

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 53 - MARZO 1996

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo

Nelson Dávila

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

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

Roberto Passailague,

Ministro de Educación.

Byron Morejón,

Min. Relaciones Exteriores.

Héctor Espín, UNP.

Fausto Moscoso, UNESCO.

Louis Hanna Musse, AER.

León Roldós, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Edgar Jaramillo S.,

FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Marcelo Aguirre

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506 149 544-624. Telex: 22474

CIESPAL ED. Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec.

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

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

Chasqui

Más de 450 **Radioapasionados y televisionarios** del mundo se reunieron en Quito, en noviembre pasado, para participar en el Festival homónimo e inédito que el Grupo de los Ocho, con el apoyo de 13 organismos internacionales, organizó con el propósito de abrir un espacio para la reflexión, el intercambio de experiencias y la formulación de estrategias que le permitan a la comunicación audiovisual democrática enfrentar de mejor manera la avasallante "aldea global" que vivimos. En el módulo respectivo, esta edición presenta algunos documentos que sirvieron de base teórica para este encuentro, artículos que algunos de los participantes quieren socializar y otros textos que alimentan el debate en torno al sugerente y atractivo espacio audiovisual latinoamericano.

"En las aguas del mercado -apunta Eduardo Galeano- la mayoría de los navegantes está condenada al naufragio; pero la deuda externa paga, por cuenta de todos, los pasajes de la minoría que viaja en primera clase". En un mundo cada vez más globalizado, donde 358 personas tienen un capital equivalente al que comparten 2.400 millones de pobres, no es sorprendente que la violencia atraviese las sociedades, y nos rompa el cuerpo y el alma, especialmente en Nuestra América llena de naufragos. En este contexto, los colaboradores de **Medios, sociedad y violencia** nos proponen textos heterogéneos. Para algunos de ellos, los medios -especialmente la TV- son los autores intelectuales de la violencia y constituyen una escuela del crimen (hecho no sorprendente si consideramos que E.U., país con una de las más altas tasas de criminalidad en el mundo, es uno de los mayores exportadores y expositores, gracias a la complicidad impune de sus aliados nacionales, de los contenidos violentos en los medios). Para otros, y complementario al enfoque anterior, los medios ejercen una violencia sutil, pero no menos deletérea, a través de la *Crónica Roja* donde la intimidad y la honorabilidad está reservada a los sectores con poder económico, en tanto que la de los sectores "peligrosos" se convierte en una "intimidación de masas". Pero, también hay aquellos que consideran un reduccionismo el relacionar la violencia real con la televisada y que, en buena medida, los medios lo que hacen es reflejar, no provocar, la agresividad humana generada por las condiciones de vida, materiales y espirituales, de la sociedad. El lector encontrará en estos textos elementos que, aunados a su experiencia cotidiana, le permitirán sacar conclusiones que le susciten y fortalezcan, eso esperamos, actitudes críticas para enfrentar los medios.

En la radio y televisión brasileñas, *BBC* de Londres, *Radio Nederland* de Holanda, CIESPAL y otras entidades de América y Europa; los casi 50 años de actividad profesional de Walter Ouro Alves dejaron una obra inolvidable. Por eso y por todo lo que significó su aporte honesto y enriquecedor para la comunicación democrática, quienes hacemos *Chasqui* queremos rendirle tributo al dedicar esta edición a su memoria viva.

RADIOAPASIONADOS Y TELEVISIONARIOS

La avasallante "aldea global", tecnologizada y concentradora que vivimos, plantea nuevos y complejos retos para los comunicadores democráticos del espacio audiovisual. El debate amplio sobre el problema es el primer paso para enfrentarlo.



- 4 Festival de Radioapasionados y Televisionarios
- 6 Declaración de los Radioapasionados y Televisionarios
- 8 La radio popular y educativa en América Latina
Luis Ramiro Beltrán

- 12 Comunicación ¿para cuál desarrollo?
Antonio Pasquali
- 16 La imagen, nuevamente visitada
Carmen González Mont
- 20 Aportes a la radiopasión
Ernesto Lamas
- 23 Buenas ondas de la sociedad civil
José Ignacio López V.
- 27 FM a bajo costo
Ricardo Quiñones
- 31 La radio en el ciberespacio
Ricardo Horvath
- 35 Video, TV y democratización
Martha Rodríguez
- 38 De la oralidad a la telenovela
José Rojas Bez
- 42 Walter Ouro Alves

MEDIOS, SOCIEDAD Y VIOLENCIA

En el caldo de cultivo de sociedades cada vez más injustas, la violencia nos atraviesa literal y metafóricamente. En este contexto, los medios, especialmente la TV, tienen una relación directa y una responsabilidad inexcusable. Veamos algunos enfoques que, esperamos, contribuyan a una percepción crítica.

- 43 Violencia urbana, nuevos escenarios
Fernando Carrión
- 47 La TV acusada de asesinato
Jorge Enrique Adoum
- 51 Violencia y TV infantil
Valerio Fuenzalida
- 55 La escuela del crimen
Eduardo Galeano



- 57 ¿Los medios provocan o reflejan la violencia?
Cecilia Peñaherrera
- 60 Las trampas de la desgracia
Alexander Jiménez
- 64 Los juegos de la crónica roja
Kintto Lucas

ENSAYOS

Ensayos, intentos, aproximaciones a diferentes temas ofrecemos en esta sección para suscitar la reflexión y el debate.



- 65 Michael Jackson, antes del caos
Juan Luciano Nieves
- 68 Comunicación y subjetividad
Enrique Guinsberg

- 71 Crisis global, valores y fin de siglo
Javier Esteinou Madrid
- 75 La vigencia de José Martí
Alejandro Querejeta

NUEVAS TECNOLOGIAS



- 79 ¿Superautopista informativa?
Carlos Eduardo Colina
- 82 La elaboración de las inforrutas nacionales
Pierre C. Bélanger, Réjean Lafrance

- 87 Cuba y la era de la informática (Entrevista)
Julio García Luis
- 90 En el Internet
- 91 IDIOMA Y ESTILO
El Diccionario entre el fetichismo y el prejuicio
Hernán Rodríguez Castelo
- 95 ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 98 RESEÑAS



NUESTRA PORTADA

El transeúnte. Acrílico sobre lona, 2.80 x 3.00, de MARCELO AGUIRRE. Premio Marco, Museo de Arte de Monterrey, México

El autor es ecuatoriano y su obra ha sido expuesta a nivel nacional e internacional.

DISEÑO PORTADA Y
CONTRAPORTADA

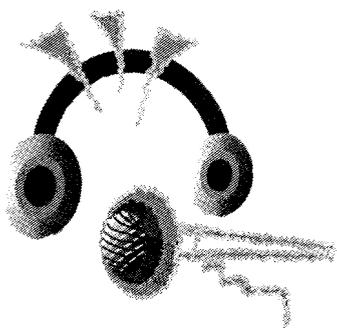
ARTURO CASTAÑEDA V.



NUESTRO NUEVO E-MAIL

CIESPAL:
ciespal@ciespal.org.ec

CHASQUI:
chasqui@ciespal.org.ec



Festival de Radioapasionados y Televisionarios

La preocupación por el devenir de las radios y televisoras comunitarias del mundo hizo que 450 productores, docentes, periodistas, directores, investigadores, representantes de ONG's y de organismos internacionales participaran en ese gran espacio, inédito en América Latina, que fue el Festival de radioapasionados y televisionarios, organizado por el Grupo de los Ocho.

Entre el 20 y el 24 de noviembre pasado, Quito se convirtió en la **capital de la comunicación latinoamericana**, y la anfitriona de un evento que, para muchos, se constituyó en el más importante de 1995 en la región.

Desde el inicio afloró el calor humano, la alegría de la integración latinoamericana y con otros continentes, al compartir las experiencias, preocupacio-

nes y sueños, por avanzar en un camino largo y difícil, pero no imposible, para tener medios propios y expresar nuestras voces públicamente.

CIESPAL casi resultó pequeño para tantos comunicadores ávidos de saber qué ofrecían las nuevas tecnologías, qué materiales se habían publicado, cuál era el trabajo de las emisoras comunitarias de radio y TV, o cómo se construía un transmisor de baja potencia.

Conferencias

Las conferencias principales, sustentadas por Antonio Pasquali, Mario Kaplún, Regina Festa, Carmen Gómez y Luis Ramiro Beltrán constituyeron un gran aporte a la discusión de la comunicación para el desarrollo: visualizar nuevos momentos y espacios de interlocución entre las radios a partir de la experiencia ganada; el acceso a las nuevas tecnologías y su incidencia en la cultura; qué lectura hacemos y cómo per-



Mario Kaplún, Luis R. Beltrán y Antonio Pasquali fueron condecorados en el Festival

cibimos los mensajes; qué significado tienen la radio y la televisión para la democracia de nuestros países; cómo se la construye y cuál es nuestro papel para fortalecerla mediante nuestra participación.

Estos temas constituyeron la base teórica referencial del Festival y enmarcaron la socialización de las distintas propuestas para establecer conceptualmente lo que nos anima y mueve al trabajo con radios y televisoras comunitarias.

Debates y talleres

Cuatro debates por día se realizaron en las mañanas, simultáneamente. Unos provocaron fuertes discusiones que continuaron en los pasillos, y otros suscitaron consensos. Ahí justamente radicó la riqueza de los diálogos. Los debates giraron alrededor de temas como: medios comerciales y populares; ¿hasta dónde la democratización de las comunicaciones?; la violación de los derechos humanos, tema de programación; la dictadura del rating, ¿competencia obligatoria?; ¿hay espacio todavía para el servicio público?; ¿el desarrollo de hoy atenta contra las utopías de ayer?; profesionalización, ¿privilegio de quiénes?; jóvenes al borde de un ataque de radio y televisión; ¿transmitir con ley o sin ley?; ¿cómo evangelizar a través de los medios masivos?

Por las tardes se desarrollaron tres talleres simultáneos. La idea principal de los organizadores fue incitar a un intercambio de experiencias para luego sistematizarlas y visualizar qué se había hecho y hacia dónde debemos caminar. Se trataron temas como: radio, TV y nuevas tecnologías; comunicación y desarrollo; comunicación de género; legislación; radio y TV infantil; investigación de audiencias; programación televisiva; gestión y autofinanciamiento; radio y TV educativas.

Los organizadores, reunidos después del Festival y a partir de la percepción de quienes asistieron al mismo, afirmamos que fue un gran éxito desde distintas perspectivas. La convocatoria superó todas las expectativas. Alrededor de 450 personas estuvieron presentes representando a todos los países de América Latina, y a Canadá, Estados Unidos, Europa y África.

En lo académico, la riqueza estuvo en socializar conceptos y experiencias sobre temas fundamentales y, lo que es más, el aporte de los participantes en las diversas actividades programadas. Por lo tanto, la multiplicidad de opiniones y experiencias, que generó un abanico de lecturas de la realidad tan específica y diversa a la vez, permitió tener una visión general de lo que hasta el momento se había logrado para democratizar la palabra y la imagen, y vislumbrar caminos que optimicen y fortalezcan el trabajo de la radio y TV comunitarias.

Y, después, ¿qué?

El Grupo de los Ocho continúa sus reuniones de trabajo, dentro del proceso conjunto iniciado, consciente de que se encuentra en su fase inicial y que se debe fortalecer para lograr las metas propuestas. Por ello ha invitado a VIDEOAZIMUT, organización que trabaja en vídeo alternativo, y a la Organización Católica Mundial de Comunicaciones (WACC), para que se sumen a esta alianza. La presencia de estas dos organizaciones, será un aporte importante para el trabajo.

El G8 realizará un taller interno destinado a definir su plan de acción hasta el año 2.000. Este será en Quito, del 26 al 28 de abril próximo. Los objetivos son: diseñar una estrategia de trabajo fundamentada en 4 ejes básicos: capacitación, investigación, publicaciones y eventos; y fortalecer la estructura del grupo.

En noviembre de este año se realizará el seminario *Democratización del espacio radioeléctrico*, en la isla Margarita, Venezuela, coordinado por la FIP. Este será el punto de partida para el trabajo sobre las legislaciones de medios en América Latina, con énfasis en las radios y televisoras comunitarias. Un producto de este seminario será el diseño de una estrategia global para democratizar el espectro radioeléctrico.

El camino es largo, por lo tanto, aspiramos contar con el apoyo decidido de todos quienes están comprometidos con el movimiento de radios y televisoras comunitarias con el único propósito de lograr una efectiva democratización de las comunicaciones. (María del Carmen Cevallos). ●

Concurso de Radio y TV

En el marco del Festival se realizaron los concursos de radio y televisión. En el primero participaron 54 radioapasionados, de 15 países, y en el segundo, 29 televisionarios de 11 países.

GANADORES EN RADIO

Primer Premio

"Los ruiditos de la radio", Grupo La Chacamota, Universidad de Colima, México.
 "Cuando lluevan las palabras", Loli García, CEDEP, Ecuador.

Segundo Premio

"Los amigos del campo", Mauricio Correa, Asociación de Cafetaleros de Colombia, Colombia.

Menciones: 1era. Sandra Karina, México. 2da. Odalys Torres González, Cuba. 3era. Luis Lozada, Perú.

GANADORES EN TELEVISION

Primer Premio

"Tercer concurso historieta juvenil: mi futuro", Carlos Marin Tello, Producción: CALANDRIA, Perú.

Segundo Premio

"Con voz de niño", Waldo Ramirez, ICRT TV Cubana, Cuba.

Menciones: 1era. Minor Alfaro, Costa Rica. 2da. Marisa Bildt, Coproducción: Kurmi Film, Estocolmo e Imágenes de Vídeo, Uruguay. 3era. Jesús Pérez, Bolivia.

Declaración de los RADIOAPASIONADOS Y TELEVISIONARIOS

Nosotros, los participantes en el Gran Festival de la Radio y la Televisión Comunitaria y Popular de América Latina y el Caribe, organizado por el Grupo de los Ocho (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica - ALER; Asociación Mundial de Radios Comunitarias - AMARC; Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina - CIESPAL; Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social - FELAFACS; Federación Internacional de Periodistas - FIP; Asociación Latinoamericana de Comunicación Grupal - PROA; Radio Nederland Training Center - RNTC, y Asociación Católica Latinoamericana de Radio, Televisión y Medios Afines - UNDA/AL), apoyado por el Centro Canadiense de Estudio y Cooperación Internacional (CECI) y el Consejo Mundial para la Radio y la Televisión (CMRTV), celebrado en Quito, Ecuador, del 20 al 24 de noviembre de 1995,

Expresando nuestro sincero agradecimiento a la ACDI-Canadá, a UNESCO, a UNICEF, a ADVENIAT, a ASDI-Suecia, a ASOTAB, al CRDI, a la Fundación Friedrich Ebert, al Gobierno de Québec, a MISEREOR, a Voluntarios de Naciones Unidas, y a todas las instituciones que contribuyeron al esfuerzo de organizar este Festival,

DECLARAMOS QUE

1. La libertad de expresión, derecho fundamental e inalienable de la persona y de los pueblos, se afirma sobre la justicia social y constituye la mejor garantía de la democracia y la paz.
2. La sociedad civil puede y debe ejercer la libertad de expresión a través de medios de comunicación propios que le den voz e imagen públicas y le permitan ser sujeto de su propio desarrollo.
3. Centenares de experiencias exitosas de radio y televisión comunitaria y popular, desarrolladas desde hace 50 años en los países de América Latina y el Caribe, nos han legitimado ante nuestros públicos, conquistando así el derecho al reconocimiento legal. Ellas han sido y siguen siendo expresión de las mayorías marginadas y empobrecidas de la región.
4. En estos tiempos de globalización y homogeneización crecientes, las radios y televisoras comunitarias y populares se convierten en espacios de participación ciudadana donde se expresan todas las voces y se defiende la diversidad de idiomas y culturas. El derecho a ser y pensar diferente, a tener gustos y aspiraciones distintas, se vuelve hoy un imperativo de la democracia.
5. La defensa de los Derechos Humanos, el respeto a la identidad étnica, la preservación del medio ambiente, el protagonismo de los jóvenes, la protección de la niñez y la tercera edad, la educación y la salud, la denuncia de la corrupción, así como la integración regional, constituyen prioridades de nuestro quehacer comunicacional.
6. La participación democrática de las mujeres en los medios de comunicación debe estar garantizada en todos sus niveles. Ello supone, especialmente, presentar una imagen real y valorada de la mujer en la radio y la televisión, incrementar la producción de programas desde una perspectiva de género y promover medios de comunicación propios.
7. Repudiamos las acciones de algunos gobiernos y propietarios de medios destinadas a entorpecer la labor de los medios comunitarios y populares. El cierre arbitrario de emisoras, la confiscación de equipos, la detención de periodistas y comunicadores, la negativa o demora injustificada en la asignación de frecuencias, atentan contra la libertad de expresión y deben ser condenadas.
8. Los gobiernos no solamente deben autorizar, sino garantizar la existencia de los medios de comunicación comunitarios y populares como una tercera forma de propiedad, la social, con igual categoría que la privada comercial y la estatal. De este modo, se asegura la independencia del ejercicio comunicacional respecto a finalidades lucrativas o políticas.
9. El espectro radioeléctrico debe compartirse equitativamente entre todos los sectores de la sociedad civil. Una cuota de frecuencias deberá reservarse para las empresas sociales sin fines de lucro en las bandas de AM y FM, en los ca-



Mesa directiva en la sesión inaugural

Segundo Tuli

nales de televisión, así como en las actuales negociaciones sobre difusión numérica.

10. En las concesiones de frecuencias a las radios y televisoras comunitarias y populares, no deben existir restricciones arbitrarias ni discriminaciones en cuanto a la cantidad de emisoras por localidad, a la potencia de la señal, a la venta de espacios publicitarios, a la formación de redes ni al empleo de las nuevas tecnologías, como ocurre en algunos países.
11. Se hace cada vez más urgente la revisión y modernización de las legislaciones vigentes en los países de América Latina y el Caribe respecto a las telecomunicaciones. En muy pocas se contempla, en efecto, la creación de nuevos medios de comunicación comunitarios y el fortalecimiento de los ya existentes, tal como se reconoció en el *Plan de Acción* aprobado en el "Seminario sobre el Desarrollo de los Medios de Comunicación y la Democracia en América Latina y el Caribe", celebrado bajo los auspicios de la UNESCO, las Naciones Unidas y el PNUD (Santiago de Chile, mayo 1994).
12. Los medios de comunicación estatales, comerciales o sociales, deben cumplir con el espíritu del servicio público y la responsabilidad social del periodismo, respetando los derechos laborales de los periodistas y demás trabajadores de la comunicación, rigiéndose en sus programaciones a un mismo código de ética y promoviendo valores nacionales y humanistas entre la población.

Saludamos entusiastamente la unidad lograda en el Grupo de los Ocho. Esta alianza se consolidará y ampliará convocando, particularmente, a todas las redes regionales de comunicación comunitarias y populares, y promoviendo la cooperación Sur-Sur. Invitamos a los gobiernos, a las agencias de cooperación internacional, a las organizaciones no gubernamentales, a los gremios periodísticos, a los medios de comunicación comerciales y estatales, a todos los radioapasionados y televisionarios a sumarse a este movimiento internacional que busca democratizar las comunicaciones, para así contribuir a la democratización de nuestras sociedades.

Quito, 24 noviembre de 1995

Vicente Martínez - ALER.
José Ignacio López Vigil - AMARC.
Ardrúbal de la Torre - CIESPAL.
Cristina Romo - FELAFACS.
Elsy Manzanares - FIP.
Alma Montoya - PROA.
José Pérez Sánchez - RNTC.
Carlos Cortés - UNDA/AL.
Monique Vézina - CECI.
Paul E. Lamy - CMRTV.



La radio popular y educativa en América Latina

La radio popular y educativa latinoamericana es una apuesta creativa y valerosa por el ideal democrático. El uso de la radio para la educación popular, en favor de la democracia, tiene ya casi medio siglo de experiencia en la región. Luis Ramiro Beltrán reflexiona sobre los principales momentos de esta práctica y avizora nuevas estrategias para su fortalecimiento.

La radio es el medio más instrumental en la lucha por conquistar la democracia. De todos los medios masivos es el que llega a la más alta proporción de la población: 75%. Pero ese amplio acceso no es su única ventaja. Por su bajo costo y su relativa facilidad de operación, la radio tiene también la virtud de prestarse a la participación del pueblo en su manejo.

Aunque es privada y comercial, en el 85% de los casos, la radio en la región no es oligopólica; está constituida, en general, por numerosas empresas más bien pequeñas. Ha sido por esto, por el ímpetu del pueblo para comunicarse y por el respaldo que le ha brindado la Iglesia Católica, que ha resultado posible la radio popular de vocación democrática en Latinoamérica. Que ella sea minoritaria -cuando más el 10% sobre un total de alrededor de 6.000 emisoras- no le quita mérito ni le niega impacto. Comenzó hacia 1947, en Colombia y Bolivia.

Sutatenza

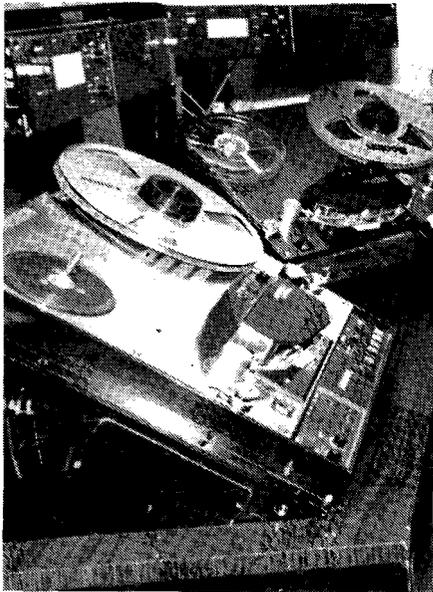
El inquieto párroco de la aldea colombiana de Sutatenza, Joaquín Salcedo, instaló una elemental estación radiodifusora de corto alcance para llegar a los campesinos algo alejados de su circunscripción, con mensajes religiosos. Poco tardó en agregar a la finalidad evangelizadora la intención alfabetizadora y educativa en campos como la salud y la agricultura.

La estrategia comunicativa de la cual se valió el joven sacerdote fue la de "escuela radiofónica". Consistía en programas producidos para los campesinos, a los que se organizaba en pequeños grupos y se orientaba por medio de un auxiliar local capacitado para ello y provisto de materiales complementarios. El experimento cobró rápidamente amplia aceptación y considerable impacto.

Con apoyo formal eclesiástico y respaldo gubernamental, Salcedo estableció la entidad Acción Cultural Popular (ACPO). Con respaldo financiero interna-

LUIS RAMIRO BELTRAN, boliviano. Doctor en Comunicación, Consejero Regional para América Latina de la Universidad John Hopkins. Ha sido profesor y consultor en CIESPAL.

De especial importancia fue el desarrollo de la radio popular y educativa en idiomas nativos. La participación de los indios aymaras y quechuas en este emprendimiento es sobresaliente en Bolivia, Perú, y ha llegado a ser acogida, inclusive, por algunas emisoras comerciales.



cional, ACPO vino a ser en una década el ejercicio masivo de educación no formal más grande y ambicioso del mundo. En su punto culminante llegó a tener ocho emisoras por todo el país, con una potencia conjunta de alrededor de 800 kilovatios de salida, dos institutos de formación de líderes campesinos, una central de preparación de programas y un servicio de producción audiovisual e impresa en el que editó el primer semanario del país para campesinos.

Radios mineras

El otro experimento precursor fue el de Bolivia, coetáneo al de Colombia, pero del todo distinto. A fines de los 40, el país vivía de la producción de estaño y los trabajadores de esta industria estaban organizados en sindicatos. En uno de ellos nació la primera emisora obrera, que tuvo azarosa y efímera existencia. Pero en 1952 se inició una revolución nacionalista que realizó profundos cambios estructurales, incluyendo la nacionalización de las tres grandes empresas mineras productoras de estaño. En esas circunstancias surgieron algunas emisoras sindicales mineras. Diez años más tarde llegarían a ser algo más de 20 y todavía aumentarían hasta acercarse a 30.

Que sus equipos fueran rústicos y de corto alcance y que su personal no tuviera experiencia en producción radiofónica eran cuestiones secundarias, frente al objetivo que el medio venía a servir: expresarse, quebrar de viva voz la incomunicación que los trabajadores padecían en sus remotos distritos altiplánicos y, así, permitirles defender sus intereses. Tal importancia cobrarían pronto sus radios que gobiernos totalitarios las acallarían, a veces, a sangre y fuego.

La característica fundamental de esas radios fue su naturaleza participativa. Con su estrategia de "micrófono abierto", ponían a los trabajadores y a sus familias a hablar libremente de todos los temas de su interés, a hacer réclamos a las autoridades e inclusive a criticar la conducción sindical. Visitaban escuelas, iglesias, mercados, pulperías y campos deportivos, y hasta entraban a los socavones mineros para dar a la gente la oportunidad de decir su palabra. Las radios servían como núcleo de reunión social y como eje de convocatoria a asambleas populares para la toma de

decisiones. Esos comunicadores obreros practicaban la comunicación "horizontal", "participativa", "dialógica" y "alternativa", diez años antes que teoría alguna postulara nociones como esas.

A partir de la quiebra de la minería estañífera en 1985, que trajo aparejado el desempleo masivo de las minas y el derrumbe del poderío sindical, esas radios comenzaron a desaparecer. En estado casi agónico, sobreviven a la fecha cuatro o cinco de ellas.

Las experiencias se multiplican

La influencia del modelo Sutatenza se comenzó a sentir en algunas partes de la región ya en los años 50. Pero fue en los 60 cuando la estrategia de las escuelas radiofónicas generó la creación de cerca de medio millar de emisoras, dedicadas a la educación popular, en su mayoría patrocinadas por la Iglesia Católica, en unos 15 países latinoamericanos.

Algunas radios flexibilizaron el marco de instrucción típico de Sutatenza para hacer más educación no formal, acercarse a las organizaciones populares y hasta para reemplazar la visión de la sociedad y de su desarrollo, derivada de la impronta de ACPO. Tal vez, esto ocurrió primero en el Movimiento de Educación de Base (MEB) de Brasil, en el cual un maestro desconocido comenzaba a plantear inéditas ideas para democratizar la educación; se llamaba Paulo Freire.

Por otra parte, lo que muchos mantuvieron sin alteración por largo tiempo fue la preferencia por el público campesino, sobre el ciudadano, y el énfasis sobre la recepción de los mensajes radiofónicos en pequeños grupos comunales para discusión y acción.

De especial importancia fue el desarrollo de la radio popular y educativa en idiomas nativos. La participación de los indios aymaras y quechuas en este emprendimiento es sobresaliente en Bolivia, Perú y ha llegado a ser acogida, inclusive, por algunas emisoras comerciales.

La radio popular campesina fue más allá de la educación, la información y la diversión.* A millares de seres humanos sumidos en selvas, cordilleras y llanuras les brindó gratis el equivalente al correo, al telégrafo y al teléfono que les habían sido negados.

La imaginación creativa de los latinoamericanos se desplegó, tanto en los años 60 como posteriormente, para hacer que la radio popular fuera realmente participativa. Una eficaz estrategia ecuatoriana, impulsada por el CIESPAL y la Iglesia Católica, es la de las "cabinas de grabación campesina", como las de Latacunga. Y, en varios países, las radios capacitaron a voluntarios de aldeas y barrios como "reporteros populares".

Rodeadas de competencia comercial, las radios educativas tuvieron que ir ampliando y variando su programación a fin de equilibrar en ella lo educativo con el entretenimiento y con lo informativo. A esto último dio un valioso aporte el noticiero internacional *Chasquihuasi*, producido en casete en Chile. Sobre todo en los años 70, las radios populares no abandonaron su papel contestatario, su misión de denuncia de la injusticia para con las grandes mayorías crecientemente empobrecidas y sojuzgadas. A causa de este compromiso con el pueblo no pocas de ellas han sufrido censura, hostigamiento y clausura; y unas cuantas hasta han sido víctimas de destrucción por violencia estatal o por actos de terrorismo.

En todos esos años de lucha, millares de personas han dedicado mucho de su inteligencia y energía a la causa de la radio popular en América Latina. Dos paradigmas de esos luchadores por la utopía democrática son Mario Kaplún y María Cristina Mata.

Mario Kaplún, un comunicador educativo apasionado por la radio como instrumento de justicia, alcanzó notoriedad por dos series radiofónicas: *Jurado 13* y *El Padre Vicente*, ambas ganadoras de premios internacionales. Fue el creador de una eficaz herramienta para la comunicación popular: el "audioforo", que luego desarrolló como "casete foro rural", un recurso sencillo para fomentar el diálogo a distancia entre grupos.

Mario Kaplún destaca dos de sus aprendizajes: es posible hacer radio educativa de un modo atractivo y capaz de hacer impacto en la audiencia popular, y no es imposible penetrar en las emisoras comerciales con programas educativos, inclusive los de tipo crítico, siempre que se lo haga con calidad profesional y en forma entretenida y dinámica. Y condensa él su visión de nuestro

oficio con esta metáfora: "Comunicación es una calle ancha y abierta que amo transitar. Se cruza con compromiso y hace esquina con comunidad."

