con diversos géneros para realizar programas o seg-

mentos de programas para estimular el desarrollo y elevar la calidad de vida.

El magazine es un género de gran flexibilidad horaria y temática. La audiencia aprecia que diversos módulos o segmentos de los magazines matinales y meridianos entreguen información para mejorar la calidad de vida.

Pero también el género magazine, así como el gran reportaje, acepta segmentos en que el tema central debería ser la presentación de las habilidades y logros de los grupos sociales para enfrentar los problemas y carencias de su vida cotidiana.

La TV no puede edificar casas, ni construir postas y policlínicos. Tampoco puede aumentar los salarios, ni dar trabajo a los cesantes.

Pero ante estas necesidades dramáticas, la TV puede presentar muy bien el esfuerzo de superación que efectúan muchos grupos sociales. Pues, aun en las condiciones de vida más difíciles hay grupos que tienen recursos de liderazgo interno y energías para organizarse, para diagnosticar, proponerse metas y realizar tareas, negociar con agencias presentes en su entorno y articular iniciativas con otros grupos.

Presentar esta energía social debería ser el tema central en algunos mensajes televisivos para el desarrollo de los grupos sociales.

La adecuada construcción formal del mensaje despierta en la audiencia sentimientos de admiración, solidaridad y prestigio hacia los grupos sociales; y la visibilidad pública y masiva que otorga la TV broadcasting a esos esfuerzos genera también autoestima, dignidad y autoconfianza en los propios grupos.

A través de este tipo de programas exhibimos y reforzamos el protagonismo social para emprender iniciativas grupales.

Se abre, así, para el comunicador, un gran abanico de experiencias posible en comunicación televisiva para el desarrollo. Nuevamente, las destrezas del comunicador aparecen decisivas, pues la presentación de formas testimoniales exige pasar de formas informativas a formas narrativas y dramáticas.

La influencia posible a la TV

Es preciso discutir, en general, la eficiencia educativa posible a la TV, para

dar un marco conceptual que dimensione las expectativas sobre la eficiencia educativa de la TV.

Por una parte, están las posiciones que magnifican la influencia social de la TV. Hay sectores de izquierda y también conservadores que conciben la TV con una devastadora causalidad maléfica. Ella es no sólo eficiente sino suficiente para producir socialmente los supuestos daños resultantes: divorcio, alcoholismo, crímenes y violencia, consumismo, hedonismo, superficialidad, mal gusto estético, descuido de la *alta cultura*. Hasta hace pocos años, la TV era acusada de ser la gran agencia cultural "inoculadora del capitalismo". Al otro extremo de la "satanización" de la TV existe también una percepción desmesurada, esta vez de su acción benéfica. La estrategia difu-

vas de conscientizar; es decir, al uso político-ideologizante de la TV.

Este vacío conceptual-funcional para la TV ha generado una nueva ideología, especialmente en el postmodernismo de izquierda. Ante el fracaso de la supuesta omnipotencia de los significados políticos e ideológicos, algunos han pasado bruscamente al otro extremo: al *show de los significantes vacíos*. No es sino esto lo que nos proponen ahora Lyotard y Baudrillard; el vacío del desencanto ante el derrumbe utópico lleva a un frenesí de un espectáculo vacío. La TV sería sólo un lenguaje de luces significantes, de simulacros que se disuelven en la nada. Muchos antiguos progresistas hoy se avergüenzan de su anterior compromiso con la pobreza y la solidaridad, y han elaborado una ideología escéptica ante



Portuaria, Chiloé, Chile

Luis R. Morilla, 1975

sora de innovaciones ha sido evaluada como excesivamente optimista y con una confianza ingenua en la influencia social modernizadora de la comunicación.

En segundo lugar, conviene recordar las posturas que minimizan la influencia educativa de la TV. Los dueños y ejecutivos de TV han sido acusados de "frivolizar" el potencial educativo de la TV. El término de la Guerra Fría ha suspendido o puesto punto final a las tentati-

una TV que intente asumir la temática del desarrollo.

Pero, por el contrario, el término de la conscientización permite un nuevo contexto en que adquieren más densidad los problemas cotidianos. Es decir, es posible expresar en el lenguaje concreto de la TV no la disputa por las ideas sino a los seres humanos concretos, de los cuales, una gran mayoría necesita urgentemente salir de una vida cotidiana

de miseria material, moral y psicológica. Es justamente el fin de la Guerra Fría lo que posibilita el hacernos cargo, a través del lenguaje televisivo, de la condición cotidiana de la humanidad concreta y no sólo disputar por sus adhesiones ideológicas.

En tercer lugar, desde la perspectiva de la recepción, señalemos ahora tres aportes acerca de la influencia de la TV, con el objeto de focalizar su potencial contribución para el desarrollo.

Ya se ha mencionado que el lenguaje televisivo es más apto para la ficción narrativa y la identificación emocional que para la abstracción y el análisis; el lenguaje asociacionista, polisémico y glamoroso de la TV afecta mejor a la fantasía y al deseo.

La influencia de la TV está mediada por sus diversos géneros. Es una afectación multifacética, pues corresponde más a una diversidad que a una influencia unívoca. Aprender un amplio mix de géneros implica experimentar con ellos para descubrir sus potencialidades en la audiencia.

Pero, la apropiación educativa del televidente señala que no toda "modelación", "identificación" y "apropiación" es lograda aun cuando sea intentada deliberadamente por un emisor.

El modo televisivo de involucrar y afectar al televidente aparece, entonces, bastante más complejo y sutil que las fantasías propuestas por la teoría de la manipulación omnipotente (maléfica o benéfica) y por las hipótesis frivolidadoras.

Expresado de un modo positivo, los objetivos adecuados y posibles para el medio televisivo son más bien:

- difundir masivamente
- otorgar visibilidad
- legitimar
- prestigiar - valorar
- emocionar
- sensibilizar
- interesar
- motivar
- prestar

El estudio de la recepción ayuda, pues, a precisar la influencia que la televisión puede realísticamente desempeñar en programas pro-desarrollo. Desde este punto de vista, su impacto potencial es mucho más actitudinal y motivador que

El telecomunicador está más emparentado con el dramaturgo que con el novelista. Telenovelistas y dramaturgos están muy interesados en el acto de comunicación con el público. Y para comunicarse utilizan las técnicas pertinentes y necesarias, como la seducción y la identificación. Para ambos, la reacción acogedora del público es una señal de comunicación lograda.

analítico-conceptualizador, o nocional-conscientizador, o de moderación mecanicista de conductas.

Esta influencia motivadora es altamente necesaria, pues sin una fuerte autoconfianza en las propias energías de los grupos sociales, todo otro recurso para el desarrollo (además de ser escaso) es desaprovechado.

En base a la perspectiva de la audiencia, los programas televisivos para el desarrollo, elaborados adecuadamente, tienen la capacidad de potenciar el factor humano y energizar a los grupos sociales para que asuman su propio protagonismo en el desarrollo. ♦

REFERENCIAS

- Buck Ross, *The communication of emotion*, Guilford Press, New York, 1984.
- Fuenzalida Valerio, *Televisión y educación ante el desarrollo*, Estudios Sociales, 66. págs., 87-96, CPU, Santiago, 1990.
- Fuenzalida Valerio, *Televisión, pobreza y desarrollo*, CPU, Santiago, 1991.
- Fuenzalida Valerio, *La ética cotidiana de la teleficción*, Chasqui. 41 pág. 22-24, CIESPAL, Quito, 1992.
- Fuenzalida Valerio. *Telenovelas y desarrollo*, Dia-logos de la comunicación 33, págs. 36-40, FELAFACS, Lima, 1992.
- Fuenzalida Valerio, Hermosilla María Elena, *La televisión del mundo rural*, CPU, Santiago, 1989.
- Fuenzalida Valerio, Hermosilla María Elena, *Visiones y ambiciones del televidente*, CENECA, Santiago, 1989.
- Fuenzalida Valerio, Hermosilla María Elena. *¿Qué ve la gente en las telenovelas?* Estudios Sociales 68, págs., 139-185, CPU, Santiago, 1991.
- Fuenzalida Valerio, Hermosilla María Elena, *El televidente activo*, CPU, Santiago, 1992.
- Huizinga Hohan, *Homo Ludens*. Alianza Editorial, Madrid, 1990.
- Kunczik Michael. *Communication and social change*, Friedrich Ebert Stiftung, Bonn, 1985.
- Larraín Jorge, *Postmodernismo e ideología*, Estudios Sociales 70, págs. 9-28, CPU, Santiago, 1991.
- Varios autores, *Telenovelas pro-desarrollo*, Chasqui 31, págs. 8-41. CIESPAL, Quito, 1989.
- White Robert A. *media, politics and democracy in the developing world*. CISC, London, 1988.

Contextualizando la recepción

¿En qué se basa la complicidad entre el medio y sus usuarios? ¿Por qué mira la gente lo que mira? Ni la imposición externa, ni la gratificación de los programas explican por qué las audiencias prestan su consenso legitimando en parte la mediocridad. Para Mario Kaplun la explicación requiere contextualizar la recepción y analizar los "modos de uso" de los medios. Por ese camino no descubrimos el funcionamiento del principio del placer sino un síntoma más de la trágica desarticulación social.



Lugano, Buenos Aires

Luis R. Morilla, 1990

Tan riesgoso es ignorar las necesidades y aspiraciones de los destinatarios y receptores como el supeditar los proyectos de reconstrucción cultural a las aparentes leyes del mercado simbólico. Las preguntas sobre el consumo de bienes simbólicos y sus motivaciones -"¿por qué mira la gente lo que mira?"- se despojan de su aparente obviedad tan pronto se intenta esbozar respuestas. ¿En qué medida de fidelidad los ratings mercadológicos expresan tendencias y preferencias de la audiencia? Una vez reconocida -como indica García Canclini- la existencia de una alianza consensual entre el medio y sus usuarios, ¿en qué se cimenta esa alianza? ¿En qué consiste esa prestación, ese servicio que lleva a las clases populares a "prestar su consenso y conceder a la hegemonía cierta legitimidad"? ¿Qué encuentran las audiencias en la oferta de los medios que explica ese consenso y sella esa complicidad?

El endiosamiento de la mediocridad

La recepción se nos revela como un espacio contradictorio y ambiguo del que ni uno ni otro paradigma -ni la tesis de la imposición ni la del placer gratificante- logran dar debida cuenta. En la observación empírica no aparece confirmado el que la mayor parte de la televisión consumida suscite en sus perceptores esa fruición, ese goce entusiasta que sus apologistas le atribuyen. Cuando se escuchan los comentarios espontáneos del público televidente, se percibe una dosis de insatisfacción y disconformidad con respecto a la oferta electrónica cotidiana. Al mismo tiempo, los programas así criticados siguen siendo sintonizados por los mismos que los cuestionan.

Juego de paradojas que parece estar reclamando una nueva lectura interpretativa: consumo no significa necesaria-

MARIO KAPLUN es profesor e investigador de la comunicación. Esta nota es un extracto de su ponencia presentada en el Primer Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, organizado por ALAIC, en 1992.

mente satisfacción; pero la no satisfacción tampoco genera una abstención del consumo.

Por otra parte, si la recepción no se explica desde las categorías de imposición y dominación, tampoco es real mitificar el espectáculo televisivo y atribuirle una plétora de virtudes y potencialidades que justificarían, por sí mismas, el alto consumo popular. Como en el cuento del rey fatuo y los sastres embusteros, hace falta el niño incauto que se atreva a gritar que el rey está desnudo. La gran mayoría de los productos que ofrece la televisión comercial es de una calidad desoladoramente baja. Si se entiende por calidad de un bien simbólico algo más que su correcta factura técnica, cabe afirmar que nuestras industrias culturales -tanto las transnacionales como las locales- incumplen y transgreden las normas de calidad exigibles a toda industria, cuanto más a aquella responsable, en gran medida, de la conformación cultural de la sociedad.

Gran parte de sus emisiones se sumerge en una misma cota de chatura, de ausencia de creatividad, de falta de imaginación y de talento. Son espectáculos desechables, para mirar y botar. Hechos en serie, en base a fórmulas repetidas y mezcladas una y otra vez, hasta tornarse en agravio a la inteligencia y dignidad de las audiencias. Y ello no medido desde las pautas de una distante cultura de élite sino desde los parámetros de la propia cultura popular, la que ha tenido siempre sus escalas de valoración de calidades. De labios de una anónima trabajadora uruguaya me llegó la mejor definición que he escuchado hasta ahora de la televisión comercial de mi país: "el endiosamiento de la mediocridad".

Preciso es entonces suponer por parte de las audiencias receptoras una gran necesidad de sentirse seducidas para dejarse seducir. En ese consenso cómplice, en esa ingestión masiva de productos mediocres ha de haber una racionalidad y una causalidad. Pero no se puede seguir buscándolas -como propone la tesis gratificacionista- dentro de la ventana electrónica y en el juego de imágenes, sentidos y sin sentidos, sino en la gente misma y en sus vidas, en los entramados del espacio social.

Desde el abordaje neocrítico intentaré proponer dos pautas teóricas y

metodológicas para el estudio de la recepción masiva. Un abordaje de esa naturaleza implicaría el reconocimiento de la coexistencia de **diferentes modos de recepción** y una **contextualización** del uso de los medios y del consumo de mensajes, es decir la exploración de los **condicionamientos sociales** de la recepción.

El receptor y sus condicionamientos

¿Cómo no reconocer, por ejemplo, en las crecientes condiciones de inseguridad urbana, impregnando las salidas nocturnas de una imagen de peligro y amenaza, o en las carencias del pésimo transporte colectivo, factores de aislamiento que coadyuvan en el reordenamiento de los espacios culturales a favor de la reclusión domiciliaria ante el dispensador de imágenes y en contra de las otras opciones colectivas?²

Si, para comprender el fenómeno de la penetración social de la televisión, hay que asumir que ésta atiende -y en medida no desdeñable- a necesidades de las masas consumidoras, una perspectiva contextualizadora llevará a discernir entre dos géneros de necesidades: aquellas inherentes a la ecología humana y otras que emergen como producto de la fractura de esa ecología social.

En relación a las primeras, ciertos productos simbólicos difundidos por la industria televisual contemplan genuinas necesidades subjetivas (emocionales, lúdicas, estéticas, de estimulación de la fantasía, de construcción del imaginario) de los receptores. En ese aspecto, todo proyecto alternativo tiene mucho que aprender de ellos. Para avanzar en su inserción social, las nuevas propuestas deberán aprender a hablar el lenguaje de lo cotidiano y a entroncarse con el imaginario popular.

Pero la relación del usuario con el medio televisual está lejos de agotarse allí. De todas las encuestas realizadas en América Latina surge como constante que la motivación prioritaria para el consumo asiduo de televisión es la obtención de distracción y entretenimiento, lo cual vendría a confirmar una relación armónica entre las necesidades sentidas de los usuarios y la oferta del medio. En la consecución del placer parecería residir, entonces, la principal fuerza de

En esa ingestión masiva de productos mediocres ha de haber una racionalidad y una causalidad. Pero no se puede seguir buscándolas en el juego de imágenes, sentidos y sin sentidos que despliega la televisión sino en la gente misma y en sus vidas, en los entramados del espacio social.



Carlos Américo, Dimensión Visual

Carnaval en Montevideo

atracción de nuestra televisión, tal como ella hoy es y opera. Pero es preciso ahondar en la naturaleza de ese placer.

La voluntad de espectáculo, la procura de esparcimiento, de momentos placenteros que quiebren la rutina del vivir cotidiano, tiene un profundo arraigo en la naturaleza humana. Sin embargo, ésta nunca se dio en esas magnitudes de frecuencia (todos los días) y cantidad (un promedio de cuatro horas diarias) ni con el grado de compulsión que hoy hace del televisor un adminículo de cuyo servicio permanente resulta inconcebible prescindir o privarse.

“Para desenchufarse”

Lo cuantitativo -la dosis y frecuencia del “placer” que se ingiere- introduce una modificación cualitativa sustancial. Cuando el placer se convierte en necesidad orgánica -que es, precisamente, su opuesto- cuando se transforma en rutina cotidiana imprescindible y acepta y demanda una satisfacción prefabricada y en serie, empieza a asemejarse a las otras rutinas y a configurar más un hábito que una fruición. La necesidad de

distensión resulta mucho más gravitante que la calidad del satisfactor. Muchos y muy hondos han de ser los problemas y conflictos que se padecen cuando se experimenta a tal punto la necesidad de un medio que ayude a esquivarlos.

En las encuestas aludidas se encuentra que se acude al entretenimiento televisivo “como una ayuda para olvidarse de los problemas”. En mi país, Uruguay, el habla popular ha creado un término muy gráfico para expresar la motivación del consumo televisivo cotidiano: “desenchufe”. Los uruguayos explican que, tras la agotadora jornada de trabajo, se sientan frente al televisor “para desenchufarse”: esto es, para desconectarse de su entorno.

