



CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

DEMOCRACIA Y COMUNICACION

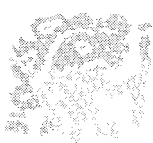
Halloran - Carnero

García Canclini

Roncagliolo - Alves

Kaplún - Fuentes





Carta de los Editores

Apreciado lector:

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

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

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

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

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

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

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

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

Reciban un afectuoso saludo de

Ronald Grebe López y Jorge Mantilla J.

En este número

4 EDITORIAL

6 ENTREVISTA

12 ENSAYOS

12 Comunicación y Democracia en el Debate Internacional

Rafael Roncagliolo

18 Las Políticas Culturales y América Latina

Néstor García Canclini

28 La Teoría del Desarrollo y las Ideas Mesiánicas

Majid Tehrainian

40 La Comunicación Popular: ¿Alternativa Válida?

Mario Kaplún

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

Walter Ouro Alves

52 CONTROVERSIA

61 ACTUALIDAD

61 De las Contradicciones en la Comunicación Democrática

Robert A. White

70 ALASEI y la Soberanía de América Latina y el Caribe

Germán Carnero Roque

74 La Legitimación a través de la Propaganda

María Luisa Mendonça

79 COMENTARIOS SOBRE CHASQUI

80 ENSEÑANZA

80 Enseñanza de la Comunicación

81 Apuntes para un Diseño Curricular en Comunicación

Raúl Fuentes Navarro

84 COMENTARIOS

86 ACTIVIDADES DE CIESPAL

90 NOTICIAS

100 DOCUMENTOS

109 BIBLIOGRAFIA

113 HEMEROGRAFIA

118 FICHAS Y RESEÑAS

120 SECCION PORTUGUESA

121 ENGLISH SECTION

LA COMUNICACION POPULAR ¿ALTERNATIVA VALIDA?

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

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

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

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

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

LA IMPUGNACION

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

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

Por
MARIO KAPLUN



EL PAPEL DE LA COMUNICACION DE BASE

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

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

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

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

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

ta superar esa zona de incompreensión.

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

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

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

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

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

Adicionalmente, en esta perspecti-

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

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

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

LOS MEDIOS POPULARES Y LA NUEVA COMUNICACION

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ABRIENDO CAMINOS

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

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

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

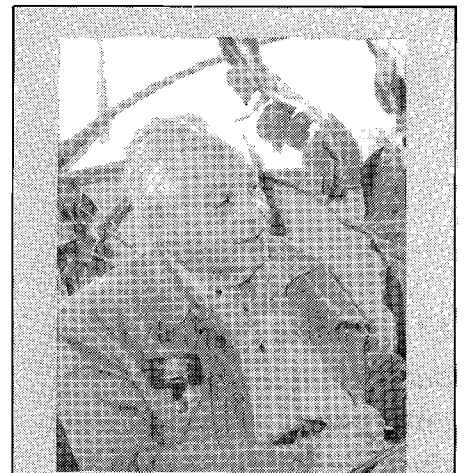
Con esos ensayos y experimentaciones, los medios populares están haciendo a la nueva comunicación una contribución investigativa que quizá tenga grandes proyecciones futuras: en esa desmitificación tecnológica, son ellos quienes están descubriendo y comprobando que la bidireccionalidad a través de los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

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



NOTAS

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



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