María Cristina Mata se especializa, a partir de 1980, en el estudio de la radio participativa, comenzando por rescatar la ejemplar experiencia dominicana de *Radio Enriquillo*. Es muy valiosa su reciente investigación sobre la mujer y la radio, publicada por la ALER. A partir de 1982 trabajó en Quito, en ALER, convirtiéndose en la investigadora más fiel y acuciosa de la radio popular latinoamericana.

ALER

En 1972 comienza el accionar de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Pero, ya para entonces, el modelo Sutatenza mostraba preocupante desgaste y estaba por entrar en escena, traído de las Islas Canarias, el promisorio modelo ECCA.

En presencia de nuevos fenómenos, como la masiva migración del campo a

la ciudad que formaba los cinturones de miseria, las afiliadas a la ALER comenzaron a poner atención también al público urbano periférico. Percibieron, igualmente, la importancia de nuevos movimientos sociales y de distintos actores políticos derivados del deterioro de las agrupaciones partidarias tradicionales, la agudización de la crisis económica y la emergencia de nuevos problemas sociales. Así, ALER fue ajustando sus esfuerzos a las cambiantes realidades.

Pero, ¿qué ha logrado ella en tantos años de abnegada práctica? La propia ALER dio respuesta a la interrogación, al evaluar el desempeño de la radio popular en su Novena Asamblea General Ordinaria (Quito, 1994), la entidad inventarió estos logros:

1. El que no pocas de sus afiliadas hayan dejado de ser marginales por haber conquistado importantes índices de audiencias.
2. El haber ganado la confianza de las organizaciones populares que las toman como aliadas de su causa.



Mario Kaplún: radioapasionado creador del "audioforo"

Segundo Tu

3. El haber alcanzado niveles de manejo de información comparables con los de emisoras comerciales, pero que ofrecen al pueblo la orientación interpretativa de hechos y procesos en función de sus intereses.

4. El haber llegado a ser reconocidas por su público como integradoras de regiones, propiciadoras de lenguas nativas, defensoras de comunidades marginadas y patrocinadoras de identificación y legitimación.

ALER está consciente que todavía hay mucho por hacer para mejorar la situación de la radio popular. Entre los problemas que la preocupan están estos:

1. El ajuste insuficiente de la programación a la audiencia.
2. La mala calidad de varios programas.
3. La aún escasa penetración en la esfera urbana y, especialmente, entre los jóvenes.
4. La falta de nitidez en la señal sonora y la interrupción de emisiones por fallas técnicas.
5. La deficiente formación del personal productor.
6. La contracción de las fuentes de apoyo financiero.

Mientras subsistan problemas como estos, la radio popular corre el riesgo de ser sofocada por el abrumador poderío de la radio comercial. Y, si esto llegara a ocurrir, la comunicación alternativa para la democratización no podrá cumplir su deber de acompañar al pueblo latinoamericano a enfrentar los desafíos del nuevo siglo. ¿Qué se puede hacer para que tal cosa no ocurra?

AMARC

Una respuesta audaz a esta interrogante viene a darla un nuevo combatiente por la democratización de la palabra y la sociedad. Se trata de la filial latinoamericana de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). Establecida en Lima hace cuatro años, la agrupación ya cuenta en la región con más de 200 miembros y viene desplegando una labor muy intensa de apuntalamiento a la radio popular. Lo hace ahora, desde Quito, por medio de un boletín noticioso acompañado de audiocintas, de talleres y encuentros, servicios técnicos y redes de solidaridad e información.

El Secretario Ejecutivo de la AMARC, José Ignacio López Vigil, ha hecho esta punzante reflexión sobre la era presente: "Este es el mundo que nos ha tocado vivir. Un mundo avaro que quiere igualar culturas pero no bolsillos. Un mundo absurdo que ha sabido captar el rumor del *Big Bang*, sucedido hace mil millones de años, pero no es capaz de escuchar el grito desesperado de los 40.000 niños que a diario mueren de hambre. Una época nocturna, como diría Neruda. Pero no hay otra. No podemos irnos a transmitir desde los anillos de Saturno. Es aquí y ahora que tenemos que hacer la radio comunitaria".

A la luz de este criterio, López Vigil propone -para plasmar esa nueva radio-difusión- una nueva estrategia de tres lineamientos paralelos:

1. Elevar la calidad de las emisoras hasta convertirlas en competitivas con las comerciales.
2. Ampliar el alcance de público hasta entrar de lleno en lo masivo.
3. Y modernizar los programas para tornarlos más acordes con la cultura masiva y con las demandas actuales de las grandes audiencias juveniles.

¿Será posible hacer esto? Y, si lo fuera, ¿será deseable? Es cierto que, para llegar a competir con las radios privadas y comerciales, las populares tendrían que mejorar la calidad de sus programas y alcanzar niveles realmente masivos de audiencia. Aunque faltan fondos y no sobra el personal calificado para una producción profesional óptima, esa adecuación pudiera resultar factible. Pero, ¿sería conveniente? Manifestándose de acuerdo con no satanizar al neoliberalismo, Carlos Cortés, uno de los dirigentes de los comunicadores católicos, hace, sin embargo, esta advertencia: "Pero tampoco puede significar dar vivas a un mercado que se quiere total porque no admite otras posibilidades fuera de las reglas de su juego, cada día más mortífero y capaz de añadir nuevos rostros (Santo Domingo) a los rostros sufrientes de Puebla". Posiblemente muchos, especialmente los más veteranos y leales luchadores por la causa, comparten esta lógica preocupación. En contraste con ellos, empero, otro de los mayores propiciadores de la radio popular y educativa en la región, José Pérez Sánchez, Director del Centro de Capaci-



Alonso Pérez Luna

tación de Radio Nederland para América Latina, planteó: "Nuestra acción nos ha permitido redescubrir el potencial de la radio privada y el rol que puede jugar aún manteniendo sus principios de empresa. Lo que hemos aprendido es que una empresa comercial, entendida en su carácter eminentemente social, y si tiene buena voluntad, presenta posibilidades de cooperación entre todos los sectores activos de un país y esto puede lograr muchísimo."

O sea, por una parte, habría que continuar la lucha pero emulando las armas del adversario si es que no se quiere fenecer. Y, por otra parte, pareciera posible cooperar con la radio privada y mercantil en vez de ser contendor de ella.

Podemos tener plena fe en que, con su probada integridad y su inteligencia, los comunicadores de la radio popular educativa latinoamericana resolverán pronto este dilema y harán, en vísperas del nuevo milenio, lo que sientan que sea mejor hacer en servicio de su pueblo. ●

Comunicación ¿para cuál desarrollo?

La interrogante encierra, a su vez, dos preguntas fundamentales: ¿hasta dónde vale la pena seguir desplegando tanto esfuerzo por una comunicación más decente, pero marginal, en momentos en que esta se halla, más que nunca, amenazada de aplastamiento por las superautopistas cablo-satelitales de los grandes comunicadores? y, si decidiéramos que sí vale la pena seguir asegurando alternativas, aún modestas, ¿cuál es la meta a perseguir en términos de desarrollo real? Entonces, comunicar ¿para cuál desarrollo?, ¿para el desarrollo de quién?



Imágenes Libres, El Salvador

Concluida la Guerra Fría, tras la disolución del sistema multinacional soviético, la humanidad ha ingresado de lleno a la era de una plutocracia universal sin opositores. La aguja del poder marca la hora del dinero. La relectura de los clásicos de la timocracia: Platón, Renan, Proudhon y Pareto, es

ANTONIO PASQUALI, venezolano. Consultor internacional, investigador y docente universitario.

urgente. La ley de la jungla es ahora más despiadada que nunca, dura para el trabajador del Norte y fatal para el del Sur, por la aparición de cinco novísimos componentes no previstos en los evangelios liberales: 1º la indetenible hiperconcentración de capitales, 2º el creciente desempleo inducido por la informática, la cibernética y la robótica, 3º el lento e inducido desmoronamiento de la familia de las Naciones Unidas, 4º el concomitante fortalecimiento de organis-

mos financieros intergubernamentales, y 5º el triunfo indetenible de un especulativo mercado financiero electrónico, de billones de dólares diarios, capaz de poner en jaque el vetusto sistema bancario mundial y hasta la economía global del G-7.

No asumir o fingir ignorar estas realidades, o no ponderar lo que ellas significan para quienes nos hemos quedado atrasados, o no calibrar el rol esencial que en ellas corresponde a la función de

comunicación e información significa renunciar a leer en clave política y socio-cultural los avatares de la relación humana y, desde luego, renunciar a modificarla. Deliberadamente no podemos renunciar a una visión ética del mundo, del hombre y del comunicar, en favor de menos comprometidas visiones estético-económico-hedonistas de la realidad comunicacional.

Las latrocracias

Al analizar los diez años de unidimensionalidad liberal encontramos que, a nivel mundial, la brecha entre más ricos y más pobres, que hace treinta años era "apenas" de 30 a 1, es hoy de 61 a 1. Según el *Informe Haq* del PNUD, el 20% más rico de la humanidad disfruta ahora del 83% de todas las riquezas existentes; el 20% más pobre, del 1,4%. El Banco Mundial acaba de informar que los 1.000 millones de pobres absolutos, de hace cinco años, son ahora, "obscuramente", 1.300 millones, porque las economías ricas han crecido 2.7 veces más que las pobres. Añade un aterrador detalle anecdótico: los 358 multimillonarios de la lista 1994 de *Forbes* poseen más riquezas que la suma de los 2.350 millones de seres humanos más pobres de la tierra (la relación es aquí de 6.600.000 a 1). Volviendo a comunicaciones, y según cálculos propios, en 1.992 la brecha entre la mayor y la menor densidad telefónica del mundo (Mónaco y Chad), había llegado a ser de 1.245 a 1; la brecha entre la mayor y la menor densidad postal del mundo (Suiza y Mozambique) había alcanzado, por su parte, la increíble relación de 5.515 a 1.

Las democracias incapaces de asegurar una, aun modesta, redistribución de riquezas y poder, son de hecho latrocracias, guardias pretorianas de la minoría expoliadora de la sociedad. Eso fueron muchas de nuestras eufemísticas y sedicentes "democracias" de los últimos decenios; en lo económico, en lo político y, sobre todo, en lo comunicacional. Por su parte, los medios de comunicación han reflejado ese empobrecimiento empobreciéndose, con la sola excepción de la TV comercial, cuyo rol socioeconómico de "chacal" (perdonen el símil), aún ha de ser adecuadamente ponderado. "Los años de 1980 a 1989 fueron los de mayor crecimiento para la TV de América Latina y el Cari-

be, con la creación de 126 nuevas estaciones de televisión" (CIESPAL). Creación que guardó una relación directa con la pobreza e inversa con la riqueza de las diferentes naciones: Venezuela (\$ 2.680 de PIB en 1992) contaba con 11 estaciones, Perú (\$ 1.200 de PIB) con 24, y Bolivia (\$ 541 de PIB) con 64 estaciones.

Para ser exactos, ese duro símil del "chacal" debiera achacarse, en primer término, a la función publicitaria la cual, simultánea con el empobrecimiento global de la región, pasó de 7.300 millones de dólares de inversiones, en 1990, a 16.170 millones en 1994, con un crecimiento ininterrumpido del 44% interanual. Pero nuestra adjetivación revierte finalmente otra vez al medio TV. Ustedes no ignoran que de los diez países del mundo que más gastan de su presupuesto publicitario en TV, nueve son latinoamericanos, pero tal vez no sepan aún que el primer lugar mundial absoluto correspondió en 1994 a Venezuela, con el 80% de su publicidad para la TV, un preagónico 17% para los medios impresos, y un agónico 1% para la radio.

Ese proceso va de la mano, a su vez, con una ulterior e indetenible concentración del medio, con la próxima explotación masiva de los recién instalados y poderosos cables submarinos de fibra óptica, y con el inminente estacionamiento sobre las islas Galápagos, el 14 de diciembre de 1995, de *Galaxy III*, el satélite en multipropiedad Hugues/Cisneros/Abril/Multivisión de *DirectTV*, para la redifusión sobre Latinoamérica de 160 programas de vídeo y 60 radiales: una verdadera sobre dosis de radiotelevisión importada que pudiera resultar fatal, por saturación, a las más empecinadas y tercas voluntades de gastarse dinero y esfuerzos para tener "voz propia" en el éter. Por su parte, ya ningún gobierno de la región parece dispuesto a jugarse la carta de la creación o fortalecimiento de servicios públicos realmente no-gubernamentales de radiotelevisión, que pudieran actuar de contrapeso. Quedan los medios comunitarios como una de las últimas esperanzas concretas de rescate con dignidad.

¿Condiciones desesperadas?

En la coyuntura descrita, del más crudo realismo, mi experiencia tanto mundial como latinoamericana me hace

suponer que a la radio y TV llamadas comunitaria, alternativa o pública se le dejará sobrevivir, mal que bien, según el país (pues hay que aparentar democracia y pluralismo), mientras no se pasen de fastidiosos políticos ni le resten porcentajes significativos de clientela a los medios comerciales. El día que, siempre según el país y el momento, los poderes mediático-políticos -cada día más identificados- decidan que alguno de ustedes se ha propasado política o comercialmente, es probable que se les ofrezca comprarles la emisora, que se queden sin publicidad, que no se les renueve la licencia o que les pasen cosas aún menos agradables.

En estos momentos, las condiciones lucen objetivamente desesperadas, o poco menos, para la supervivencia de industrias culturales endógenas en países pobres. Cuesta creerlo, pero más que el sector de la radiotelevisión comercial, es a veces el sector de gobierno el más re-



CALZADILLA No. 64



¿Es posible la sobrevivencia y el reforzamiento de la radio y TV comunitarias? La comunicación alternativa existente ¿está persiguiendo siempre la verdad y con lucidez, el advenimiento de una sociedad alternativa a la presente, menos injusta, menos empobrecedora y silenciadora; es decir, cumple una misión social realmente útil?

niente al fortalecimiento de otra comunicación social, por temor al menor cambio en los frágiles y, a veces, mafiosos equilibrios medios/poder político.

¿Es posible la sobrevivencia y el reforzamiento de la radio y TV comunitarias? La comunicación alternativa existente ¿está persiguiendo siempre la verdad y, con lucidez, el advenimiento de una sociedad alternativa a la presente, menos injusta, menos empobrecedora y silenciadora; es decir, cumple una misión social realmente útil? ¿Hemos meditado suficientemente en el hecho de que los pobres de la tierra se han quedado íngremos y solos y sin defensores, y además degradados al rango de marginados, esto es, de pobres condenados a no ser más nunca productores, consumidores y voces oíbles?

Los pobres en comunicaciones son cada día más numerosos en el Sur, pese a las crecientes facilidades que se les ofrecen para la recepción de mensajes ajenos. La privatización de la telefonía en mi país, valga este solo ejemplo, sí condujo a la instalación de más líneas; pero esas líneas fueron mayoritariamente para la banca y los pudientes.

La presente reflexión nos lleva a pensar ¿con quiénes estamos, con los pobres o con los ricos en comunicaciones?, ¿cuál debe ser nuestra actitud, en consecuencia, cuáles nuestras responsabilidades sociales, cuáles los límites en la avenencia y la transacción que resulten moralmente viables, sin traicionar inderogables principios?

Recuperar lo ético

Es imprescindible repensar todo el problema comunicacional, justamente en términos que un postmoderno apodararía de "cavernícolas". Sin renunciar en absoluto a los análisis económicos, estéticos, de contenidos, tecnológicos o semiológicos, recuperemos con vigor su **dimensión ética**. A ella he dedicado todos mis modestos esfuerzos en cuatro décadas de trabajo. Incorporar definitivamente a su sínéresis de comunicadores alternativos y comunitarios interrogantes de este tenor es fundamental. Tal decisión política, tal cambio de actores económicos, tal otra nueva legislación, tal otro avance tecnológico, ¿qué tanto aportan de verdad, tras las bambalinas propagandísticas y publicitarias, al progreso de la humana felicidad, a un desa-

rollo que beneficie a todos, a una más justa distribución de la capacidad de emitir y ser escuchados, a una deconificación de la libertad de expresión, al diálogo y la comprensión desinteresada y no apadrinada entre los hombres? Los humanos, recordémoslo, pueden ejercerse como entes morales si conviven y se relacionan con otros; la comunicación es una forma privilegiada de tal relación con el otro; a una lectura moral del acto comunicante es lícito pues otorgar prioridad.

Les diré incluso a quienes tengan el "cavernícola" o "jurásico" a flor de labios -y sin el menor ardid retórico- que en el fondo les asiste bastante razón. Las categorías éticas, esto es, los conceptos supremos con los que interpretamos moralmente la praxis y sus productos son, efectivamente, y no pueden ser sino "jurásicas" respecto por ejemplo de las categorías epistemológicas, o del pensar científico, o de las tecnologías; sin embargo, siguen conservando todo su vigor.

Con estas reflexiones hemos acumulado, eso espero, suficiente pertrecho conceptual para dar una respuesta afirmativa a las dos preguntas iniciales. Las distorsiones que un mal uso masivo de la radiotelevisión ha causado al ideal de una armoniosa intersubjetividad son, en Latinoamérica, de tal magnitud que la supervivencia de cualquier fórmula alternativa de comunicación social (matriz de una posible re-dignificación de tales medios) es asunto de vital importancia social, política y de ecología cultural.

Habida cuenta de que una libertad que no libera es apenas una estéril manifestación del egoísmo, cualquier medio de comunicación que se considere alternativo al orden mercantil reinante debe tener una coherente estrategia liberadora, propiciar formas aún limitadas pero muy concretas del desarrollo social, cuidándose de aquellos roles que los llaneros tildan jocosamente de "cachicamo trabajando para lapa".

Sugerencias operativas

1º Necesidad de un apuntalamiento legislativo de la "otra" radiotelevisión. Pensado en términos regionales (a sabiendas que en esto hay países más avanzados que otros), la radiotelevisión

no convencional exhibe una carencia de suficiente status jurídico, propiciadora de incertidumbres a futuro.

2º. Necesidad de estandarizar y maximizar los procesos de educación crítica del usuario. En América Latina existen muchas experiencias sobre esta rama de la educación. Nuestro usuario vive en un entorno radioeléctrico sin alternativas de peso (me refiero a opciones del género *TF1/France 3*, o *Channel 4/BBC*, o *Berlusconi/RAI*). Esta falta de piedras de parangón debe compensarse con astucias pedagógicas que reemplacen la inocencia del usuario por una sólida formación crítica.

3º. Necesidad de inventar o reinventar, en toda Latinoamérica, los Servicios Públicos de Radiotelevisión. Desconfíen de las apariencias: es la sugerencia más meditada que les hago. Incluso la más "jurásica" a conciencia: hay ocasiones, y esta es una, que la mejor manera de progresar es retroceder, volver a hacer bien las cosas que hicimos mal o no hicimos. Llevo cuarenta años interrogándome acerca de la estra-

tegia más adecuada para mejorar el entorno radiotelevisivo latinoamericano, la **única** conclusión clara y transparente a la que he llegado es: primero, a la radiotelevisión comercial actual no hay que tocarla, sino dejarla flotar libremente como una moneda en un mercado regido por la demanda y la oferta; segundo, poner dicha moneda a competir con otra nueva, capaz de ofrecer más calidad, mejor y más útil mercancía, trato más respetuoso a sus clientes; pero que este nuevo almacén radiotelevisivo sea de una ONG, para que desaparezca la imposición gubernamental. Lo que deseo subrayar aquí es la conveniencia que tendrían, los emisores comunitarios y alternativos, de poder contar como interlocutor y colaborador a un Servicio Radiotelevisivo Público no-gubernamental, con ideales y metas parecidos, y dentro de cuyo directorio los "comunitarios" debieran ocupar un puesto.

El derrumbe de los imperios

La plutocracia universal no es un slogan ni una broma, tampoco lo es la

exasperada concentración oligopólica de la capacidad de comunicar en empresas siempre más grandes y menos numerosas. Y tampoco es broma el inalcanzable progreso tecnológico, que cada semestre lanza al cesto de lo jurásico toda la electrónica esforzadamente adquirida seis meses atrás. Estas tres megatendencias están disparando mortíferas balas al corazón mismo de la democracia. Familia Humana, Mundialización, Globalización: tres títulos en cincuenta años para tres etapas de un proceso de degeneración: del ideal post-bélico de concordia social universal, a la universalización monolítica de las leyes de mercado, donde es lícito, deportivamente saludable y conforme a natura, que el grande devore al chiquito, y reinen el darwinismo y el malthusianismo en todos los órdenes del existir. De imponerse esas megatendencias acabarían de veras con los últimos rastros de pluralismo, de identidad y de diversidad. ¡Adiós comunicación independiente!

Pero seamos sensatos, no entronicemos lo catastrófico. Cada vez que leo u oigo los fervorosos, gesticulantes y por cierto muy intolerantes alegatos de los postmodernistas contra la razón y la sensatez, una reconfortante sonrisita educadamente irónica (con sabor a Sócrates y Thomas Mann) me brota del fondo de la conciencia.

Quedémonos vigilantemente tranquilos en nuestros minúsculos peñeros de la comunicación, la mano firme sobre el timón y, en los labios, la sonrisita irónica de los apolos arcaicos. Hubo grandísimos imperios derrumbados por súbditos salidos de las más lejanas y pobres provincias. Los arquitectos de aquellas tres megatendencias aplanadoras, unidimensionales y embaladas no han contado con las posibles reacciones del cerebro primario del hombre. Un minuto antes de caer irremediamente en la pesadilla de un mundo a lo *Blade Runner*, alguien levantará los ojos al firmamento y reinventará a Dios; otro redescubrirá la verdad y falsedad en el último mensaje del Gran Hermano; un tercero sentirá pulsar otra vez en su cerebro arcaico el tic-tac de lo Bueno/Malo. Pero, ¿qué me sucede, santo cielo! Acabo de reinventar los universales escolásticos: *Unum, Verum, Bonum*. Bueno, ¿y qué? Confíemos en la razón, nada aún está perdido ●



Imágenes, Litres, B Salvador

¿La chispa de la vida?

LA IMAGEN, NUEVAMENTE VISITADA

Para determinar el uso y la orientación de las nuevas tecnologías de información no solo hay que tomar en cuenta factores económicos; la imaginación de los inventores y la fantasía de los usuarios son, también, parte fundamental de su definición. A partir del hecho tecnológico, y de su divulgación a través de los medios, se habla de nuevas formas de socialización y gestación de una nueva cultura. Lo que es evidente es que el discurso sobre la tecnología de información está cambiando radicalmente.

Las tecnologías de información se convirtieron, en el siglo pasado, en símbolo del mundo moderno. Uno de los mayores desafíos para los estudiosos de la materia consiste en demostrar que tales tecnologías pueden ser utilizadas en un

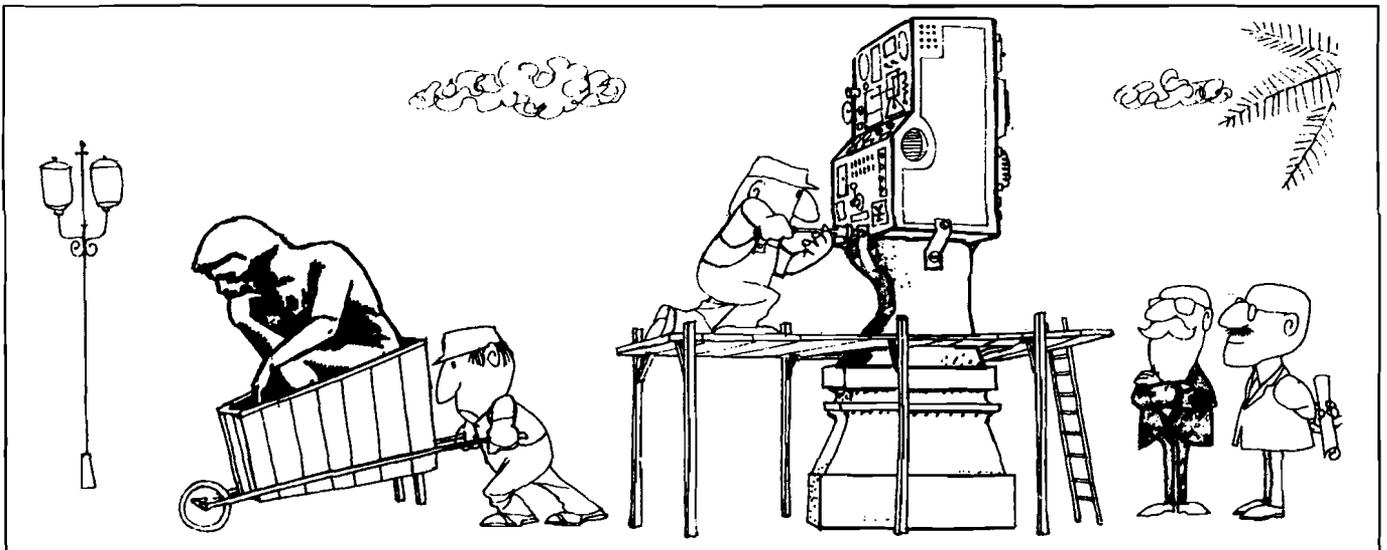
CARMEN GOMEZ MONT, mexicana. Directora del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana.

marco social, aunque no se justifiquen económicamente¹. Gianni Vattimo² es quien da lugar a esta tesis y de ella parte la finalidad de este trabajo.

Ser modernos es un valor determinante. Se crea un culto por lo original que no existía antes. Los alcances de la modernidad en América Latina se comprenden de forma cabal, si se parte de una idea de Alain Touraine: "La modernidad es un navío en el que todos nos he-

mos embarcado. Lo importante es saber si viajamos en ella en las galeras o como viajeros con maletas que parten con esperanza y, al mismo tiempo, conciencia de las rupturas que implica"³.

Actualmente, al hablar de la tecnología ya no se habla de computadoras para descifrar su composición microelectrónica, sino para comprender ciertos rasgos de la vida presente y futura de la sociedad. El futuro estará determi-



Mundo Cuervo

nado por todo aquel producto que pueda ser traducido a *bits*; es decir, a un lenguaje de 0 y 1⁴.

La tecnología como objeto de estudio

Los primeros estudios sobre tecnologías informativas establecieron una primera frontera: el determinismo tecnológico. El hecho se conformó de diferentes variables. A diferencia de la prensa, la radio, el cine y la televisión; la computadora, el satélite y el videojuego se constituyeron como "cajas negras" que nadie se atrevía a abrir⁵. América Latina desarrolla el 1% de la Investigación y Desarrollo (I&D) a nivel mundial. Esta constatación hizo pensar a los investigadores de la comunicación que no teníamos nada que hacer ahí.

En la región, en la década de los 80, se iniciaron los primeros estudios, la mayoría de ellos en tono condenatorio. A este primer momento corresponden descripciones técnicas que llevan al estudio a entender la estructura interna de aparatos. Este punto de partida dirigió la mirada a los creadores de tales aparatos y colocó en el centro del debate a dos actores principales: el Departamento de Defensa de los Estados Unidos y un grupo de inventores, especie de científicos e ingenieros que bajo la tutela de esta última instancia creaban tecnología con fines militares. Así, las primeras interpretaciones tecnológicas están asociadas a fuentes de poder y maquiavelismo, descartándose cualquier tipo de reconsideración en un contexto más propio.

En un segundo momento, cuando se descubre que esta tecnología pasa de la instancia militar a la instancia empresarial, proliferan nuevas tesis que la insertan dentro de la lógica de operación de las grandes transnacionales. Entre la primera y segunda interpretación pasaron veinte años de tesis reprobatorias sobre el posible uso social de dichas tecnologías. Los textos de Herbert Schiller, Armand Mattelart y J. Habermas fueron textos básicos de lectura en las facultades de comunicación latinoamericanas.

Para la región, entonces, la tecnología no tenía escapatoria. Estaba condenada por su origen y por el nivel de la crisis económica y política de los 80. No obstante, se demostró que a pesar de la crisis, la política económica de gran parte de los países y el ingreso de la doctri-

"La modernidad es un navío en el que todos nos hemos embarcado. Lo importante es saber si viajamos en ella en las galeras o como viajeros con maletas que parten con esperanza y al mismo tiempo conciencia de las rupturas que implica".

Alain Touraine

na neoliberal favorecieron la penetración tecnológica.

A nivel mundial había una especie de desencantamiento por la imposibilidad de llevar a la realidad las tesis de la *Informatización de la Sociedad* de Simon Nora y Alain Minc⁶. No es sino hasta la década de los 90 cuando el estudio de las tecnologías de información vuelve a encontrar un momento doblemente afortunado para llevar las interpretaciones más allá de las leyes del mercado: el fenómeno de convergencia tecnológica y un avance en el tema de la investigación que facilita comprender al objeto de estudio desde un ángulo más complejo.