De ese duro y exacerbado “resto” dan cuenta los estudios psicosociales cuando señalan, como característica principal de la patología social y ambiental contemporánea, la agudización de los estrés, producto de las intensas y constantes tensiones a las que los individuos de todos los estratos sociales se ven sometidos: la ansiedad, la frustración, el agobio físico que provoca un trabajo

alienado y segmentado en parcelas de pluriempleo, la agresividad y violencia creciente de los entornos urbanos, la inseguridad endémica generada por la pobreza en aumento, la quiebra de las relaciones familiares y de los roles tradicionales, los desarraigos culturales, el sentimiento de soledad e incomunicación, la degradación de los valores, el vaciamiento de los significados y de los proyectos. Esa cotidianidad en que se inscribe el consumo de mensajes masivos -ese supuesto espacio propio de descanso placentero, de tiempo libre- es una cotidianidad acosada y agredida.

Pues bien: ¿no residirá en ese resto no-libre, al menos una clave de la racionalidad del consumo en dosis masivas e indiscriminadas de mensajes repetitivos y mediocres, emitidos en el código ideológico menos removedor e inquietante, llamados a obrar como paliativos de las tensiones cotidianas, como “desenchufes” -así sean precarios y efímeros-, como dilatorios de los conflictos interpersonales y comunicacionales irresueltos?

Así como la misma civilización que origina el estrés inventó los psicofármacos y determinó la necesidad de acudir a ellos, la misma que genera las tensiones crea el paliativo del entretenimiento prefabricado y el placer-necesidad de su consumo. La televisión-entretenimiento es funcional a la sociedad que la implantó.

Si en estas conjeturas hay algo de cierto, ese consenso entre medios hegemónicos y sociedad civil terminaría siendo menos libre y voluntario de lo que inicialmente aparentaba, sería un consenso condicionado por el **pathos** social a cuyo socaire el medio puede operar sin enfrentar mayores exigencias.

Los modos de recepción

Otro instrumento operativo, para el estudio de la recepción, residiría en el reconocimiento de diferentes "modos de uso" del medio. El reciente ensayo del francés François Mariet³ provee de pistas para abordar desde otra óptica y desde otra racionalidad las relaciones entre la oferta y la demanda televisual. Valiéndose de analogías tomadas del habla informal -lo que en este caso constituye virtud más que defecto- el analista propone distinguir entre tres "modos de visión" o de recepción del espectáculo televisivo, modos que se alternan y coexisten en distintas dosis en cada espectador.

Menciona en primer lugar la **telepasión**: aquellos programas realmente elegidos, gustados y gozados por el televidente y con los que él establece una relación personal que los insta como cita obligada. A no dudar, estos programas debieran ser estudiados con particular atención por los investigadores deseosos de aportar a una programación alternativa. Nos están diciendo algo acerca de las audiencias que disfrutan con ellos y de sus códigos culturales.

En segundo lugar existiría la **televisión-telón-de-fondo**, en la que el aparato permanece encendido sin que en verdad se le preste atención. Está ahí, emitiendo imágenes y sonidos mientras el usuario se dedica a mil otras tareas cotidianas y se limita a echarle un vistazo distraído. Desde nuestra interpretación contextualizadora, la existencia de este modo de recepción constituye también un indicio social merecedor de análisis: nos habla de las soledades y las

Así como la misma civilización que origina el estrés inventó los psicofármacos, la misma que genera las tensiones crea el paliativo del entretenimiento prefabricado y el placer-necesidad de su consumo. La televisión-entretenimiento es funcional a la sociedad que implantó el estrés.

incomunicaciones de una sociedad cada vez más hostil a los encuentros humanos, y a la vez de la incapacidad del hombre contemporáneo de convivir gozosamente con la soledad y el silencio, de un no poder estar a solas consigo mismo, de una especie de horror de vacío.

Por último, tendríamos la **televisión-tapa-agujeros** (*bouchetrou*): aquella que se ve sin entrega ni interés, tan sólo para llenar el tiempo vacío, simplemente porque "no-hay-nada-mejor-que-ver-

pero-algo-hay-que-ver", y que nos remite al entretenimiento-necesidad, al "desenchufe" ansiolítico, a la recepción socialmente condicionada.

Obviamente, ese tosco barómetro mercadológico que es la medición de audiencias no puede registrar esas diferentes pulsiones: él sólo mensura aparatos encendidos y canales sintonizados. Pero, ¿cuánto hay en esa sintonía de auténtica telepasión, cuánto de mero telón-de-fondo y cuánto de tapa-agujeros? En otros términos, ¿cuánto de fruición y entrega, cuánto de hábito y de inerte rutina, cuánto de función sucedánea y supletoria de vacíos vitales? Habrá que imaginar nuevas estrategias de acercamiento al usuario y de formulación de propuestas alternativas.

Al término de una entrevista a Armand y Michèle Mattelart, inquiría sobre los paradigmas acerca de la naturaleza de ese "placer" que experimenta el televidente ante el espectáculo icónico. Tras vacilar, terminó respondiéndome con un suspiro: "Puede ser... el placer de la miseria". Luego añadió: "Es la noción misma de placer la que habría que discutir. Es un placer... pero un placer miserable. El placer de conservar el mundo tal cual es. El placer de olvidar por un momento la miseria"⁴

Queremos para nuestras culturas populares el derecho a la imaginación; ciertamente, el derecho al placer. Pero un placer más digno de ese nombre que el de esta triste cultura del entretenimiento mecanizado y yermo. ●

REFERENCIAS

1. GARCIA CANCLINI Néstor, *Cultura trasnacional y culturas populares. Bases teórico-metodológicas para la investigación* en GARCIA CANCLINI N. y RONCAGLILO R. (editores), *Cultura trasnacional y culturas populares*, Lima, IPAL, 1988, pg. 24.
2. Preguntas muy similares se formula MARTIN-BARBERO J. en *Comunicación y cultura. Unas relaciones complejas*, *Telos* No. 19, Madrid, septiembre-noviembre 1989, pg. 25.
3. MARIET François, *Laissez-les regarder la télé*, París, Calmann-Lévy, 1989.
4. KAPLUN Mario, "Los Mattelart hoy: entre la continuidad y la ruptura" (entrevista), *Dia-logos de la Comunicación* No. 26, Lima, FELAFACS, julio 1988, pgs. 60-61.

*Cultura del silencio y vida cotidiana***El arca de la realidad***Cariño maternal, Lugano, Argentina*

Luis R. Morilla, 1965

Los actores sociales debaten nuevos temas. La crisis ideológica y la falta de respuestas concretas y de ideas fuerza para los problemas cotidianos de la gente, incentivaron el inicio del estudio serio de la relación entre los medios de comunicación y la vida cotidiana. El investigador uruguayo Kintto Lucas propone un acercamiento al debate e indirectamente responde al artículo del estadounidense Anthony Wardlaw, publicado en el número 44 de Chasqui.

Durante décadas la investigación de la comunicación social se centró en el análisis del impacto de la acción comunicacional sobre la sociedad. No se analizaba el proceso del que era parte ni su relación con otros elementos de la realidad. La preocupación fundamental era conocer qué efectos producía determinado mensaje: era la visión de los medios como entidades omnipotentes. Los periodistas por su parte, se dedicaban esquemáticamente a contar un hecho o a hacer periodismo de

KINTTO LUCAS, uruguayo. Escritor, periodista y poeta. Premio Latinoamericano de Periodismo José Martí 1990. Este artículo es parte del libro *Identidad y cultura del silencio en los medios de comunicación*, de próxima edición.

opinión. Se ignoraban los marcos inmediatos de referencia en que las personas se mueven, el contexto, las características del perceptor, los orígenes de los acontecimientos. Los resultados obtenidos siempre se daban la razón.

Este esquema marcó la lógica de la teoría de la comunicación durante toda una época. Los sectores críticos cuestionaban el modelo y otros elementos que determinaban el carácter de los mensajes producidos, como la propiedad privada de los medios por grupos de poder económico y político que excluían y marginalizaban los intereses y la voz de los sectores populares. Como contrapropuesta para romper con esa "cultura del silencio" impuesta por los propietarios de los grandes medios, surgieron múltiples periódicos que bus-

caban ser una "alternativa", y se esquemmatizó la consigna "hay que dar la voz al pueblo". Pero se mantuvo la lógica comunicacional dominante. Se debía convertir al receptor en emisor ya que, si se enviaban mensajes opuestos y contestatarios a los hegemónicos, se podría revertir la situación de injusticia, provocando la "conscientización de los no conscientizados". En lugar de contextualizar el hecho comunicacional y tener en cuenta el sector al que se quería llegar, su marco histórico, su particularidad, la multiplicidad de los actores sociales y sus imaginarios sociales, se enfatizó la

"efectividad del mensaje". La preocupación fue imponer el mensaje porque "había que educar a las masas". Para lograrlo se usó un lenguaje elitista, atiborrado de adjetivaciones e inaccesible para los sectores populares. La selección de los temas a tratar se realizó de acuerdo al sector político representado por el medio. Así se construyeron los medios "alternativos". No importaba a quién iban dirigidos. Se olvidaban del receptor creyendo representarlo y, de hecho, desdeñaban la cultura popular. A esta propuesta siguió otra que sacralizó todo lo hecho por los sectores populares, pasándose así al otro extremo. Las dos propuestas fracasaron porque, entre otras cosas, olvidaron y dejaron fuera de sus páginas el inmenso mundo de la vida cotidiana.

Un almuerzo diferente

Para la investigadora Agnes Heller, la vida cotidiana "es el conjunto de actividades que caracterizan la reproducción de los hombres particulares, los que a su vez crean la posibilidad de la reproducción social". En ella "se ponen en obra todos los sentidos, todas las capacidades intelectuales, todas sus habilidades manipulativas, sus sentimientos, pasiones, ideas e ideologías" y "al estar todas las capacidades en acción, ninguna de ellas lo está con toda su intensidad". La vida cotidiana genérica es común y necesaria para todos los hombres, pero la vida cotidiana de cada hombre tiene muy poco en común con la de los otros hombres. Si bien son idénticas en un plano abstracto, cada uno vive su cotidianidad bajo diferentes circunstancias. Sin embargo la vida cotidiana no se vive en un aislamiento absoluto. Heller señala que "la reproducción del hombre particular es reproducción del hombre concreto e histórico y es un hecho social, pues es un hombre que en su vida cotidiana ocupa un lugar determinado en la división social del trabajo, vive en un momento histórico y lugar por los que está atravesando esta variable". Cuando se habla de la necesidad humana de obtener alimentos (acto cotidiano necesario para todos los hombres) entre dos personas pertenecientes a las clases dominantes, podemos encontrar la diferencia en el hecho de que comen cosas distintas pero en esencia es la misma cotidianidad que los iguala y que es

opuesta y diferente a la de los sectores populares, para quienes el acto de comer puede significar supervivencia.

El análisis aislado de la vida cotidiana, desde una perspectiva individual, no es posible, porque es en las relaciones sociales donde se reproduce y se vive. Por otra parte, también tiene su historia: cuando nacemos nos encontramos con un mundo predeterminado por factores económicos, sociales y culturales. El mundo se nos presenta "ya constituido" y a través de los distintos procesos de socialización vamos internalizando determinadas pautas. La vida cotidiana se sustenta en una acumulación de experiencias que se transmiten de generación en generación, y se presenta como natural y ya consumada. Cada uno de nosotros se mueve dentro de ella con inmediatez y respuestas automáticas, colocándose siempre al resguardo de lo que pueda significar incertidumbre o cambio. Nos movemos con una lectura del entorno que escapa a cualquier estudio, basándonos generalmente en la clasificación y los estereotipos. Los culebrones venezolanos -por ejemplo- muestran la vida de determinados sectores de la clase media de ese país pero no representan la diversidad cotidiana de Venezuela. Los sectores populares están ausentes y son mostrados tan sólo a través del prototipo de la empleada de la familia rica. Son personajes estereotipados, abstractos, híbridos, sin historia, a no ser aquella implícita en el drama. Refuerzan una lectura simplista de la realidad.

Bill Cosby versus Página/12

En América Latina -como bien apunta el comunicador Daniel Prieto Castillo- la cotidianidad que vivimos ha sido impuesta y diezmada a partir del proceso de conquista y dominación, que todavía continúa. No quiere decir que nuestra cotidianidad "pura" haya sido justa y ambientalmente autosostenible. Pero sí creo necesario valorizar el derecho a tener nuestra propia cultura, a ser nosotros mismos y a tener la capacidad de decidir nuestro rumbo, lo que queremos ser y hacer. No podemos aceptar imposiciones.

La cotidianidad que no toma en cuenta lo que fuimos (bueno o malo), nuestros sueños y esperanzas, no es nuestra y no debemos asumirla como tal.

Cuando se emiten series como *Cheers* o *Bill Cosby*, nos están imponiendo la vida cotidiana de determinados sectores norteamericanos que nada tiene que ver con la de América Latina.

Eso nos permitirá abrir la posibilidad de reconstruir una cotidianidad acorde con valores de justicia, y es ahí donde se abre la posibilidad para una prensa verdaderamente comprometida con los sectores populares. América Latina es diversidad, es una mezcla de culturas y razas. Pero los grandes medios acostumbra a imponernos cotidianidades que no están de acuerdo con nuestra realidad. Cuando se emiten series (por cierto muy bien hechas) como *Los Jeffersons*, *Bill Cosby* o *Cheers* nos están mostrando (y en cierta medida imponiendo) la vida cotidiana de determinados sectores norteamericanos, que nada tiene que ver con América Latina.

Pensar y analizar la cotidianidad implica tomar distancia de ella y convertirla en objeto de análisis. Implica pasar de una objetivación en sí a una objetivación para sí, del estereotipo a lo multifacético, y esto implica un largo proceso. La prensa comprometida con los sec-

tores populares debe ser un "espejo" de la cotidianidad, a partir del cual los sectores populares tomen distancia y puedan analizarla. Debe retomar la cotidianidad de los diferentes sectores y analizarla aportando elementos que ayuden a desnaturalizarla, para que así se pueda percibir más fácilmente aquel hecho cotidiano que esconde una situación injusta. Es necesario tener en

y el entorno social, si parte de las experiencias cotidianas que permitan a los sectores populares identificarse y apropiarse de los mensajes, para luego construir nuevas propuestas. El diario argentino *Página/12* rescata determinados cosas reconocibles por el gran público, para llegar mejor a la gente. Tanto a través de sus titulares (cuando utilizan el nombre de un tango o frases interna-

vida cotidiana hace de mediadora hacia lo no cotidiano. Es la escuela preparatoria de lo no cotidiano. Es a través de las capacidades que se adquieren en ella que una persona se afirma en determinada comunidad para luego poder apropiarse y objetivarla. Una propuesta de prensa comprometida con los sectores populares no puede obviar lo cotidiano y hablar desde lo supuestamente superior, porque está asumiendo la postura de los sectores dominantes que rechazan toda forma de vida del pueblo por considerarla inferior. Sus mensajes no estarán estructurados acorde al mundo dominado sino al mundo dominante. Los grandes medios toman hechos cotidianos sin contextualizarlos, porque no están comprometidos con los sectores populares y, si bien llegan a esos sectores, no apuntan a un proyecto que intente cambiar esa realidad.

Cuando Marcelo Tinelli, un locutor de treinta años, realizó un programa televisivo en el que hablaba como la mayoría de la gente, con sus dichos, su lunfardo, estaba transgrediendo la formalidad de la TV argentina. Elevaba la cotidianidad a la pantalla y los jóvenes se veían reflejados, porque él no sólo los representaba sino que era uno de ellos. Ya no era el espectáculo sino la realidad, y por eso la gente se identificó abiertamente. Durante dos temporadas fue el programa de mayor rating de la televisión argentina. Lamentablemente, Tinelli no rescataba la vida cotidiana para desnaturalizarla, no la convertía en objeto de análisis, no traspasaba el cerco de la diversión.

Sin embargo, hay novelas como *Pantanal*, o algunas series de la *Red Globo* en la que los autores (luego de meticulosas investigaciones) lograron representar la multiplicidad y riqueza de la cotidianidad brasileña, desnaturalizándola y convirtiéndola en objeto de análisis. Con cuatro ejemplos basta: *Carga Pesada*, serie en la que se relata la vida de dos camioneros por las rutas del Brasil. *Plantón de Policía*, que narra las peripecias de un cronista policial. *Malhu Mulher* donde se muestra la vida de una mujer periodista recién divorciada, su trabajo, sus conflictos familiares, su realidad. *El Bien amado* que trata sobre un pueblo del interior de Bahía gobernado por un personaje corrupto, pero a la vez pintoresco, típico de muchos rincones, ya no de Brasil sino de América Latina.



Foto UNICEF

Curiosidad

cuenta que lo aprendido y practicado en la vida cotidiana está fuertemente arraigado e internalizado, por lo que cualquier cuestionamiento implica una sensación de pérdida e inseguridad ante lo cual el individuo tiende a cerrarse y sólo acepta los mensajes que se apoyan en la cotidianidad.

La prensa comprometida con los sectores populares puede ayudar a realizar una lectura crítica de la realidad

lizadas por los argentinos) o de su caricatura de portada, parte de la vida cotidiana y profundiza hechos de injusticia que están presentes en la realidad.