Patrice Flichy se adentra en la historia de la tecnología en Francia con el fin de demostrar que los principios de apro-

piación tecnológica no dependen ni del origen, ni de las condiciones del mercado de las tecnologías. Hay cuestiones de uso social, de imaginarios colectivos, que son determinantes también para la comprensión de dichas innovaciones.

Los estudios de Flichy interesan a la cultura latinoamericana porque insertan al hecho tecnológico dentro del tiempo y espacio social. Indaga, así, el rol que desempeñan dichas variables en la elección tecnológica. El mismo dice: "El análisis no solo se refiere a la sucesión de los acontecimientos tecnológicos y a lo irreversible de las elecciones efectuadas, sino a la evolución de las representaciones, de las utopías técnicas y sociales"⁷.

La imaginación colectiva

Thierry Gaudin escribe que "los objetos son la encarnación de los sueños". Patrice Flichy inicia su investigación al constatar que el imaginario es un elemento importante en la gestación y procesos de apropiación de la tecnología. La ciencia ficción, los discursos utopistas, la proliferación de imágenes en diferentes soportes: la fotografía, el cine, la televisión, los videojuegos, el CD y la realidad virtual, entre los más recientes, van determinando en el imaginario social su aceptación o rechazo. La ciencia ficción del siglo XIX ya visualizaba el uso del avión, naves espaciales, satélites, computadoras y televisiones.

Dos son, entonces, las instancias creadoras del imaginario técnico: los inventores y los escritores, entre quienes están también los periodistas y los profesores. El siglo XX se inició con una carrera por la vulgarización de la ciencia y de la tecnología que, con el tiempo y la proliferación de medios audiovisuales, no haría sino aumentar. Hay un punto de coincidencia entre la innovación tecnológica y la literatura de Ciencia Ficción. Una primera forma de comprender al objeto de estudio tecnológico es desde la innovación propiamente dicha y desde la literatura, donde lo fantástico, es decir la historia de las mentalidades, es también determinante.

En el siglo XX la divulgación científica y tecnológica en diarios y revistas, primero, y medios audiovisuales, después, contribuye a enriquecer el imaginario. En los últimos quince años el número de títulos se ha incrementado de

forma notoria, hecho que acusa un interés por el tema a niveles de capas medias y populares. Dentro del mercado de habla hispana hay que rescatar publicaciones como *Muy Interesante*, *Más allá*, *Año Cero*, entre las de mayor difusión. Están además las publicaciones locales de cada país. Por otro lado, gran parte de los diarios de mayor circulación cuentan con un suplemento semanal dedicada a comentar y analizar los avances científicos y tecnológicos.

La difusión del tema ha encontrado cauces importantes en los sistemas de televisión por cable y vía satélite: El *Discovery Channel*, uno de los de mayor audiencia en América Latina. Su visionado en la región es tal que se cuenta con una versión en castellano, además de la original en lengua inglesa. A diferencia de la televisión, la prensa tiene una incidencia mucho mayor en las sociedades latinoamericanas, ya que las interpretaciones del hecho tecnológico parten de un contexto propio. Hay que subrayar, sin embargo, tres elementos primordiales que recrean el imaginario en las sociedades de la región y que ubican al hecho tecnológico en un contexto histórico más amplio.

El primero de ellos se remonta a las historietas, donde resalta la lectura de obras como *Superman* y *Batman*. A lo largo de 35 páginas se recrea el mundo del mañana donde la tecnología tiene un papel central. En México, las ediciones semanales de este tipo de revistas son de 500 mil ejemplares. Este es el lenguaje impreso más leído por los mexicanos y, probablemente, por gran parte de la sociedad latinoamericana y, es también, el medio que crea un primer público realmente masivo⁹.

Los suplementos de algunos diarios cuentan entre sus páginas dominicales con historietas donde el tema y/o trasfondo del relato es una gran urbe del siglo XXI, Ciudad de México y Sao Paulo, de las cuales emanan personajes fantásticos que se desplazan en autos eléctricos, por vías de alta velocidad de varios niveles. Destaca el ambiente sordido y el manejo de aparatos altamente sofisticados. Estos relatos han sabido encuadrar sus historias dentro de marcos que corresponden más a la lectura por computadora que al relato clásico de los años 60. Es así como se encuentran nuevas versiones y personajes donde,

Actualmente, al hablar de la tecnología ya no se habla de computadoras para descifrar su composición microelectrónica, sino para comprender ciertos rasgos de la vida presente y futura de la sociedad. El futuro estará determinado por todo aquel producto que pueda ser traducido a bits; es decir, a un lenguaje de 0 y 1.



"Star Wars", 1980

además de ocupar el tema tecnológico un protagonismo importante, destacan los ángulos y diseños que corresponden a la informática, ya no al trabajo manual del dibujante.

Es fundamental tomar en cuenta este punto, ya que su incidencia en la mentalidad popular es considerable, pues se venden por igual en centros urbanos y centros rurales.

La imagen, nuevamente visitada

El cine es otro de los canales de difusión tecnológica de alcances notables dentro de un público juvenil. El cine en México no puede dejar de asociarse a la experiencia de las carpas, por lo menos al concluir el siglo XIX. El cine era para el espectador de esa época una especie de carpa milagrosa. Tendrían que pasar muchos años para que el público integrara a su vivir cotidiano el rito de ver cine. Carlos Bonfil afirma que "la revolución técnica rompía de golpe el aislamiento de las clases populares, las que por fin tenían acceso al entretenimiento de las clases superiores"⁹.

El público de principios de siglo no establecía aún con claridad las normas de comportamiento en la sala cinematográfica. Sus reacciones correspondían a las de una carpa. Gradualmente, el cine formará parte de la cultura mexicana, pero su importancia derivará de dos hechos: una de las puertas de entrada más agresivas de la modernidad y un espacio de rupturas.

Hollywood tuvo un lugar preponderante para llevar a cabo estos dos objetivos. Este fenómeno es un imaginario que se construye a nivel mundial y local durante los primeros cincuenta años del siglo XX. De 1930 a 1950, por ejemplo, Hollywood experimentó su mayor auge. En 1946 se cuentan cerca de 80 millones de espectadores por semana, es decir, casi la totalidad de la población estadounidense de la época. En el marco del análisis que aquí se realiza hay que hablar de series completas como *La Guerra de las Galaxias* y la obra de Spielberg. Los record en taquilla se marcaron por igual en todo el mundo. Si nuestras sociedades han tenido menos acceso a la literatura de ciencia ficción de los siglos XIX y XX, se apropiaron, en cambio, del universo de las imágenes audiovisuales.

La televisión se alimentaría también de las fantasías cinematográficas, además de crear sus propias series. *The Thunderbirds* marcó la mentalidad de varias generaciones, y aun hoy día se proyecta en la televisión mexicana. Son varias las instancias a través de las cuales hay una sensibilización ante el hecho tecnológico: a) series donde la tecnología es protagonista, b) series que abundan en otros temas, con otros personajes, pero donde la tecnología ocupa un telón de fondo importante. Están, desde luego, en las versiones cinematográficas que se recrean nuevamente en el seno del hogar a través de la renta de vídeos.

Finalmente, hace falta considerar a los videojuegos donde el objeto técnico y el tema tecnológico quedan en el centro del escenario. El videojuego es una industria que tiene el mismo peso económico que la industria cinematográfica y las consolas de los juegos representan la aplicación informática a nivel popular. Sus formas de uso y, sobre todo, sus implicaciones en la construcción del imaginario de la cultura popular, son un tema de estudio aún pendiente en América Latina. Hace falta investigar, por ejemplo, qué hay detrás de la violencia y del sexismo que tienen estos programas. Su público lo forman niños y adolescentes.

Para los fines de esta investigación hay que subrayar tres hechos: 1º Es un espacio donde la fantasía y la fascinación tecnológica convergen; 2º De las tecnologías de información, es la de más fácil acceso por el costo y por la ubicación -espacios públicos- en ciudades y áreas rurales; 3º Su manejo es simple y está al alcance de todos: presionar botones y mover palancas. No obstante exige una cierta destreza manual y óptica.

Debe entonces concluirse que en las socie-

dades con analfabetismo alto, la difusión de la tecnología se logra a través de medios audiovisuales donde se ejercen fenómenos de ilusión y fascinación: el cine, la televisión, el comic, el videoclub y el videojuego desempeñan un rol fundamental para ingresar a las innovaciones tecnológicas.

Conclusiones

La finalidad de este artículo ha sido la de explorar la lógica bajo la cual se construye la identidad de un nuevo sujeto en el proceso de comunicación. Esta idea deriva de una tesis central que por momentos puede parecer escandalosa: los nuevos medios de comunicación e información están más próximos a la idea de pluralidad que los ya clásicos medios de información.

Para comprender el sentido social que asume paulatinamente esta tecnología hace falta remontarse a la historia de los medios de comunicación y analizar

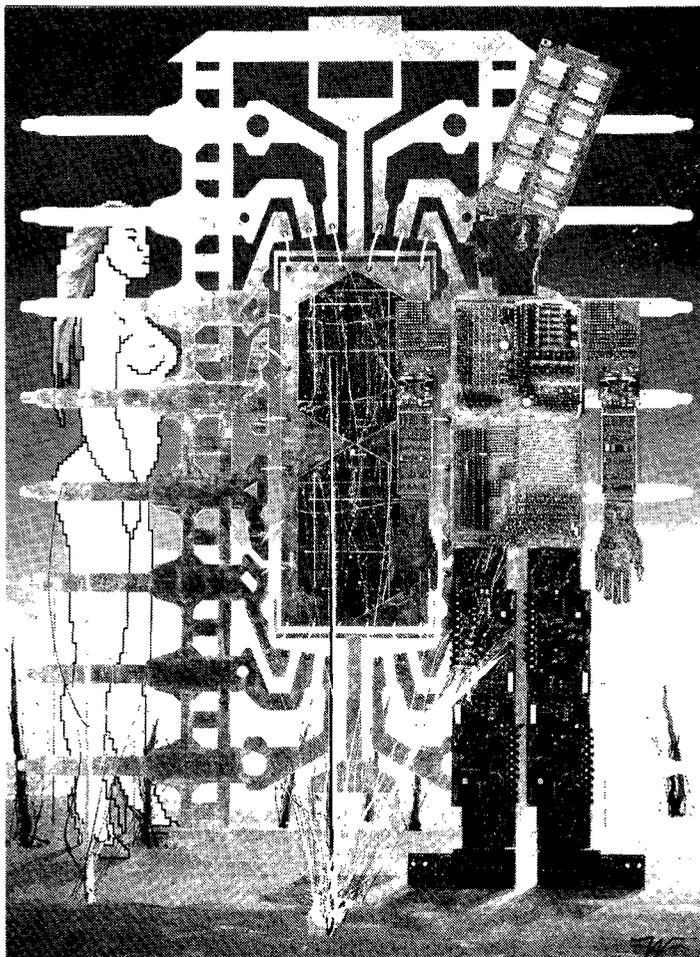
dentro de un cuadro socio-técnico los procesos de apropiación a nivel universal y particular. Investigaciones de esta talla logran cambios radicales en la forma de comprender y de investigar la nueva comunicación. Patrice Flichy ha construido una teoría que es reveladora en este sentido al estudiar el origen social del teléfono, del telégrafo, de la radio y del cine en Francia. Algunos resultados se aplican a los procesos de sensibilización y apropiación de dichas tecnologías en América Latina.

Se llega así al punto en el que no solo la economía de mercado ni las determinaciones políticas son capaces de orientar el uso de innovaciones tecnológicas. La fantasía de los creadores y el imaginario colectivo de cada una de las sociedades en cuestión, son puntos tan importantes, y a veces más, que los dos primeros.

Se abre, así, una perspectiva para estudiar y analizar la evolución tecnológica desde campos que pueden estar más cercanos a la realidad latinoamericana. ♦

REFERENCIAS

1. Patrice Flichy, *L'Innovation Technique*, La Découverte, pág. 201
2. Ganni Vattimo, *La Sociedad Transparente*, Paidós, Barcelona, 1992
3. Alain Touraine, *La Critique de la Modernité*, Fayard, París, 1992, pág. 74
4. Nicholas Negroponte, *Being Digital*, Alfred A. Knopf, New York, 1995
5. Patrice Flichy, Op. Cit., pág. 11
6. Simon Nora y Alain Minc, *La Informatización de la Sociedad*, FCE, México D.F., 1978
7. Patrice Flichy, Op. Cit. pág. 12
8. Armando Bartra, "La reivindicación del humor", en: *Memoria de Papel*, México D.F., 1994, pág. 56
9. Carlos Bonfil, "De la época de oro a la edad de la tentación", en: Carlos Bonfil, *A través del espejo*, pág. 11



Chip of knowledge, 1985

Petrus Wandreef, Humboldt, 115

Aportes a la radiopasión



Julio A. Garzon, Ecuador

A propósito del artículo ¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria?, publicado en Chasqui N° 52, Ernesto Lamas nos escribe "no para rebatir los planteamientos de José Ignacio López V.", sino para complementar, para matizar "con otra onda, con otra nota", en torno al apasionante tema de la radio comunitaria.

Nuestras experiencias crecen, se fortalecen, y los niveles de confrontación como de construcción, se complican. Aparecen cuestiones en el debate de nuestros debates y definiciones. Aquí planteamos algunas para seguir reflexionando.

La intervención social

En su origen muchas radios comunitarias se autoconcebieron como un instrumento de acción política, visión relacionada con la decadencia del modo de intervención político-partidario que dominó, históricamente, el imaginario sobre la participación para el cambio.

La idea que presenta a la radio comunitaria como espacio de articulación y organización de propuestas y personas, vinculadas a partir de un proyecto de transformación social, parece comenzar a perder peso. Podríamos decir que la idea de servicio público, ya expulsada de la órbita estatal en la actual coyuntura de privatización salvaje, comienza a convertirse en hegemónica dentro del ámbito de las radios comunitarias. Pero, ¿cómo se conjuga esta concepción con la idea de transformación social que motoriza todo proyecto alternativo, idea que los realizadores enuncian al momento de exponer sus objetivos?

Algunos protagonistas parecen haber relegado el problema de la transformación social, olvidando que es ante todo un problema de construcción política, en el cual los medios de comunica-

ción alternativa deben ocupar el lugar de "medios para".

La estética

La urgencia de intervención social, la efervescencia política de los comienzos, el anhelo de contribuir a la consolidación de una democracia realmente participativa, hizo que muchas radios desdeñaran lo estético, llegando a asociar lo comunitario con lo rudimentario o desprolijo, al tiempo que se privilegiaba la emisión de contenidos y el libre acceso al micrófono. Estos dos últimos puntos parecían contraponerse con la idea de una acción profesional ligada a la producción más específicamente radial del medio, acción sostenida con énfasis por quienes reclamaban una mayor capacitación y profesionalización de los participantes más activos en la gestión radiotónica.

ERNESTO LAMAS, argentino. Periodista, Director de FM La Tribu de Buenos Aires.

Hoy, la preocupación por los aspectos estéticos es planteada en relación directa con la captación de audiencia y la generación de recursos económicos, en una visión signada por la necesidad de competir en el mercado de bienes simbólicos. Se parte de un hecho básico: el oyente está educado en la recepción de ciertos formatos radiofónicos impuestos por años de exposición a los productos de las grandes emisoras. Debido a esto, al acercarse a una radio comunitaria encontraba muchas veces un tipo de emisión desprolija, descuidada de las formas, con un estilo de argumentación más próximo a la tradición escrita, alejado de los recursos propios del medio.

Desde luego que habrá que experimentar, pero no se constituye en experimentación la mera desobediencia a los formatos habituales, y menos aún cuando esto ocurre por desconocimiento. Se abre la etapa de la consolidación de las experiencias. Se exigen formatos reconocibles, un lugar de enunciación predecible, una locución correcta. Se exigen los elementos del lenguaje radiofónico conjugados con las condiciones básicas de la estética radiofónica.

Noticiarios que suenen a noticiarios y programas de humor bien hechos. Opinión política correctamente argumentada e investigación en serio. Denuncia y crítica con rigurosidad ideológica, sonido de radio no de megáfono, área de cobertura consolidada, construcción de un nuevo tipo de audiencia, haciendo que crezca en número y participación.

Nos preguntamos: ¿qué se puede experimentar en la radio? Pensamos en los formatos, en la artística, en el tono de la conducción o la locución, en la construcción del lugar del entrevistado, en la hipótesis de recepción del público que se construye; en la gestión, la cuestión técnica, la forma de relacionarse con la comunidad, las instituciones intermedias y barriales.

Nueva ética

Los protagonistas más involucrados con el proyecto político de las radios comenzaron la construcción de una ética alternativa, construida a base de la oposición a la ética liberal dominante, donde el formato del medio se elige en función del *marketing*. La radio sería un instrumento de construcción política y no un fin en sí misma. Ser éticos era tener ra-

dios para decir cosas que otros medios no decían.

La construcción de esta nueva ética nos plantea hoy el desafío de construir medios que no caigan en el facilismo de hablarle solo a los convencidos, ser un medio al servicio de los sectores que por ocupar lugares marginados del espacio social, no acceden con facilidad al micrófono de los medios tradicionales. Una ética que contenga el acceso a la propiedad del medio, una relación horizontal en la toma de decisiones y que busca la participación comunitaria en el diseño del proyecto, con la creación de instancias, más allá del aire, como los clubes de oyentes, por ejemplo, cuyos socios abonaban una cuota mensual para el sostenimiento de la emisora.

Por otra parte, el seguimiento del modelo de las radios piratas automarginadas lleva a la "heroica" y discutible experiencia de la incautación del equipo de transmisión y la aplicación de las sanciones que la violación a la ley de radiodifusión suponen. Esta salida hoy no contiene ningún rédito. El tinte romántico de las experiencias de radiodifusión se ha transformado: hoy se trata de cumplir con la responsabilidad de estar al aire todos los días. No perder el ideal emancipatorio inicial combinándolo sabiamen-

te con el funcionamiento lo más aceitado posible de la estructura de la pequeña empresa.

Calidad-cantidad

En radios comunitarias, con miedo a crecer, se habla siempre a los mismos. "Pocos pero buenos, porque piensan como nosotros", tendencia elitista que muchas veces ayuda a justificar la falta de masividad, convocatoria, seducción. "Muchos para ser fuertes", tendencia a juntar sin criterios, para tener poder de negociación, relativizado por la falta de coherencia de los muchos.

Nace el peligro de hacer radio para los propios que hacen la radio o para algunos vecinos. La vieja oposición entre calidad y cantidad. Parece más fácil producir la "calidad" (pensar como pensamos) que pensar en cómo seducir a un nuevo público. Estaríamos en una radio donde quienes hacen sus programas se hablan a sí mismos o en la que el comentario de ese vecino no halla un nuevo "vecino", allí se cortó la cadena. Si esa cadena se corta apenas nace, estamos hablando a los convencidos y a los que nos miran desde el otro lado del vidrio, estamos haciendo radio para los que pasan frente a los micrófonos, o para los que pagan su espacio, o para el



Experiencias que crecen con el debate (Festival)

Hoy, la preocupación por los aspectos estéticos es planteada en relación directa con la captación de audiencia y la generación de recursos económicos, en una visión signada por la necesidad de competir en el mercado de bienes simbólicos.

sindicato que pone la plata, o la agencia de cooperación correspondiente.

Crecer con criterios comunes, sentirnos parte de una red local, nacional e internacional, en la que confluyen cientos de emisoras, programas y radioapasionados que construyen una democracia avanzada; da fuerza y seduce con inteligencia, confirma valores y recrea utopías.

Competir

Existe la convicción de que la palabra nos constituye y que no estar en el tejido mediático es no existir. El desafío que se plantea es participar del tejido de un nuevo lienzo de significaciones que estructure la sociedad bajo otras normas.

Esa participación supone una competencia de estos nuevos medios con los medios del sistema. Ser intérpretes de la vida cotidiana de la gente, tratando de ser interpretados por esa misma gente en la devolución de sentido. Esta ten-

sión entre tomar lo establecido y devolver una reelaboración, tendrá que basarse en una alquimia muy cuidadosa, para no reproducir vicios como el exceso de retórica o la pedagogía.

Nuestras radios necesitan ganar popularidad. Distingamos popularidad de masividad. Esta última se vincula con una popularidad efímera, propia del *marketing* de la novedad. La popularidad es una masividad de lo profundo, de lo que permanece porque se ancla en las raíces de la experiencia social, de la realidad y de los deseos que parten de esa realidad. Serán, entonces, radios populares cuando tengan audiencia que las reconozcan como emisores y receptores legítimos de sus inquietudes y certezas. Para construir este camino es necesario ser competente. Esto obliga a ser eficaces y exitosos, a cumplir con lo estético.

Agenda y construcción de noticias

Cuando se habla de agenda es usual preguntarse quién construye la agenda de quién. Hablamos de la *agenda-building* cuando nos referimos a los actores políticos influidos por la opinión pública y los medios de comunicación. Hablamos de la *agenda-setting* cuando tratamos de la influencia de los medios sobre la opinión pública.

Vivimos un tiempo en el cual los referentes del sistema organizacional (familia, escuela, trabajo, religión) ven tambalear su antigua centralidad. Cantidad de teóricos han escrito sobre la *mass-mediaticización* de la vida cotidiana. En este contexto nos interesa mirar los lados del triángulo sociedad política-medios-sociedad civil. Vemos en primer lugar que este último término casi no aparece en los análisis. Por eso, cuando se habla de "opinión pública" se está en presencia del debilitamiento de uno de los lados de ese triángulo. Se está ante un entramado mediático y por supuesto "de mediación" que nos invita, traicioneramente, a colocarnos en el lugar de la crítica apocalíptica y decir: "Los medios construyen la opinión pública. Los políticos presionan sobre los medios controlando (o diseñando) su agenda. Ergo: los políticos harían que pensemos sobre los temas que interesan y donde tienen competencia los políticos".

Ni tanto, ni tan poco. La vigencia de ambas agendas (*setting* y *building*) nos dibuja una sociedad donde los actores

(políticos y civiles) saben que estar en la escena mediática es condición *sine qua non* de existencia legítima. Sin ignorar la cuestión del poder, al contrario, queriendo oponer una construcción a ese poder multimediático, nos preguntamos ¿pueden estos nuevos medios alterar esta dinámica? Nos atrevemos a decir que sí, en su relativa medida. Consideramos, junto a Sandro Macassi Lavander, que "las demandas sociales que normalmente se canalizarían por los partidos políticos no encuentran eco. Además, la falta de instituciones civiles no partidizadas, con capacidad de interlocución, hoy en día hacen especialmente de la radio un canal de interlocución directa con las autoridades". Las radios comunitarias deben aceptar este desafío: ser impulsores de una nueva *agenda-building*.

Construcción de redes

La autosatisfacción con la pequeña experiencia, la no creación de redes comunicacionales, entre radios, programas, televisoras, cine-videastas independientes, boletines y periódicos, grupos contraculturales, de rock independiente, cátedras universitarias, etc.; pueden convertir a las radios en medios funcionales al sistema.

Estas redes no podrán quedar en intercambio, producción y emisión de información, sino que deberían ser parte de una construcción política que articule distintas iniciativas comunitarias-alternativas-populares.

Con la construcción de redes podemos comenzar a visualizar la posibilidad de constitución de un entramado sobre el que se asiente un proyecto alternativo de carácter transformador. El desafío será no solo transmitir un discurso contrahegemónico, sino ser protagonistas de una práctica política que cuestione el actual consenso. Ya no alcanzará conque "oyentes enojados con los medios" accedan a las radios. El barrio, el vecino, el representante de la institución intermedia, ocupó un lugar en estos medios nuevos y la experiencia corre el riesgo de agotarse en esa ocupación pactada.

Serán radios comunitarias si contribuyen a generar una nueva comunicación, que llegue al otro y que lo invite a hablar, que transforme el sentido de lo establecido y fósil, que aporte a la construcción de una verdadera sociedad democrática. ●

BUENAS ONDAS DE LA SOCIEDAD CIVIL



La esencia de la radio comunitaria radica en los objetivos sociales por los que luchamos, sostiene el autor. A diferencia de la finalidad lucrativa de las emisoras comerciales, estas radios ponen toda su energía al servicio de la comunidad. La comunicación comunitaria es una vocación social que concibe la comunicación como un medio, la sociedad y su mejoramiento es el fin.

En un artículo anterior:
¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria?, me acerqué a esta especificidad como por asalto: removiendo obstáculos, deslindando lo que no define el carácter comunitario de una emisora. ¿Dónde está, entonces, la esencia de lo comunitario? A esta pregunta intentaremos responder a continuación.

JOSE IGNACIO LOPEZ VIGIL, cubano. Coordinador de AMARC para América Latina y el Caribe

El público nos hace comunitarios

Como el amor a las personas, los objetivos transforman a las instituciones. Una emisora que se entrega a la comunidad, se "populariza" más tarde o más temprano. Las actitudes elitistas o ideologizadas de algunos comunicadores solo reflejan insensibilidad. Por el contrario, si te abres al público, si te haces vulnerable a la audiencia, esta te flechará, te seducirá. En un proceso de doble vía entre emisores y receptores, iremos modelando el perfil de radio que queremos y ne-

cesitamos. Porque se hace camino al andar y radio al transmitir. Y es el público quien, a fin de cuentas, va haciéndonos sentir sus gustos, dándonos a conocer sus expectativas y urgencias, marcando sus horarios preferidos, enseñándonos a hablar su lenguaje, "educando" a directivos y productores.

Es un estilo de vivir, de pensar, de relacionarse con el público. Una escala de valores. Los que trabajan en una radio comunitaria tienen que responder con la mano en la *Biblia* o en *El Capital* o

en el *I Ching* o en el retrato de su mamá: ¿trabajo prioritariamente para mi propio beneficio o para ayudar a mejorar la calidad de vida de mis congéneres? Esa es la pregunta que les debe quemar el alma.

Prioritariamente. Hay que ser realistas. Nuestra opción es generosa, pero no angelical. Hasta San Pablo enseñaba que quien predica, viva de su prédica². También nosotros hemos de aprender a vivir de nuestra emisora. Obtendremos buenos ingresos -como cualquier empresa bien administrada- para reinvertir y hacer crecer la radio. Lo comunitario no quita lo rentable. No conspira contra los objetivos sociales vender publicidad ni tampoco cobrar salarios dignos por el trabajo realizado. Sin embargo -y aquí está el meollo del hoyo, como dicen los nicas- no es por los billetes por lo que andamos en esta movida. Muchos, tal vez la mayoría de nuestros colegas de emisoras comunitarias, podrían estar ganando mucho más en otros puestos de trabajo. Ganando más y chambeando menos. Pero ahí están, en sus trincheras radiofónicas, defendiendo la palabra popular, arriesgando comodidades, ayudando a transformar las estructuras injustas en que vivimos.

¿En qué ondas andamos?

Hablar de objetivos sociales puede resultar muy gaseoso. Concretemos, al menos en tres, las aspiraciones del movimiento de radiodifusión comunitaria.

Democratizar las comunicaciones.

No estamos conformes con el actual reparto de las frecuencias de radio y TV. ¿Quiénes y cuántos son dueños de la palabra y la imagen en América Latina y el Caribe? La concentración de la propiedad salta a la vista y a la oreja: el 85% de las emisoras de radio y el 67% de los canales de televisión pertenecen a la empresa privada. Las radios culturales y educativas llegan al 7% y las televisoras instaladas con estos fines cubren el 10% del total de canales de la región³.

Ahora bien, el espectro radioeléctrico es un patrimonio de la humanidad administrado por los estados. Un recurso natural como los ríos o el aire. ¿Qué diríamos sobre la privatización del oxígeno o si una empresa pretendiera monopolizar el agua dulce? Lo que es de todos no puede quedar acaparado en manos de unos pocos.

Aquí lo que está en juego es la libertad de expresión de la sociedad civil. Los medios comunitarios, como una tercera forma de propiedad entre la comercial y la estatal, aseguran el ejercicio de este derecho sin condicionamientos económicos o políticos. Por esto, los gobiernos deben reservar una cuota de frecuencias comunitarias, tanto en las bandas de AM y FM, como en los canales de televisión terrestre⁴. ¿Cuántas frecuencias? En estricta justicia, debería haber igual porcentaje para las empresas sociales sin fines de lucro y para las comerciales.

Dar voz pública a las mayorías empobrecidas de nuestros países.

El derecho a la comunicación es tan fundamental como el derecho al trabajo o a la salud. ¿Por qué todos los dictadores mandan a callar? Censura y vencerás, así dominan ellos. Por el contrario, la palabra nos libera, nos humaniza. Barthes decía que el lenguaje sirve para

pensar. Y Kant, que aprendemos a razonar cuando hablamos. El niño salvaje de la película de Truffaut, sin relacionarse con seres humanos hasta la adolescencia, apenas imitaba el canto de los pájaros y los ruidos del bosque. No dialogaba con nadie, tampoco había desarrollado su mente. Es que el pensamiento es hijo de la palabra. Y nieto del oído.

Pero aquí no tratamos de la palabra doméstica, por más importante que esta sea. Donde se gesta el pensamiento colectivo es en la palabra pública. Ahí está el poder de la comunicación. Que la gente hable y que su voz suene a través de la misma cajita mágica donde solo discursen los grandes de este mundo. Que los marginados de la sociedad aparezcan en la misma pantalla reservada a los *vip*. ¿Para qué? Para sentirse importantes. Para sentirse fuertes. Porque son muchos con reclamos semejantes.

Y para tener opinión propia. ¿Sobre qué? Sobre cualquier cosa. Desde la deuda externa hasta los platillos voladores, desde la música que me gusta hasta el alcalde que no me gusta. Y para consultar cómo se previene el dengue y para avisar sobre la cartera perdida. Para denunciar a los políticos corruptos y para complacer con la mejor balada a mi príncipe azul. Para que los demás conozcan la fiesta de mi pueblo. Para informar y no solo ser informado. Para protestar, con propuesta o sin ella. Para contagiar esperanza. Todo eso y mucho más andamos buscando con la palabra pública de la llamada mayoría silenciosa. Mejor dicho, silenciada.

Pasar de las palabras a las acciones. Porque no se trata de comprender la realidad, sino de transformarla. Por más que nos repitan aquello de que "estamos mal, pero vamos bien", la verdad es muy distinta. Vamos peor. Las cifras no engañan. Vivimos en un mundo parecido a una copa de champán. Arriba, en la boca ancha, el 20% de la humanidad acapara el 83% de las riquezas mundiales. Abajo, en el fondo estrecho, otro 20% intenta sobrevivir con apenas el 1.4% de los bienes. Este absurdo desequilibrio tiende a agrandarse por obra y gracia de las políticas neoliberales. Cada vez hay más multimillonarios en el planeta. Los datos son enervantes: 358 personas —los más ricos de los ricos— amasan en cuentas particulares 762 mil

Lo comunitario no quita lo rentable. No conspira contra los objetivos sociales vender publicidad ni tampoco cobrar salarios dignos por el trabajo realizado. Sin embargo -y aquí está el meollo del hoyo, como dicen los nicas- no es por los billetes por lo que andamos en esta movida.

millones de dólares, un capital equivalente al que tienen que repartirse 2 mil 400 millones de pobres, casi la mitad de la población mundial⁵.

En América Latina no andamos con mejores promedios. En los años 80, 1 de cada 4 habitantes vivía en "pobreza crítica". En los 90, ya son 2 de cada 4. No hablemos de los analfabetos ni de los desempleados, ni de los campesinos sin tierra y los niños con cólera, ni de las mujeres, que representan el 70% de los latinoamericanos pobres. En el eufemísticamente llamado "continente de la esperanza" hemos logrado un récord mundial nada esperanzador: somos el lugar del mundo donde se producen más opulentos en menos tiempo. En 1987 sólo había 6 multimillonarios latinoamericanos. Hoy ya son 42. El México de Salinas de Gortari va en cabeza con 24 de estos multiplicaros⁶.

Frente a un panorama tan injusto, ninguna persona sensible, con entrañas, puede permanecer indiferente. Las radios comunitarias tampoco. Es hora de poner todos nuestros esfuerzos, toda nuestra creatividad, para cambiar esta situación. Nos han llamado, a veces, medios alternativos. Preferimos **alterati- vos**.

Curiosamente, los últimos decretos del gobierno colombiano clasifican a nuestras emisoras como *Clase D*. Si lo hicieron "solamente pa' ofender", como el Moralito de la Gota Fría, nos han honrado. Bien dijeron los delegados al Encuentro Nacional de Radios Comunitarias, que "con la misma letra empiezan palabras tan significativas como Democracia, Desarrollo y Derechos Humanos, objetivos fundamentales que buscan las radios comunitarias colombianas" (Bucaramanga, 30/09/95).

¿Solo los objetivos nos diferencian?

Objetivos diferentes implican, como dice Rafael Roncagliolo, tres lógicas diversas: la lógica de la rentabilidad económica que preside los medios comerciales, la de la rentabilidad política que preside los medios estatales (o partidarios) y la lógica de rentabilidad socio-cultural, de nuestros medios⁷.

Un punto de llegada diferente reorienta el camino. A partir de objetivos sociales, y no lucrativos o no propagandísticos, se ilumina de otra manera el quehacer radiofónico. ¿Qué va a ser distinto en nuestras radios comunitarias? Todo. O casi todo.

No vamos a cambiar la experiencia adquirida de la buena producción radiofónica. Yo no puedo invocar mis objetivos educativos para realizar un programa ladrilloso. El aburrimiento no tiene visa en ningún tipo de emisora. El estilo ameno, coloquial, sensual, vale para cualquiera de las lógicas mencionadas.

El lenguaje propio del medio, el tono caliente, el buen humor, el ritmo de la programación, las normas técnicas, los sanos criterios de administración de empresas, la eficiencia, la rentabilidad, la disciplina laboral, la actualización tecnológica, todo esto tiene la misma vigencia en una radio comunitaria como en una comercial. ¿Qué va a ser diferente, entonces, a partir de objetivos diferentes?

Para comenzar, **las políticas del trabajo radiofónico**. Por ejemplo, la musical, que no se someterá a la dictadura de los *rankings* norteamericanos. Sonaremos música extranjera, naturalmente. Pero priorizaremos la nacional, la latinoamericana, la caribeña. Y también la que no se graba en discos, la de los grupos populares, la de los jóvenes aficionados. Ni las disqueras ni los caprichos del locutor pautarán la música de nuestra radio, sino los gustos previamente sondeados del público.



Cristian Tauchner svd

"Evitemos la dictadura musical del ranking norteamericano"

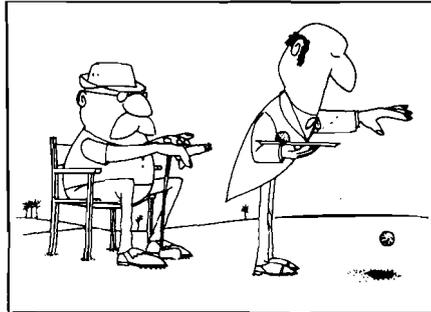
En el campo deportivo pasará otro tanto. Sin descuidar el deporte profesional, nacional o extranjero, cubriremos la actividad de las ligas barriales y de aficionados.

La política informativa también será muy diferente. Esto se notará en la selección de las noticias, la variedad de las fuentes (no solo el Congreso y los hospitales), la redacción comprensible, el protagonismo popular, la participación democrática de **todas las voces**, incluso de las que no comparten nuestras posiciones. Y muy especialmente, en la opinión editorial que apoyará con decisión los intereses de las mayorías.

En cuanto a la política publicitaria, sin ceder a ningún moralismo, estableceremos criterios éticos para aceptar o no determinadas cuñas comerciales. No tendría sentido defender la naturaleza y pasar anuncios de pesticidas que la dañan.

En realidad, toda la programación se armará con criterios diferentes. Por ejemplo, en una situación de postguerra como la que vive El Salvador es posible que un perfil meramente musical nos ubique con mejor puntaje en el *rating*. Pero, ¿de qué nos serviría eso? Una radio comunitaria no tiene vocación de tocadiscos. Si apostamos por un medio de comunicación masivo es para influir en la opinión pública, para contribuir a mejorar la sociedad. Aunque más cara y compleja, nos interesa una emisora que informe, que opine, que investigue, que movilice a los ciudadanos, que lleve los micrófonos hasta el último rincón. Nuestra meta no es situarnos en el *rating* (por los ingresos publicitarios que esto pueda implicar), sino situarnos en el corazón de los oyentes (¡lo que no quiere decir que no aspiremos a los primeros lugares del *rating*, precisamente para desde ahí poder impactar más y cumplir mejor nuestros objetivos sociales!).

Diferentes también hacia dentro, respetando los derechos laborales de todos los integrantes del equipo de la radio, preocupándonos por la capacitación del personal y por brindar oportunidades de promoción profesional, estableciendo relaciones humanas más fraternas y entusiastas. Porque una emisora comunitaria anticipa el modelo de sociedad que queremos construir.



Mundo Ojito

¿Por qué hablamos de sociedad civil?

Decimos que nuestras radios están al servicio de la sociedad civil. Para entender este concepto no hace falta remontarse a Hegel ni echar mano de muchos libros sociológicos. Digamos que la sociedad civil la componen los ciudadanos comunes y corrientes, **los que no forman parte del poder establecido**. Mejor en plural, de los poderes. ¿Cuáles son estos? Cuatro saltan al *ring*: el económico, el político, el militar y el religioso. (Alguno añadirá un quinto: ¡el de los grandes medios de comunicación social!).

La sociedad civil no participa en el poder constituido, pero tiene mucho poder. Un poder disperso que coyunturalmente se aglutina en torno a causas nobles. Un poder que se canaliza, más o menos orgánicamente, a través de los llamados *movimientos sociales* con reivindicaciones ecológicas, de género, derechos humanos, nacionalidad indígena, calidad de vida y de consumo.

¿Por qué no hablamos, directamente, de sectores populares? Porque la

mayoría de las radios comunitarias trabajan con audiencias mixtas, donde hay también clases medias, estudiantes, profesionales, pequeños empresarios, ciudadanos con mayores ingresos, aunque no forman parte de los grupos de poder.

Firmado y sellado: no somos neutrales. La prioridad y el sentido de nuestro trabajo lo determinan las mayorías marginadas y empobrecidas de nuestros países. Pero necesitamos sumar a todos los sectores de la sociedad civil en un gran proyecto nacional.

¿Somos de izquierda o de derecha?

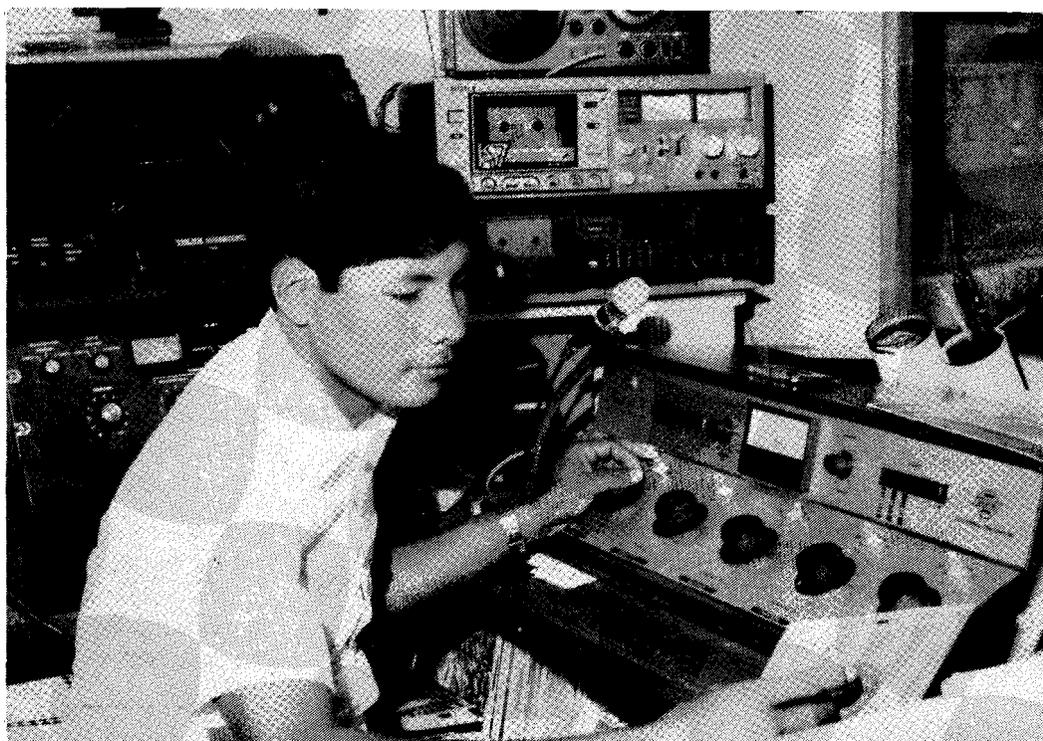
Rotos tantos paradigmas, la misma pregunta -ya no la respuesta- resulta difícil de entender. ¿No habrá que aplicar aquí, como en el mundo subatómico, el principio de la incertidumbre cuántica? ¿Partícula u onda, *spin* a derecha o *spin* a izquierda? Depende de la posición del observador.

¿Dónde queda la izquierda en la Nicaragua de hoy? ¿Era izquierda lo de Europa del Este? Tal vez sea más claro decir que las radios comunitarias han sido y seguirán siendo de oposición a cualquier sistema que ponga los haberes sobre los seres, que discrimine a las personas por miopías de raza, sexo o credos, que permita que a unos les sobre lo que a otros les falta. Aunque parezca obsoleto en tiempos postmodernos, seguiremos seguir sintiendo nuestra -como decía bíblicamente el Che- cualquier injusticia que se cometa contra cualquier ser humano en cualquier parte del mundo. ●

NOTAS

1. José Ignacio López Vigil, *¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria?*, en *Chasqui* nº 52, noviembre de 1995, p.p. 51-54.
2. *Primera Carta a los Corintios*, cap. 9, versos 8 al 14.
3. Ana López Arjona, *Inventario de medios de comunicación en América Latina*, Serie Comunicación en Latinoamérica nº 3, CIESPAL, Quito, junio de 1993.
4. Artículo 9 de la *Declaración de los radioapasionados y televisionarios*, Quito, noviembre de 1995. Véase el texto completo de la declaración en esta misma edición.
5. Xavier Gorostiaga, *Envío* nº 157, Managua.
6. María López Vigil, *La marginación en América Latina*, Managua, 1995.
7. Rafael Roncagliolo, *Legislaciones de radios comunitarias*, Lima, 1995.

FM a bajo costo



La Coordinadora Nacional de Radio del Perú (CNR), construye transmisores que se adecuan a las necesidades de diferentes sectores de la población. Este artículo presenta recomendaciones y responde a algunas interrogantes sobre la instalación de una radio comunitaria FM de baja potencia, pero de amplísimas posibilidades educativas y de servicio

La capital del folclore peruano es Puno. En este departamento funciona una de las radios más altas del mundo, ubicada en la comunidad de Macusani, a unos cinco mil metros de altura, perteneciente a la provincia de Carabaya. Para llegar a esta comunidad desde Puno se necesitan entre 10 y 12 horas. Claro que si las nevadas, el granizo y las lluvias están de mal humor, el viaje podría durar unos tres días.

FM a 5.000 metros de altura

En Macusani primero se instalaron los parlantes externos (bocinas). A través de ellos, la comunidad escuchaba las noticias, avisos comunitarios y hasta saludos de cumpleaños. Después de al-

gunos años llegó la radio propiamente dicha. Era un transmisor FM de 10 vatios de potencia. Se le bautizó con el nombre de *Radio Allin Capac*, en homenaje al cerro protector de la comunidad.

En la actualidad, el transmisor de Macusani es de 250 vatios. La radio ha dinamizado la vida de las comunidades aledañas y ha sido capaz de facilitar el diálogo entre autoridades y comuneros, jóvenes, mujeres, comerciantes y catequistas.

La experiencia de *Radio Allin Capac* no es la única. En los últimos tres años, en el Perú se están desarrollando con mucha fuerza radios FM de baja potencia, que buscan servir a su comunidad o barrio. Desde luego, también hay otras de baja intensidad pero que solo pretenden imitar a las grandes del ámbito comercial. Ambas experiencias, si bien coinciden en tecnología, nacen con distintos fines.

RICARDO QUIÑONES, peruano. Responsable del Departamento Técnico de la Coordinadora Nacional de Radio, Perú.

La Coordinadora Nacional de Radio del Perú agrupa a emisoras, centros de producción radiofónica y experiencias de comunicación diversas en todo el Perú. Brinda servicios de capacitación en radio, información periodística a través de su agencia de noticias, producción radiofónica y asistencia técnica a sus afiliados. El servicio técnico incluye la asesoría a proyectos que se inician, mantenimiento, reparaciones y construcción de equipos.

CNR

Calle Santa Sabina 441-449

Urb. Santa Emma-Lima

Apartado Postal 2179 Lima-Perú

Telefax (5114) 641791, 642610, 513894

E. Mail: postmaster@cnr.org.pe



La radio dinamiza la vida de las comunidades

En las comunidades campesinas más alejadas o en los barrios populares de las ciudades, el tener su propia radio, que transmita sus problemas y que dé participación a los vecinos, se convirtió más que en una aspiración, en una necesidad. Sin embargo, superada la etapa de la euforia aparecen preocupaciones relacionadas con las características y costos de los equipos. Por ello, la CNR ha trabajado algunas recomendaciones y está construyendo transmisores adecuados a las posibilidades de estos sectores poblacionales.

El transmisor

Es el corazón de la emisora ya que "bombea" la energía que la radio necesita. Hay que tener en cuenta cinco consideraciones para adquirir este transmisor.

Potencia. La potencia de un transmisor determina su alcance. No hay que pensar que más potencia siempre es mejor. Hay que considerar hasta dónde se quiere llegar. Un transmisor de un vatio llega aproximadamente a 1 Km. a la redonda, si no hay otras emisoras, y es apropiado para una localidad un poco aislada. Uno de 20 vatios, con una buena antena, tiene un alcance de 10 Km., en una zona aislada o para un pueblo más grande con otras emisoras; sin embargo, en ciudades grandes como Lima, este transmisor apenas cubriría un distri-

to. Hay que considerar que en el campo el alcance de un transmisor FM está limitado por los cerros.

Una ventaja de los transmisores FM, en relación a los de AM, es su posibilidad de "crecer" en potencia adicionando amplificadores al módulo principal (excitador de 10 o 20 vatios); aunque se puede comprar o construir amplificadores de 100, 250, 500, 1000 vatios, etc.

Monoaural o estéreo. Un transmisor de FM puede funcionar en mono o en estéreo, y la elección depende de algunos factores. Transmitiendo en mono, el porcentaje de modulación es mayor y por lo tanto la emisora se escuchará más fuerte que si se transmite en estéreo. En estéreo la música o la programación llega con más fidelidad. Donde hay más de dos o tres emisoras en FM hay que pensar en una emisora estéreo.

La elección depende también del tipo de programación. Si la programación es básicamente musical, entonces el estéreo es muy importante. Sin embargo, si la programación está a base de noticias, debates, no se pierde mucho transmitiendo en mono.

Estabilidad de frecuencia. Según el método de construcción, una radio va a tener una cierta inestabilidad en su frecuencia. Las FM baratas tienen una tendencia a "correr" su frecuencia, lo cual puede ser muy problemático. Con un po-

Un transmisor de un vatio llega aproximadamente a 1 Km. a la redonda, si no hay otras emisoras, y es apropiado para una localidad un poco aislada. Uno de 20 vatios, con una buena antena, tiene un alcance de 10 Km., en una zona aislada o para un pueblo más grande con otras emisoras.

co más de dinero se puede evitar este problema comprando o construyendo un transmisor que tenga un sintetizador de frecuencia. Este tipo de circuito asegura una alta estabilidad en la frecuencia de operación, ya que constantemente está autocorrigiendo cualquier desviación que pueda ocurrir.

Interferencias. Un transmisor mal construido puede causar muchos problemas de interferencias en otras emisoras y con la recepción de TV. Es muy importante no molestar a la gente malogrando su recepción de otros programas. Los transmisores de la CNR están contruidos con un filtro de armónicos que reduce mucho estos problemas. Es conveniente considerar esto al adquirir un transmisor, para poder cumplir con las normas técnicas de radiodifusión.

Precios. Los transmisores contruidos en la CNR tienen excitadores que utilizan un sintetizador de frecuencia muy estable, de 20 vatios, un filtro de armónicos, una antena *ground plane* omnidireccional (es la antena más sencilla) y 15 metros de cable coaxial RG-B. Se puede construir en mono o en estéreo. Su precio es :

TX FM 20W ESTEREO US \$1.800

TX FM 20W MONO US \$1.600

Si se desea aumentar la cobertura con este mismo transmisor, se debería

adquirir una antena de polarización circular de 4 elementos (US \$ 800). Una antena de este tipo necesita una torre de soporte de unos 24 m. (US \$ 800). El costo aproximado de instalación es de US \$ 400. Con esta antena aumenta la potencia efectiva de irradiación al doble.

También podemos hacer un transmisor de 1 vatio en mono. Este transmisor no es de la misma calidad que el de 20 vatios y puede tener ligeros problemas de estabilidad de frecuencia. Este modelo es muy recomendado para proyectos en zonas aisladas con un presupuesto muy limitado. Puede funcionar con ocho pilas o con batería de auto, y su costo es de US \$250.

Equipos de estudio

Mezcladora. Una cabina sin mezclador es como una licuadora sin hélices. Este aparato toma las señales de los demás equipos (micrófonos, caseteras, tornamesas, etc.) y las combina para producir la señal que va al transmisor o a la grabadora master. Se puede pagar entre US \$ 250 y US \$ 5.000 por este equipo. La diferencia en el precio nos remite a la diferencia en la calidad de sonido y en la intensidad de uso.

Grabadoras. Un estudio necesita un mínimo de tres caseteras. Las profesionales cuestan, en E.U., US \$700, pero



Transmisor FM de baja potencia pero de amplísimas posibilidades

OPCIONES DE ESTUDIOS

Según las consideraciones expuestas, se pueden considerar 3 opciones para los estudios (precios en dólares de Estados Unidos):

OPCION 1: equipo profesional*

1 mezclador estéreo	3.000
3 caseteras	2.100
1 tornamesa	800
5 micrófonos	800
1 disco compacto	300
1 amplificador	250
Parlantes para monitores	200
2 audífonos	120
Pedestales para micrófono	50
TOTAL	7.620

OPCION 2: equipo semiprofesional**

1 mezclador estéreo	1.000
3 caseteras	900
1 tornamesa	300
4 micrófonos	640
1 disco compacto	250
Amplificador para monitores	150
Parlantes	100
2 audífonos	50
2 pedestales para micrófonos	60
TOTAL	3.450

OPCION 3: equipo mínimo **

1 mezclador estéreo	350
2 caseteras	440
3 micrófonos	210
1 disco compacto	250
Pedestales para micrófonos	40
Audífonos	30
Equipo para monitorear	100
TOTAL	1.420

OPCIONAL ()**

1 tornamesa	250
1 amplificador	200
1 juego de parlantes	110
1 ecualizador	180
2 protectores de viento para micrófonos	50
Generador de eco (Delay)	140

* Precios en Estados Unidos.

** Precios en Lima.

es posible trabajar con equipos semiprofesionales o domésticos de alta calidad, los cuales cuestan entre US \$200 y US \$300. Las opciones son las simples y las de doble casetera. Para la implementación de la cabina, son necesarias dos fuentes y una casetera master. Se recomienda comprar dos simples y una doble.

Micrófonos. Para una emisora en la que la voz humana es un elemento clave, el equipo que viene segundo en la lista de importancia es el micrófono. Los precios oscilan entre US \$50 y US \$2.000. Un micrófono que vale menos de US \$50 es un juguete y uno que vale más de US \$500 es especializado. La emisora debería contar con tres o más micrófonos de acuerdo al presupuesto.

En marcas conocidas como *Shure* existen 2 tipos: el modelo SM 58 cuesta US \$170, el modelo intermedio 24L, US \$60, y el regular 14L, US \$50. También existen los *Beyer M69*, de mejor calidad que los anteriores y cuestan US \$290. De ser posible, hay que comprar estos últimos ya que de ellos depende, en gran medida, la calidad de toda la grabación.

Tornamesas. Tradicionalmente, los tornamesas han sido imprescindibles en la cabina de una emisora. Sin embargo, hoy en día, para una emisora que no cuenta con una amplia discoteca no es preciso adquirirlos ya que el futuro está entre discos compactos y casetes. Si existen bastantes discos, un tornamesa profesional cuesta US \$850, y uno doméstico de alta calidad US \$ 300. Un reproductor de discos compactos cuesta alrededor de US \$ 260.

Audífonos. Buenos audífonos como el *Pioneer SE-205* cuestan US \$60 y de menor calidad, *Nipon A*, US \$15. También existen los mejores en marca *Beyer* a US \$140, aproximadamente.

Amplificador. Suele ser muy útil para escuchar la programación antes de enviarla al transmisor o casetera master. Sin embargo, en una emisora más vale escuchar lo mismo que los oyentes, es decir, lo que está al aire. Para esto sirve cualquier radio común y corriente. Para trabajos de sala de grabación es imprescindible un amplificador. El amplificador más adecuado sería uno de poca potencia (20W+20W), con precios entre US \$200 y US \$300.

Parlantes. Deben comprarse de acuerdo a la potencia del amplificador. Los importados cuestan entre US \$150 y US \$300, y los que se ensamblan localmente, entre US \$100 y US \$200.

Ecuallizadores. Son útiles cuando se quiere mejorar el sonido en grabaciones con poco brillo o cuando se utilizan micrófonos que no captan bien los tonos agudos y graves. Hay que ser cuidados en su uso para no cambiar demasiado el audio original. Los ecualizadores domésticos cuestan entre US \$200 y US \$300. Este no es un equipo imprescindible.

Otros equipos necesarios son: pedestales de mesa para micrófonos (US \$15 c/u), protector de viento para micrófonos (US \$ 10 c/u), una buena extensión para alimentación de corriente (US \$15).

Adicionales. Generador de ecos *Delay Pitch PS-2* (US \$ 170), sirve para la reverberación y se puede instalar directamente a la mezcladora. Necesita de una fuente de alimentación regulada que cuesta unos US \$15. ●



**ECUADOR
Debate**

Publicación Cuatrimestral del Centro
Andino de Acción Popular
Suscripción anual EXTERIOR US\$ 18
ECUADOR S/. 21.000
Diego Martín de Utreras 733 y
Selva Alegre. Telf. 522763
Apartado aéreo 17-15-00173 - B
Quito - Ecuador

UNIFEM NEWS

Bulletin du Fonds de Développement
des Nations Unies pour la Femme (UNIFEM)

Rédactrice en chef:
Marilyn Carr / Beti Astolfi

Pour plus ample information, s'adresser à: UNIFEM News, 304 East 45th
Street, 6th floor, New York, NY 10017, USA
Telf. (212) 906-6400 Télécopieur: (212) 906-6705

culturelink

Publicación del Instituto para el Desarrollo y las Relaciones Internacionales.
Institución de investigación en Ciencias Sociales, sin fines de lucro, afiliada a la
Universidad de Zagreb en Croacia.

Trabaja con 120 redes y 3.125 instituciones de 81 países. Cuenta con una
base de datos sobre temas de la cultura y las Ciencias Sociales. La revista
Culturelink informa sobre actividades, proyectos, conferencias y docu-
mentación.

Dirección: P.O. Box 303. 41000 Zagreb, Croatia,
Teléfono (041) 454-522 y 444-417, Fax: 444-059



La radio en el cibespacio

Mientras la radio comunitaria lucha, en condiciones desiguales, por afianzarse y crecer, la sofisticada radio digital por satélite (DAB) ya es un hecho. Su presencia en el cibespacio permitirá a los grupos multinacionales difundir sus productos culturales a escala mundial, con calidad de CD, y liquidar las programaciones locales. En este contexto, el reto de la radio democrática se multiplica y complica.

Estoy un poco alarmado, como ustedes se darán cuenta. El hecho es que Bill Gates no es un vendedor puerta a puerta. Gracias a la computadora, es un vendedor cabeza a cabeza. En este sentido, algo grande ya comenzó. Pero antes de la fiesta es necesaria una escrupulosa inspección del nuevo espa-

RICARDO HORVATH, argentino. Periodista y crítico de medios, docente universitario.

cio ¿Quién controla mi vida, él o yo?" Furio Colombo¹.

En su discurso ante la 1ra. Conferencia Mundial para el Desarrollo de las Telecomunicaciones, organizada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), Al Gore, Vicepresidente estadounidense, reclamó a los países del subcontinente que deben abrir sus comunicaciones a las empresas norteamericanas si quieren participar del futuro. Más privatización, más desregulación a

favor de los grandes grupos transnacionales que "operan como un super Estado sin fronteras y que no rinden cuentas a nadie"².

En 1995, Bill Gates, Presidente de Microsoft, el hombre más rico del mundo, presentó su sistema operativo *Windows 95* y su libro *The Road Ahead* (Camino al futuro), una nueva utopía según la cual "la informática no es sinónimo de desempleo sino la puerta de un mundo mejor, un reino en el que aguarda un sitio estelar a la computadora. Y de la computadora disfrutarán especialmente los jóvenes y los niños -incluso aprovechando la sabiduría de los mayores- a través de la cual podrán comunicarse todas las generaciones"³.