Tinelli y las series brasileñas

Si el mensaje parte de una negación directa de la vida cotidiana, de un rechazo autoritario y elitista, la interpretación se puede convertir en un acto de violencia y agresión contra los receptores. La

Son las excepciones que confirman la regla. Seriadamente en los que los personajes tienen historia, van cambiando, se transforman. La vida no es blanco y negro, existen muchos grises.

Sueños, pasiones y procesos

Muchos periódicos, que se decían comprometidos con los sectores populares, dejaron fuera de sus páginas el ámbito de lo cotidiano partiendo de un discurso globalizador y general para todos, sin tomar en cuenta las diferencias culturales y grupales que se manifiestan en la cotidianidad. Se olvidaron que el sentido de la vida no se expresa

Muchos periódicos que se decían comprometidos con los sectores populares, olvidaron lo cotidiano, partiendo de un discurso globalizador y general, sin tomar en cuenta las diferencias culturales y grupales que se manifiestan en la vida cotidiana.

sólo a través de lo verbal, sino que es necesario tener en cuenta otros lenguajes, los gestos, los movimientos, los sueños, las pasiones, el tiempo y el espacio. La visión de la comunicación como producto se mantenía. Concepción que vive los hechos como algo del presente, sin historia. El periódico comprometido con los sectores populares debe renunciar al enfoque-producto y aportar en la recuperación histórica de la comunidad, barrio, organización o sector social, desarrollando formas de expresión que se integren a las relaciones cotidianas. Debe insertarse en la vida cotidiana dejando de lado fórmulas huecas y aceptando muchas veces lo imprevisible, lo múltiple, lo variado. Hay que reconocer la existencia de procesos históricos y trabajar dentro de ellos, en su expresión cotidiana y no en un vacío alejado del pueblo con "verdades" absolutas. A veces ocurre que, al intentar acercarse a lo cotidiano, se sigue manteniendo una mirada-producto y se valoran aspectos de la cotidianidad que llaman la atención, convirtiéndolos en "espectáculo", resaltando lo "folclórico". Muchas veces, tanto los periódicos que se dicen comprometidos con los sectores populares, como los grandes medios, van hacia el barrio popular o la zona marginada y sólo rescatan determinados personajes que sobresalieron por algo, sin tener en cuenta al sector como un todo. Se quedan así en el espectáculo, con la mirada fragmentada. Lo ven como espectadores, desde afuera, sin participar en lo que creen relatar.

La sonrisa del *cantegril*

En Uruguay, durante mucho tiempo, los periódicos que se llamaron alternativos representaron al hombre del *cantegril* lleno de tristeza y odio por la vida. Cierta vez, la revista en la que trabajaba me encomendó realizar una serie de notas sobre el *cantegril*. Paradojalmente, dentro de lo dramático de sus vidas, los habitantes mostraban una alegría increíble para los sectores de clase media. A pesar de la miseria y la lucha por salir de ella, la alegría era una constante. Todavía recuerdo cuando el reportero gráfico mostró las diapositivas para elegir la foto color de la portada: en ellas aparecían muchos niños y adultos con rostro sonriente y varios dijeron (entre ellos el director de la revista) "Eso

fue armado. En los *cantegriles* no pueden estar alegres". No entendían que la cotidianidad era otra, que implica tristezas y alegrías. El hecho no era desbaratar su alegría, sino partir de la vida cotidiana para que pudieran analizarla y comenzaran a cambiar su realidad, potencializando y valorando su capacidad creativa.

El periodismo popular-participativo no puede quedarse con miradas fragmentadas, sin observar toda la complejidad. El gran reto de la prensa comprometida con los sectores populares es acortar las distancias entre el mirar y el hacer, y comenzar a construir lo verdaderamente alternativo junto al pueblo, renunciando a hablar a nombre de él, desde "el lugar del saber". Su aporte a los cambios sociales indispensables es descubrir, junto a la gente y en forma activa, el sentido histórico de los hechos.

Quinientos años de cotidianidad impuesta no permitieron que los latinoamericanos pudiéramos reconocer, rescatar y aceptar nuestra variada realidad. La posibilidad de tener conciencia de eso nos permitirá asumir nuestra cotidianidad, que va íntimamente unida a la identidad de América Latina. Y si la cotidianidad se vive en las relaciones sociales, será dentro de éstas y de una forma colectiva que lograremos cambiarla.

BIBLIOGRAFIA

- Prieto Castillo Daniel, *La fiesta del lenguaje*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 1986.
- Heller Agnes, *Historia y vida cotidiana*, Editorial Grijalbo, Madrid, 1972.
- Shutz Alfred, *El problema de la realidad social*, Amorrortu Editores, - Buenos Aires, 1974.
- Lefevre Henri, *De lo rural a lo urbano*, Editorial Península, Barcelona, 1973.
- Barrán José Pedro, *Historia de la sensibilidad en el Uruguay* (El disciplinamiento), Ediciones de la Banda Oriental, Montevideo, 1991.
- Freire Paulo, *Conversando con educadores*, Ediciones Roca Viva, Montevideo, 1990.
- Wolf Mauro, *Sociología de la vida cotidiana*, Editorial Cátedra, Madrid, 1988.
- Goffman Enrique, *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu Editores, Buenos Aires, 1988.

MEMORIA

Revista del Instituto de Historia y Antropología

Andina MARKA

Número 2

- * Las jefaturas prehispánicas
- * Demografía colonial en Sangolquí
- * Culebrillas una laguna sagrada

Correspondencia a MARKA,
Avenida 12 de Octubre 959 y Roca,
Casilla Postal: 17-03-262,
Quito - Ecuador
Teléfono 503-640

GACETA

Revista Bimestral del Instituto Colombiano de Cultura

SUSCRIPCIONES

Nacional 1 año (6 números) \$10.000

Internacional 1 año US\$ 50

Apartado Aéreo: 043617

Calle 11 N° 5 - 16, Santafé de Bogotá, Colombia. Tel: 341 - 0675

El valor se puede consignar a cualquier sucursal del Banco

Cafetero de Colombia

Cuenta PROCULTURA: N° 01007657-8

Juntos

La Revista de la Acción Popular

Dirección General:

Beatriz Jiménez

Su número 16 incluye

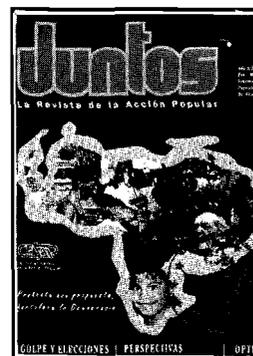
*Golpe y Elecciones.

*Perspectivas de la

Democracia en Venezuela:

Impacto de la Elecciones

Regionales



Correspondencia a Revista Juntos:

Apartado Postal 4240, Caracas 1010 - A, Venezuela,

Teléfonos 81.38.85 Fax: 862.71.82

ECUADOR Debate

Publicación Cuatrimestral del Centro Andino de

Acción Popular

Suscripción anual

EXTERIOR US\$ 18

ECUADOR S/ 9.000

Redacción: Diego Martín de Utreras 733 y Selva Alegre,

Apartado Aéreo 17-15-00173-B

Quito, Ecuador

cuatro Semanas Y LE MONDE DIPLOMATIQUE



DIRECTOR: Carlos Gabetta

SUSCRIPCIONES Y CORRESPONDENCIA:

Avenida del Hospital Militar 125, Piso 4,

Barcelona 08023 - España

Teléfono 418 89 63 - Fax: 418 90 83

MEDIOS Y ENTEROS

Revista de la Escuela de Comunicación Social de Rosario

* Estilos y coberturas de las agencias internacionales en Argentina.

* Actualización y novedades en diarios de Europa y Estados Unidos.

Correspondencia a: Escuela de Comunicación Social

Universidad Nacional de Rosario

Berruti Riobamba 2.000. Rosario. Argentina

Teléfono (041) 816074 / 816055

CANDELA

Integrante de la Red de Revistas de Comunicación y Cultura

Santiago de Chile 1180, escritorio 301

Código Postal 11200, Fax (0582) 96 22 19,

Montevideo-Uruguay



NUEVA SOCIEDAD

ENEERO-FEBRERO 1993
Director: Heidulf Schmidt

Nº 123
Jefe de Redacción: S. Chejfec

COYUNTURA: **Gabriel Aguilera Peralta.** Guatemala. Transición sin llegar a ninguna parte. **José Sánchez Parga.** Ecuador en el engranaje neoliberal. **Freddy Guezada.** Nicaragua. En busca de un nuevo rumbo. **APORTES:** **André Gunder Frank.** América Latina al margen del sistema mundial. Historia y presente. **Raúl Barrios Morón.** La política contra las drogas en Bolivia. Interdicción y guerra debaja intensidad. **Marisela Fleites-Lear / Enrique Patterson.** Teoría y praxis de la revolución cubana. Apuntes críticos. **TEMA CENTRAL: Martín Abregú.** Contra las apologías del «homicidio uniforme». La violencia policial en la Argentina. **Patricia Bifani.** Disponibilidad, derecho y gestión del espacio vital. **José María García Ríos / Giulia Tamayo.** El escenario como Dictador. Configuración metropolitana y experiencia cotidiana. **Gerardo González Ascencio.** Políticas públicas y hostigamiento sexual. **Raúl Leis.** Panamá. Desactivar la muerte. **Luciano Oliveira.** Los derechos humanos como síntesis de la igualdad y la libertad. **Luis Umbria Acosta.** Policías. ¿Víctimas o victimarios?. **Alfredo Vargas Castaño.** La suerte del caracol. Expatriados, expropiados, desterrados y desplazados en Colombia. **POSICIONES: Marcos Terena.** Resistencia indígena 500 años después. **Comisión Sudamericana de Paz.** Declaración del Comité Político. **Red de Apoyo por la Justicia y la Paz.** Cuando la injusticia toca a nuestra puerta. **CONTOVERSA: James Petras.** Una pequeña parte de la lucha. **Carlos Vilas.** Contra el sectarismo.

SUSCRIPCIONES (incluido flete aéreo)	ANUAL (6 núms.)	BIENAL (12 núms.)
América Latina	US\$ 30	US\$ 50
Resto del mundo	US\$ 60	US\$ 90
Venezuela	Bs. 1.000	Bs. 1.800

PAGOS: Cheque en dólares a nombre de NUEVA SOCIEDAD. Dirección: Apartado 61.712 - Chacao - Caracas 1060-A. Venezuela. Rogamos no efectuar transferencias bancarias para cancelar suscripciones.

HOMINES

**Revista Latinoamericana
de Ciencias Sociales**

SUSCRIPCION ANUAL
(Dos números)

Puerto Rico: \$ 15.00
Europa, Sudamérica, África y Asia: \$ 25.00
Estados Unidos, Caribe y Centroamérica: \$ 22.00

Envíe su cheque o giro postal a:
Directora-Revista Homines, Universidad Interamericana,
Apartado 1293,
Hato Rey 00919,
Puerto Rico

CIUDAD

Alternativa

**Revista Trimestral del Centro
de Investigaciones**

CIUDAD

La Gasca 326 y Carvajal, Quito - Ecuador
Teléfonos: 230192 - 549221,

El lápiz electrónico

Investigación social y video

De Iván Rodrigo Mendizábal

A propósito de un taller realizado en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, el libro recoge reflexiones sobre el uso y producción del video en la investigación social.

Pedidos a OCIC - AL:
Apartado Postal 17 - 21 - 178
Alpallana 581 y Whimper, Quito, Ecuador
Teléfono (593-1) 548-046,
Fax (593-2) 501-658
E-mail: ocic-al@seccom.ec




¡SUSCRÍBASE!
Incluye 4 números

Suscripc.	Medellín	Resto del país	Exterior
Normal	\$4.000	\$5.000	US\$15
Apoyo	\$5.500	\$6.500	US\$20

Una publicación del



**INSTITUTO
POPULAR DE
CAPACITACIÓN**

Carrera 46 No. 61-62
Tels: 254 41 15 - 254 70 65
Fax: 254 55 32 A.A. 9690
Medellín, Colombia

SUSCRIPCIÓN a nombre de la
Corporación de Promoción Popular IPC, Medellín. Enviar
recibo de consignación y datos, a la dirección indicada. Para el
exterior, consignar a nombre del Banco Cafetero en Medellín.
Cuenta No. 265-09461-5, oficina Calle 49 No. 50-51.

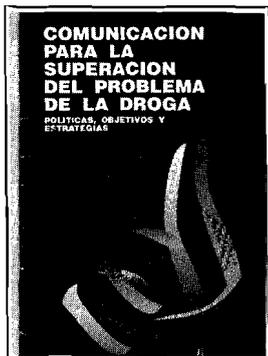
SINTESIS

DIRECTORA:
Guadalupe Ruiz Giménez

Suscripciones a EDISA:
López de Hoyos 141. 28002
Madrid - España

COMUNICACION PARA LA SUPERACION DEL PROBLEMA DE LA DROGA

Políticas, Objetivos y Estrategias



Una publicación del Proyecto ENLACE
Ministerio de Comunicaciones
Edificio Murillo Toro, Of 305
Apartado Aéreo 49863
Santafé de Bogota, D.C
Teléfono 2866911 Fax 2819418

USTED TAMBIEN PUEDE ANUNCIAR EN CHASQUI

Libros, revistas, videos, llamados a concurso, servicios, licitaciones, avisos personales y clasificados.

1/8 de página	US\$ 35
1/4 de página	US\$ 50
1/2 de página	US\$ 100
1 página	US\$ 200

Clasificados Chasqui
Apartado Postal 17-01-584.
Quito-Ecuador

Libros de la Universidad Iberoamericana de México

*Recepción Televisiva

- *La Investigación de la comunicación en México
- * La Comunicación desde las prácticas sociales

*Radio regional y rural en México

Departamento de comunicación
Universidad Iberoamericana.

Prolong. Paseo de la Reforma 880,
Lomas de Santa Fé, México, D.F., c.p. 01210,
Tels 570.76.22 y 726.90.48 exts. 1138 y 1139. FAX 259.06.54

cántaro

DESARROLLO EN EL AUSTRO

SUSCRIPCION (1 año-4 Números)

Ecuador	Normal	S/. 5.500
	Solidaria	S/. 20.000
A. Latina		US\$ 10.00
Resto del Mundo		US\$ 15.00
Casilla 01.01.999 - Cuenca - Ecuador		
Teléfono 839 - 346		



REVISTA TRIMESTRAL de COMUNICACION Y CULTURAS LATINAS
COMUNICACION E

Publicada por la Unión Latina, contiene toda la actualidad del audio-visual de los países latinos de Europa y América, un calendario completo de los festivales, mercados y diversos encuentros en las áreas del cine, televisión y del video, así como un dossier temático en cada número. Esencialmente redactado en español y portugués.

Para mayor información:
Unión Latina Oficina de Lima
Apartado Postal 18-1494
Lima 18 - Perú
Teléfono 41-1520
Fax: (51-14) 41-1520

SUSCRIPCIONES: 4 NUMEROS POR AÑO

PAISES LATINOS DE EUROPA	20 US\$
OTROS PAISES DE EUROPA	25 US\$
AMERICA LATINA	15 US\$
OTROS PAISES	30 US\$

alal

Servicio Informativo

*análisis *comentarios *entrevistas *debates *documentos

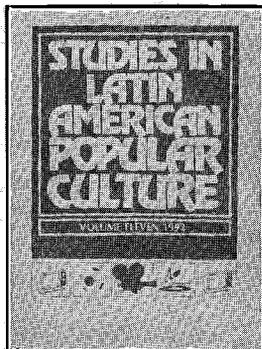
ALAI ofrece una visión de conjunto de la realidad latinoamericana, destacando la dinámica particular de los movimientos sociales y políticos. ALAI busca ir más allá de los hechos y eventos para situarlos en el contexto nacional y regional.

El registro de informaciones y documentos que quincenalmente ALAI pone en manos de sus suscriptores constituye una fuente exclusiva de consulta permanente

información documentada de un continente en movimiento

Casilla 17-12-877, Quito - Ecuador. Teléfono (593-2) 505074. Fax 505073

STUDIES IN LATIN AMERICAN POPULAR CULTURE



Subscriptions

Individual US\$ 15; Libraries and other institutions US\$ 45; patrons 60 US\$. Make checks payable to: Studies in Latin American Popular Culture and send to:

Charles M. Tatum: Editor
Department of Spanish and Portuguese
University of Arizona at Tucson
Arizona 85 721
USA

REVISTA EUROPEA

de Estudios Latinoamericanos y del Caribe

EUROPEAN REVIEW

of Latin American and Caribbean Studies

SUSCRIPCION ANUAL (2 números)

	Instituciones	Individuos
Europa	NLG 90,00 Florines Holandeses	NLG 40,00
Resto del mundo	US\$ 55.00	US\$ 30.00

Dentro de Europa efectuar el pago en florines holandeses por medio de Eurocheque o directamente al número de giro postal 4963810 a nombre de CEDLA (Centrum voor Studie en Documentatie van Latijns Amerika):

Keizersgracht 395-397
1016 EK Amsterdam - Países Bajos

Guía Metodológica PRODUCIR EN VIDEO

3 Tomos más 1 casete VHS US\$ 50.00

Por información a IPAL:

Av. Juan de Aliaga 204
Apartado Postal 270031, Lima - Perú
Teléfono 61-7949, Fax (5114) 617949

CONTRATEXTO

Revista de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Universidad de Lima

En su número 5 incluye:

- * Transdisciplinariedad y desjerarquización en el debate sobre la modernidad.
- * Desarrollo de la investigación en los medios de comunicación.