Furio Colombo no parece creer demasiado en esa moderna isla de la fantasía al señalar que "la objeción es que en el mundo de la nueva cultura electrónica

empieza a **faltar** una premisa fundamental de la democracia, que es el **debate**". He aquí una clave: Bill Gates reduce todo a explicar el impacto que las nuevas tecnologías tendrán en la vida cotidiana del siglo XXI y el papel que Microsoft desempeñará en la construcción de las llamadas autopistas de la información; pero no nos permite el debate en torno a **qué, quién y cómo ingresará; quiénes quedarán fuera y quiénes controlarán la supercarretera. Y, más aún: ¿qué es esa famosa supercarretera?**

A las puertas del tercer milenio

Michael Nelson es el asesor estratégico del Vicepresidente estadounidense en materia de computadoras; es decir, el hombre que mira el fenómeno desde la cima del mundo y, sin embargo, tampoco él tiene muy en claro el futuro. Dice Nelson: "Cuando hablamos de la supercarretera de la información, hablamos de la red de redes que va a conectar a las computadoras, televisores, **radios** y todos los dispositivos que permitan un intercambio de información digital rápida y barata. Realmente, no sabemos **cómo se va a construir esto**. Existen muchos tipos de tecnologías como la fibra óptica, satélite, alambre de cobre, etc.; y una gama amplia de tecnologías nuevas emergentes, que nos dan indicios de por dónde van las cosas, pero sin perder de vista estas opciones, **estamos enfocándonos en para qué las vamos a utilizar**. La supercarretera se utilizará para transmitir información **desde un lugar** a cualquier parte del mundo, en forma digital. Esta información incluirá imagen, vídeo, texto y datos digitales. **No estamos seguros de cómo va a ser su evolución**, pero sí sabemos que estas serán sus funciones"⁴.

Se ha señalado con criterio que esta nueva revolución tecnológica mundial (algunos la identifican como un nuevo Renacimiento, otros como una simple reconversión industrial comparable a la del siglo pasado con la máquina a vapor) carece de teóricos, de ideólogos, de intelectuales, de filósofos, que esclarezcan hacia dónde avanzan los acontecimientos y qué quedará del viejo mundo del siglo XX cuando nos encontramos a las puertas del tercer milenio. Parece que no hay respuestas porque la sociedad permanece anonadada frente a un mundo unipolar, en el cual uno de los con-

tendientes parece haberse derrumbado por la simple acción de la comunicación y la falta de claridad en adaptarse a las transformaciones que exige la nueva sociedad informatizada, la denominada "globalización", que no es ni más ni menos que una terminología moderna para indicar el triunfo del imperialismo, el control del mundo sin necesidad del traslado de fuerzas de invasión transfronterizas.

"Pocos economistas vinculan estos fenómenos relativos a las estructuras del poder con la revolución de las telecomunicaciones y la microelectrónica. Uno de los resultados es que los niveles de gobierno, en muchos países, no comprenden aún la naturaleza y magnitud de los cambios contemporáneos. Este vacío, que afecta y retrasa la capacidad de decisión, ha de tener serias consecuencias para el desarrollo, la soberanía y la cultura, si los debates sobre el tema no rebasan el ámbito académico o retórico. Los países industrializados no pierden tiempo en acelerar y extender los procesos de modernización informática, mientras las naciones del Tercer Mundo se aferran todavía a una visión lineal de la historia y la sociedad"⁵.

Radio digital por satélite

En este somero panorama se inserta la radio del siglo XXI. Mientras los sectores populares intentan un nuevo estilo comunicacional de tipo horizontal, el verticalismo crece y se expande en forma geométrica. Mientras la radio comunitaria se esfuerza por sobrevivir ante la carencia de leyes de radiodifusión que la protejan, sin fondos económicos ni posibilidades ciertas de expansión, ya la radio digital vía satélite es un hecho. Mientras los estados nacionales abandonaron su rol para sostener una radio de servicio público, las burguesías de esos países están dejando el camino expedito a los grupos monopólicos transnacionales vendiendo sus emisoras o transformándolas en meras repetidoras de las grandes cadenas. De esta forma, tanto las culturas nacionales como las regionales o locales se enfrentan a un reto: afrontar el desafío o desaparecer. "El control de la tecnología garantiza a los países centrales el dominio cultural del mundo. La cuestión es cómo se logra la democratización de la tecnología en estos difíciles tiempos del triunfo capitalista, cuando el acceso al poder de las

Mientras la radio comunitaria se esfuerza por sobrevivir ante la carencia de leyes de radiodifusión que la protejan, sin fondos económicos ni posibilidades ciertas de expansión, ya la radio digital vía satélite es un hecho.

masas populares no está a la vuelta de la esquina, cuando las utopías parecen lejanas¹⁸.

En los años 80 se fueron afinando las cuestiones tecnológicas, mientras subterráneamente se daba el enfrentamiento entre los Estados Unidos y el Mercado Común Europeo para establecer las pautas del lanzamiento de la nueva radio. El debate pasaba por el alto costo de los equipos y la obligada reconversión de los aparatos receptores que exige la radio digital. La información se filtró a la prensa, en 1989, cuando la DPA difundió las novedades presentadas en la Exposición Internacional realizada ese año en Berlín. Allí se señalaba que la "perla" de la exposición había sido la denominada radio digital por satélite, cuya reproducción en sonido podía equipararse a la del disco compacto. Decía la información que "una de las particularidades de esta radio es que, si el oyente presiona una tecla que dice "clásica", el aparato busca por sí mismo el programa correspondiente". En efecto, la aparición de la radio digital por satélite, *Digital Audio Broadcast* (DAB), permitirá una calidad similar a la del disco compacto, en cuanto al sonido, y a los grupos multinacionales difundir sus productos culturales a todo el mundo en forma

simultánea. Pero también significará la liquidación de las programaciones locales y la unificación del mensaje. El denominado "libre flujo informativo" en su plena realización. El control sobre la privacidad a través de la computadora, la televisión, la radio, el teléfono, los bancos de datos. En fin, la informática, la telemática.

Hacia 1991, algunos técnicos estimaban que el arribo de la radio digital se produciría hacia finales del siglo XX. Pero la DAB pareció estancarse ante la falta de un acuerdo mundial para la asignación de frecuencias. En la NAB 92, realizada en abril de 1992 en Las Vegas, Estados Unidos, prosperó la decisión de digitalizar las emisoras con el uso de la computadora (en la Argentina muchas radios están aplicando estos elementos que han eliminado a locutores y redactores de noticiarios: un operador se encarga, en solitario, de llevar adelante una programación musical y eventualmente informativa).

La cuestión de frecuencias se solucionó en febrero de 1992, durante la reunión de la UIT en Málaga, España, donde se discutió precisamente el reparto de las frecuencias de la nueva radio digital por satélite. Allí quedó en claro, además, que el actual parque de receptores de radio tendrá que cambiarse pa-

ra recibir la nueva radio. Es cierto que estos aparatos servirán para captar las emisiones de la radio tradicional. Pero significa, asimismo, que ese será el otro costado del gran negocio de las empresas elaboradoras del nuevo producto que se sumará a la renovación de equipamiento determinada por la aparición -al mismo tiempo- de la nueva televisión de alta definición. El negocio fue confesado por el Secretario General de la UIT, el finlandés Pekka Tarjanne, al expresar, en marzo de 1991, que "ahora tenemos una red mundial de organizaciones integradas que se enlazan en forma horizontal, y esta arquitectura trabaja conjuntamente para facilitar la expansión privada de la electrónica, sus equipos y aplicaciones"¹⁷.

Una información de 1993 aseguraba que "en Europa, un consorcio de empresas alemanas, inglesas y francesas invirtieron tiempo y dinero para desarrollar el DAB, sistema que intenta combinar la programación estéreo de las FM con el alcance de las AM y una calidad de sonido parecida a la de los CDs, que de no surgir inconvenientes técnicos estará disponible en 1995. En Alemania ya existe un Digital Satellite Radio System en funcionamiento, aunque por ahora no goza de gran aceptación"¹⁸.



Edgar Naranjo, Ecuador

"Las culturas se enfrentan a un reto: afrontar el desafío tecnológico o desaparecer"

En abril de 1993 pudo saberse por publicaciones periodísticas que la radio entró en la computadora: "Internal Talk Radio, el primer noticiero radiofónico vía computer, tomará impulso a la brevedad en Estados Unidos (...) El noticiero radiofónico digital se difundirá por la red Internet -que cuenta con diez millones de abonados en todo el mundo-, como un file normal de computación. Los abonados, empleando el modem, podrán transmitir el noticiero a su PC, escuchándolo en directo (...) Internal Talk Radio, creado por Carl Malamud y patrocinado por tres firmas electrónicas, tendrá cadencia semanal. Pero si la iniciativa logra éxito, los noticieros podrían ser diarios" (El subrayado nos pertenece).

Repensar el presente y el futuro

Otras noticias complementan el panorama que pretendemos reflejar en torno a la radio del futuro y su control multinacional, y justifican la alarma planteada por Furio Colombo. Esas noticias son:

1. Los promotores canadienses de la DAB recibieron la ayuda que necesitaban para que la radio digital de banda L

se convirtiera en realidad, al anunciar la empresa japonesa Pioneer Electronics que producirá, dentro de pocos años, receptores de radio digital de banda L para el consumidor. El anuncio de Pioneer ha sido hecho poco después que la empresa se unió al proyecto DAB Eureka-147. Ahora Pioneer tiene acceso a la tecnología Eureka-147, que es la misma usada por los canadienses⁹.

2. Alcatel Espace encabezará un consorcio que construirá tres satélites destinados a difundir la radio numérica en casi todo el planeta. Para el proyecto, Alcatel firmó un contrato con la sociedad italiana Alenia, por una parte, y la firma estadounidense Worldspace, por otra. **Worldspace es la única empresa que detenta una licencia concedida por la Federal Communications Commission (FCC) para el servicio internacional móvil de radio por satélite.** La empresa estadounidense es responsable de la programación y de la comercialización del servicio y de sus aspectos reglamentarios y financieros. Los dirigentes de Alcatel y de Worldspace prevén que el nuevo servicio de satélite DAB difundirá programas informativos, educativos y de ocio para unos 4.000 millones de oyentes¹⁰.

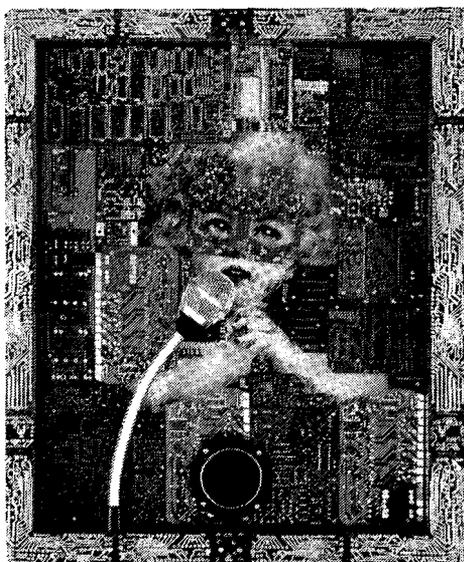
3. Radio Horizontal cumple su segundo mes en el aire. Se trata de un canal a través del cual se comunican emisoras de todo el planeta para intercambiar en directo emisiones de música en vivo. La iniciativa fue lanzada por el grupo Ars Acústica de la Unión Europea de Radiodifusión. Estaciones como la RAI italiana, la BBC, Radio Nacional de España, Radio Austríaca, la SF Berlín, la Ostankino Radio de Moscú o la National Public Radio de los Estados Unidos intervienen en la cadena, a la que se define como "un proyecto de arte relacionado con la comunicación, que se propone difundir creaciones musicales a través de la radio y la red Internet"¹¹.

Queda claro quienes manejan y manejarán la nueva radio: en este panorama el Tercer Mundo ni figura, salvo como consumidor de los productos elaborados en los países centrales. La moderna tecnología -si es que no es apropiada por los sectores populares de la sociedad y regulada adecuadamente- producirá un cambio radical en nuestros países y aumentará la dependencia, el control ideológico, la liquidación de las

culturas, modificará usos y costumbres, cambiará las relaciones de producción e incrementará la desocupación, entre otros males. No se trata de una visión apocalíptica, sino de una observación objetiva de los acontecimientos a partir de la cual se hace necesario repensar el presente y el futuro, elaborar estrategias que se relacionan no solo con la radio y la comunicación, sino con los cambios estructurales de fondo que nuestras sociedades necesitan. Ya no caben los paños tibios para detener esta avalancha desatada sobre los pobres del mundo por parte de los propugnadores de la denominada "revolución de los ricos", quienes pretenden imponer -al estilo del big brother orwelliano- su dictadura universal. ●

REFERENCIAS

1. Filósofo y sociólogo italiano, autor de varios estudios sobre la civilización estadounidense, sobre la televisión y sobre relaciones entre poder y culturas subalternas; además es periodista. La frase pertenece a su artículo "El paraíso según Bill Gates" publicado originariamente en el diario *La República* de Italia y producido por *Clarín* de Buenos Aires, el 21 de diciembre de 1995.
2. Jos W. Halina, Director del Instituto de Investigaciones sobre Telecomunicación de Canadá, en *Comunicaciones y economía; una perspectiva norteamericana*, 1980.
3. *Multimedia*, suplemento de *El Cronista*, Buenos Aires, 14 de noviembre de 1995.
4. *Multimedia*, suplemento de *El Cronista*, Buenos Aires, 29 de agosto de 1995. El subrayado nos pertenece.
5. Enrique González-Manet, *Mito y realidad de las autopistas electrónicas*, 1995, VII Congreso de la Federación Latinoamericana de Periodistas, Ediciones UTPBA, Buenos Aires.
6. Ricardo Horvath, *¿Qué hacer con la radio?*, Ediciones Letrabuena, 1994, Buenos Aires.
7. Citado por Enrique González-Manet en su ponencia *Diagnóstico de las nuevas tecnologías: un primer paso para enfrentarse al futuro*, en el 1er. Seminario Latinoamericano: "El rol de la radio a las puertas del Tercer Milenio", Buenos Aires, noviembre de 1993.
8. Revista *Audio y Video*, Buenos Aires, noviembre/diciembre de 1993. El subrayado nos pertenece.
9. Mensuario *Broadcasting*, Buenos Aires, 18 de febrero de 1994, reproducido de *Radio World* de EE.UU.
10. Diario *El Cronista*, Buenos Aires, 27 de enero de 1995. El subrayado nos pertenece.
11. Diario *Clarín* de Buenos Aires, 19 de agosto de 1995.



Evergreen, 1988

Peter Wenzel, Humboldt, 115

Vídeo, TV y Democratización



Oscar Bonilla

Televisión Serrana es un proyecto de vídeo y televisión que se ejecuta en la Sierra Maestra de Cuba. Chasqui dialogó con Waldo Ramírez, realizador del proyecto y quien ganó el segundo premio del concurso de televisión comunitaria organizado en el marco del festival, para conocer algunos detalles del proceso desarrollado conjuntamente con los campesinos de la zona.

El vídeo puede ser una posibilidad para ampliar el negocio del cine, por medio del alquiler o venta de películas; una posibilidad de mejorar las características tradicionales de la televisión por medio de la producción independiente; puede servir como medio de promoción institucional o capacitación de personal. Sin embargo, junto a estos usos se ha desarrollado otro cuya finalidad es la educación y comunicación popular, generando nuevas posibilidades de participación social, que rescatan la cotidianidad y arti-

culan formas y contenidos innovadores, como una opción política comprometida con el sentir de los sectores populares.

Vídeo y democratización

En la multiplicidad y pluralidad de proyectos, producciones y usos innovadores del vídeo radica su riqueza que democratiza lo audiovisual, facilitando el diálogo a fuerzas sociales tradicionalmente marginadas de los procesos comunicacionales e incorporando aspectos vitales de su cotidianidad. Se parte del reconocimiento de la capacidad creativa y de la generación de nuevas relaciones comunicativas en las culturas populares; por ello, este proceso involucra comunidades de base en la participación activa

desde el momento de la producción hasta la difusión, contando con el diálogo y reflexión en todos sus momentos.

La cotidianidad ingresa a la pantalla de TV, lo real se transforma en otra realidad, la imagen de lo propio, mirada a través del televisor, nos cuestiona. Este tipo de participación de los sectores sociales posibilita una reflexión con miras a un cambio en las condiciones y relaciones sociales. Y de hecho, el vídeo popular ha sido un pilar en el rescate de la memoria colectiva de nuestros países.

Las producciones de vídeo comunitario se insertan en una situación social específica y su objetivo es estimular la

MARTHA RODRIGUEZ, ecuatoriana. Antropóloga, Asistente de edición en Chasqui.

capacidad de organización, reflexión, diálogo, movilización de ciertos sectores de la sociedad en función de sus necesidades vitales. El vídeo pasa del ámbito del consumo individual a la dimensión social. Las políticas de producción no responden a una lógica comercial sino a objetivos de carácter educativo, cultural y político. En el espacio de la difusión el público interviene activa, crítica y creativamente, desarrollando interpretaciones colectivas del mensaje y reflexionando sobre sus problemas y aspiraciones. Además, las prácticas alternativas de vídeo vinculadas a los movimientos sociales emergentes: jóvenes, mujeres, ecologistas, pobladores, indígenas, etc., han demostrado que es posible generar procesos de resistencia no solamente culturales sino políticos.

Sin embargo, un aspecto problemático en la práctica del vídeo en América Latina es el financiamiento y autosostenimiento de los proyectos comunicacionales que condicionan las posibilidades, usos, acción, objetivos, formas de trabajo, etc. Estrechamente relacionado se encuentra la problemática de la difusión, distribución y comercialización, que posibiliten llegar a públicos más amplios. Entonces, es prioritario lograr un marco legal que proteja las producciones, que abra un espacio para la difusión también en los canales privados locales, regionales y nacionales, y que fortalezca instancias de intercambio, a través de videoredes.

En este marco se inserta la experiencia del vídeo y televisión desarrollada en la Sierra Maestra, histórico lugar de la revolución cubana.

La Televisión Serrana

La Televisión Serrana es un proyecto de televisión comunitaria que se ejecuta en Cuba, un país que ha sido ejemplo de dignidad para América Latina.

El proyecto inició su trabajo desde hace aproximadamente tres años, con el coauspicio de la UNESCO, y se lo ejecuta en las montañas de la Sierra Maestra, en San Pablo de Liao, municipio de Buey Arriba, provincia de Granma. El proyecto se ha extendido a 30 comunidades y hacia los municipios de Pilón, Guisa, Masó. La UNESCO financió la compra de equipos y el gobierno cubano asumió la responsabilidad de construir

los locales, la formación del personal, salarios, etc.

Su objetivo central, según Waldo Ramírez, realizador de Televisión Serrana, es trabajar con la comunidad llevando su realidad, su vida, las costumbres, en general su cultura, a las pantallas de la televisión cubana. Cultura como proceso de creación, modelos de comportamiento, sistemas narrativos, códigos de percepción y producción simbólica de la realidad. "Todo lo bueno que han hecho estas comunidades, todo lo que les anima y les alegra, pero también lo que les preocupa, lo que les duele y todo cuanto deben aún resolver para mejorar su vida. Hacer que todo esto sea visto en la televisión nacional, que el hombre sencillo y humilde se pueda reencontrar consigo mismo, verse en las pantallas de la televisión, donde siempre se ven los grandes, la gente importante; darle la medida a él de que puede ser un sujeto activo dentro de la sociedad, que tiene el derecho a decir, a plantear su criterio, a hacer oír su voz".

El proceso

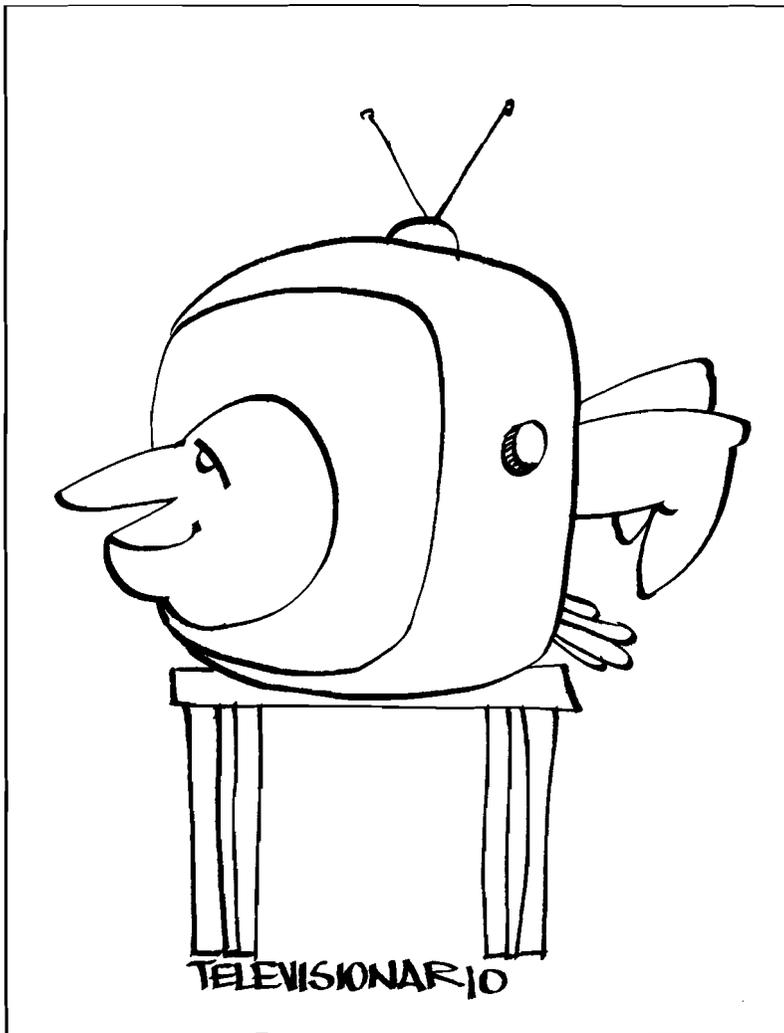
Desde el inicio, el proyecto dio a los niños, las amas de casa, los campesinos, la posibilidad de que se acerquen abiertamente y que puedan plantear sus inquietudes, sus modos de ser, de decir: "La gente ha creído en nosotros, nos tienen confianza, esto nos ha posibilitado realizar muchas cosas sin necesidad de entrar en discrepancias con nadie o que la comunidad se pueda sentir afectada o engañada".

Al poner en la televisión nacional la cotidianidad de esta gente de la Sierra -"a veces olvidada, y que solo aparece en los noticieros un minuto, un minuto y medio, hablando de cuántos quintales de café recogieron y no su vida y sufrimiento para recoger ese quintal de café"- está posibilitando el ejercicio del derecho a la comunicación, está posibilitando que esos sentires, esas voces, que esas imágenes se vean y se sientan y tomen fuerza.

Así, su cotidianidad asume un rol protagónico que debe ser profundizado y desarrollado en el vídeo. El desafío es cómo la cotidianidad puede ingresar a la pantalla de la TV nacional. Lo real se transforma en otra realidad en la pantalla, la imagen de lo propio cambia a través del televisor.

Uno de los problemas de la TV en América Latina es la desvinculación frecuente de los realizadores con la cotidianidad popular, lo que impide reconocer puntos de encuentro con los públicos, sentimientos, temáticas, valores, etc. Pero, en este caso, el equipo conocía la Sierra Maestra, y esto implicaba conocer a la gente, saber por qué sufren y por qué aman, conocer sus inquietudes, sus preocupaciones. "Las comunidades asimilaron alegremente la idea de que el equipo de Televisión Serrana permanezca en sus comunidades porque resultaba una situación novedosa en la zona (llegaba un grupo de gente con equipos y tecnología que nunca habían visto) y porque se lo hacía en función de ellos. La gente entra a la Televisión Serrana

A registrar el vídeo comunitario aspectos de la realidad, no registrados por otros medios audiovisuales, posibilita la continuidad de la memoria histórica y cultural de nuestros pueblos, y desarrolla procesos de afirmación de su identidad y de su conciencia crítica.



como entrar a su casa: el público está mirando los vídeos y la presencia de los niños es permanente”.

El primer tema del vídeo lo propuso el equipo de trabajo, posteriormente, fue la misma gente: “tú sales y conversas y te hablan de esto o de lo otro, te van proponiendo temáticas”.

Pero ese rol protagónico de los pobladores se da también en la producción: “Desde hace un año y medio estamos trabajando con un grupo de niños de una secundaria básica, donde formamos un club de televisión. Estos niños aprendieron las técnicas básicas de realización de la televisión. Lo mismo hacemos cuando llegamos a las comunidades: enseñamos qué es una cámara, cómo funciona, por dónde se mira, por dónde se aprieta, qué hace este micrófono y para qué sirve. Con la técnica en su mano el ciudadano común pone la prác-

tica”. Poco a poco la cosa se ha ido complejizando, pues las comunidades reciben la formación impartida por sus propios vecinos, así se vuelven más exigentes.

Los temas son muy variados. Lo importante es que la comunidad los problematice. Se ha trabajado sobre lo que existe en la Sierra en cuanto a tradiciones populares, simbología del campesino, educación, instrumentos de trabajo, instrumentos musicales que han desaparecido en el resto del país, vocablos que se mantienen en el habla popular. El proyecto realiza también un trabajo que ayuda a la salud pública y el desarrollo agrícola. La problemática de la mujer también ha sido una constante preocupación.

La recepción

Hay dos modalidades de recepción,

basadas en el criterio de que si no se trabaja directamente con los públicos, el proceso queda trunco: 1º con la comunidad donde, luego del visionado, se produce una participación creativa, fomentando la discusión y debate tanto sobre el vídeo como sobre los temas que se presentan; y 2º en las pantallas de la televisión nacional y regional.

En Televisión Serrana y en cada comunidad de la Sierra Maestra existe una sala de vídeo. A quienes acuden se les explica cómo se hace el material y dan su opinión sobre el vídeo, no solo sobre el tema sino inclusive sobre la realización: ¿se logra entender la forma cómo se realizó? ¿se puede leer el discurso de la imagen?

Esta práctica es un ejemplo de cómo democratizar la comunicación, en la medida en que no solamente unos pocos tienen el derecho de llegar a muchos con su percepción de la vida. Además, contribuye a la formación de sujetos sociales con capacidad de expresión y recepción crítica. El vídeo comunitario promueve la capacidad de producción audiovisual por parte de sectores sociales que no han podido hacer uso del mismo, y se plantea como un desafío y un compromiso.

Al registrar el vídeo comunitario aspectos de la realidad no registrados por otros medios audiovisuales, posibilita la continuidad de la memoria histórica y cultural de nuestros pueblos, y desarrolla procesos de afirmación de su identidad y de su conciencia crítica.

Sin embargo, es necesario enfatizar que los vídeos comunitarios, a la vez que facilitan la reflexión en la comunidad, posibilitan una reflexión a más amplios niveles, de ahí que su transmisión por la televisión nacional es muy importante, ¿sucede lo mismo en otros países de América Latina? Pero, esto obliga a que la calidad del vídeo sea competitiva; a ello se tiene que sumar la buena voluntad de los canales privados hacia estas producciones comunitarias.

Por último, es importante propender y fortalecer el intercambio de vídeos populares en América Latina, utilizando creativamente las nuevas tecnologías. Con inteligencia e imaginación los sectores populares están buscando frenar a quienes quieren imponer una “dictadura global”. ●

DE LA ORALIDAD A LA TELENOVELA



Diana Rodríguez, Dik-LOGOS

¿Qué es la oralidad? ¿Fue en algún momento solo audición o siempre fue más bien oralidad-gestualidad, oralidad-es escenificación, oralidad-visualidad, en síntesis: audiovisualidad, rudimentaria o no? La doble función comunicativo-nucleadora de la oralidad, similar a la de la telenovela, evidencia que aquella pervive e influye en las manifestaciones audiovisuales contemporáneas.

El auge de la telenovela nos obliga a reflexionar sobre sus funciones y valores en la sociedad moderna, observando con cuidado su importante rol familiar y sus relaciones con otros fenómenos culturales. Entre estos el de la oralidad que, en su pureza original, es hoy prácticamente residual, pero que pervive de modo subyacente e implícito, incluso en las manifestaciones con mayor relieve en la comunicación moderna.

El análisis de la oralidad, de sus manifestaciones, de sus relaciones con

otros medios, y su parangón con otros fenómenos de la comunicación, el arte y toda clase de expresividad humana; descubre propiedades y valores poco conocidos, y posibilita aprehender mejor muchos fenómenos de la cultura.

La oralidad

Concebir la oralidad solo como "voz" -en contraposición a los demás recursos expresivos y comunicativos- ¿no resulta demasiado purista, conceptualista o apriorista?, ¿no define una oralidad solo existente en la pura abstracción, pensada al margen de lo histórico y lo concreto, como paradigma teórico, desde una perspectiva solo y artificiosamente moderna?

Las manifestaciones orales, incluyendo las más arquetípicas, no se bastaron nunca con una exclusiva sonoridad, ni con los mejores recursos inflexivos, tonales, tímbricos y generales de la voz, ni aun con la voz acompañada de instrumentos musicales. Habitualmente, esas manifestaciones buscaron el complemento del gesto, en particular del rostro y las manos, cuando no de todo el cuerpo, e incluso de otros aditamentos y recursos visuales como las máscaras y ornamentos.

"Otro hecho en el cual hace falta insistir -ya que en general tiende a subestimarse- es la íntima ligazón entre oralidad, gestualidad, música, danza y otras técnicas del cuerpo", dice, con ra-

JOSE ROJAS BEZ, cubano. Licenciado en Lengua y Literaturas Hispánicas, docente universitario.

zón, Esteban Monsonyi'. Pudiéramos radicalizar algunos términos y no hablar de una íntima ligazón entre la oralidad y la gestualidad como de una unión entre cosas distintas. En una dirección son casi tan inseparables como un ente indivisible, sobre todo en sus estados prístinos, los más "naturales".

Decimos "en una dirección" -la de la voz sin gestualidad- porque asumimos como mucho más probable y observable la inversa: la existencia de gestualidad sin la voz, como en las pantomimas y demás manifestaciones afines.

La oralidad "natural", histórica, trascendió en todo tiempo el solo recurso de la palabra, nunca ha sido solo "audibilidad", pura voz, sino también gestualidad; y la oposición más válida no estará jamás referida a la visualidad sino, en todo caso, a la escritura y la lectura solitaria. Y si llegó a darse la posibilidad de "pensar" a la oralidad como solo "voz", ello ocurrió desde la modernidad y, más aún, con los actuales *mass media*, con la remisión de la oralidad a los *media* que fijaron y transmitieron la voz de modo "desnaturalizado": la radio, los discos, las cintas magnetofónicas...

Valores de la oralidad

La consideración de la gestualidad como recurso casi siempre concomitante a la voz en las manifestaciones orales tradicionales; nos mueve a rememorar cualidades vitales de la oralidad-gestualidad.

Se evidencia, ante todo, su doble función nucleadora comunicativa. Las manifestaciones orales conllevan un aspecto nucleador, una dinámica grupal opuesta a la atomización o individualización característica de otros medios y manifestaciones (como el libro o la lectura solitaria), y contrarrestan la soledad.

Oralidad es, en medida cierta, sinónimo de grupo, de reunión para escuchar al bardo, al declamador o cuentero; es, por ende, contacto humano, incluyendo intercambios de ideas y experiencias entre los miembros de la concurrencia, antes y después de la audición del discurso. Es comunicación no solo nucleadora, sino además motivadora del diálogo y de interacciones generales entre los concurrentes.

A ello se une otro factor, prácticamente indisoluble de los anteriores: su

papel identificador, pues los asistentes nucleados y motivados a la intercomunicación viven un proceso identificador, al menos en sus intereses, ocupaciones y preocupaciones más generales o externas, cuando no en sus concepciones y opiniones más particulares e íntimas.

Como bien expresa Paúl Zumthor: "En cada grupo social, eso que llamamos sus **tradiciones orales** constituyen una red de intercambios vocales vinculados con comportamientos más o menos estrictamente cifrados, **cuya finalidad** esencial consiste en mantener la continuidad de una percepción de la vida y de una experiencia colectiva sin las cuales el individuo quedaría abandonado a su soledad, si no a su desesperación"².

Toda antropología y sociología actual devela la capacidad de las manifestaciones orales para transmitir y conservar tradiciones, perpetuar idiosincrasias e incluso formas y gustos, y reafirmar sentimientos y valores. Desde el comienzo de los siglos, con los proverbios, ensalmos y ritos mágicos, desde los bardos, luego los juglares y sus semejantes, hasta las más nuevas manifestaciones; la oralidad ha desempeñado un rol medular en los procesos identificatorios y en la continuidad de emociones, experiencias y concepciones de cada grupo, al favorecer la comunicación e intercambios generales dentro y fuera de los grupos.

Manifestaciones contemporáneas

Cuentan, en primer lugar, las manifestaciones sobrevivientes de la oralidad prístina, donde figuran esos breves chistes y cuentos cotidianos (casi siempre "verdes" o satíricos, cuando no políticos) tan contados, o sea, tan dichos y gesticulados en grupos reunidos con cualquier motivo.

A esos chistes y cuentos breves -menos atendidos de lo que merecen, incluso por agudos y serios estudiosos de la oralidad, como los ya mencionados³- se suma otra importante forma: el recital de canciones (y, asimismo, el de poesía, desafortunadamente escaso y mucho menos concurrido que el musical).

Y, luego, nuevas formas importantes: las de los *mass media*, sobre todo la radio. Hablamos aquí de programas radiales, grabaciones discográficas y cintas de audio tan bien concebidos que asumen caracteres expresivos generales de

Oralidad es, en medida cierta, sinónimo de grupo, de reunión para escuchar al bardo, al declamador o cuentero; es, por ende, contacto humano, incluyendo intercambios de ideas y experiencias entre los miembros de la concurrencia, antes y después de la audición del discurso. Es comunicación no solo nucleadora, sino además motivadora del diálogo y de interacciones generales entre los concurrentes.

la oralidad o, mejor, de la oralidad-gestualidad, suscitando o induciendo mentalmente sus expresiones, gestos, movimientos, ...imágenes.

Tampoco podemos olvidar otros medios más complejos como la televisión que, a fin de cuentas, medio de medios, es capaz de incorporar y transmitir muchos lenguajes y recursos; medio que asume continuamente fenómenos de la oralidad, gracias a su capacidad de presentar o transmitir exponentes de la oralidad tradicional (oradores, declamadores, animadores, poetas, trovadores...) y de asimilar y hacer patente el histórico influjo de las seculares tradiciones orales.

Hoy, la oralidad propiamente dicha parece cada vez menos satisfactoria. Se reclaman complementos visuales en aras de una plena audiovisualidad, y los *media* reducen paulatinamente el campo de acción de la oralidad tradicional, a la vez que la diluyen en su moderna configuración, si bien no la han aniquilado.

Mas, esta misma disolución e incorporación la hace pervivir, al menos en cierto grado y en determinados aspectos o modalidades, y quizás pudiésemos concebir la oralidad como un sistema expresivo necesario al ser humano, que no desaparece en ninguna sociedad ni grupo social, sino que se transforma (a veces degenerándose, "distorsionándose") a través de esa disolución e incorporación, y se infiltra o diluye en otras manifestaciones y medios.

Oralidad y telenovela

La oralidad-gestualidad ha pervivido en determinadas manifestaciones, cumpliendo múltiples funciones, tal el caso de las telenovelas y otras variaciones de los actuales *mass media*.

La oralidad "natural", histórica, trascendió en todo tiempo el solo recurso de la palabra, nunca ha sido solo "audibilidad", pura voz, sino también gestualidad; y la oposición más válida no estará jamás referida a la visualidad sino a la escritura y la lectura solitaria.

La telenovela suele asumir temas, situaciones, motivos y formas que hallan sus raíces más inmediatas y consolidadas en el teatro y la literatura, pero más antiguamente, también en las tradiciones orales, además de en todo el intercambio oral popular de su momento.

El influjo de las tradiciones orales sobre la telenovela no se limita a las ancestrales emociones, temas y situaciones; se concreta asimismo en fórmulas artísticas y espectaculares. Una de las más notables de dichas fórmulas es la repetición, el continuo ir y venir de una acción, situación o diálogo, o la fijación reiterativa en un objeto o detalle supuestamente llamativo; recursos útiles para los distintos niveles de lectura de las diferentes edades y hábitos mentales, o válidos para un regodeo neobarroco, o también, como dice Umberto Eco, para compensar "la necesidad infantil de escuchar siempre la misma historia, de ser consolado por 'el regreso de lo idéntico', disfrazado de manera superficial"; así como para "reconocer a un viejo conocido. Estas características familiares nos permiten 'entrar' al evento".

Además, llamamos la atención sobre el gran peso de la palabra oral en las telenovelas, hecho que merece análisis cuantitativos y cualitativos en muchos órdenes. No hablamos de toda la banda sonora (música y ruidos incluidos), sino muy específicamente de los diálogos, de ese continuo parloteo de los personajes que llega incluso a determinar montajes, concatenaciones sonoras de las escenas, cuya sucesión es no solo ensamblada sino también motivada por lo que alguno dice.

El peso de la oralidad es tan vital en el proceso dramático de la telenovela que esta es prácticamente inconcebible.



Oralidad es sinónimo de grupo para escuchar al cuentero, al bardo...

Mónica Burgos, DIA-LOGOS

ble con subtítulos, a la manera de los filmes, sin una oralidad inteligible, pues requiere una atención y concentración, además de un goce, en su oralidad.

Por último, la telenovela ha asumido hoy funciones importantísimas de las prístinas tradiciones orales. Una es la perpetuación de idiosincrasias, de la emocionalidad característica del grupo humano y de determinados gustos y hábitos.

Otra, muy unida a la anterior, es su poder nucleador. "Las telenovelas son sin duda los programas de mayor sintonía en el país. [...] Las telenovelas hacen encender los televisores, es decir, son exitosas a cualquier hora que se las transmita." Esta es una afirmación hecha por Ariel Bibliowicz con relación a la telenovela no solo en Colombia, sino en toda América⁵.

Mucho más que las formas residuales de la oralidad existentes hoy día, que el chiste "verde" o político contado a pequeños grupos, que el recital de poesía o música, que el discurso o mitin político y otros tipos de oratoria; la telenovela es la gran nucleadora contemporánea de grupos que, aparentemente fraccionados o atomizados en el hogar, están unidos a una misma hora en una vasta región.

La telenovela es -para bien, para mal o para ambos- un moderno brujo o sacerdote ritual, un moderno bardo o juglar que, con sus propias virtudes y defectos, con sus propias eficacias e insuficiencias, nuclea e influye sobre el mayor número de espectadores, no solo a una hora determinada, sino aun antes y después, motivando participaciones o alimentándolas en conversaciones cotidianas, en nombres puestos a los hijos nacidos en tiempos de la telenovela y en nombres puestos a conocidos, amén de otras bromas e intercambios.

¡Más notorio aún! La telenovela es ese fenómeno neo o seudotradicional nucleador que alcanza a servir como patrón de referencias para acotar acciones personales y sociales, y ordenar la rutina cotidiana: las citas se conciertan para "después de la telenovela", las comidas son "antes de la telenovela", se sale a pasear "el día que no toca la telenovela".

Tal es la conclusión arrojada en Venezuela por el investigador Leoncio Barrios quien, por lo demás, corrobora otras investigaciones hechas por distin-



tos investigadores en diferentes países (como J. Lull, H. Leichter, J. Bryce, D. Ahmed *et al.*, en Estados Unidos): "Este es el programa de mayor sintonía por la audiencia venezolana, independientemente de su clase social, sexo, edad o nivel educacional. En este país, las telenovelas constituyen un importante referente comunicacional utilizado por los miembros de la familia, entre sí y con el mundo exterior"⁶.

Y otro fenómeno, cada vez más habitual hoy día, viene a incrementar las ya mencionadas relaciones de la telenovela con la tradición oral: los desarrollos y desenlaces según las encuestas públicas; es decir, las modificaciones o adecuaciones de la obra en concordancia con intereses y reacciones del público.

Índices finales

En todo lo anterior evidenciamos que la telenovela ha sustituido muchas funciones de las tradiciones orales, no solo en la asunción de caracteres más o me-

nos orales, más o menos formales o artísticos; sino más esencialmente aún en cuanto a roles sociales se refiere, incluyendo su doble papel como reflejo de identidades a la vez que factor de identificación.

Al bagaje folletinesco y literario de la tradición escrita, a la asunción de preocupaciones, gustos y tradiciones populares, y a la moderna tecnología audiovisual, se suman el desproporcionado valor de la palabra, el peso de los diálogos y de toda la banda sonora (que, a veces, deviene continuo parloteo y ruido), sin omitir determinadas formas y fórmulas arraigadas en la oralidad; y se suman su valor nucleador y referencial, así como su capacidad de promover intercambios comunicativos entre una amplísima teleaudiencia.

Claro, hablamos de modo muy relativo. La telenovela nunca es propiamente oralidad; no solo por la mediatización de su oralidad y su carga de visualidad electrónica, sino además porque está vinculada a la tradición literaria impresa (sobre todo la folletinesca) y, en general, a la escritura, a partir del mismo guión. Por ende, está sumamente mediatizada.

Combinando propiedades vitales de tres tradiciones: la oral, la escrita y la visual, la telenovela ha devenido, se ha configurado -diabólica, angelicalmente o de ambos modos a la vez- como una de las manifestaciones más sincréticas y llamativas de la cultura, en ese largo trayecto que va desde la más primitiva oralidad hasta los más modernos *mass media*. ●

REFERENCIAS

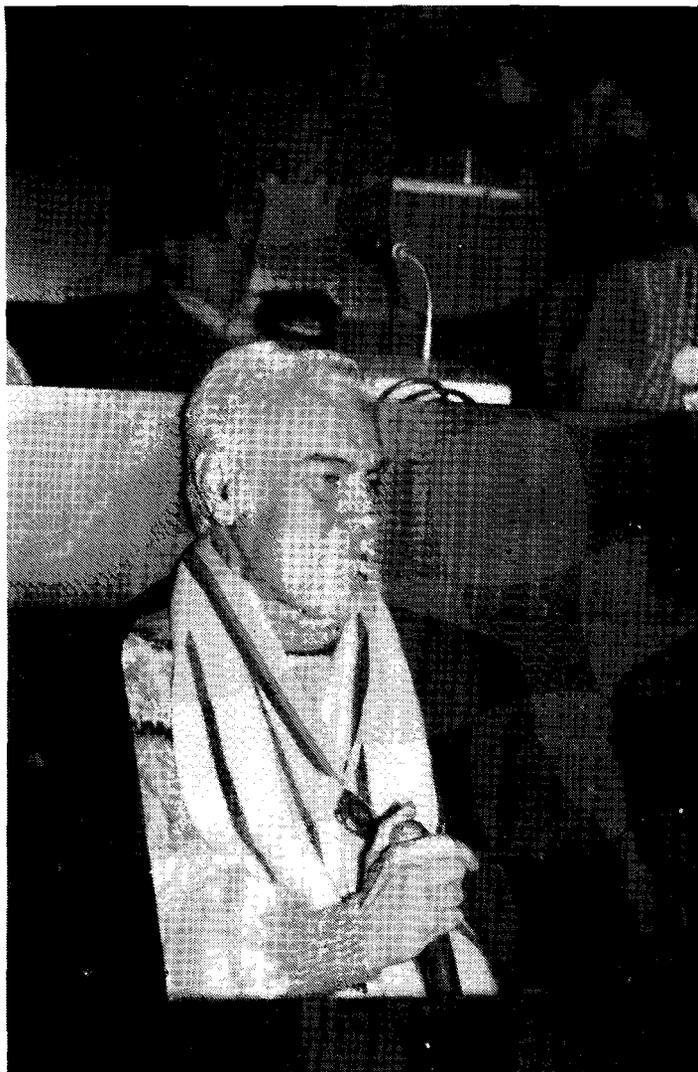
1. Monsonyi, Esteban, "La oralidad"; en *Oralidad*, Nº 2, ORCALC (UNESCO), La Habana, 1989, p. 11.
2. Zumthor, P., "Permanencia de la voz", en *El Correo*, UNESCO, París, agosto de 1985, p.4.
3. Véase, por ejemplo, además de los artículos ya citados, una obra tan valiosa como la de Watter J. Ong., *Oralidad y escritura: tecnología de la palabra*, F.C.E., México, 1987.
4. Eco, U., "Innovación y repetición", en *Temas*, Nº 21, Ministerio de Cultura, La Habana, 1990, pp. 47 y 42-43.
5. Bibliowicz, A., "Las telenovelas: ¿hijas bastardas de la literatura?", en *Boletín Bibliográfico y Cultural*, nº 4, Banco de Colombia, Bogotá, 1985, p. 32.
6. Barrios, Leoncio, *Televisión, telenovelas y vida cotidiana en el contexto de la familia*, Ed. Pablo de la Torre, La Habana, 1990; p. 50.

WALTER OURO ALVES

Salvador de Bahía (01-02-1930) - Quito (18-03-1996)

“Como yo he dicho siempre, la capacitación es transfusión de sangre, esté uno consciente o no, pues se está dando a sí mismo; de otra forma no vale, es teoría fría”.

Walter, en su intervención durante el Festival.



Cuando el G8 le condecoró por su fecunda labor.

El Maestro ha muerto y nos duele porque mucho fue, porque mucho dio. Nos dio una suma incuantificable de su sangre, savia vivificante que nos enriqueció a cientos de artesanos de la comunicación que ahora, gracias a él, enfrentamos de mejor manera el reto de democratizar las comunicaciones para democratizar la sociedad. Fue políglota, escritor, cantor, poeta, actor; trashumante, televisoriano y, sobre todo, radioapasionado (el término no le gustaba mucho porque restaba importancia a sus otras pasiones). Con su transfusión dialéctica, la del aprendizaje compartido -nos decía-, quiso y logró exorcizar la muerte que la presintió hace pocos años. Y lo logró al consubstanciarse con nosotros, sus feligreses, y poseer buena parte de nuestra alma donde seguirá viviendo y creando con su sonrisa de muchos decires, su fulminante sentido del humor y su maravillosa condición de ser humano. Esa condición que nos recuerda su recurrida referencia a Vinicius de Moraes:

*La mañana se hizo para dormir,
la tarde para amar,
la noche para trabajar,
y la madrugada para soñar.*

Su obra seguirá soñando y sonando en cualquier rincón de América, África, Asia, donde sus centenares de discípulos y amigos le decimos: ¡hasta luego Waltito!, hasta la próxima copa de vino y horas de estudio, grabación y conversa en las que seguiremos escanciando la vida y haciendo camino.

CIESPAL y la revista *Chasqui*, órgano de difusión de este Centro, unen su pesar al de la familia del compañero, amigo y maestro Walter Ouro Alves. Al rendir un homenaje de admiración y gratitud por su honesta y prolífica labor, CIESPAL recomienda su nombre como impulsor de la democratización de las comunicaciones en América Latina.



Imágenes Libres, El Salvador

VIOLENCIA URBANA, *nuevos escenarios*

La crisis económica generaliza la inseguridad social y económica, contribuye a reducir los mecanismos de representación, a limitar los espacios de solución de los conflictos, a mercantilizar las relaciones sociales y a restringir las manifestaciones culturales de los ciudadanos. De allí que la restricción del origen y fuente de la ciudadanía lleve al incremento de la violencia urbana e inseguridad ciudadana, y a la reducción de la calidad de vida de la población.

La violencia urbana tiene un rostro con una geografía delictiva que en el centro es distinta a la periferia; una cronología diferenciada por meses, días y horas; una sociedad que le afecta por grupos sociales según clase, género y edad; una utilización de medios diversos de armas blancas o de fuego; una forma cultural lúdica en la que el alcohol y las drogas juegan un papel central; unas motivaciones de la más variada índole.

El enfrentamiento al hecho delictivo arroja resultados preocupantes. Se observa una erosión de la ciudadanía, por

FERNANDO CARRION M., ecuatoriano. Arquitecto, director de la FLACSO-Ecuador, editorialista del *Diario Hoy* y profesor universitario. El trabajo es de su autoría y no compromete a estas instituciones.

cuanto los habitantes, primeras víctimas del fenómeno, empiezan a asumir mecanismos de autodefensa que modifican su conducta cotidiana: cambios en los horarios habituales; transformación de los senderos y espacios transitados; restricción de las relaciones sociales, porque todo desconocido es un sospechoso; reducción de la vulnerabilidad personal al adquirir armas, perros, alarmas -que ya son parte del paisaje urbano- o aprendiendo defensa personal.

Estas acciones de autodefensa son, a su vez, causa y efecto de un nuevo comportamiento social: angustia, desamparo, aislamiento, desconfianza, agresividad, individualismo. La ciudad pierde espacios públicos y cívicos, y generaliza la urbanización privada-amurallada que segrega aún más lo social, espacial y

temporal; con lo cual, a la par que la población pierde la condición de ciudadanía, la ciudad relega su posibilidad de polis, foro y tiáñez.

Salidas equívocas: reprimir y privatizar

La primera salida ha servido para justificar el fortalecimiento de los llamados gendarmes del orden. La segunda ha permitido que ciertos sectores, entre los cuales se encuentran policías jubilados, desarrollen empresas de seguridad privada a base de un personal con poca formación.

Mientras ciertos sectores sociales reclaman mano dura para que se protejan sus bienes y vidas, y conciben al Estado (policía, ejército, justicia) como el garante de la protección colectiva, este la asume en el marco de la seguridad nacional. Así, periódicamente se aplican operativos en los barrios populares con una estrategia de represión, amedrentamiento y seguridad, según los manuales antisubversivos.

Los resultados de esta política no son los mejores y están a la vista: la violencia aumenta, la policía se deslegitima por fuera y se corroe por dentro, la justicia acumula más casos de los que ventila y la institucionalidad, en general, se erosiona a pasos agigantados.

La violencia como relación social

La ciudad es el lugar privilegiado de concentración de la diversidad en toda su expresión: social, cultural, económica, política y, por tanto, donde tienden a potenciarse muchos problemas. De allí que la conflictividad urbana sea una síntesis multicausal que provoca varios efectos, algunos de los cuales asumen formas violentas ante la ausencia de canales de desfogue.

La violencia es una relación social conflictiva que surge de intereses y poderes que no encuentran soluciones distintas a la fuerza. Es un nivel del conflicto que no puede procesarse dentro de la institucionalidad vigente porque, por ejemplo, el sistema político está construido sobre la base de una representación social que tiene muchos vicios, en el que la legitimidad de los gobernantes se erosiona rápidamente, el clientelismo -como expresión de la privatización de la política- tiene sus límites, las relaciones de poder se fundan en la

exclusión del oponente antes que en la inclusión, el consenso.

De igual manera, no es que el migrante como tal sea violento, sino que la sociedad urbana aún no ha procesado los conflictos del crecimiento o de crisis urbana por falta de cobertura de los servicios, equipamientos, transporte; o la presencia de nuevos actores emergentes, las nuevas formas de relación entre el campo y la ciudad, el fenómeno de la informalización, o de la marginalidad en tanto exclusión de decisiones e inclusión diferenciada a la justicia.

La impunidad abierta o diferenciada son la forma más clara de la caducidad de los mecanismos de procesamiento de conflictos que conduce al descrédito de la policía, de la justicia y de toda la institucionalidad. Pero la cosa no queda allí, ya que se va legitimando la justicia por sus propias manos, sea bajo formas encubiertas ("Escuadrones de limpieza antidelictiva") o de modalidades abiertas (linchamientos periódicos que se observan en muchas ciudades).

El fantasma de la violencia urbana

La violencia ya es uno de los problemas más importantes de la ciudad contemporánea. Han aparecido nuevas violencias, inéditas manifestaciones de las antiguas y el incremento notable de todas ellas: las pandillas juveniles, el narcotráfico y sus secuelas, los "caracazos" con sus distintas versiones, así como el desarrollo tecnológico y de la organización del delito.

En Colombia las tasas de homicidio se triplicaron en el período 1983-92, en el Perú se quintuplicaron entre 1986-91, y en Panamá se duplicaron entre 1988-90. En México los años de vida potencialmente perdidos representaron el 8

por ciento y en El Salvador, el 21 por ciento (OPS). En América Latina, la situación es más dramática con los jóvenes (entre 15 y 25 años) pues son los principales actores: agentes de las violencias y víctimas principales; para ellos el homicidio es la segunda causa de muerte.

Hemos llegado a la alarmante situación de que, prácticamente, no hay dominio de la vida urbana donde las violencias no hayan penetrado y dejado sus efectos devastadores. Las encuestas de opinión de la población urbana empiezan a plantearla, de forma crecientemente, como uno de sus problemas centrales.

Sin embargo, los gobiernos locales y nacionales todavía no la asumen con la debida propiedad. Y, más aún, es poco el conocimiento que tenemos sobre el problema, al grado que la relación violencia-ciudad se nos presenta poco clara. Por ejemplo, se ha encontrado que no hay una correlación directa entre el tamaño de una aglomeración, la calidad y cobertura de los servicios, con respecto a los niveles de violencia. Partimos del hecho de que la violencia no es exclusiva de la ciudad y de que es preferible conocer los efectos de las violencias sobre la ciudad, que de esta sobre la anterior.

Pero la conflictividad no es ni mala ni buena, mucho más si se constata que esta esencia de la ciudad ha producido los mayores desarrollos sociales, económicos y tecnológicos de la historia de la humanidad. Por lo tanto, el problema radica no en la conflictividad, sí en la inexistencia de canales institucionales de su procesamiento pacífico, por lo cual asume formas violentas.

Las violencias ciudadanas son variadas y multicausales: la política que proviene de agentes organizados que buscan desestabilizar la institucionalidad estatal vigente, la común que lleva a erosionar la ciudadanía. Sin embargo, a la hora de enfrentarlas, el Estado no establece diferencias entre ellas, porque las inscribe dentro de los conceptos de seguridad nacional y seguridad del Estado.

En la actualidad, las violencias afectan más a los ciudadanos y a sus instituciones que al Estado y sus órganos. En una constatación todavía por medirse estadísticamente, se puede señalar que la mayoría de las violencias se dirigen

hacia la población y una minoría de ellas hacia el Estado. Pero lo que más llama la atención es que la acción del Estado es inversamente proporcional.

La transnacionalización de la violencia

Durante los últimos años se percibe un incremento y transformación de la violencia urbana que se desarrolla a escala internacional. Según Castillo (UNAM) "la violencia es uno de los reflejos más dramáticos de los procesos de globalización mundial".

Las nuevas formas de la violencia han acarreado el nacimiento de nuevos actores y la transformación de los anteriores. No solo la ausencia de horizontes y la profusión de imágenes de consumo y placer está creando un nuevo tipo de delincuente, sino que la propia organización del delito requiere de otros personajes: el sicario, el pandillero, el gamín, etc.

Según información disponible, América Latina se ha convertido en el continente más violento del mundo, con una tasa cercana a los 20 homicidios por 100 mil habitantes. Cuenta también a los países más violentos del planeta: Colombia,

Brasil, Panamá y México. La tasa de homicidios a nivel urbano ha aumentado dramáticamente en los últimos años: en Río de Janeiro y Medellín superan los 70 asesinatos por 100.000.

La violencia se ha convertido en una estrategia de resistencia de ciertos sectores de la población, pero también opera como una empresa transnacional. Por la vía de los mercados ilegales se desarrollan verdaderas empresas transnacionales del delito; las de mayor peso son las del narcotráfico y, en menor medida, las involucradas con los asaltos a bancos y casas comerciales, el robo de vehículos, la depredación del patrimonio cultural, entre otros. Así como un carro o un cuadro robado en Ecuador se envía a Perú o Colombia para su comercialización, el Ecuador se convierte en mercado para los bienes sustraídos en otros países.

Los efectos económicos son cada vez mayores. En Colombia, según información de Echeverri (BM), el Ministerio de Salud estimó que en 1993 la violencia causó pérdidas por US\$ 1.250 millones; solo en gastos de atención a heridos por violencia, el ministerio gastó casi US\$ 100 en ese año, lo que podría

asegurar la vacunación completa de los niños colombianos en los próximos 20 años.

En Estados Unidos el costo del crimen llegó a la cifra de US\$ 425 billones por año. Solo el costo de un caso de violación sexual es alrededor de US \$ 54.000. Se estima que la población posee más de 200 millones de armas de fuego. Más del 60% de los homicidios son cometidos con armas de fuego; y por cada uno de estos, ocurren seis heridos por bala.

Violencia y medios de comunicación

De un tiempo a esta parte, se percibe una transformación de la escena urbana y su trama de relaciones sociales, que hace que las instituciones en las cuales la ciudadanía se expresa, representa y constituye, se transformen. Ello da lugar a una organización social e identidad cultural donde la población busca su rol en un marco diverso y de reacomodo cultural de los actores.

El debilitamiento de lo público, como instancia de socialización y de mediación de lo individual, se encuentra en franco proceso de deterioro. Por ello, los



Imágenes Libres, El Salvador

"Estrategias policíacas según manuales antisubversivos"

problemas de las identidades, como base de la articulación social y del sentido de pertenencia, tiende a redefinirse en ciertos grupos de la sociedad, como la juventud, y en algunos ámbitos sociales.

En este contexto, las tradicionales instituciones de socialización de la juventud pierden eficacia como articuladores sociales y evidencian la crisis en que se encuentran. No se puede dejar de señalar, entre ellas, a la familia, la comuna, la escuela, la fábrica y la iglesia¹. Frente a ello surge la transformación de las instituciones, el apareamiento de múltiples lugares no institucionales que juegan un rol fundamental en los procesos de socialización de la población, y la consolidación o fortalecimiento de nuevas.

Los espacios de socialización, que dejan las instituciones tradicionales, son asumidos por nuevos escenarios como la televisión, la calle, el parque o la cárcel. La calle para el gamín es el escenario de trabajo, de educación y de vínculo social. La cárcel para el joven presidiario es la escuela de su vida.

Pero es la televisión, más que la escuela, el escenario de socialización más importante para la juventud, tanto por el tiempo que la dedican como por la producción de un proceso de homogeneización cultural fundado en la violencia y el consumo. La televisión difunde conductas violentas y genera modelos, valores y técnicas delictivas². En muchos programas se exalta la violencia bajo múltiples formas, se esquematiza la realidad a través de una confrontación maniquea entre buenos y malos, y se modifican los tiempos de la vida real, con lo cual los paradigmas sociales se transforman notablemente.