Correspondencia a:

Centro de Investigación en Comunicación Social (CICOSUL), Universidad de Lima, Avenida Javier Prado Este s.n, Apartado Postal 852, Lima 100, Perú
Teléfono 350677

Libroteca Fundación

Miles de libros a su disposición

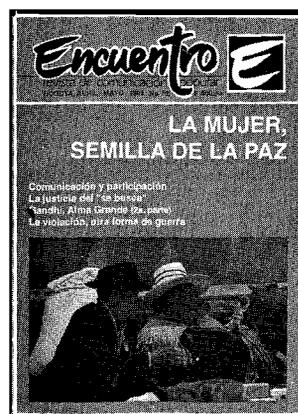
Presidente: Iván Eguez

Dirección:

Ulloa 1074 y Mariana de Jesús
Teléfonos: (593 - 2) 238 - 327

ENCUENTRO

Revista Bimensual de Comunicación Popular



SUSCRIPCION

COLOMBIA \$ 2.000; A. LATINA US\$ 7;
EUROPA US\$ 10

Dirigir cheque a nombre de CEPALC:
Apartado Aéreo 28462
Bogotá - Colombia Teléfono 245 - 3284

El 95 % de los lectores de *Chasqui* no paga por su revista.

Esa culposa angustia puede dañar su salud.

Conozca el placer del alivio inmediato.

Suscríbese

Llene el cupón adjunto y envíelo a:

CIESPAL - *Chasqui*, Apartado 17-01-584 Quito, Ecuador.
Telfs. (593-2) 548-011 Fax (593-2) 502-487.

Correo electrónico (E-mail) chasgino@ecuanex.ec

TARIFAS DE SUSCRIPCION

4 números por año	América Latina	USA, Europa y otros	Ecuador
1 año	US\$20	US\$40	S/. 25.000
2 años	US\$36	US\$72	S/. 40.000
3 años	US\$48	US\$96	S/. 60.000

El valor incluye el costo del envío por correo certificado

A usted no debe faltarle una sola revista, ¡complete su colección...!

Revise las que le faltan y llene el cupón adjunto

20 *Octubre-diciembre, 1986*
Comunicación y arte popular.

21 *Enero-marzo, 1987*
Iglesia electrónica y marketing.
Latinvisión.

22 *Abril-junio, 1987*
Las transnacionales del cine.
Cultura y medios.

23 *Julio-septiembre, 1987*
Boletín informativo para niños.
Auge y caída de los videojuegos.

24 *Octubre-diciembre, 1987*
Retórica en periodismo.
Exportación de telenovelas brasileñas.

25 *Enero-marzo, 1988*
Relaciones públicas.
Políticas culturales en América Latina.

26 *Abril-junio, 1988*
Derecho social a la información y
opinión.
Televisión sin fronteras.

27 *Julio-septiembre, 1988*
Campañas políticas y comunicación.
El mercadeo social.

28 *Octubre-diciembre, 1988*
Comunicación y deuda externa.
Comunicación, crisis y desastres
naturales.

29-30 *Enero-junio, 1989*
Comunicación y drogas.
Desinformación.

31 *Julio-septiembre, 1989*
Investigación y políticas de
comunicación.
Telenovelas pro-desarrollo.



32 *Octubre-diciembre, 1989*
Comunicación en la década del 90.
Radio popular.

33 *Enero-marzo, 1990*
SIDA.
Video popular.

34 *Abril-junio, 1990*
Mujer, desafíos de la comunicación.
Periodismo deportivo.

35 *Julio-septiembre, 1990*
Comunicación y perestroika.
Prensa y estado.

36 *Octubre-diciembre, 1990*
Educación para todos los pobres.
Comunicación e integración.

37 *Enero-marzo, 1991*
Comunicación y medio ambiente.
Prensa y derechos humanos.

38 *Abril-junio, 1991*
Comunicación, guerra y propaganda.

39 *Julio-septiembre, 1991*
Comunicación en tiempos del cólera.
Comunicación y desarrollo.

40 *Octubre-diciembre, 1991*
500 años de incomunicación indígena.
Televisión, nueva etapa de CIESPAL.

41 *Abril 1992*
Campañas de comunicación.
Ética, encubrimiento o transparencia.

42 *Julio 1992*
Medios en transición: la situación de los
medios desde México hasta Argentina, y
algunas iniciativas internacionales dirigidas
al emergente mercado regional.

43 *Octubre 1992*
Cine, video y fotografía.
Periodismo científico.

44 *Enero, 1993*
Reforma de las facultades de
comunicación.
Brasil: medios, corrupción y Estado.

Chasqui por dentro:

Informe anual de subversiones

¿Quiénes somos?

No se trata de diluir responsabilidades sino de compartirlas. La unidad de producción Chasqui está compuesta por varios grupos que hay que identificar:

- 1) El equipo de redacción y el personal de apoyo.
- 2) El equipo administrativo maneja la gestión de financiamiento, informes, pagos, ingresos por distribución, ventas y publicidad.
- 3) Un heterogéneo par de cientos de colaboradores regulares y esporádicos, dispersos por el mundo y mayoritariamente latinoamericanos.
- 4) Los amigos y desconocidos lectores que habitan en casi treinta países y tienen intereses tan diversos como sus profesiones, actividades y lugares de residencia. Un 80% son latinoamericanos, residentes, y el resto de todas partes.
- 5) Hay un grupo de amigos que se identifican con Chasqui como si fuese su equipo favorito de fútbol. Coleccionan la revista. Nos conocen bien y desde hace tiempo. Nos escriben, contestan encuestas, nos felicitan, nos critican, se enojan y aplauden; promocionan la revista.
- 6) El grupo más numeroso y más poderoso que nos rodea, consiste en varios millones de personas que ni siquiera conocen la revista aunque podrían beneficiarse ocasionalmente de sus entregas. Deambulan por el ciberespacio y todavía no nos hemos cruzado a conversar.

Chasqui es el producto de la acción conjunta de los 6 grupos. Usted sabrá en cuál se ubica.

¿Qué nos han dicho desde que hace quince meses empezamos el intento de vigorizar esta revista?

Al principio nos dijeron que urgía el cambio porque había perdido actualidad, que era densa y casi ilegible, que su diagramación era pesada y desalentaba, que parecía desvinculada de la realidad de los cambios maratónicos en curso en las comunicaciones de masas, que su lenguaje caía con demasiada frecuencia en el oscurantismo de las jergas profesionales. Nos dijeron que estábamos ideológicamente desubicados ante los cambios planetarios que ocurrían en lo político y lo económico.

Constatamos que no sólo las cosas andaban mal, muy mal, en el mundo de las comunicaciones, sino que también se gestaban cambios impresionantes en casi todos los frentes. Pensamos que **Chasqui** debía ser testigo de esos cambios, acompañarlos, y aportar constructivamente a las comunicaciones sociales.

Los objetivos iniciales

Hace un año nos propusimos simultáneamente ampliar y hacer más accesible (no más trivial) el contenido de la revista, buscar a nuevas generaciones de lectores, aligerar el diseño y montar un sistema de distribución eficaz para las Américas y en Europa. Hace un año, **Chasqui** tenía 200 suscriptores pagos y hacía unas 600 donaciones e intercambios. La revista tenía pocos ingresos por publicidad y las ventas en librería eran bajas.

Poner en práctica la crítica

Hace un año decidimos que en la década de los 90 todos, pero todos, merecían ser blanco de las críticas más implacables. Desde la Iglesia Católica

hasta los gobiernos de izquierda, de centro y de derecha; desde los empresarios piratas hasta los profesionales del desarrollo. Entonces, surgió la decisión de hacer permanente una sección de crítica y autocrítica en **Chasqui**. A pesar del nerviosismo que causa entre muchos amigos de la revista, esta sección continúa y continuará. Esta intervención directa del editor es excepcional porque queríamos mostrar aspectos de la revista que sólo se pueden ver desde adentro. Seguimos invitando a nuestros críticos visitantes para que nos brinden algunos días de su tiempo hacia el final de cada trimestre.

Las reacciones a estas críticas y autocríticas fueron variadas. Hubo algunos que nos criticaron extraoficialmente por someterlos, como enfermizos masoquistas, a los intempestuosos exabruptos de lo que ellos llamaban un grupo de desconocidos y descalificados. Otros expresaron su coincidencia y nos felicitaron por demostrar cierta valentía editorial que ojalá adoptaran muchos medios culturales latinoamericanos.

Reacciones al cambio

Las primeras reacciones a los cambios fueron contradictorias. Algunos pocos nos alentaron hacia la diversificación de temas y los cambios de estilo, hacia lo periodístico y más distante de lo académico y ensayista.

Recibi puntualmente **Chasqui 44** y como hacia largo tiempo no me ocurría, la lei toda. Es una edición extraordinaria y sustanciosa con un editorial excelente y estupendos artículos. Todo lo relacionado con las facultades me parece absolutamente sin desperdicios, minucioso, diverso, acertadísimo...

Miguel Angel Tréspidi. Suscriptor desde 1983. Titular de la cátedra de Planeamiento de la Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. 23 de marzo de 1993

Los más duros nos acusaron de trivializar y devaluar una revista seria, y llevarla por el camino de la manada hacia lo banal y superficial. Otros más lanzados nos criticaron, y critican aún, por no

llevar los cambios adelante con más celeridad, convicción y soltura.

El lector y Michelangelo

El primer indicio serio, de que nuestro grupo de lectores y amigos era algo complicado, nos llegó con los cuestionarios que circulamos con la edición 43. Lo notable fue la dispersión de preferencias y rechazos de los artículos de esa edición. Cada nota tenía sus admiradores y sus detractores. El mismo artículo gustaba enfáticamente a un grupo y era rechazado con igual fervor por otro. Algo similar ocurrió con la lista de temas opción para próximas ediciones de la revista. De los 22 temas opcionados para futuras ediciones, casi todos tenían un grupo sólido de seguidores. Cada lector tenía una notable diversidad de temas de interés. A casi todos les interesa casi todo.

Monográfico vs. modular

Estos datos nos sugirieron que el **Chasqui** monográfico, con un grueso tema central y uno que otro aderezo liviano, no podía satisfacer a la diversidad de intereses. Decidimos manejar 4 ó 5 módulos simultáneamente.

La dificultad en este plurimodulismo es que sentimos que nunca cubrimos suficientemente cada tema. Nos quedamos con material bueno que no publicamos por falta de espacio. La revista nos queda corta. Pero no podemos pasar a publicar cada dos meses como quisiéramos.

Todas las publicaciones con larga historia son difíciles de cambiar. Pero aquellas que se publican trimestralmente lo son quizá más que las que salen con frecuencia mensual o quincenal. Las posibilidades de corrección de rumbo no son frecuentes y toma tiempo forjar su nuevo perfil. Aún hay tiempo y espacio para influir sobre el nuevo rumbo.

Polémicas y mejoras

Nos gusta la polémica. Creemos que algo anda mal si una revista para pensadores despiertos no irrita y no motiva a que reaccionen, apoyen o se enojen. Esto ha sido difícil. Publicamos artículos que francamente pensábamos que

La sección de las facultades da una buena idea de las inquietudes y sugerencias cocinadas hasta ahora, así como de los temores que bien señala el editorial que apunta la timidez con que planteamos la vinculación escuela-empresa. Confío en que **Chasqui** logre estimular un pensamiento más agresivo y a la vez seminal al respecto. Será un parto doloroso abandonar nuestras certezas de tantos años. Mis felicitaciones más sinceras por este esfuerzo peculiar.

Guillermo Orozco Gómez,
Coordinador del Programa de Investigación en Comunicación de la Universidad Iberoamericana de México.
11 de febrero de 1993

provocarían alguna reacción violenta (Anthony Wardlaw, **Chasqui 44**, por ejemplo). Y nadie se sintió molesto por sus tesis de ultratumba. ¿Qué pasa? ¿Nadie lee? ¿Leen y están de acuerdo? ¿No están de acuerdo pero tampoco les importa? ¿Se sienten tan distantes de la revista que no creen posible que sus reacciones positivas o negativas tengan cabida en sus páginas? ¿Están demasiado ocupados, demasiado catatónicos por sobredosis de información? Esto nos preocupa porque si no logramos que los lectores se metan en el ruedo, el proyecto se va a volver aburrido y puede fracasar.

Pero las cosas han cambiado notablemente entre **Chasqui 41** y **45**:

- * Aumentamos el número de páginas en un 28%. El número de artículos en un 35%. La diversidad de temas en un 40%;
- * Cualitativamente, creemos que el diseño gráfico y la diagramación han mejorado notablemente;
- * Ediciones individuales, suscripciones y ventas de colecciones pueden obtenerse ahora en una docena de librerías y centros de distribución en América Latina y Europa;
- * Aumentamos las suscripciones. Las ventas directas ya no son marginales. Numerosas bibliotecas y centros de estudio están comprando colecciones completas de **Chasqui**.

Recibí la *Chasqui* 44 sobre el caso Mello en Brasil y la Reforma de las Facultades. Me gustó mucho la línea de esa edición que problematiza la enseñanza de la comunicación en América Latina.

Dr. José Marques de Melo,
Departamento de Periodismo,
Escuela de Comunicaciones
Universidade de São Paulo,
Brasil. Marzo 1, 1993

* Los intercambios publicitarios han pasado de una a cuatro páginas por edición. Unos 10.000 lectores de revistas amigas se enteran ahora, regularmente, de la salida de cada edición

* La publicidad paga constituye ahora un 10% de nuestros costos de producción. El subsidio institucional ha bajado de un 95% a un 85%, aproximadamente. Lejos de nuestra meta pero mejorando.

* Nuestra red de colaboradores ocasionales y permanentes se ha diversificado. Recibimos más material de calidad del que podemos publicar.

Nos hemos ganado algunos enemigos y muchos nuevos amigos. Se ha logrado mucho, pero queda una enormidad por hacer. Necesitamos la colaboración de ustedes que están en esos 6 grupos mencionados al comienzo.

Colaboraciones. Necesitamos más y mejores materiales para publicar. *Chasqui* necesita liderar en información y análisis de actualidad. Queremos una visión actual y prospectiva. Aún no lo logramos.

Estilo. Queremos que la lectura de *Chasqui* sea una experiencia intelectual y estética memorable. El aspecto gráfico es sólo un componente. Necesitamos escritores pródigos y creativos. Queremos que la forma sea por lo menos tan impactante como el significado de lo dicho. Queremos que el colaborador nos seduzca con sus palabras y sus ideas.

Profesionalismo. No tenemos reporteros ni periodistas a quienes asignar una nota o un ensayo. Los colaboradores escriben para divulgar su trabajo y marginalmente por la pequeña remuneración que ofrecemos.

Algunos piensan que esta relación los exime de las obligaciones del periodista profesional: limpieza del texto, estilo dinámico, adecuadas y sintéticas referencias, puntualidad en la entrega. Esto dificulta la edición y diluye la calidad. Queremos trabajar con profesionales de las comunicaciones, con todo lo que esto implica.

Audacia constructiva. En comunicaciones, en América Latina está casi todo por hacer. La crítica a sí mismo y al prójimo no debiera ser un atajo para ganarse enemigos, sino, por el contrario, una forma de establecer credibilidad y aportar a la reconstrucción. Apostemos con valor a señalar lo que debe cambiar y a comprometernos con su ejecución. No se trata de denunciar. Se trata de señalar los caminos a recorrer para sanear el ambiente. Queremos despojarnos de la timidez. Hablemos claro y constructivamente. No se trata de ofender ni de sacarse el clavo. Se trata de corregir y reconstruir.

Sísifo: distribución, publicidad y autofinanciamiento

Es cierto que nuestra distribución ha mejorado. Queremos aprovechar las experiencias de otras épocas y adoptar las técnicas de trabajo del próximo siglo. En ambos casos necesitamos su ayuda. Específicamente, necesitamos lo siguiente:

1. **El 95% de los lectores de *Chasqui* no paga por el ejemplar que consulta.** Estamos orgu-

llosos de que cada ejemplar tenga entre 10 y 15 lectores serios. Pero necesitamos que los segundos y terceros lectores se suscriban. El lector de *Chasqui* está lejos de la pobreza crítica. Sí puede pagar por lo que consume y valora.

2. **Necesitamos listas** de potenciales suscriptores. Queremos listas pequeñas y grandes de los colegas interesados, universidades y profesores de comunicaciones, sociología, ciencias sociales y políticas, humanidades. Queremos publicitar entre los cientos de miles de estudiantes de comunicaciones de América Latina. Necesitamos listas y contactos en EE.UU., Canadá y Europa. Buscamos los directorios de gremios profesionales, de agencias publicitarias, de los principales directivos de los medios de comunicación de cada país. Queremos escribirles y entusiasmarlos con nuestra publicación. Ustedes pueden ayudarnos.

3. **Librerías y distribuidores.** Hay miles de librerías en América Latina. Pero son muy pocas, poquísimas, las que cumplen los dos requisitos esenciales para *Chasqui*: 1) que el material que ofrecen atraiga a nuestro lector; y 2) que actúen con profesionalismo comercial, cumplan con los pedidos y los pagos, y sean respetuosos de sus abastecedores. Usted conoce algunas de estas excepciones, a sus gerentes o dueños, nos puede recomendar, nos puede hacer llegar sus direcciones, fax y nombres para que iniciemos un contacto profesional. Nuestras propuestas son

No es fácil criticar a *Chasqui*. Menos aún cuando a la señera longevidad se agrega una impactante capacidad de renovación.

Destaca la diagramación del nuevo *Chasqui*: carátulas provocativas; buen balance entre blancos, textos e ilustraciones; impecables tipos de fuentes, interlineado y puntaje. También se ha ganado en la sencillez de los títulos. Uno se deleita con "La terca opacidad del glassnot mexicano", o con "El efecto perverso del simulacro de consumo".

Ha sido una excelente decisión lanzarse a la conquista del mercado. *Chasqui* reúne lo necesario para instalarse en la mesa de cada comunicador profesional y de cada estudiante.

Creo que la transformación prometida y emprendida ha empezado pero no culminado (ya que no es audacia lo que falta). La revista puede desacademizarse (o descamisarse) aún más. Felicito el salto pero siento que hay que desatar del todo la mano y la soltura periodística de esta nueva fase.

Rafael Roncagliolo. Instituto para América Latina, IPAL
Lima. Marzo de 1993

comerciales. Creemos que el que vende **Chasqui** debe ser compensado por su trabajo.

4. Facultades, bibliotecas, centros de investigación y organizaciones de desarrollo. En América Latina hay miles de centros de estudio, públicos y privados, independientes o ligados a ONG's y organizaciones internacionales. Casi todos tienen que ver con comunicaciones. Las colecciones completas de **Chasqui** y sus números más recientes debieran ser material permanente de referencia en estas bibliotecas. **Chasqui** ofrece colecciones y suscripciones a precios descontados para estas instituciones. Usted conoce a una docena de ellas. Háganos llegar sus datos. Hágales llegar nuestra información.

El laberinto de la publicidad

La publicidad es el combustible que hace funcionar al 90% de los medios del planeta. Pero casi todas las revistas culturales de América Latina ignoran los principios más elementales de esta disci-

Me gasto un fax con el solo propósito de felicitarlos por el impresionante salto cualitativo que está dando la publicación. Ahora es casi toda para fotocopiar, guardar y consultar, un verdadero instrumento de trabajo. Bravo.

Antonio Pasquali. Pensador y periodista
Caracas, 2 de marzo, 1993

plina. Desconocen los mecanismos que rigen su comportamiento. La carencia de una política publicitaria impone a los proyectos de comunicación, educativos y culturales, una dependencia permanente de la ayuda internacional, formas artesanales de producción, un producto de mediocre calidad, la improvisación, y la falta de distribución. Por eso, la interminable aparición y desaparición de publicaciones, programas y proyectos audiovisuales, al margen de sus valores e intenciones.

En 1993 **Chasqui** se tomará en serio la publicidad. La abordaremos como una actividad profesional, ni más ni menos nociva que la industria de las computadoras, las imprentas, las farmacéuticas, o los grandes monopolios del mundo del

Chasqui es de las más consultadas en nuestro Centro de Documentación, desafortunadamente fue suspendida con el número 28 y ha sido difícil conseguirlas. Anexamos el pago por los números atrasados.

Teresa de Jesús González Pérez
Centro de Estudios de la
Información y de la
Comunicación
Universidad de Guadalajara

desarrollo, la defensa del medio ambiente o las industrias públicas y privadas del mundo académico.

Tendremos que estudiarla, entender sus mecanismos y sus indiosincrasias, y descubrir las formas de trabajar con ella. En las páginas de **Chasqui** ustedes empezarán a encontrar trabajos sobre publicidad. Nos interesa particularmente aprender cómo los proyectos de comunicación social de corte popular, educativo o cultural, pueden vincularse a este conglomerado transnacional.

Hay dos formas en que ustedes nos pueden ayudar. Primero, queremos establecer contacto con grandes y pequeñas agencias de publicidad, en cada uno

de los países latinoamericanos y con aquellas en Europa y Estados Unidos que se especializan en nuestro mercado regional. Necesitamos listas, nombres, contactos y sugerencias. Segundo, queremos publicar trabajos que toquen este tema en la forma más práctica y directa posible. Nos interesa saber cómo erramos en nuestras estrategias y nuestras tácticas. Nos interesa aprender a ser parte de este proceso, sin percibir el acercamiento como una venta más en lote de almas al diablo.

Comunicaciones y desarrollo

Las agencias internacionales, nacionales y no gubernamentales de desarrollo reconocen, en gene-

ral, que tienen deficiencias evidentes en su política de comunicación. Todos hemos hablado hasta la saciedad, durante más de 4 décadas, sobre cómo incorporar las comunicaciones al trabajo de desarrollo en todas sus escalas. Hasta ahora nadie parece haber descubierto por dónde le entra el agua al coco.

Chasqui es una de las pocas revistas latinoamericanas que llega regularmente a un grupo de lectores cuya mayoría son comunicadores profesionales, periodistas, técnicos, escritores, y guionistas, los que hacen las comunicaciones de masas. **Chasqui** llega e impacta a esos formadores de opinión. Varias instituciones de desarrollo lo han probado y demostrado. Queremos ser un vehículo de difusión y conscientización para instituciones, grandes y pequeñas, que necesitan divulgar su mensaje hacia los formadores de opinión con conciencia social. Hablamos de publicidad institucional. Casi todos nuestros lectores están o estarán vinculados a instituciones de desarrollo social de los más diversos tipos. Queremos estar en contacto con ustedes.

Hacer **Chasqui** no es fácil, es fascinante. Los logros son muchos y los problemas que tenemos que solucionar son muchos más. Corremos el peligro de saltarnos la época en que la palabra impresa fue la principal divulgadora y sistematizadora del conocimiento. Podemos pasar, en un descuido, del analfabetismo a la comunicación neoicónica sin llegar a conocer el verbo impreso. En este contexto, la Revista Latinoamericana de Comunicación es un anacronismo condenado o es un proyecto que está en la vanguardia de un renacimiento de características indefinidas. Ojalá que este informe crítico estimule su acercamiento a **Chasqui**. Queremos conocer sus opiniones y sugerencias. ●

Chasqui 44 será de gran ayuda como material de información para quienes consultan nuestro Centro de Documentación. Su contenido es importante y el trabajo realizado es encomiable.

Luis Germán Mena
Coordinador del Centro de Documentación.
Centro al Servicio de la Acción Popular
CESAP. Caracas, 28 de febrero, 1993

MARTHA ALVES D' AZEVEDO
BRASIL

Violencia y corrupción en la novela de las ocho

La telenovela es hoy la diversión mayor de Brasil. El único teatro, cine y -¿por qué no?- literatura, de una masa considerable que no tiene acceso al arte de las élites. ¿Cómo negar su repercusión? ¿Los medios de comunicación reflejan la violencia de la sociedad o la incentivan? ¿Qué papel desempeña la telenovela en la violencia que día a día aumenta en el Brasil? La televisión se transformó en una escuela y entra disfrazada en los hogares y en el seno de las familias; enseña a corromper, a traicionar, asaltar, secuestrar y asesinar con requintes de ferocidad nunca antes vistos.



Cambio 16 América, No. 1104

Daniela y Guillermo eran la pareja más popular de Brasil

La telenovela brasileña transmitida en horarios nobles, o de gran audiencia, en América, Europa y Oriente, fue alimentando una tendencia agresiva y violenta, que en un momento parecía provocar un aumento de audiencia entre el público joven y en los diferentes niveles sociales de la población.

Aunque en Brasil la agresividad emitida a través de cada nueva novela ya fue blanco de críticas y alertas de los educadores, siempre se terminó hablando de la libertad de información y de la necesidad de no cercenar las formas de expresión, y no se tomó ninguna providencia.

Pero, las telenovelas brasileñas se tornaron vehículos de tanta agresividad que sus homónimas mexicanas (emitidas por la red SBT y caracterizadas por un romanticismo "a la moda antigua"), comenzaron a conquistar grandes audiencias, compuestas por personas saturadas de crímenes.

En 1992, la *Red Globo* de televisión, conocida por su alta tecnología y con el mayor índice de audiencia del país, estrenó su nueva novela de las veinte horas, titulada *De cuerpo y alma*. Fue lanzada con gran publicidad porque se intentaba batir todos los récords de audiencia. De autoría de Gloria Perez, y con un elenco integrado por los mejores actores, la novela reunía todo lo necesario para conquistar el público habitual de la *Globo* en ese horario, y el de otros canales.

MARTHA ALVES D'AZEVEDO, profesora de la Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Entre el elenco de actores invitados se encontraba Daniela Pérez (joven actriz, hija de la autora y ya consagrada en novelas) a quien se reservaba el papel principal de la muchacha que atraería miradas y pasiones de los jóvenes que actuarían con ella. Desde el inicio, Daniela despuntó como la revelación de la novela *De cuerpo y alma*; pero, la agresividad y la violencia de cada nuevo capítulo comenzó a molestar a los telespectadores que al llegar a la casa, después de un día de trabajo, recibían una enorme cantidad de mensajes negativos.

Ficción y realidad

Entre los jóvenes apasionados por Jazmín (Daniela) estaba Bira (que hacía de su novio), protagonizado por el actor Guilherme de Pádua, quien se mostraba a cada capítulo más violento. Dando muestras de unos celos enfermizos, con los que se justificaban todas sus actitudes rudas y agresivas.

El día 29 de diciembre, todo el Brasil acompañó a través de la televisión los episodios desarrollados en la Cámara y el Senado Federal, que culminaron con el retiro, por corrupción, del presidente Fernando Collor de Mello. Parecía que una nueva era se inauguraba en el país.

En la noche de ese mismo día, luego de grabar un episodio de la novela en que Jazmín rompe con Bira, Guilherme de Padua y su mujer Paula asesinaron a Daniela (Jazmín) con quince golpes de tijera que le atravesaron la garganta y el pecho, alcanzando hasta los pulmones.

El día 30 de diciembre por la mañana, el Brasil entero, conmovido por la noticia de la muerte de un mito (Jazmín), comenzaba a conjeturar las posibles razones que habrían llevado al también joven actor Guilherme de Pádua a cometer un crimen tan cruel. Sólo encontraban un gran vacío...

"¿Asalto?", no sería posible por los golpes sufridos. "¿Celos?", era una suposición. Mezcla de ficción y realidad... Cuando el carro de Guilherme de Pádua fue identificado por un abogado, que vio el auto estacionado y anotó la placa, su mujer (embarazada de tres meses) se presentó como coautora del crimen. Natural del estado de Minas

Yo acuso

MONSEÑOR LUCAS MOREIRA NEVES

La acusación que lanza Monseñor Moreira Neves, contra la televisión brasileña y su promoción desenfrenada de la violencia como espectáculo, sería pertinente para cualquier país latinoamericano. Lo que dice respecto a ciertas telenovelas puede aplicarse a buena parte de la programación de series y films, en cualquier teleemisora de la región. Sorprende que, en tantos países, las personalidades culturales y religiosas, los ciudadanos y los educadores no se expresen públicamente en este sentido con la potencia y vehemencia del Obispo máximo de Brasil.

Del polémico manifiesto de Emile Zola estoy plagiando solamente el título y, si pudiera, la vehemencia. Fuera de eso, no pretendo revisar en esta crónica el clamoroso asunto Dreyfus. Mi *J' accuse* está dirigido hacia la televisión brasileña. Y lo lanzo como brasileño preocupado con mi país y como obispo responsable por gran número de fieles.

No quiero, de ningún modo, generalizar. Estoy dispuesto a exceptuar de mi acusación al canal dedicado a la educación y la cultura, y los programas que, en los diferentes canales, contribuyen al crecimiento y la elevación cultural y humana de la población.

Hecho eso, y tomando por testigo a la sociedad brasileña en general, los padres de familia y los educadores en particular, los pastores de iglesias y líderes religiosos, yo acuso a la televisión brasileña por sus muchos delitos.

La acuso de no cumplir las funciones en vista de las cuales obtuvo del gobierno una concesión: informar, educar, cultivar, formar conciencia y divertir. En lugar de eso, ávida solamente de puntos en el rating y en la ganancia, ella no deja de apelar a los instintos más bajos del hombre. Su pecado más grave es el que concierne a la educación, por ser ésta una necesidad fundamental para

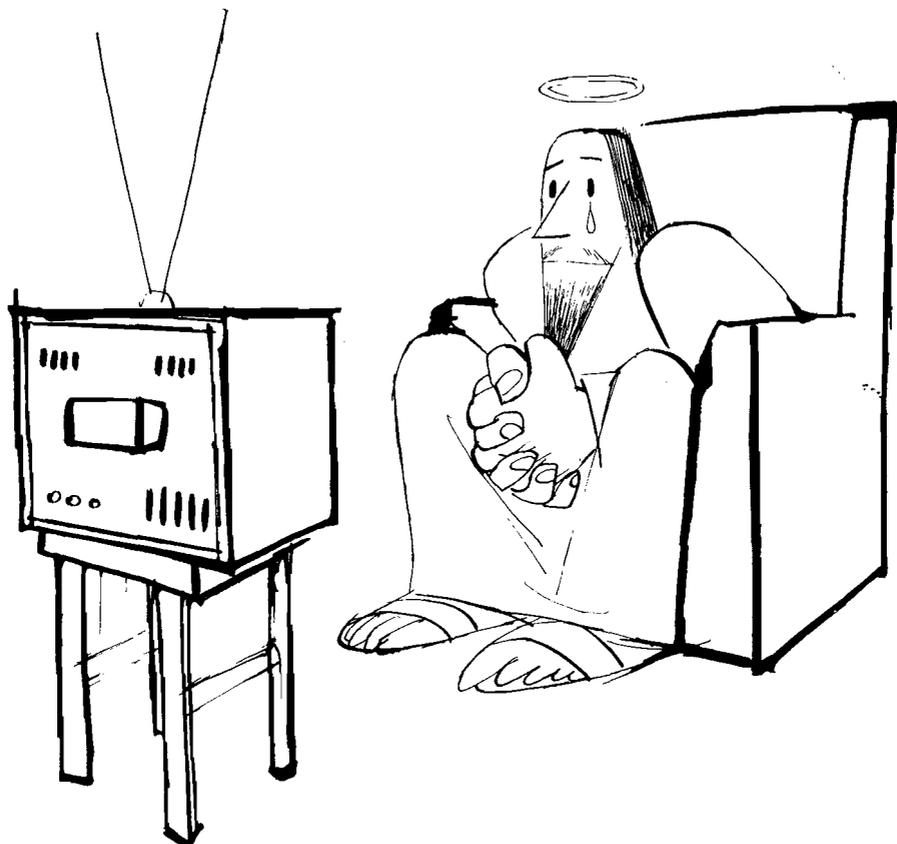
nuestro país. Con raras y loables excepciones, la TV brasileña no sólo educa con rasgos de perversidad, sino que deseduca, abusando de sus recursos técnicos, de su poder de persuasión y penetración en los hogares del país entero. Ella destruye lo que otras instancias pedagógicas y educativas, a duras penas, buscan construir.

Acuso a la televisión brasileña de suministrar copiosamente a su clientela, los dos ingredientes que (por un curioso fenómeno) andan siempre juntos: violencia y pornografía. La primera es servida en filmes para todas las edades. La segunda impera suelta, en cualquier género televisivo: telenovelas, entrevistas, programas que se dicen humorísticos, spots publicitarios y video clips. Hace cerca de tres años, en un artículo del *Jornal do Brasil*, el editor y periodista Sergio Lacerda denunciaba que, con su muestra de pornografía, la TV brasileña estaba formando una generación de *voyeurs*.

Acuso a la televisión de nuestro país de utilizar aparatos y equipos sofisticados con el objetivo de imbecilizar fajas enteras de población. Una generación de debiloides.

El proceso se torna consternador e inquietante cuando, a pretexto de humor, un instrumento de educación como la escuela se transforma en "escuelita", donde el mal gusto, la idiotez, son servidos a los niños, adolescentes y jóvenes en formación. Pocos analizaron el humor

DON LUCAS MOREIRA NEVES es Cardenal Arzobispo de Salvador y Primaz de Brasil. Este artículo fue publicado en el *Jornal do Brasil* de Río de Janeiro el 13 de enero de 1993.



televisivo tan profundamente como Moacyr Werneck de Castro, al apuntarlo como verdadera regresión a la infancia, por medio de un "repertorio de banalidades" (*Humor en la televisión, Jornal do Brasil*, 6.7. 91).

Acuso a la TV brasileña de ser demoleadora de los más auténticos e inalienables valores morales, sean ellos personales o sociales, familiares, éticos, religiosos o espirituales. Demoleadora porque no solamente se ríe de ellos, sino que los disuelve en la conciencia del telespectador y propone en su lugar, los peores contravalores.