La juventud es la que se encuentra más directamente vinculada a esta situación. Por ejemplo, los niños colombianos pasan casi dos horas viendo televisión por cada hora de clase. A los 16 años, un niño colombiano habrá visto 150.508 actos violentos, 17.520 asesinatos y 224.640 comerciales (Boletín ATVC, 1993). Los niños franceses entre dos y diez años de edad ven 1.200 horas de televisión al año frente a las 900 que pasan en la escuela.

En los Estados Unidos, según De Roux (OPS), al finalizar la escuela primaria un joven habrá visto un promedio de 8.000 asesinatos y 100 mil actos vio-

Las nuevas formas de la violencia han acarreado el nacimiento de nuevos actores y la transformación de los anteriores. No solo la ausencia de horizontes y la profusión de imágenes de consumo y placer está creando un nuevo tipo de delincuente, sino que la propia organización del delito requiere de otros personajes: el sicario, el pandillero, el gamín, etc.

lentos. Al salir del bachillerato habrá estado frente al televisor el doble de horas que en el salón de clases y presenciado alrededor de 16.000 homicidios. Los programas infantiles de fin de semana muestran un promedio de 18 actos violentos por hora.

Asimismo, los periódicos y revistas especializadas venden la violencia a un nivel primario, lo cual permite construir una percepción a todas luces distorsionada del fenómeno, no solo porque magnifican una realidad sino porque insensibilizan a la población. De esta manera, banalizan la violencia al insertarla en la vida cotidiana en vez de ayudar a erradicarla.

Algunas propuestas

Es un problema de interés colectivo y público que compromete al conjunto de la sociedad y sus instituciones (no solo a la policía). Al ser la ciudadanía fuente y fin de la violencia urbana se requiere su participación en la solución del problema (por ejemplo, en vez de privatizar la policía, dotarla de ciudadanía).

Pero también una nueva institucionalidad que la asuma, en la que bien podría participar la municipalidad, por ser el órgano estatal más cercano a la sociedad civil y a la vida cotidiana. En esta perspectiva, sería interesante que las municipalidades creen comisiones especiales de seguridad ciudadana en las que participen concejales, policía, intendencia, justicia, comisiones de derechos humanos.

Pero no será suficiente si no se controla la apología de la violencia que realizan algunos medios de comunicación, en especial la televisión, si no se modifican los factores de la cultura lúdica basada en el alcohol, el control de las armas de fuego, el desarme de la población y su monopolio por el ejército y la policía.

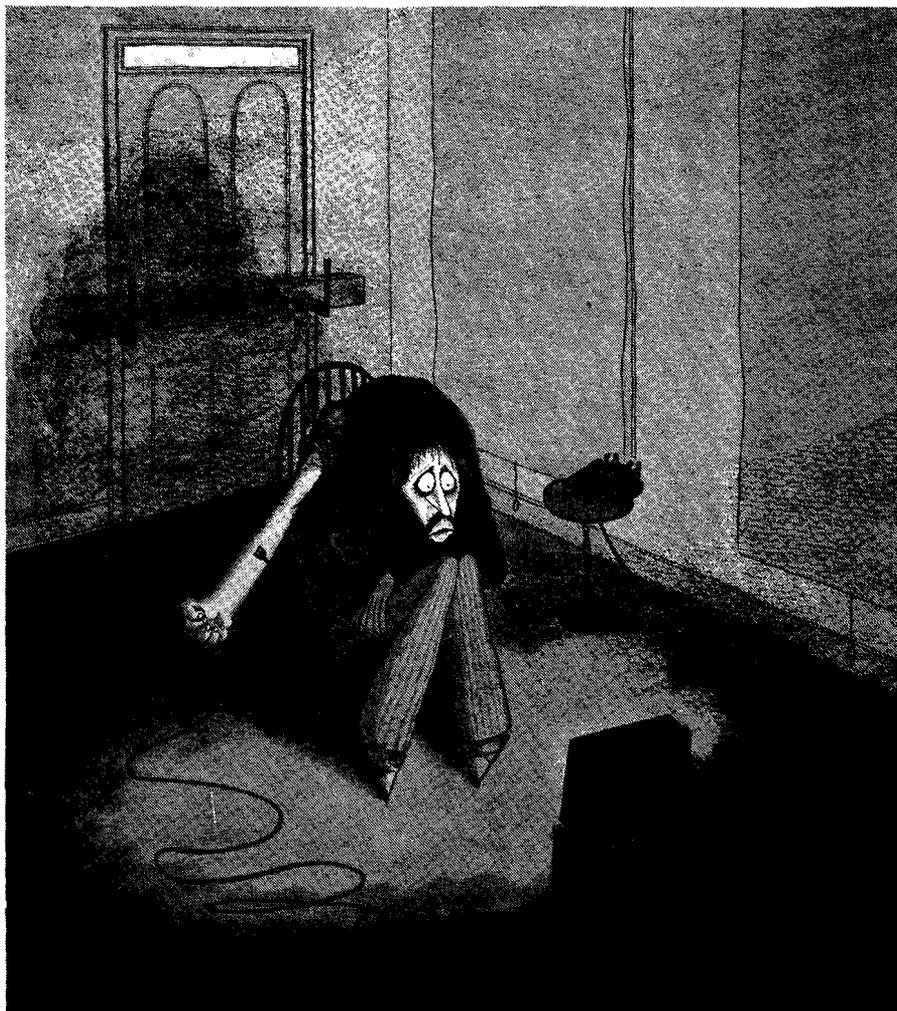
En el campo penal se debe avanzar más en la búsqueda de una racionalidad jurídica fundada en el derecho ciudadano, en la desburocratización y agilidad de la justicia que en el incremento de las penas. Hay que diseñar mecanismos que tiendan a resolver conflictos y espacios donde la ciudadanía pueda conciliar y hacer justicia. En suma, se requiere de una institucionalidad que procese los conflictos, sobre la base de una pedagogía de la convivencia ciudadana inscrita en una estrategia de orden público democrático. ●

NOTAS

1. "Con la modernización y la secularización, las instituciones tradicionales (iglesia, familia, escuela) por diversas razones han perdido eficacia como cohesionadores de las comunidades y como instancias claves en el proceso de inserción de los individuos en un orden simbólico y normativo" (Corporación-Región Medellín, 29).
2. "Tres estudios nacionales en los Estados Unidos, por diferentes instituciones, llegaron a la misma conclusión: ver violencia en la TV estimula el desarrollo de comportamientos agresivos, incrementa la violencia e insensibiliza hacia ella" (De Roux, 10).

La TV acusada de asesinato*

Los medios de comunicación, particularmente la TV, pueden ser los autores intelectuales de la violencia que asuela a la sociedad contemporánea. De los Estados Unidos, cuyas tasas de criminalidad le ubican en los primeros lugares del ranking mundial, provienen la inmensa mayoría de programas y filmes que difunde la TV latinoamericana: cátedra de violencia que aún se mantiene impune. ¿Por qué, se pregunta el autor de este artículo, el cine y la literatura sufren alguna forma de censura, y la TV no, cuando es el medio que se mete directamente en nuestros hogares?



Hace poco más de un año, la prensa internacional publicaba, con tres días de intervalo, dos noticias: "Manila.- Un niño de siete años mató de un disparo de fusil a la criada porque [...] mientras miraba un dibujo animado norteamericano de ciencia ficción, la doméstica, de 21 años, cambió el programa para ver una telenovela. [...] el pequeño fue a buscar un fusil y disparó contra la joven, que murió al día siguiente en el hospital. El padre del niño será acusado de homicidio por imprudencia, por no haber guardado el arma en un lugar más seguro...". "Managua.- Tras ver la telenovela venezolana *Cara sucia*, una mujer nicaragüense -enloquecida por la pobreza en que vivía- [...], Marta Baltodano, de 29 años, aplastó a garrotazos la cabeza de sus hijos Marbely de 10 años y Pedro de 4 años [...]. Luego intentó suicidarse cortándose las venas y tragando cloro, pero falló".

Filipinas y Nicaragua, un fusil y un garrote, un dibujo animado norteamericano y una telenovela venezolana, un menor de edad y una madre de familia, una empleada doméstica de 21 años y dos niños de 10 y 4 años... Demasiados datos similares autorizan a creer que los autores intelectuales de ambos crímenes son los mismos. Pero nadie ha acusado hasta hoy a quienes sugirieron, día tras

JORGE ENRIQUE ADOUM, ecuatoriano. Poeta, narrador y ensayista.

(*)A fines del año pasado se celebró en Islamabad, Paquistán, la Conferencia Internacional sobre "Literatura, cultura y desarrollo". Por alguna falla burocrática, dos embajadores ecuatorianos se echaron recíprocamente la culpa de que nuestro país, pese a haber sido invitado, no participara en esa reunión. No importa: ni siquiera participó en los funerales del ex presidente de Francia, François Mitterrand, porque lo hizo con un secretario o consejero de embajada, cuando casi un centenar de jefes de Estado y de gobierno asistieron a sus exequias. ¿País inexistente, "limitado por sí mismo"? Para aquel encuentro preparé el texto que se publica en estas páginas, a base de dos artículos anteriores, completado con nuevas reflexiones y con informaciones más recientes.

día, hora tras hora, la idea de cómo, a quiénes, en qué circunstancias matar.

Una cátedra de violencia

La televisión ecuatoriana transmite una verdadera cátedra de violencia a partir de las 8.30 de la noche y la televisión extranjera, debido a la diferencia de husos horarios, a cualquier hora de la tarde; en Estados Unidos, habitualmente, el sábado por la mañana (y allá hay -¿por eso?- 270.000 jóvenes que van a la escuela equipados con una arma de fuego). Según la *National Coalition on Television Violence*, nueve películas y seriales presentaron, en 1992, de 24 a 60 actos de violencia por hora cada una. En cuanto a las películas de cine transmitidas por TV, *Die Hard II* muestra 264 muertes violentas (*Robocop*, tímidamente, tiene solo 81). La revista suiza *L'Hebdo* ha calculado que un niño norteamericano -y un ecuatoriano, ¿no?- que pasa de dos a cuatro horas por día frente a su televisor habrá visto, a los 13 años, 8.000 asesinatos y 100.000 actos de violencia.

No se trata solo del número de muertos: en algunas películas del Oeste, e incluso en ciertas obras de Shakespeare, a menudo mueren todos los per-

sonajes (hasta los espectadores de la primera fila, ha dicho alguien). Pero no se advierte en ellas ese regodeo patológico, en el detalle horroroso, de la televisión: incluso cuando trata, supuestamente, de denunciar los abusos de policías asesinos, se deleita con las armas, algunas ni siquiera inventadas todavía, el *close up* del rostro despedazado, la salpicadura de sesos en las paredes, el gorgoteo de las arterias cuando la cabeza ha sido separada del tronco, la manera de estimularse con drogas antes de la aventura, la edad de los criminales que, a veces, llegan a complotar el asesinato de sus padres...

La aparición, relativamente reciente, entre nosotros de pandillas de adolescentes asesinos de transeúntes o de taxistas, y de jóvenes toxicómanos de ambos sexos, frequentadores de bares y discotecas, prostituidos y con enfermedades venéreas, algo -mucho- le debe al consumo masivo de televisión, desde temprana edad. Y, si, como se supone, el instinto maternal se fomenta o fabrica con el regalo de muñecas a las niñas, cabe deducir que en la delincuencia juvenil o adulta tienen algo que ver las armas de juguete, copia de las que la televisión hace propaganda, y que, al crecer los ni-

ños, se han ido transformando en armas de verdad.

El Tribunal Constitucional de Colombia "decidió que la delincuencia, en su mayoría visible en los programas norteamericanos, contribuye a la violencia de la vida real" y prohibió, pero ignora si la prohibición ha sido respetada en la práctica, que se transmitieran "tiroteos, palizas, cuchilladas, atentados dinamiteros y otros actos de violencia hasta después de las 22 horas". *El Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* (CSA) de Francia ha creado una regulación en virtud de la cual "se castigará la fabricación, transporte y difusión de cualquier modo de mensajes de carácter violento o pornográfico cuando sean susceptibles de ser vistos por un menor".

El socorrido argumento de los responsables de la TV de que esa transmisión es inocua, porque se exhibe tarde en la noche una película "solo para adultos" o con esa confusa reserva de que es "solo para personas con criterio formado", resulta una ficción desde el momento en que los padres salen de casa o los menores de edad tienen un televisor en su habitación y florece, además, el libre comercio de alquiler de videos, generalmente piratas.



"En E.U.: un niño de 13 años ha visto 8.000 asesinatos en la TV, ¿cuántos en A. L.?"

Aducir que "la violencia está en la realidad y no en la televisión que la re-trata" o descargarla en los padres de familia es una manera fácil de rehuir el problema. Pero estos también son cómplices al creer, como cierta censura cinematográfica, que la moral es solo sexual, individual y recluida al dormitorio y parece no tener la más mínima idea de que existe una moral social: jamás se preocupó, por ejemplo, de las lecciones de robo a mano armada, de la incitación al odio racial y a la guerra o al ejercicio de la justicia por mano propia, ni de la exaltación de la violencia en sus versiones típicamente americanas: Al Capone y Rambo.

El presidente del CSA de Francia ha declarado que "la violencia en nuestra pantalla pequeña procede en un 60% de los casos de los programas [norte] americanos". Hace unos dos años, el senador Paul Simon, demócrata de Illinois, dio a la industria de la televisión de EUA un plazo de 60 días para "manifestar una clara voluntad de limitar la exhibición de violencia gratuita ofrecida a los telespectadores, particularmente a los niños"; transcurrido ese plazo, el Congreso iba a establecer la legislación vigente. (Nunca supe si la industria expresó esa voluntad de rectificación, ni si el Congreso adoptó las medidas anunciadas, pero me temo que, incluso de haberlo hecho, pueden estar enviándonos estupidez y veneno en vídeos, como esas medicinas prohibidas en los EUA por nocivas para uso humano que aquí se venden libremente.)

¿Por qué no una censura de la TV?

El 50% de los niños entrevistados hace algún tiempo por el diario *Hoy*, de Ecuador, afirmaron que no se les permite ver películas de cierta calidad, sin esas escenas de violencia o, de acuerdo a sus propias palabras, dirigidas a un público adulto, que nunca son las de criminales (que no están condenados a ser) sino las que contienen "escenas escabrosas desde el punto de vista de la moral" (de las que, tarde o temprano, serán protagonistas normales). Cabe recordar, a este respecto, el *Código Hayes de la Producción* -una suerte de terrorismo moral parecido al "macartismo" político- impuesto en Estados Unidos en los años 40, que establecía normas inviolables para el cine, no sobre el crimen individual ni el organizado de bandas de

gangsters o ejércitos en guerra, sino sobre la ropa que podían mostrar las actrices y la duración máxima tolerable de un beso en la pantalla y el ángulo permisible, en relación con la vertical, a que podía inclinarse una pareja.

Es evidente que la censura repugna al espíritu y aparece siempre como un insulto al autor y a la obra que tanto esfuerzo y sacrificio cuesta generalmente, proferido en nombre del supuesto derecho que asiste al funcionario, tan insolente como su amo, o a un grupo de individuos, tan mediocres como su jefe, de mutilar o prohibir una creación intelectual que, en algunos casos, entra a formar parte de la historia de la cultura. Sin embargo, el mundo entero ha aceptado la censura moral que, con el nombre de "calificación", existe para el cine. Porque no estamos hablando aquí de arte sino de un producto industrial que busca una rentabilidad comercial, sin ocuparse ni preocuparse de sus consecuencias, y que debería estar sujeto a una suerte de control sanitario como el que se ha establecido para los productos alimenticios y farmacéuticos.

Que yo sepa, no hay país alguno que haya prescindido de la censura cinematográfica, ni uno donde exista, en forma racional y severa, una censura de la televisión. Y ello pese al hecho grave de que, en este caso, el espectador no va a buscar la película a un cine sino que ella se le mete, vía satélite, en la casa, en cualquier lugar del mundo, para cualquier espectador y a cualquier hora. Hecha de cinematografía y periodismo -sobre el cual pesa también, en determinados momentos de conflicto, cierto control generalmente aceptado por razones de seguridad- ¿qué explicación hay, de no ser sus poderosos intereses económicos, para que la televisión no esté sujeta a la censura a que se someten los otros medios de comunicación?

Muchos periodistas y lectores de diarios han señalado la posible relación entre una televisión inmoral y al alcance de todos -en que productores de programas, propietarios de canales y espectadores parecen gozar con las variantes del delito- y los actos de delincuencia ya desvergonzada y a la luz del día que no existían, en igual número y frecuencia, en nuestros países, antes de que disputáramos de esa muestra exterior del desarrollo que es la televisión.

La revista suiza L'Hebdo ha calculado que un niño norteamericano -y un ecuatoriano, ¿no?- que pasa de dos a cuatro horas por día frente a su televisor habrá visto, a los 13 años, 8.000 asesinatos y 100.000 actos de violencia.

Colonización cultural

Este aspecto, que atañe al modo de ser, es manifiesto también en cuanto sustituye valores de la cultura nacional. La colonización es, esencialmente, cultural: históricamente, cuando no ha tenido ese carácter -las invasiones nazis, por ejemplo-, se ha tratado solo de una ocupación militar. Una de las más elocuentes encuestas realizadas en Ecuador, y limitada a solo 34 escolares, de 10 a 12 años, de un solo grado de una sola escuela de una ciudad, Tulcán (los datos en Quito y Guayaquil serían, obviamente, peores), revela que los personajes que más admiran (el 50%) son Rambo, Mac Guiver, Michael Night, Drácula, Batman, Chuck Norris, Bruce Lee (realizada hoy día, la encuesta incluiría ciertamente, para mayor desconuelo, Robocop, Terminator, las Tortugas Ninja, los Power Rangers...). Veintiséis niños (el 76,47%) confesaron que les gusta jugar o actuar como sus personajes favoritos,

gracias a la cantidad infinita de disfraces, camisetas y juegos desarmables e irrompibles.

Creo inútil (¿inútil?) recordar que en nuestra historia hay héroes de la resistencia contra la conquista (cuando en la escuela empezó a aburrirnos el juego de "chullas y bandidos", introducido también por el cine norteamericano en nuestra cultura infantil, y tratamos de reemplazarlo por el de españoles e indios, todos queríamos ser Rumiñahui) y héroes de la guerra contra la dominación española (el único realmente popular es Abdón Calderón: blanco, de buena familia, muerto a los 18 años, o sea con una página en blanco como pasado) y héroes en el combate por la igualdad y la justicia en el continente, como Martin Luther King y Malcolm X -por citar solo a dos de las más grandes figuras de la tradición norteamericana de lucha por los derechos civiles- y Che Guevara, que no figuran entre los personajes más admirados por los escolares ni entre aquellos que les gustaría encarnar, por la simple razón, entre otras, de que el cine les ha dedicado, rara vez, películas no siempre de calidad, ni debidamente promocionadas.

La música y las fiestas que los niños y jóvenes prefieren en este país de indios, negros, mulatos y mestizos, ya no son las nuestras, tradicionales: el 31 de octubre, en las escuelas y colegios, y también en los hogares que pocas oportu-

nidades tienen de "celebrar algo", con gran incitación por parte de los almacenes y negocios, se celebra ahora, con mentalidad de colonizados, el *Halloween* -difundido por películas de horror de la televisión-, sin saber a qué corresponde ni en qué consiste, y cuyo origen y significación, que nada importan a los educadores, ni a los comerciantes, ni a los padres de familia ecuatorianos, aún discuten los profesores universitarios de Estados Unidos.

No se trata, evidentemente, de un intercambio: un país de tan definida identidad cultural como Francia ha tenido que imponer medidas severas para defenderse de la invasión masiva del cine norteamericano, y el productor cinematográfico indio Suresh Jindal da su voz de alarma: "Por primera vez, los norteamericanos han doblado al hindi una de sus películas, *Jurassic Park*. Tuvo un éxito enorme y ese éxito los impulsará a repetir la experiencia. Me pregunto cómo resistiremos". No se trata, tampoco, de un aporte extranjero a la cultura local, sino de una imposición de subproductos de la cultura, que son los que la televisión prefiere y a cuya proliferación contribuye: los otros no son comerciales.

La telaraña informática

A ello se añade, y su gravedad es incalculable, el sistema de *Internet*, "la tela de araña informática" o "autopista de la información", por donde difunden su pro-

paganda la llamada Iglesia de la Cienología, acusada varias veces de estafa; la organización que se define a sí misma como "Superfascismo"; el grupo Yihad, que impulsa la guerra santa del Islam; el *Ku Klux Klan* antinegro, que creíamos desaparecido, y todos esos restos o sobras de la humanidad que son los "cabezas rapadas", los neonazis, los antisemitas, los fundamentalistas que explican sus razones para matar a periodistas y degollar mujeres; el movimiento *Stormfront*, por la purificación de la raza blanca, que se identifica así con el movimiento afrikaner de Sudáfrica que ha creado patrullas de búsqueda (cuatro hombres) y de combate (diez hombres) que tendrán por tarea ocupar las ciudades y una vez hecho esto "desembarazarse de todos los negros y enterrarlos", según el *Sunday Star* de Johannesburgo. Todas estas agrupaciones, cualquiera que sea su nombre, su nacionalidad o su disfraz, son iguales en la apología de la violencia, enteramente ajenas a lo que fueron, y siguen siendo en algunos rincones muy alejados de la "civilización" con televisión, nuestras culturas tradicionales de origen agrario, colectivo, basadas en la humildad, la ternura, la solidaridad, maravillosamente subdesarrolladas desde el punto de vista técnico pero orgullosas, hasta ayer, de su desarrollo moral que estos nuevos instrumentos de colonización vienen a entorpecer. ●



Violencia y TV infantil

El autor establece tres razones para discrepar del "criterio reduccionista" que relaciona la violencia televisiva con la violencia real, particularmente en lo atinente a la TV infantil. A base de las motivaciones infantiles para ver TV (detalladas en Chasqui 51), propone algunas líneas de acción que superen ese reduccionismo y optimicen la relación niños-TV.



Imágenes Libres, El Salvador

Discrepo con el enfoque que reduce el tema de la TV y los niños a la discusión sobre la influencia de la violencia representada en la pantalla. Quisiera brevemente argumentar mi insatisfacción.

VALERIO FUENZALIDA, chileno. Productor e investigador de TV, consultor de organismos internacionales, Jefe de Estudios Cualitativos de la Televisión Nacional de Chile (TVN).

EE. UU. no es Latinoamérica

Primero, creo que esto es tal vez válido en E.U. Hace unos 10 años, Benjamín Spock enunciaba las razones: "En ningún país europeo hay más de 40 asesinatos anuales con pistolas. En Gran Bretaña hay 8. ¿Saben Uds: cuántos hay en América? Más de 11.000. Hay que tomar en cuenta que el 98.5% de los asesinatos se cometen dentro de la familia. No es un asaltante que viene a robar la casa. En la mayoría de los casos el mari-

do mata a la mujer, el padre mata al niño, un niño enfurecido mata a los padres" (Spock, 1985, p. 21).

En la década de los 90, el FBI entregó cifras crecientes de criminalidad (15.265 personas asesinadas con armas de fuego en 1991) y confirma que los asesinatos provocados por los delincuentes alcanzan solo el 15%; el 85% ocurre en el hogar y es cometido por gente corriente, la misma que posee más de 200 millones de armas de fuego.

El control estricto de este enorme arsenal aparece, según este análisis, como central para disminuir esas muertes.

Pero la muerte violenta en América Latina tiene otras caras. En los últimos 20 años hemos tenido más de un millón de víctimas causadas directamente por la violencia social y política: atentados, batallas con la guerrilla, asesinatos selectivos, fusilamientos, desaparecidos, torturas, narcoterrorismo. Nuestra violencia mortal ocurre en el marco de sociedades profundamente divididas étnica y económicamente.

Creo que sería vivir fuera de la realidad sostener que la TV ha "causado" o motivado masivamente esta práctica. Por el contrario, la TV ha servido mucho más para ocultar y desinformar acerca de la existencia y de los autores de esta violencia.¹

Es comprensible que en E.U. exista preocupación por estudiar la posible vinculación entre la violencia representada en TV y la violencia mortal practicada a enorme escala en la vida familiar y urbana, sin perjuicio de que esta vinculación sea tema de un debate más amplio (Mitchell, 1994). Pero la preocupación de E.U. no se puede trasladar mecánica-

Sería vivir fuera de la realidad, sostener que la TV ha "causado" o motivado masivamente la práctica de esta violencia mortal en América Latina. Por el contrario, la TV ha servido mucho más para ocultar y desinformar acerca de la existencia y de los autores de esta violencia nuestra.

mente a Latinoamérica, ya que la naturaleza de la violencia mortal es diferente y es diferente su representación en la TV. Trasladarlo ingenuamente es distractivo de los reales problemas latinoamericanos al respecto, pues no solo desconoce la violencia socio-política como la mayor causa de muertes violentas, sino que también oculta la cultura de la violencia practicada por los adultos contra los niños (y aprendida por ellos) en el hogar y en la escuela², y oculta la violencia contra la mujer; según el SERNAM (Servicio Nacional de la Mujer), en Chile, una de cada cuatro mujeres sufre violencia al interior del hogar y el 62% de los agresores la aprendieron en su propio hogar.

¿TV hipersaturada de violencia?

Segundo, ese reduccionismo genera la impresión de una pantalla hipersaturada de violencia. En Chile, por ejemplo, un informe de mayo de 1994 (Consejo Nacional de TV) señala que en 2 meses de programación (5.741,8 horas), solo en un 5,17% del tiempo hay "elementos que podrían estimarse conflictivos", concentrados en dos géneros: películas en horario adulto y series. En la programación infantil (888,3 hs.) se detectó un 3,57% de emisiones con elementos conflictivos. Se pudo comprobar que este material conflictivo no aumenta el *rating*; al revés, lo disminuye levemente. El informe concluye que "la pantalla de la TV chilena se enmarca, en general, dentro de los supuestos del 'correcto funcionamiento' definidos por la ley y por las normas dictadas por el Consejo". Estos datos muestran que en Chile la postura reduccionista mencionada se devela como escapista de los problemas reales.

Incapacidad de plantear soluciones

Tercero, esta reducción conduce a la esterilidad y al empantanamiento, no solo por una controversia académicamente inconclusa (Contreras, 1993), sino por la incapacidad de proporcionar orientaciones prácticas y útiles a los productores de TV

Se ha sembrado la falsa (y notablemente ingenua) idea de que una buena TV infantil sería sinónimo de una TV sin violencia. La esterilidad de esa idea queda patente en las reuniones donde se habla latamente del daño y riesgo de la violencia televisada y, sin embargo, hay

escasas recomendaciones útiles acerca de qué producir para niños, cómo estimular la creatividad de los productores y qué hacer para lograr una TV atractiva y útil a los niños.

El conocido sicólogo L. Rowell Huesmann dedica 26 páginas de su estudio a demostrar *The Effects of Films and Television Violence upon Children* (1985, p. 123), pero dedica media página a las recomendaciones, que comienzan con esta frase: "*Unfortunately, understanding the process by which media violence may engender aggression in children does not immediately suggest a solution*". Luego continúa: "*We have no panacea to offer for this situation*". Y entrega, finalmente, tres observaciones en 17 líneas: los productores no pueden derivar a la familia el control del visionado de TV, la mayor preocupación debe dirigirse a los preadolescentes, y la violencia que impacta negativamente a los niños no es la misma que impacta a los adultos.