En este sentido, es asustadora la expresa demolición de la familia y de los más altos valores familiares -amor, fidelidad, respeto mutuo, renuncia, don de persona- realizada cotidianamente, sobre todo por las telenovelas. En lugar de eso, la farsa y la disolución, el adulterio y el incesto.

Acuso a la TV brasileña de ser corruptora de menores, en virtud de programas de la más baja categoría moral, por las escenas y las palabras, en horarios en que los niños están delante de la caja mágica.

Acuso de atentar contra lo más sagrado que hay: la vida. No hace muchos días, millares de espectadores vieron y oyeron, en el diálogo entre un locutor y una joven de veinte años, la más explícita apología del aborto y el incitamiento a la supresión de vidas humanas desde su nacimiento.

Acuso de diseminar en varios programas, ideas, creencias, prácticas y ritos ligados a los más extraños cultos. Ella se torna, de ese modo, vehículo para la difusión de magia, inclusive magia negra, satanismo y rituales nocivos al equilibrio psíquico.

Acuso a la TV brasileña de destilar en su programación e instilar en los telespectadores, inclusive jóvenes y adolescentes, una concepción totalmente antiética de la vida: triunfo de la viveza, el hurto, la ganancia fácil, el estelionato. En ese sentido, merecen un análisis a parte (desde el punto de vista psicosocial, moral, religioso) las telenovelas. ¿Cuándo fue la última vez que una novela brasileña abordó temas como los niños de la calle, los sin techo, los sin trabajo, los marginados en general? ¿Cuál fue la novela que propuso nobles ideas de ser-

vicio al prójimo y de construcción de una sociedad mejor? En lugar de eso, las telenovelas ofrecen (a la población empobrecida) como modelo ideal, las aventuras de una burguesía en descomposición, pero de algún modo atrayente.

Acuso, en fin, a la televisión brasileña de instigar a la violencia: "La televisión brasileña tendrá que buscar dentro de sí las causas de la violencia que desencadenó y de la cual fue víctima" (Editorial *Estrellas Candentes, Jornal do Brasil* 6.1.93). "Ya se llamó la atención hacia el hecho de que el crecimiento de la red monopolística de televisión coincide con el crecimiento de la violencia en el país y jamás se logrará terminar con esa situación mientras la TV se recuse a asumir su responsabilidad" (Editorial *Límites del dolor, Jornal do Brasil* 8.1.93). Ella no puede procurar coartada cuando esa violencia produce frutos amargos. ¿Quién mató, hace unos días, a una joven actriz? Sería ingenuidad no indicar y no mandar al banquillo de los acusados una coautora del asesinato: la TV brasileña y su novela de las 8. Y, siento tener que decirlo, la propia novela *De cuerpo y alma*. ♦

Se podía pensar que la guionista Gloria Pérez, después del asesinato de su hija y de las consecuencias funestas de la violencia presentada, cambiaría el rumbo de la telenovela. Pero el espectáculo debía continuar y los siguientes capítulos salieron con mayor agresividad y violencia que antes.

Gerais, de una familia de clase media alta, parecía para todos insólito que protagonizara un crimen sin razón aparente y sin motivos que pudiesen servir de atenuantes.

¿Magia negra o televisión?

Pronto surgió la hipótesis de un ritual de magia negra. Guilherme y Paula llevaban siempre con ellos la foto de un *preto velho, pai Francisco*, al que rendían culto y devoción vistos por sus colegas de trabajo.

Otras suposiciones fueron levantadas mientras la policía oía los testimonios de diferentes testigos, buscando pruebas incriminatorias de los inculpados. ¿Qué los habría llevado a cometer el crimen?

Y comienza a surgir, entonces, como una pequeña idea, que luego va creciendo y tomando cuerpo: la gran culpable del crimen es la propia novela *De cuerpo y alma*, escrita por Gloria Pérez, madre de la joven actriz asesinada.

Tras el entierro de Daniela, que interrumpió durante todo un día el tránsito de la ciudad, Gloria Pérez dijo que quería continuar escribiendo la novela: "El espectáculo debe continuar", y produjo una escena de despedida de Daniela en la cual todos los actores que contraescenaban con ella, con excepción del asesino, dejaron un mensaje de recuerdo y despedida.

Se podía imaginar que Gloria Pérez, después de las consecuencias y resultados funestos de la agresividad presentada, cambiaría el rumbo de la novela, pero no ocurrió así. Los capítulos siguientes a la última presentación de Daniela, despuntan con la misma y hasta mayor agresividad y violencia: secuestro, corrupción, agresiones. Y parece que se tornaron más intensos después de la muerte de la joven actriz. ¿Hasta dónde pretende llegar la autora? El circo está armado ¿cuál será el próximo espectáculo? ¿El linchamiento de los asesinos?

Escuela de violencia

Figuras representativas de Brasil comenzaron a protestar públicamente, pidiendo que se imponga un límite a esta violencia, antes de que ella produzca nuevas desgracias. ¿La culpa es de la televisión? "Yo acuso", escribe Don Lucas Moreira Neves, Obispo Primaz de la Iglesia Católica de Brasil. Otros prelados y figuras representativas de la

sociedad lo acompañan. Psicólogos, educadores, padres de familia discuten el problema y buscan una solución. ¿Dónde encontrarla? ¿Los medios de comunicación reflejan la violencia de la sociedad o la incentivan? ¿Qué papel desempeña la novela en la violencia que día a día aumenta en el Brasil? Asaltos, secuestros, asesinatos, que destruyen vidas y familias y dejan a la población cada vez más temerosa, se suceden en una escalada del crimen que no va con la idiosincracia pacífica del pueblo brasileño.

La televisión brasileña se transformó en una escuela que, entrando en las casas, en medio de las familias, enseña a corromper, a traicionar, asaltar, secuestrar, asesinar con requintes de ferocidad nunca antes vistos.

El Brasil está exportando esta tecnología altamente sofisticada hacia otros países. ¿Cómo parar con este vendaval que va de norte a sur del país y está alcanzando otros países?

La juventud brasileña, "os caras pintadas", que salieron a la calle para pedir el *impeachment* de un presidente corrupto, son la esperanza y la posibilidad de cambiar el clima de violencia que día a día se intensifica. Si una vez más los jóvenes salieran a las calles para exigir que la televisión brasileña pare de incentivar la violencia, sus directores y los autores de las novelas percibirían que llegó la hora de cambiar, de mostrar lo que hay de bueno en nuestro país: la belleza de sus paisajes diversos, las expresiones más auténticas de nuestra cultura, los diferentes personajes que, de una forma u otra, colaboraron para engrandecer el país. La violencia es un componente de la realidad social pero no es su totalidad. No se la debe ocultar, pero tampoco puede ser el objeto de un culto colectivo incentivado por las industrias más poderosas de la cultura. ●

BIBLIOGRAFIA

- Campedelli, Samira Youssef, *A Telenovela*, S. Paulo, Atica, 1985.
- Cazeneuve, Jean, *Les Pouvoirs de la Television*, Paris, Gallimard, 1970.
- Ferreira, Clímério, *Telenovela: O Real e o "Real"*, A morte de jardel e o fim de Heitor, Brasília, UNB. *Cadernos de Comunicação da UNB*-No. 11-maço 1983.

Invertir en información y telecomunicaciones

La Comisión Económica para América Latina (CEPAL) concluye, en su estudio sobre Información y Telecomunicaciones (IT), que la región necesita invertir masivamente y modificar sustancialmente el marco regulatorio de este sector para promover la transformación productiva con equidad y sustentabilidad ambiental, que es el eje de su propuesta global para el desarrollo regional en la década de los 90. El "Libro Verde" propone que la información y las telecomunicaciones constituyen el vector central de la transformación productiva.



La invención del teléfono. Publicación de 1883.

L'illustration, 1883

En teoría del desarrollo se manejaron tradicionalmente dos enfoques antagónicos: uno privilegia la competitividad en desmedro de la equidad y la sustentabilidad; y, el otro, la sacrifica en aras del bienestar social y la protección ambiental. CEPAL propone que el desarrollo del sector IT puede conciliar este antagonismo. Para sustentar su propuesta analiza los impactos de la información y las telecomunicaciones sobre la competitividad, la articulación productiva, la equidad social, la sustentabilidad ambiental y el carácter sistémico integral de la propuesta. La tesis central del documento es que las tecnologías de la información ofrecen enormes potencialidades, a través de la

asimilación y propagación del progreso técnico, que no están siendo aprovechadas por razones estructurales e institucionales.

El estudio parte de una evaluación del estado de las comunicaciones en América Latina en relación a los países recientemente industrializados (Corea, Taiwan, España, Singapur) y con los considerados plenamente industrializados (Alemania, Estados Unidos, Suiza, Suecia). América Latina tiene las más bajas densidades de líneas por habitante, los peores índices de calidad en términos de conexiones, y las tasas más bajas de crecimiento y equipamiento de los sistemas telefónicos.

Los contrastes son graves. El promedio de la población latinoamericana con

acceso a las telecomunicaciones en 1989 era 35%, para los países desarrollados (desde Taiwan hasta Suiza) el promedio es 95%. Las líneas por cada 100 habitantes en América Latina han sido menos de 10 desde 1980. Entonces, Corea tenía 7, y 25 diez años más tarde. Las tasas de inversión de capital, en relación al producto bruto, reflejan desproporciones similares.

La brecha justifica preguntarse si es aún plausible mantener la meta de que toda la población de la región empiece el siglo XXI con acceso a un teléfono. El estudio señala varios factores que sustentan cierto optimismo:

1) El continuo desarrollo tecnológico en la microelectrónica. La densidad de cada microplaqueta es un millón de

veces mayor hoy que hace 30 años y llegará a 100 millones antes de fin de siglo.

2) La reducción de los costos de los componentes y equipos IT. La productividad en equipos aumenta entre un 25% y un 40% anual y los costos disminuyen entre un 5% y un 10%.

3) La ampliación acelerada de las aplicaciones de IT está cambiando el entorno de la aplicación generalizada de la tecnología electrónica al entretenimiento, la comunicación, el procesamiento de datos y la robótica. Los mercados IT están en constante expansión.

4) La liberalización del marco legal, institucional y estatal que regula la innovación y las inversiones en el sector IT, especialmente en América Latina.

La articulación productiva

La propuesta sistémica de CEPAL, de transformación productiva con equidad postula la articulación intersectorial de la producción: industria, agricultura, servicios, recursos naturales, infraestructura y sistema financiero. IT puede fortalecer las relaciones al interior de una unidad productiva y las relaciones de ésta con su entorno de proveedores, clientes, medio ambiente, sociedad civil, etc. La información y las telecomunicaciones ingresan al sector productivo a través de la **automatización**. Su incorporación alimenta una segunda fase de **reorganización** productiva que se expresa en formas de **networking interno**. En la siguiente fase de **networking externo**, la empresa interactúa con su entorno reduciendo significativamente la incidencia del factor distancia. La integración interbancaria planetaria es una expresión de esta última fase. La producción ya generalizada del "world car", con piezas y componentes producidos en decenas de sitios y ensamblado en otros, es otra tendencia.

La propuesta de la CEPAL destaca la importancia de la competitividad auténtica y la contrasta con la espúrea o tradicional. Esta última se funda en la explotación de recursos naturales abundantes y en remuneraciones salariales depreciadas. La auténtica busca políticas comerciales y cambiarias que estimulen la productividad, la difusión tecnológica y mejoramiento de infraestructura, la capacitación de recursos humanos elevando la oferta educativa y la valorización de la gestión empresarial.

La competitividad auténtica requiere y se complementa con el desarrollo del sector IT. Es una redefinición de la competencia entre empresas y naciones con implicancias radicales para la emergente redistribución del trabajo. El flujo de información y de tecnología pasa a ser un factor de producción. Su disponibilidad afecta los precios de bienes y servicios. Contribuye a la transformación de las estructuras de producción. La información se convierte en un insumo indispensable y adquiere el carácter de mercancía. La instalación de una infraestructura de transporte, logística y telecomunicaciones adecuada es un factor determinante de la nueva competitividad auténtica.

CEPAL compara la evolución de la infraestructura de IT con los principales indicadores de competitividad, y le atribuye un poder explicativo netamente superior al de otras variables consideradas como ingresos, nivel educacional, gasto en investigación o apertura económica. El advenimiento de las tecnologías de la información incide sobre la evolución de las ventajas comparativas, la eficacia de la acción pública y el desarrollo empresarial.

Pan, techo, abrigo y teléfono

CEPAL plantea que la información y las telecomunicaciones compatibilizan los objetivos de equidad y cohesión social con los imperativos de la transformación productiva. La comunicación es

en sí misma un componente fuerte de los índices de calidad de vida lo cual se refleja en la persistente demanda por los bienes y servicios correspondientes. Pero no se las considera ligadas al bienestar que se asocia más bien con la educación, la salud y la vivienda. CEPAL describe cómo incide la IT sobre estos indicadores. Los vínculos son directos y evidentes con la educación y la salud, e indirectos a través de la productividad y la eficacia administrativa en relación a vivienda.

IT y sustentabilidad ambiental

La incorporación del progreso técnico, y en particular de IT, a la transformación productiva permite alcanzar la sustentabilidad ambiental. Sustentabilidad ambiental y competitividad pueden y deben conciliarse. Los fenómenos ecológicos son de dimensiones locales, nacionales y mundiales. La defensa ambiental requiere enfoques sistémicos e integrados. La información y las comunicaciones pueden contribuir positivamente, particularmente a las tareas de difusión tecnológica correctiva y a la vigilancia y la información ambiental.

Pero la IT produce efectos estructurales que modifican esencialmente los problemas de sustentabilidad ambiental. Las tecnologías de la información consumen menos energía y recursos materiales y producen niveles más bajos de contaminación. Los insumos inmateriales como el software son dominantes. Las ventajas ambientales señaladas tienden a acentuarse con el propio desarrollo de las tecnologías IT: superconductores, fibras ópticas y miniaturizaciones. La generalización del uso de las tecnologías de IT tiene efectos favorables en materia ambiental. Pero estas mutaciones tecnológicas también se traducen en un conjunto de transformaciones económicas de enorme proyección sobre la cuestión ambiental.

En la conjunción de las nuevas tecnologías y los nuevos patrones de comportamiento individual, organizativo y gerencial las mutaciones proyectarán la plenitud de sus impactos. Los cambios organizativos y la introducción de soluciones participativas son precondiciones para el aprovechamiento cabal de todas las potencialidades de las nuevas tecnologías. Esta es, en resumen, la visión de CEPAL. ●

Gloria Dávila de Vela

HAY QUE INVESTIGAR MAS

La investigación cumplió un papel muy importante en la década de los 70 con lo del Nuevo Orden. CIESPAL participó activamente con aportes teóricos. ¿Qué ocurrió después de toda esa reflexión?

Buscamos ver cómo un modelo más democrático y participativo se podría plasmar en la realidad. Yo coordiné una experiencia de comunicación educativa buscando un modelo para el desarrollo de áreas rurales. Generamos el modelo de cabinas de radio que apoyó el autodesarrollo de las comunidades campesinas indígenas de Cotopaxi. Fue un tipo de investigación-acción: buscamos un modelo donde los campesinos tuvieran el papel protagónico de generar su propia comunicación, con formatos y lenguaje adecuados para la gente. Encontramos en la radio un medio oral que respondía a la cultura quichua.

¿En qué medida los comunicadores e investigadores en comunicación, que toman el tema del desarrollo, no se apropian de uno distinto al de América Latina?

Hay mucho de eso. Cuando hablo de desarrollo comunitario y autogestión estoy haciendo una crítica a los otros modelos. El de modernización por ejemplo, es un modelo traído de afuera, donde el énfasis fundamental está en la transferencia de tecnología y la comunicación es solamente un recurso para eso. La comunicación debe ser un medio para analizar la realidad y recuperar la historia. Incorporar elementos de la modernidad que puedan ser útiles para el desarrollo sí, pero tomando en cuenta la realidad.

Y en cuanto a la investigación sobre los procesos de comunicación ¿Qué se ha hecho?

En el proyecto de comunicación para áreas rurales hicimos mucho desde la

La investigación en comunicación se sigue desarrollando en toda América Latina, sin embargo los trabajos no son suficientemente difundidos. Gloria Dávila de Vela, Directora del Departamento de Investigación de CIESPAL y vicepresidenta de la Asociación de Investigadores del Ecuador, analiza la realidad en esa materia y comenta el estado de la investigación periodística en los cursos de televisión de la institución.

producción, pero poco desde la percepción, así que en los últimos años nos centramos en la investigación de percepción. Lo primero fue saber cómo el proyecto de las cabinas había sido recibido por la gente después de diez años. Analizamos la relación de la gente con el medio, las formas de comunicación más significativas, y llegamos a la conclusión de que se había logrado un trabajo muy coherente entre ONG's, Estado, Iglesia y organizaciones campesinas. Se logró un proceso de resignificación de la realidad, de búsqueda de alternativas de desarrollo comunitario frente a un capitalismo de avanzada que empezaba a invadir la vida comunitaria. Realizamos encuentros para divulgar la investigación en América Latina. El que hicimos sobre percepción fue muy importante porque abrió el debate: hasta ese momento se realizaba la investigación sobre efectos pero no sobre cómo la gente se relaciona con los medios y se apropia de los mensajes.

Implicó una reformulación del concepto de receptor pasivo.

Hay una impresión de que la investigación en comunicación no se difunde lo suficiente.

En el caso de la comunicación popular, el trabajo estaba muy vinculado a la realidad práctica y por eso se difundió. Aunque, tal vez, no hubo una adecuada sistematización. En América Latina falta una evaluación sistemática de ese tipo de experiencias para ver sus posibilidades de multiplicación.

En el Departamento realizamos un inventario de medios de América Latina, un trabajo complicado porque no hay bases de datos confiables. Fue una investigación en dos niveles: cuantitativo -cantidad de radios, emisoras de TV y periódicos con sus características (propiedad, potencia), y cualitativo, con muestra y análisis de los programas que se están difundiendo. Ese tipo de investigación es restringida a los estudiosos. En un encuentro que hicimos con representantes de los medios, nos dijeron que los documentos de las investigaciones son mamotretos demasiado grandes. Tal vez no nos esforzamos en hacer una síntesis, no tenemos el enganche con los periodistas o no encontramos un lenguaje adecuado para los otros. La experiencia de comunicación popular logramos difundirla porque la traducimos en folletos (cómo hacer un periódico, cómo hacer una metodología de autodiagnóstico) evitando el libraco pesado. La búsqueda creativa y el nexa con los organismos de difusión deberían ser dos líneas a explorar por los investigadores.

A veces hay cierto facilismo entre los periodistas, cuando se manejan con boletines de prensa sin investigar. CIESPAL está lanzando el Concurso Latinoamericano Chasqui de Periodismo Investigativo. ¿Cómo ves la investigación periodística en estos tiempos?

ACTIVIDADES DE CIESPAL

En los talleres de televisión enfatizamos que no se trata solo de divulgar la investigación en comunicación, sino la investigación en general (sobre mujer, maltrato de niños, ecología). Por un lado, cómo tornar digeribles para el público las investigaciones y, por otro, divulgar la necesidad de que los periodistas aprendan a leer e investigar lo que escriben. A veces el periodismo es muy cómodo y cae en el estereotipo o en la información que no dice nada. Una de las tareas de CIESPAL, en cuanto a la formación de periodistas, es insistir en que se esfuercen en investigar y trabajar en conjunto: el camarógrafo, el editor y el periodista. O en la prensa, el reportero gráfico y el periodista.

En la producción de programas educativos tampoco hay un sustento de investigación. Ni de preferencia de las audiencias, ni de lecturabilidad, ni de validez de los programas. En CIESPAL habíamos hecho ya un diagnóstico de todo lo que se produce en América Latina a nivel educativo y cultural en materia de salud, educación, agricultura. Son materiales con muchos problemas: no tienen capacidad de síntesis, ni expresividad, y a veces contradicen sus objetivos. Es necesario que, para realizar una producción de radio o TV, se haga una investigación previa. Si es para niños investigar qué es lo que les gusta, por qué les gusta, qué saben de ese tema, y dar recomendaciones para la producción. Una vez que se hacen los primeros prototipos, probarlos con au-

INFORMATIVOS DE TV

Entre el 26 de abril y el 21 de mayo se realizará el Curso-taller Internacional sobre Producción de Informativos de TV. Participarán camarógrafos, editores y reporteros de canales de Cuba, Ecuador, Bolivia y Panamá.

PEQUEÑOS FORMATOS RADIOFONICOS

Del 5 de abril al 14 de mayo, se realizará el Taller Internacional sobre Producción de Pequeños Formatos Radiofónicos sobre Ecología y Problemas Energéticos.

TALLER PARA AMBIENTALISTAS

CIESPAL, con el auspicio de las Secretaría Ejecutiva del Convenio Andrés Bello y Fundación Natura, realizará el Taller prospectivo para trabajo entre ambientalistas y comunicadores, entre el 21 y 23 de abril.

Para mayor información sobre los distintos cursos dirigirse al Departamento de Formación Profesional: Av Almagro y Andrade Marín, Apartado 17-01-584, Telex 22474 CIESPL ED, Fax (593-2) 502487, Teléfonos 548-011 y 234-031

diciencias para ver si tienen validez y recién después hacer la producción definitiva.

En los últimos meses has participado en dos encuentros internacionales importantes. ¿Qué balance sacaste de ellos?

Estuve en Bolivia para evaluar varios programas de televisión del Convenio Andrés Bello, dentro de la serie *Expedición Andina*. Son documentales que se hacen en los cinco países del Convenio desde hace quince años y aún

tienen problemas en la producción. Conjuntamente con otros cuatro evaluadores de los distintos países, se hizo un documento donde se plantean los nuevos desafíos de TV y video educativo para el futuro y la necesidad de realizar una investigación profunda donde se analicen los procesos de producción, distribución y consumo de los mensajes por parte de las audiencias.

Cada vez hay menos espacio para difundir estos programas y por eso tienen que tener una alta calidad técnica y buen nivel de atracción para que puedan llegar al público. Hay que dejar de lado esos documentales pesados, con una fuerte dosis educativa, donde todo está dicho. No hay gratificación cognoscitiva, ni afectiva, ni emotiva, ni lúdica para el receptor. Debemos utilizar todos los recursos de la imagen y la palabra.

En Perú en cambio, se realizó la IV Mesa redonda sobre comunicación y desarrollo. En el IPAL se reunieron los representantes de comunicación de Naciones Unidas. Se evaluó lo que se está haciendo en Comunicación para el Desarrollo y sirvió para saber que todavía hay muchas instituciones que siguen trabajando en esta línea, pese a los esfuerzos privatizadores y al modelo neoliberal que se viene difundiendo. Fue una reunión muy importante que, para sintetizarla, necesitaríamos una entrevista aparte. ●

NUEVOS LIBROS PUBLICADOS POR CIESPAL



Comunicación contra las Drogas.
Evaluación de campañas en América,
Colección Encuentros, No. 5

Programación televisiva y radiofónica,
Comunicación en Latinoamérica, No. 4.

Investigación, mensajes y audiencias,
Materiales de Trabajo, No. 11

Pedidos a CIESPAL, Apartado 17-01-584
Quito - Ecuador
Telfs. (593-2) 548-336 548-011
Fax (593-2) 502-487



Los niños del Ecuador

El Informe 1992 de UNICEF, "Bienestar de los niños en el Ecuador", es una radiografía general de la sociedad ecuatoriana. El trabajo documenta temas esenciales para la comprensión de la situación del país: demografía, urbanización, medio ambiente, pobreza, derechos del niño, mortalidad y educación. La comparación de datos correspondientes a las últimas 3 décadas valoriza el análisis, señala las tendencias en curso y advierte sobre las situaciones que requieren más urgente atención.



Cuesta arriba para la niñez

1

Demografía

Según se desprende del último Censo de Población y Vivienda, en los últimos cuarenta años ha disminuido notablemente el crecimiento poblacional en Ecuador al 2.1% anual. Ese ritmo es ahora menor al de Perú (2.2%), Bolivia (2.7%) y Venezuela (2.7%), y sólo ligeramente superior al de Colombia.

En 1982 cada mujer tenía un promedio de 5.3 hijos, en tanto que en 1990 el promedio bajó a 4.1, lo cual evidencia un

cambio de actitud especialmente entre la población femenina. El nivel socio-económico de cada sector de población es determinante de la tasa de fecundidad. El Centro de Estudios de Población y Paternidad Responsable, CEPAR, dedujo que los sectores más pobres tienen 6 hijos por mujer, los sectores medios un promedio de 3.9, y los altos 2.9 hijos por mujer. En las áreas rurales, el promedio es más alto que en las ciudades. Pero, en los últimos años, el cambio de comportamiento de la mujer rural es lo que más contribuyó al

descenso de la fertilidad nacional. Los niveles de escolaridad de las mujeres están también estrechamente relacionados con la fertilidad.

Paralelamente, se redujo notablemente la mortalidad general a 5.3 por mil habitantes, casi la mitad del nivel registrado en 1970-1974, 10 por cada mil habitantes. Esta tendencia está asociada a la ampliación de los servicios de salud, educación, agua potable y saneamiento ambiental. La esperanza de vida aumentó en el país de 51 años, en 1955-1960, a 65.4 en 1985-1990.

La población en edad productiva aumentó su peso en la estructura poblacional, disminuyendo la proporción de los habitantes con edades extremas, especialmente niños. También aumentó el número de mujeres en edad fértil.

De mantenerse las tendencias descritas, en el año 2080 el Ecuador tendrá una población de 40 millones de habitantes. La gran mayoría de ecuatorianos vivirán en las ciudades y el país tendrá la densidad de población más alta del Área Andina.

2

Urbanización

El proceso de concentración urbana es el fenómeno migratorio más importante de la segunda mitad del siglo XX. Entre 1950 y 1990, la población urbana se duplicó llegando a representar el 55% del total. El fenómeno es normal en toda América Latina. En Ecuador la concentración es en Guayaquil y Quito. Las provincias de Guayas y Pichincha concentraron el 59% de los inmigrantes de zonas rurales. Según proyecciones demográficas, la tendencia a la urbanización continuará y se proyecta que, para el año 2000, el 60% de la población, unos 8,000,000 de habitantes, residirá en las ciudades.

Los migrantes tienden a ser más jóvenes. A mediano plazo, la proporción de niños y jóvenes en las áreas rurales disminuirá sustancialmente. Las mujeres

en edad fértil estarán principalmente en las ciudades, lo cual repercutirá sobre las tasas de fecundidad.

El estudio de UNICEF destaca varios problemas que serán agravados por la urbanización, con consecuencias negativas para el desarrollo del niño y la familia: el hacinamiento, el anonimato social, la desestructuración familiar, el deterioro de la calidad de los servicios básicos.

Alcohol, tabaco y drogas

Con la urbanización se acentúa el problema del consumo de alcohol, tabaco y drogas. El alcoholismo es uno de los problemas más generalizados. Un estudio detectó que dos de cada tres estudiantes de secundaria de las ciudades consumía alcohol, que la mayor parte comenzaba a consumir entre los 13 y los 15 años, y que un impresionante 20% comenzaba a beber antes de los 12 años. La práctica es común entre hombres y mujeres, y el consumo es mayor en la sierra que en la costa.

Esto tiene altos costos sociales, especialmente para la familia y el niño: mayor disgregación familiar, violencia y maltrato, malformaciones congénitas debido al consumo durante el embarazo, y múltiples deformaciones psicológicas y físicas ligadas al síndrome del alcohol fetal. El estudio también detectó un

aumento en el consumo del tabaco con un 56% de la población como consumidores ocasionales. Se estima que entre 1984 y 1988, 29,000 muertes fueron causadas por el tabaquismo.

El consumo ilícito de estupefacientes es, en cambio, menos común entre la población. Solamente el 1% de la población encuestada había consumido drogas ilegales durante el mes anterior a la encuesta. Las drogas más usadas fueron tranquilizantes, barbitúricos, anfetaminas, marihuana y cocaína, aunque esta última era exclusiva de los estratos sociales más altos de las ciudades. El estudio detectó también un aumento preocupante en la violencia, principalmente urbana aunque relativamente Ecuador sigue siendo menos afectado por la violencia social que otros países latinoamericanos. El número de muertes violentas se duplicó entre 1980 y 1990 en Quito y Guayaquil.

Descentralización y organización

La urbanización es un fenómeno difícil de detener. Pero se pueden contrarrestar las causas que lo provocan favoreciendo un tipo de desarrollo descentralizado en favor del sector rural y fortaleciendo la acción de los municipios pequeños. Para UNICEF, otra de las alternativas para contrarrestar la

expansión de los problemas sociales ligados a la urbanización es la organización comunitaria. Su promoción es indispensable para crear instrumentos de para exigir el cumplimiento de los derechos sociales más elementales.

3

El deterioro ambiental urbano y rural

La destrucción del medio ambiente en Ecuador es alimentada crecientemente por el efecto combinado del aumento de la población, la pobreza, el crecimiento económico indiscriminado y prácticas políticas y sociales inadecuadas.

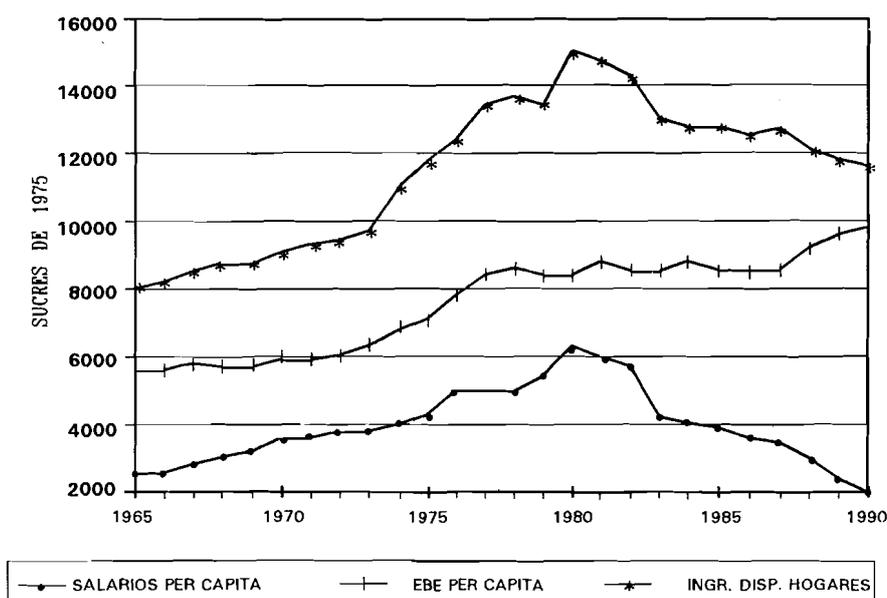
Pese a la disminución de la tasa de crecimiento de población, Ecuador es ya el país de más alta densidad poblacional de América del Sur, con 389 habitantes por cada 1000 hectáreas. Esto exige un uso más racional y cuidadoso de los recursos disponibles y una distribución más equitativa.

Un medio ambiente sano es el principal ingrediente para promover un desarrollo adecuado del niño. Esto involucra la calidad de la vivienda, disponibilidad de agua potable, saneamiento ambiental, descontaminación del aire, recolección y tratamiento de basura, preservación de la naturaleza y los bosques.

En relación al saneamiento ambiental, los progresos en la década de los ochenta fueron notables. Pero, en 1990 aún el 34% de las familias carecían de acceso al agua potable, saneamiento o vivienda adecuada. En el sector rural, sólo el 13% de las familias poseía agua corriente en la casa, 11% estaba conectado a algún sistema de desagüe, y apenas un 7% tenía algún sistema de recolección de basura. En las ciudades, aunque el panorama general es menos dramático, un 42% de familias carece de servicios básicos en Quito, y un 60% en Guayaquil.

En los centros urbanos, la contaminación del aire es cada vez mayor por la confluencia del excesivo tránsito automotriz, la producción industrial indiscriminada, la ceniza volcánica y los gases sulfurosos. Según estudios de Fundación Natura, el contenido de plomo respirado por los quiteños, por ejemplo, es el doble del límite máximo aceptado por la Comunidad Económica Europea.

INGRESO DISPONIBLE DE HOGARES per capita
1965-1990



Banco Central del Ecuador, 1990

4

Vivienda

Existe un déficit estimado de 430,000 unidades de vivienda en el Ecuador. Pero, entre quienes tienen acceso a algún tipo de vivienda, el 34% habita en viviendas inadecuadas y más del 25% habita en condiciones de hacinamiento, con más de tres personas por habitación. El problema habitacional es particularmente agudo en el sector rural.

La rápida urbanización produjo serios problemas de calidad de vivienda en las ciudades. En Quito, el 15% de las familias vive en cuartos arrendados, compartidos por toda la familia. Dada la insuficiencia de alcantarillado, agua potable y sistemas adecuados de evacuación de aguas servidas, en algunos suburbios pobres de Guayaquil el 90% de la población es afectada por enfermedades gastrointestinales con mucha frecuencia.

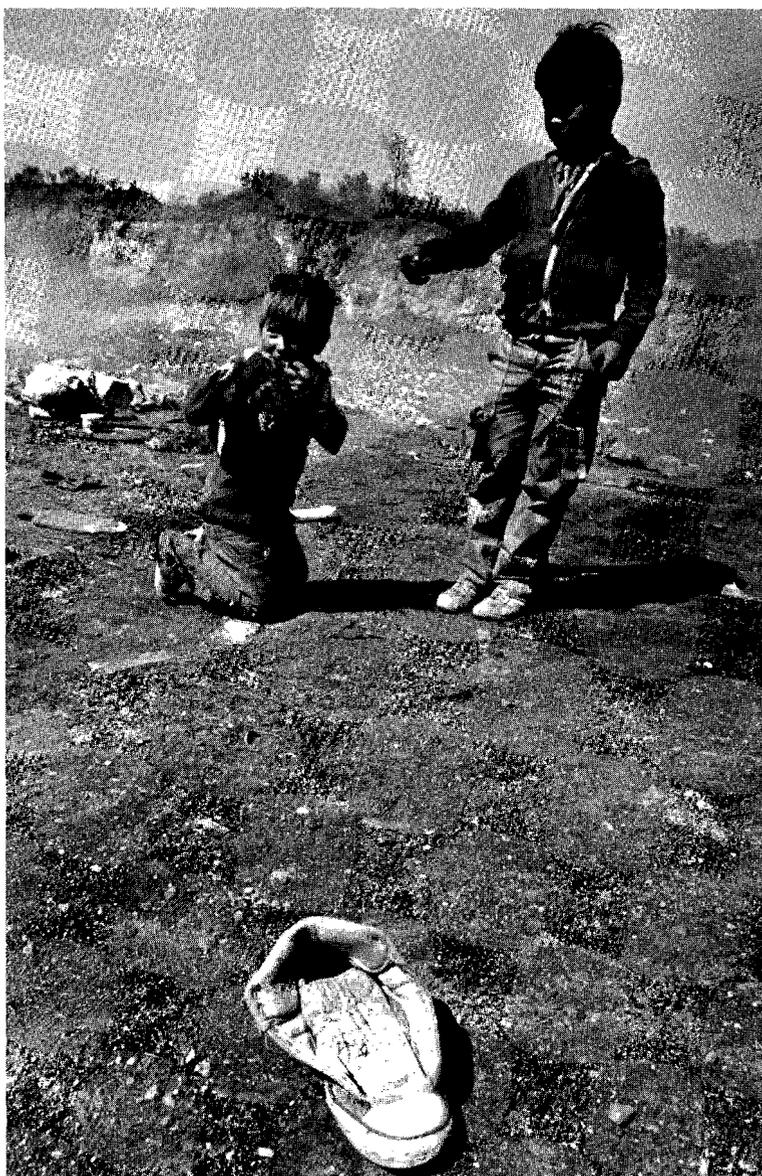
La degradación del medio ambiente, en la opinión de UNICEF, está agravando los ya existentes problemas de salud, nutrición, educación y saneamiento ambiental que afectan a miles de niños en Ecuador. Por tanto, es necesario tomar acciones urgentes en defensa de las generaciones futuras.

Un modelo de desarrollo sostenible

Es imperioso que el Estado ecuatoriano no solamente formule un modelo de desarrollo sostenible, sino que regule, controle y sancione todo tipo de prácticas que lo amenacen. Para ello se requiere que los esfuerzos dispersos que hoy realizan dependencias estatales, organizaciones no gubernamentales, sociedades nacionales e internacionales en defensa del medio ambiente; sean coordinados para evitar el desperdicio de recursos y la duplicación de tareas.

Es indispensable que se creen los instrumentos legales e institucionales necesarios que especifiquen claramente los deberes, derechos y sanciones que regulan el manejo del medio ambiente, para evitar prácticas ambientales inadecuadas.

Para que ese plan tenga éxito, el Estado deberá enfatizar la necesidad de fomentar la construcción de infraestructura básica y el mejoramiento de la calidad de los servicios sociales. Asimismo,



La infancia y el medio ambiente

deberá buscar métodos de cultivo alternativos en el campo, restringir la colonización indiscriminada y sancionar a las industrias contaminadoras.

Por último, deberá ejecutar amplios programas de difusión entre la población, especialmente infantil, para crear una firme conciencia sobre el valor del medio ambiente y la necesidad de preservarlo.

5

Educación

Aunque los indicadores globales (analfabetismo 10%, 3.5% del PIB y 21.3% del gasto público para la educación) podrían sugerir un gran avance del sector educativo, la educación de los

niños enfrenta problemas críticos de cobertura limitada y mala calidad de la enseñanza. Los problemas se hacen evidentes en las cuatro etapas básicas del proceso de aprendizaje: el desarrollo infantil temprano, la educación preescolar, la escuela primaria y la educación de los adolescentes.

La fase del desarrollo infantil temprano es atendida en forma masiva por la Red Comunitaria para el Desarrollo Infantil del Ministerio de Bienestar Social y por el Programa de Desarrollo Infantil del INFFA. El sector privado también ha contribuido pues la ley obliga a que toda empresa, con más de 50 trabajadores, tenga un servicio de cuidado al hijo del empleado. ●

Varios problemas serán agravados por la urbanización, con consecuencias negativas para el desarrollo del niño y la familia: el hacinamiento, el anonimato social, la desestructuración familiar, el deterioro de la calidad de los servicios básicos.

* Focalizar los programas de acuerdo a las necesidades específicas de las comunidades y los niños; y,

* Mejorar la calidad de los recursos humanos que atienden los programas y los aspectos metodológicos.

Los niños ingresan a la escuela primaria después de haber accedido a cierta educación preescolar. El Estado ecuatoriano reconoció esta realidad en 1936 extendiendo legalmente el sistema educativo al nivel preprimario.

Sin embargo, la prioridad del nivel preescolar, en la política educativa del país, es baja pues se destina a él apenas el 0.78% del presupuesto del Ministerio de Educación. En 1990, más del 50% de los niños de 5 años se matriculó en el nivel preescolar. De estos, el 53% lo hizo en establecimientos fiscales, 30% en privados y 17% en la Red Comunitaria. La cobertura llegó al 80% en las áreas urbanas, y solamente al 20% en las rurales.

UNICEF plantea algunas opciones para expandir y mejorar la educación preescolar. En el sector urbano, el apoyo del sector privado en el establecimiento y mantención de centros preescolares. En el sector rural, en cambio, pueden tomarse medidas transitorias muy efectivas, como capacitar a los profesores para que en los primeros meses del primer grado de primaria, preparen a los alumnos para el aprendizaje de la lectura y la escritura.

Los niveles de acceso a la educación primaria en Ecuador son similares a los de otros países de la región. Un total de 1'840,000 estudiantes se matriculó en 1990, mayoritariamente en escuelas públicas. El 54% de los matriculados en centros urbanos y el 46% en escuelas rurales.

Pero a esta gran expansión en la cobertura educativa no correspondió un desarrollo cualitativo equivalente. UNICEF identifica dos problemas importantes: la falta de eficiencia de la educación primaria y la desigualdad en la prestación del servicio.

La falta de eficiencia se manifiesta por el grado de repetición de los alumnos. Un estudiante requiere 1.2 años para terminar cada grado lo que significa que para cada estudiante que termina la primaria se requieren 7.7 años. Se estima que esto resulta para el país en un desperdicio de 19.6 millones de dólares.

Esta falta de eficiencia se atribuye a:

* Escasez de insumos educativos, falta de textos, mala calidad del material didáctico;

* Prácticas docentes ineficientes, baja capacitación profesional (20% no tiene título docente, 50% de las escuelas son unidocentes) y prácticas pedagógicas inadecuadas a la realidad;

* Falta de adaptación del proceso educativo a la realidad de los niños indígenas;

* Inexistencia de un sistema nacional de evaluación académica de resultados, la magnitud de los problemas y las posibles soluciones; y,

* Excesiva centralización y débil capacidad de gestión del Ministerio de Educación y Cultura en la administración del sector.

Las desigualdades en la prestación del servicio se expresan en altos niveles de repetición y deserción en las escuelas rurales y urbano-marginales, que no sólo se deben a su menor calidad, sino también a que los niños están obligados muchas veces a trabajar.

UNICEF identifica algunas causas y soluciones para esta desigualdad:

* Severos problemas de calidad en las escuelas rurales y urbano-marginales: carencias de libros y materiales educativos, pobre infraestructura, sobrepoblación estudiantil y bajo nivel de los profesores;

* Ausencia de un programa apropiado que considere la diversidad geográfica, étnica, cultural y lingüística del país;

* Discriminación en las prácticas educativas que se da a niñas y niños; y,

* Bajo ingreso familiar que obliga a los niños a desertar de la escuela para poder trabajar.

UNICEF destaca que se han dado pasos importantes en la solución parcial de estos problemas. Ecuador suscribió convenios de crédito por más de 120 millones de dólares con el Banco Mundial y el BID para mejorar la calidad de la educación básica con la construcción y rehabilitación de la infraestructura escolar, la capacitación de profesores, el diseño y producción de nuevos libros de texto y cambios en los programas de estudio, especialmente destinados a las áreas rurales y urbano-marginales. De su ejecución efectiva podría depender el mejoramiento de la calidad y eficiencia de la educación básica en Ecuador. ●

Pese a estos esfuerzos, que tuvieron gran apoyo financiero y respaldo político, la atención temprana al niño alcanza solamente al 15% de los menores, comprendidos entre 0 y 6 años, y cuyo número asciende a 1.8 millones.

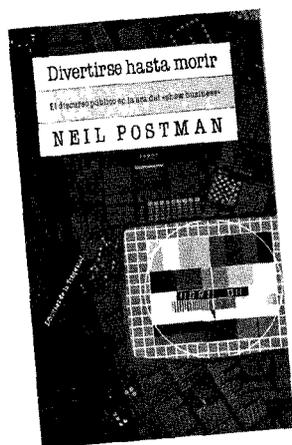
UNICEF propone 4 elementos de un programa en favor de la atención temprana del niño:

* Elaborar una política nacional que reduzca la dispersión de actividades, la duplicación de recursos y que amplíe la cobertura;

* Desarrollar programas de educación de los padres y la familia para garantizar una estimulación adecuada;

**DIVERTIRSE HASTA MORIR:
EL DISCURSO PUBLICO EN LA
ERA DEL "SHOW BUSINESS"
NEIL POSTMAN**

Ediciones de la Tempestad
Sant Sebastián, 3-5, 08911 Barcelona,
España



Neil Postman escribió *Divertirse hasta morir* en 1984. La primera edición en inglés salió a la venta a fines de 1985. La edición en castellano es de 1991. Es prueba de su potencia que estas ideas sigan siendo pertinentes al estado de las comunicaciones en América Latina en 1993.

Postman contrasta las profecías de Orwell y Huxley. Orwell nos advertía respecto a aquellos que podían prohibir libros y censurar los pensamientos. Huxley temía que no hubiera razón alguna para prohibir el pensamiento autónomo porque la gente terminaría por no tener interés alguno en pensar. Orwell temía que pudieran privarnos de información. Huxley temía que llegaran a darnos tanta hasta reducirnos a la pasividad y el egoísmo.

Divertirse hasta morir reconstruye primero la historia y el impacto de la palabra impresa y la argumentación verbal en la fundación y el desarrollo político de Estados Unidos. Sus datos

nos sorprenden: en 1853, prácticamente cada pueblo y ciudad disponía de por lo menos una sala de conferencias y una biblioteca. En la misma época, los tirajes de libros superaban la circulación de los más exitosos bestsellers de fines del siglo XX. *La cabaña del Tío Tom* vendió 305,000 ejemplares en el primer año de su edición, eso equivale hoy a 4 millones.

Luego, Postman plantea que el reemplazo de la palabra por la imagen, el libro por la TV (proceso en curso durante más de medio siglo), inutiliza la información, fractura la conciencia y depriva a la democracia (y a la realidad) de todo sentido. Postman va más lejos y demuestra que la transición de la cultura de la imprenta a la cultura de la TV ha cambiado las definiciones de la verdad y la naturaleza del conocimiento. Su advertencia se completa señalando que el proceso recién comienza. ●

GINO LOFREDO

**POLITICA Y COMUNICACION
¿HAY UN LUGAR PARA LA
POLITICA EN LA CULTURA
MEDIATICA?**

Coordinadores:

HÉCTOR SCHMUELER

MARIA CRISTINA MATA

Universidad Nacional de Córdoba,
1992, 190 pgs.

Catálogo Editora, 1860 -
Av. Independencia (1225), Buenos
Aires, Argentina

mediatiza de tal manera lo político, que construye e impone su propio espectáculo. Es el triunfo de la imagen sobre lo ideológico. La argumentación cede ante la actuación: gestos, signos persuasivos, risas, posicionamiento efectivo, simulación.

Oscar Landi plantea que la política, sin la mediación televisiva, es inconcebible y que la videopolítica es ya parte de la trama social. Las partes en conflicto acuden a los medios antes que al partido. Domina el marketing. Todo es seducción, por lo tanto artificio, epilepsia perceptiva producto del medio que desordena, fragmenta, destroza el signo y lo substituye por el simulacro. Beatriz Sarlo dice que el conflicto entre falso o verdadero es reemplazado por la indiferencia, por una sintaxis extraña que asimila el discurso político al video clip.

Nicolás Casullo recurre al cuento-ensayo. Analiza sin nombrar, juega sin encasillarse en el discurso repetido y desesperado. Para Christian Ferrer, el político pantalla es

escenografía. No se preocupa por la ética sino por el mercado.

¿Estamos entonces frente al fin de la política? Casullo contesta, desde su bien armada ficción, que hay que rearmar, desde los pedazos que quedaron, la vieja idea de justicia. Oscar Landi retorna del borde del abismo para consolarnos: "Ninguna campaña electoral es sólo un hecho publicitario. Cuando termina se desmonta el circo y se llevan el decorado, se cuentan los porotos y se sigue la lucha por el poder." ●

IVAN ULCHUR



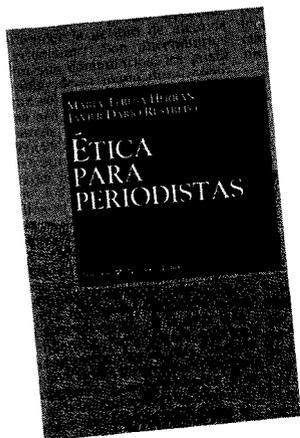
Conforman este libro doce ensayos presentados en el seminario organizado por el Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba.

Cristina Mata dice que en la política ya no habla el hombre en la plaza, como lugar público de intercambio directo, sino el hombre pantalla instalado en su platea de actor y de persuasor. El electrodoméstico llamado TV

ÉTICA PARA PERIODISTAS

MARIA TERESA HERRAN
JAVIER DARIO RESTREPO

1991, 292 pgs
Tercer Mundo Editores
Calle 69 No. 6-46
Santafé de Bogotá, Colombia



La venalidad, el sometimiento a intereses económicos o políticos, la dependencia de una sola fuente, la aceptación de prebendas que comprometen el libre ejercicio profesional, el afán de estrellato no son "calumnias de la oposición", sino realidades infortunadas y tangibles que afectan la credibilidad y contribuyen al desprestigio del periodismo.

En este trabajo se analizan los dilemas que, con base en el estudio de casos, especialmente los planteados a la Comisión de Ética del Círculo de Periodistas de Bogotá (CPB), surgen en el ejercicio profesional.

El libro busca propiciar el diálogo entre colegas, estudiantes de comunicación social y lectores, con el fin de que, entre todos, logremos devolverle a la profesión su necesaria resonancia ética.

María Teresa Herrán es doctorada en Derecho por la Universidad Javeriana de Bogotá y realizó el posgrado en la Universidad de París. Javier Darío Restrepo es conocido por su trabajo como reportero de televisión. Ha estado vinculado al noticiero *24 Horas*, es columnista del diario *El Mundo* y cronista de *El Nuevo Siglo*.

ESTRUCTURA DE LA INFORMACION PERIODISTICA CONCEPTO Y METODO

MIGUEL URABAYEN

150 pgs.
Colección Ciencias de la Información
Editorial Mitre
Av. Sarriá, 137
08017 Barcelona, España

¿Cómo se analiza un diario, una revista? O, más difícil, ¿cómo puede estudiarse el conjunto de diarios y medios informativos de todo un país? ¿Qué enfoque conceptual puede unificar el complejo mundo de la prensa escrita y audiovisual?

Este libro de Miguel Urabayen responde a estas preguntas describiendo el concepto y método de la Estructura de la Información Periodística, disciplina que aparece en los planes de estudio de la Universidad de Navarra y de la Universidad Complutense de Madrid.

Con una gran riqueza de reflexiones y citas que sitúan el estudio de los medios informativos respecto a diferentes análisis de la sociedad moderna, Urabayen ofrece una guía ilustradora y sistemática.



LA SOCIALIZACION DEL PODER DE INFORMAR

ANGEL BENITO

270 pgs.
Ediciones Pirámide, S.A. Colección Medios. Don Ramón de la Cruz, 67
Madrid, España



La obra de Angel Benito tiene casi 15 años desde su primera edición y, sin embargo, sus postulados siguen vigentes especialmente frente a las coyunturas frágilmente democráticas de América Latina.

La clave del texto es la búsqueda de fórmulas políticas y organizativas que hagan posible un acercamiento decisivo de los públicos a sus medios habituales de información: prensa, radio y TV. En la primera parte se fijan las funciones sociales de toda la comunicación colectiva en el contexto de una sociedad democrática, pluralista, como instrumento para la integración social, y como vehículo contra todo tipo de poder no democrático. La segunda parte está dedicada al análisis de aspectos técnicos y organizativos de la comunicación colectiva para que los medios puedan contribuir al desarrollo de la sociedad. La tercera parte la conforman tres estudios monográficos sobre televisión, radio y prensa. Un epílogo plantea sugerencias para la socialización de la información del Estado y para la mejor función social de la información privada.