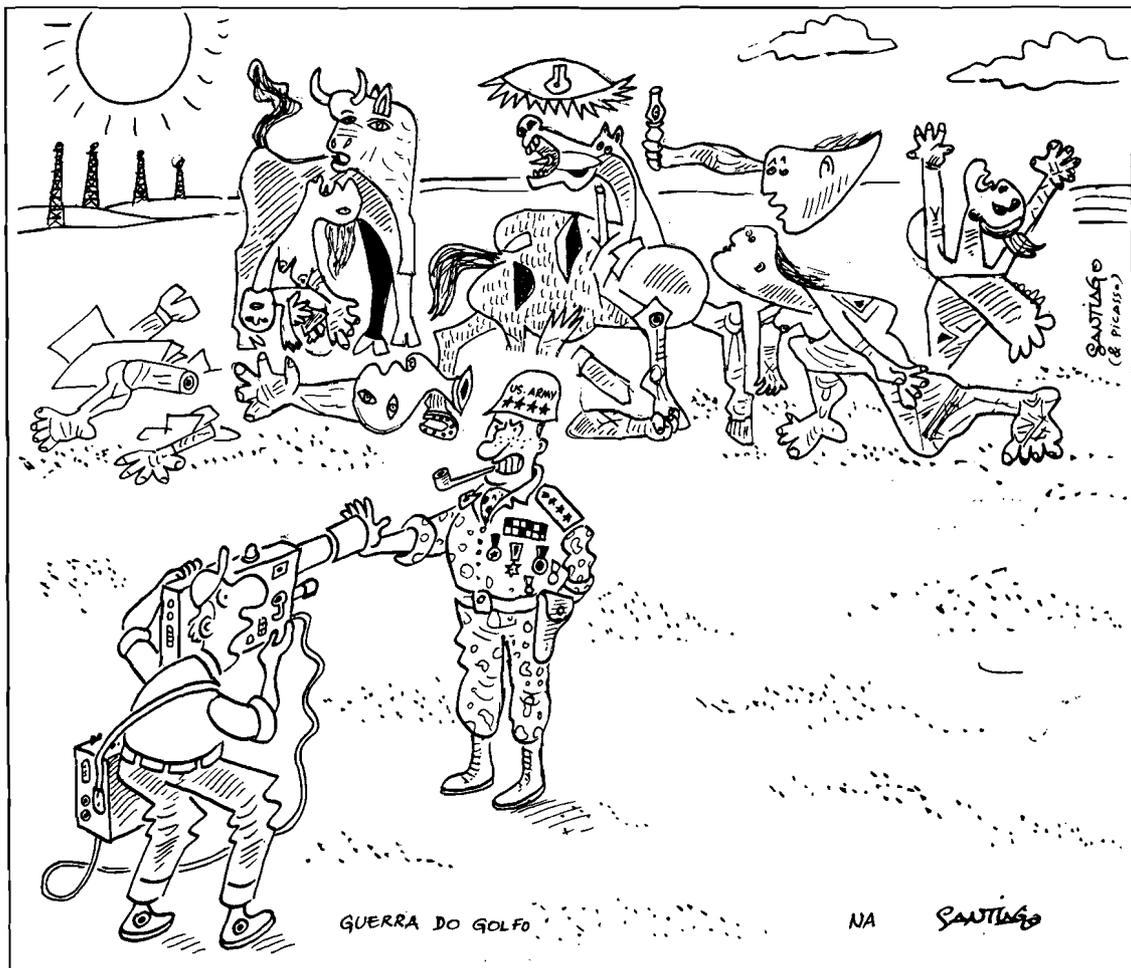
No deseo agregar más argumentos acerca de mi insatisfacción³, prefiero hacer algunas propuestas derivadas de la investigación en torno a los niños televidentes y su semantización del medio.

Asumir las motivaciones infantiles

Los estudios de la recepción televisiva han permitido considerar al niño como un televidente activo, procesador selectivo y que su atención a los programas es variable (Fuenzalida-Hermosilla, 1989; 1991). Esto imposibilita que los productores puedan imponer a los niños los gustos y preferencias por programas, y obliga a conocer y a respetar las motivaciones de los niños ante la TV, si se desea captar su atención.

La revisión de algunas motivaciones de los niños⁴, ante muy diversos géneros y programas de TV, abre perspectivas más excitantes para la producción de espacios con formas lúdicas y con esquemas que no son escolares, ni a base de necesidades definidas desde la objetividad del adulto. Al revés, pueden ser esquemas subversivos como el humor, el "niño alocado", el débil que vence al fuerte o el esquema del adulto torpe.

En cambio, las posturas demonizadoras de la TV, además de ser ciegas en comprender el agrado e interés infantil ante sus programas favoritos, culpabilizan también a los productores de TV y



los disuaden de emprender nuevas experiencias atrayentes para los niños.

Igualmente, el desinterés de los niños por muchos programas proviene de la incomprensión por parte de los productores acerca de las motivaciones y necesidades infantiles ante la TV, y de asignarle a los programas objetivos didácticos definidos por los adultos (programas estáticos, plenos de sermones verbales para "portarse bien", etc.).

Una de las claves para producir una TV atrayente y útil a los niños es partir de las motivaciones infantiles, las cuales son muy variadas:

- La necesidad de compartir en familia tanto la distensión por el humor como el reconocer el entorno social y ecológico de los problemas que afectan la vida cotidiana;
- el asomarse hacia los conflictos afectivos de los adultos, a través de la telenovela;
- necesidad de confirmar la autoestima y la capacidad de logro, el fortaleci-

miento del yo para superar debilidades, cansancio, temores, fracasos; a menudo tal confirmación es fruto del humor que desdramatiza las situaciones estresantes;

- vivencias simbólicas de "maldades y locuras";
- motivaciones a la acción épica y al protagonismo; curiosidad y motivación al descubrimiento, a la aventura, al misterio; a menudo, tal actuación es más motivante "en equipo" o en "pandilla";
- interés por el futuro, simbolizado en relatos espaciales.

Estas motivaciones tienen un carácter afectivo y están muy alejadas del aprendizaje conceptual y de las destrezas impartidas en la escuela. La motivación emocional constituye una energía formativa básica para el desarrollo de la persona y su capacidad de acción en la vida (Izard, 1978; Buck, 1984).

Un programa infantil, entonces, será más atractivo con **personajes fuertes,**

que se conecten con las motivaciones profundas infantiles. Estos personajes fuertes pocas veces representan la figura del profesor o profesora de la escuela.

Superar la "infantilización del niño"

Hemos comprobado que muchos programas para niños "infantilizan" al televidente infantil de diversas formas: tratándole en diminutivo ("amiguitos", "niñitos", "las manitas", etc.), usando formas descuidadas y de baja calidad, o simplemente entregándole mensajes que ellos sienten que son para "niños bobos". Este tratamiento segmentado ha sido heredado acriticamente de la dosificación cultural de la escuela, sin asumir el nuevo entorno cultural televisivo que socializa a los niños entremezclados con los adultos. De ahí que muchos niños confiesen aburrirse con esos programas "pueriles" (esa es una de las críticas a las telenovelas infantiles).

Una renovación de la TV para niños exige al productor resemantizar al televidente infantil tratándolo como sujeto activo, creativo, con destrezas y capacidades. Justamente por ello, ofrecerle también los recursos y las formas modernas con que se realizan otros programas. Esta renovación plantea, entonces, la incorporación del mundo tecnológico (vídeo, computación, juegos electrónicos, etc.) a los programas para niños, tanto en la factura moderna como en la presentación de objetos y temas que motivan la curiosidad de los niños.

Es necesario avanzar en la experimentación de programas con formas interactivas (telefónicas y otras formas de participación) que ellos conocen y aprecian, pues se emplean en programas para adultos. Igualmente, es preciso trabajar multimedialmente; es decir, buscando integrar programas de TV con diarios, revistas, álbumes, juegos creativos y didácticos, casetes de música, etc.

Renovar los géneros y las formas

Hablo de innovar y experimentar con programas pues "el redimir" un esquema generativo, al comprender su utilidad formativa desde la motivación infantil, no es garantía (lamentablemente) de un programa exitoso. Aquí intervienen el talento de los creadores y variadas condiciones de producción. Producir siempre es una apuesta y un riesgo.

Muchos programas "en vivo" muestran, en mi país, un gran agotamiento en relación a motivaciones hacia el niño y en sus formas televisivas. El humor es reemplazado por gritos, saltos, risas forzadas, disfraces mal realizados, etc.

Hemos visto la gran atracción de los dibujos animados, ella es fruto de la conexión con profundas motivaciones del niño, pero también de la excelente factura formal en muchas de esas producciones. Estas son producciones muy caras y suponen la constitución de una vigorosa industria televisiva.⁵

El tema de la calidad, en la producción de programas para niños, se vincula indisolublemente con el subdesarrollo de la empresa televisiva en la mayoría de nuestros países. La TV para niños mejorará no solo por obra de nuestros deseos, críticas o mejor comprensión de la relación infantil con los programas, sino también por la capacidad para construir industria televisiva.

Sinergia entre la TV y la escuela

En agosto de 1994 se firmó, en Chile, un convenio entre el Ministerio de Educación Pública y ANATEL (organismo que agrupa a los canales de TV) mediante el cual el ministerio fomentará el uso sistemático en el aula escolar de los programas habituales que ofrecen los canales de TV. Por programas habituales se entienden los programas que no tienen objetivos específicamente didácticos, pero que pueden presentar utilidad para determinados ramos escolares.

El supuesto es que la TV puede enriquecer a la escuela estimulando una pedagogía más activa, motivando a los niños y enriqueciendo el hábitat cultural de los sectores más deprivados. En conexión con esta sinergia, la escuela debe asumir los lenguajes audiovisuales y superar un currículo que dura muchos años solo en el lenguaje verbal y escrito, como si fuese el único existente. Más que la simple enseñanza de la lectura de la imagen o *visual literacy* hay que trabajar en la retórica y la estética de los medios y de los géneros audiovisuales (Messaris, 1993; Fuenzalida-Hermosilla, 1991). ●

NOTAS

1. Conviene recordar que las actuales teorías militares sobre "la guerra televisada" se basan en análisis sico-sociológicos post Vietnam, según los cuales la violencia real exhibida en TV no produce, sino aisladamente, sentimientos épicos o heroicos, actitudes o comportamientos de imitación; por el contrario, tiende más bien a generar masivamente sentimientos de horror y de rechazo en la audiencia. La nueva doctrina revela las resistencias sico-sociales (a nivel social como individual) provocadas por la violencia real en la TV y recomienda un rígido control en su exhibición. Esta doctrina ha sido practicada por los británicos en la guerra de Las Malvinas, por E.U. en las invasiones de Granada y Panamá, por la coalición aliada en la guerra del Golfo Pérsico, por la U.R.S.S. en Afganistán (Taylor, 1992). Esta misma doctrina ha sido aplicada, tanto por los movimientos terroristas como por el antiterrorismo, para ocultar de la TV los actos violentos o sangrientos que puedan suscitar más horror que adhesión en la opinión pública; lo mismo sucede con la tortura y las prácticas similares.

2. Según la Corporación del Niño Agredido, en Chile hay medio millón anual de niños agredidos por sus padres y con una tasa de mortalidad mayor que la leucemia infantil (*El Mercurio*, junio 20 de 1993, p. D.18). La mujer sería la mayor responsable de esta "epidemia silenciosa". Una tendencia reciente en el estudio de la vio-

lencia social subraya su aprendizaje cultural en el hogar. En efecto, en el hogar como en la escuela y otros grupos sociales, ocurre una modelación primaria de carácter interpersonal, la cual mediatiza y prima (deroga, neutraliza, confirma, etc.) por sobre la modelación secundaria proporcionada por otras fuentes como los medios masivos.

3. Solo mencionaré la vaguedad del concepto "violencia" que se puede referir equívocamente a contenidos narrativos históricos (*La vida de Jesús*), ficcionales (*Rambo*), fantasías animadas (*El correcaminos*), la rapidez de las formas televisivas (motivo por el cual la serie *Plaza Sésamo* ha sido considerada "violenta"), etc. El término se lo usa descontextualizado del género televisivo, lo cual muestra el notable atraso en los estudios de TV, comparados con los literarios y cinematográficos.

4. Un detalle sobre estas motivaciones se encuentra en el artículo del mismo autor "Motivaciones infantiles ante la TV", en *Chasqui* Nº 51, julio de 1995, p.p. 81-85.

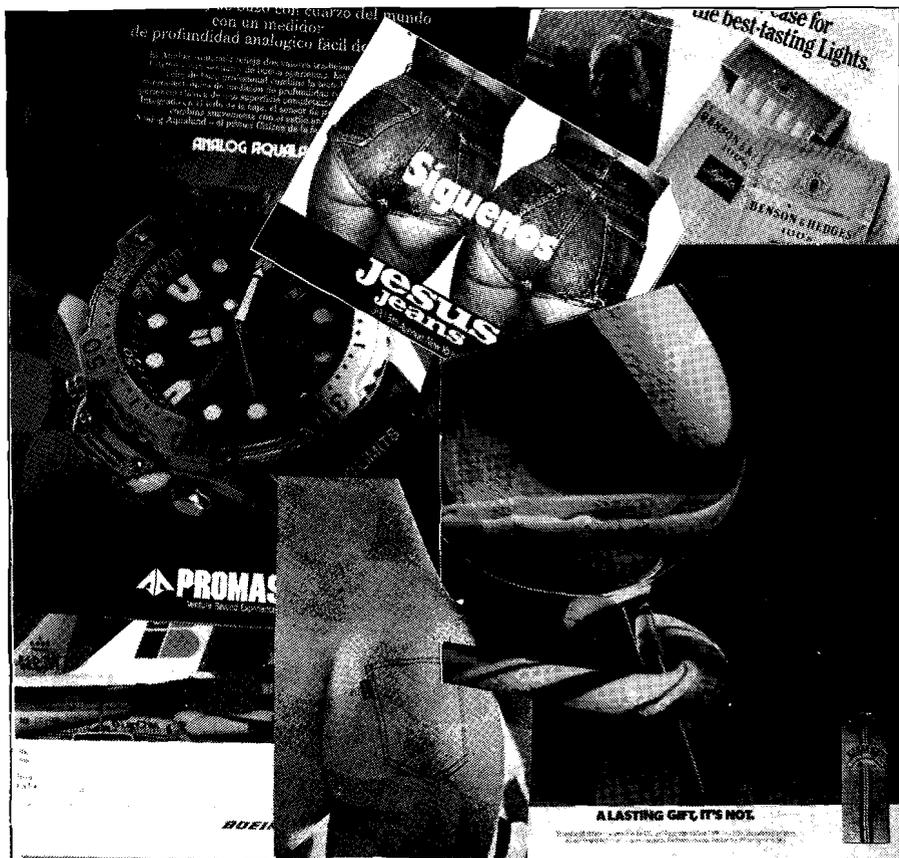
5. CIESPAL tiene en ejecución un proyecto para impulsar en América Latina la capacitación en la técnica del dibujo animado. Iniciativas como esta deben ser alentadas.

REFERENCIAS

- Buck, R., 1984, *The Communication of Emotion*, Guilford Press, New York.
- CNTV, *Estudios de Tendencias de la Programación en la TV Chilena*, mayo 1994, Santiago.
- Contreras, E., "Televisión y niños, niños y televisión, aproximación al estado del arte en la investigación empírica", en *Televisión Infantil y violencia*, CPU, Santiago, 1993.
- Fuenzalida, V. Hermosilla, M.E., *Visiones y ambiciones del Televidente*, CENECA, Santiago, 1989.
- Fuenzalida, V. Hermosilla, M. E., *El Televidente Activo*, CPU, Santiago, 1991.
- Huesmann, L. R., "The Effects of Film and Television Violence upon Children", en Katz, Stan J. and Vesin, Paul (ed.), *First International Conference Children and the Media*, Los Angeles, May 1985.
- Izard, C.E., *Human Emotions*, Plenum Press, New York, 1978.
- Messaris, P. "Visual Literacy: a Theoretical Synthesis", en *Communication Theory*, Three: four (Nov. 1993), p. 227-294.
- Mitchell, D.B., "Distinctions between Everyday and Representational Communication", en *Communication Theory*, Four: two (May, 1994), p. 111-131.
- Spock, B., "The Impact of the Multimedia Revolution on Children", en Katz Stan, J. and Vesin, Paul (ed.), *First International Conference Children and the Media*, Los Angeles, May 1985.
- Taylor, Ph. M., *War and the Media: Propaganda and Persuasion in the Gulf War*, Manchester University Press, 1992.

La escuela del crimen

El mundo contemporáneo está marcado por dos paradojas: necesita un mercado de consumo pero, a la vez, brazos baratos; y en su búsqueda por multiplicar consumidores, multiplica, en mayor medida, delincuentes. En este mundo paradójal, la publicidad, señala el autor, no estimula la demanda, sino la delincuencia y la prostitución.



Economía de importación, cultura de impostación, reino de la tilingüería: estamos todos obligados a embarcarnos en el crucero de la modernización. Los empréstitos de la banca mundial, que permiten atiborrar de nuevas cosas inútiles a la minoría consumidora, actúan al servicio del purapintismo de nuestras clases medias y de la copianditis de nuestras clases altas; y la televisión se encarga de convertir en necesidades reales las demandas artificiales que el norte del mundo inventa sin descanso y exitosamente proyecta sobre el sur y sobre el este.

EDUARDO GALEANO, uruguayo. Periodista, narrador y ensayista.

Alegres mensajes de muerte

Pero, ¿qué pasa con los millones y millones de jóvenes latinoamericanos condenados a la desocupación o a los salarios de hambre? Entre ellos, la publicidad no estimula la demanda, sino la violencia; entre ellas estimula la prostitución. Los avisos proclaman que quien no tiene, no es; quien no tiene un auto o zapatos importados, es un nadie, un basura; y así la cultura del consumo imparte clases para el multitudinario alumnado de la escuela del crimen.

Al apoderarse de los fetiches que brindan existencia a las personas, cada asaltante quiere ser como su víctima. La tele ofrece el servicio completo: no solo enseña a confundir la calidad de vida con la cantidad de cosas, sino que ade-

más, brinda cotidianos cursos audiovisuales de violencia, que los videojuegos complementan. El crimen es el espectáculo más exitoso de la pantalla chica. Golpea antes de que te golpeen, aconsejan los maestros electrónicos de niños y jóvenes. Estás solo, sólo cuentas contigo. Coches que vuelan, gente que estalla: tú también puedes matar.

La invitación al consumo es una invitación al delito. Leyendo las páginas policiales de los diarios, se aprende más sobre las contradicciones sociales que en las página sindicales o políticas. Allí están los alegres mensajes de la muerte que la sociedad de consumo emite.

Las ciudades latinoamericanas ya están siendo las más grandes del mundo y con las ciudades, a ritmo de pánico,

Entre ellos, la publicidad no estimula la demanda, sino la violencia; entre ellas estimula la prostitución. Los avisos proclaman que quien no tiene, no es; quien no tiene un auto, o zapatos importados, es un nadie, un basura.

crece el delito. Ciudades insomnes: unos no duermen por la necesidad de atrapar las cosas que no tienen, otros no duermen por miedo de perder las cosas que tienen.

La ansiedad consumidora no es la única profesora de la Escuela del Crimen. Ella actúa acompañada por la injusticia social, una profesora muy eficaz en sociedades donde la opulencia ofende escandalosamente al hambre, y también dicta allí sus lecciones la impunidad del poder, que enseña predicando con el mal ejemplo en sociedades donde los que mandan matan y roban sin remordimiento ni castigo.

Cosas de negros

Automóviles imbatibles, jabones prodigiosos, perfumes excitantes, analgésicos mágicos: a través de la pantalla chica, el mercado hipnotiza al público consumidor. Pero, a veces, entre aviso y aviso, la televisión cuela imágenes de

hambre y guerra. Esos horrores, esas fatalidades, vienen del "otro" mundo, donde el infierno acontece, y no hacen más que destacar el carácter paradisiaco de las ofertas de la sociedad de consumo. Con frecuencia esas imágenes vienen del Africa. El hambre africana se exhibe como una catástrofe "natural" y las guerras africanas no enfrentan etnias, pueblos o regiones, sino "tribus", y no son más que "cosas de negros". Las imágenes del hambre jamás aluden, ni siquiera de pasada, al saqueo colonial. Jamás se menciona la responsabilidad de las potencias occidentales que ayer desangraron al Africa, a través de la trata de esclavos y el monocultivo obligatorio, y hoy perpetúan la hemorragia pagando salarios enanos y precios de ruina.

Lo mismo ocurre con las imágenes de las guerras: siempre el mismo silencio sobre la herencia colonial, siempre la misma impunidad para los inventores de las fronteras falsas que han desgarrado al Africa en más de cincuenta pedazos, y para los traficantes de la muerte que desde el Norte venden las armas para que el Sur haga las guerras. La guerra de Ruanda, pongamos por caso, ha brindado las más atroces imágenes de carnicería humana durante 1994 y 1995. Ni por casualidad se ha escuchado la menor referencia a la responsabilidad de Alemania, Bélgica y Francia, que sucesivamente han contribuido a hacer añicos la tradición de tolerancia entre los tutsis y los hutus, dos pueblos que habían convivido pacíficamente durante varios siglos, antes de ser entrenados para el exterminio mutuo.

Con la violencia ocurre lo mismo que con la pobreza. Al sur del planeta, donde habitan los perdedores, la violencia rara vez aparece como un resultado de la injusticia.

La violencia casi siempre se exhibe como el fruto de la mala conducta de los seres de tercera clase que habitan el llamado Tercer Mundo, condenados a la violencia porque está en su naturaleza: la violencia corresponde, como la pobreza, al orden natural, al orden biológico o quizá zoológico de un sub-mundo que así es porque así ha sido y así seguirá siendo.

Un tramposo espejo

Los dueños de la información en el tiempo de la informática llaman comuni-

cación al monólogo del poder. La universal libertad de expresión consiste en que los suburbios del mundo tienen el derecho de obedecer las órdenes que el centro emite, y el derecho de hacer suyos los valores que el centro impone. No tiene frontera la clientela de la industria cultural, en este supermercado de dimensión mundial, donde se ejerce el control social en escala planetaria. Este es el tramposo espejo que enseña a los niños latinoamericanos a mirarse a sí mismos con los ojos que los desprecian, y los amaestra para aceptar como destino la realidad que los humilla. Según los datos de la UNESCO, las horas de televisión duplican las horas del aula en la vida de los niños latinoamericanos. Eso dice el promedio. Pero, ¿en cuántos casos las horas de televisión son las horas del aula? La educación pública ha sido la más castigada por la desintegración del Estado en América Latina. Como la salud pública, la educación ha sido desmantelada por el huracán del neo-liberalismo. Ahora, la educación es más que nunca el privilegio de quien pueda pagarla: de los demás, se ocupa la tele. La embestida avasallante de esta incomunicación que nos deseduca, no hace más que destacar la dimensión del desafío que estamos enfrentando, en lucha desigual pero más que nunca necesaria, ahora que la moda del fin de siglo nos manda apearnos de la esperanza como si ella fuera un caballo cansado.

Ganarnos nuestro público, solo se podrá exponiendo con humildad nuestras realizaciones, y el crítico en lo posible deberá reflejar esa nueva respuesta, una respuesta de aceptación o rechazo de un público que sí sabe lo que quiere cuando mira una pantalla grande o chica desde su propia cosmovisión. Una respuesta que no vendrá empaquetada ni embalsamada por los enlatados de la televisión, ni desde los libros de fórmulas estereotipadas a propósito de juzgar dramaturgias. ¿Hemos construido ya la nuestra? No desechemos a priori una realidad que puede transformar y transformarnos, cuando cumple su función desmitificadora, que no agota en sí misma la exposición de un criterio que lanza al espectador a la calle cargado de inquietudes y con un camino señalado, camino que habrá de recorrer cuando deja de ser espectador y se convierte en actor de su propia vida. ●



¿Los medios provocan o reflejan la violencia?

“Eso es lo que el público quiere” suelen responder los responsables de los medios cuando se les exige razones para los contenidos violentos. Cabe, entonces, preguntarse si es esto verdad y ¿por qué las diversas audiencias demandan estos temas? ¿por qué la gente “necesita” y “disfruta” de imágenes sangrientas y estremecedoras? ¿Qué predispone a la gente para recibir y gozar de estos espectáculos?

Con respecto a la profusión de imágenes y contenidos violentos en los medios, especialmente en la TV, se han propuesto algunas explicaciones. Una, satanizadora y apocalíptica que observa con profunda y legítima preocupación la abundante exposición de niños y jóvenes, en particular, a estos estímulos violentos, con efectos nocivos. Otra, más suspicaz, plantea que los medios no provocan la violencia, sino que reflejan la que está en la realidad, y quienes atien-

den a estos contenidos y disfrutan con ellos, de algún modo, subliman sus temores, pulsaciones ocultas, represiones, etc.; con lo cual reducen sus tendencias violentas. Un tercer abordaje sería, no desde la perspectiva de los medios, sino desde la sociedad y del individuo, lo que hay detrás de la violencia en sí: su origen, su fermento. En este sustrato es posible hallar elementos esclarecedores que nos permitan formular soluciones más auténticas y de alcance esencial.

Desde esta perspectiva, ¿cuál es la naturaleza de la violencia humana? Para no extendernos en este tema, de por sí muy complejo, que demanda un aborda-

je multidisciplinario, voy a resumir dos formas de comprensión desarrolladas en los últimos cien años en el campo de la psicología social, sobre la “destructividad o la agresividad humana”.

Enfoques sobre la agresividad

La primera aborda el problema como un componente innato en la naturaleza humana. La segunda considera que, si bien, a diferencia del resto de las especies animales, solo en el ser humano se puede encontrar un tipo de conducta agresiva, de destrucción por placer, de autodestrucción y de asesinato; ello no es consustancial a la naturaleza huma-

na, sino que se desencadena y desarrolla en determinadas condiciones de cultura y de sociedad.

La prueba definitiva que sustenta la primera es la constatación de la naturaleza agresiva de los animales. En ella destacan investigadores tan importantes como el etólogo Konrad Lorenz quien, en su libro *Historia natural de la agresión*, a partir de demostrar la conducta agresiva de los animales, la extrapola para sustentar su concepción de la condición innata de la agresividad humana.

No obstante, de los propios estudios de Lorenz, como de otros estudiosos, se puede colegir que los animales, en su naturaleza agresiva, lo son solo cuando del ataque depende su sobrevivencia: para lograr alimento, por defender su vida, su territorio, el acceso a las hembras; en fin, por motivaciones estrictamente de sobrevivencia. No existe especie animal que ataque por el placer de matar, de destruir.

Sin embargo, investigaciones realizadas en distintos zoológicos del mundo han demostrado que los patrones de agresividad se modifican significativamente si se modifican las circunstancias de vida. Por ejemplo, las observaciones muestran que los primates en libertad dan señales de poca agresividad, mientras que los de zoológicos pueden ser altamente destructivos. "Esta distinción es de fundamental importancia para el conocimiento de la agresividad humana porque hasta ahora, en toda su historia, el hombre raramente ha vivido en su 'hábitat natural', a excepción de los cazadores y recolectores, y de los primeros agricultores hasta el quinto milenio A.C. El hombre civilizado ha vivido siempre 'en zoológico', quiere decir, en diversos grados de cautividad y de ausencia de libertad, y todavía es así, aun en las sociedades más avanzadas" (Lorenz, op.cit.).

En resumen, las conductas agresivas de los animales en cautividad se profundizan extraordinariamente. Esto se ha observado en primates y en felinos, como lo expuso Mathews: "la mayor agresión, al reducirse el espacio, ha tenido por consecuencia (...) casos de lucha a muerte solo en condiciones de hacinamiento".

Además, Mathews estableció que la aparición de conductas agresivamente anormales se debe, también, a la ruptu-

ra de la estructura social natural: "cuanto mayor es el hacinamiento en las jaulas, menor es la jerarquía relativa, lo cual conduce a un continuo enfrentamiento con brutales ataques, que llevan incluso a la muerte de los más débiles".

Por otra parte, Zuckerman ha establecido que "...los animales cautivos, aunque estén bien alimentados y protegidos, no tienen 'nada que hacer'. Si uno cree que la satisfacción de todas las necesidades fisiológicas es suficiente para dar una sensación de bienestar animal (y al hombre), su existencia en el zoológico debería mantenerlos muy contentos. Pero esa existencia parasitaria los priva de los estímulos que les permitirían expresar activamente sus facultades físicas y mentales; de ahí que con frecuencia estén fastidiados, lánguidos, apáticos y/o antinaturalmente agresivos..."

A similares resultados llegaron las investigaciones de Kortlandt: "a diferencia de los chimpancés de zoológicos, que suelen hacerse con los años cada vez más pesados y estúpidos, los chimpancés más viejos de los que viven en libertad parecen más vivos, más interesados en todo... más humanos".

La importancia de las condiciones de vida

De lo dicho, es posible inferir una serie de reflexiones significativas aplicadas a los seres humanos. Algo que ya se ha acotado es cómo en las sociedades actuales se desenvuelve la vida humana. La profundización de las condiciones de miseria, que implican peligro de la propia sobrevivencia, y el hacinamiento conllevan la consiguiente ruptura de las naturales y ancestrales relaciones sociales establecidas por la cultura tradicional. Tenemos ya dos factores que en el mundo animal generan conductas de agresividad, solo que en el mundo humano se presentan con más crueldad, sofisticación y destructividad. Desde luego, no consideramos aquí las situaciones patológicas que ameritan otros análisis.

La conducta de autodefensa o de protección de la supervivencia, que emerge cuando el medio es hostil (por miseria, desempleo, hambre, falta de vivienda, etc.), podría ser considerada como una conducta agresiva **natural**. Sin embargo, el ser humano, a diferencia del animal, es capaz de imaginar, avizorar, calcular, inferir; es decir, anticiparse a la

ocurrencia de peligros reales o imaginarios, ante los cuales también reacciona, aun antes de que hayan aparecido.

Además, la agresividad estaría provocada por condiciones adversas para un desarrollo armónico del individuo, en términos espirituales, morales, intelectuales. Sería una agresividad **no natural**, y es la que se refiere a la alteración profunda de las condiciones de existencia y de relación consigo mismo, con los demás y con el entorno vital.

Me parece importante tomar en cuenta este último aspecto porque creo que en él se puede condensar lo principal de la problemática actual de la violencia en el mundo.

"Una polvareda desorganizada de individuos"

El ser humano necesita un sistema social donde sus relaciones con los demás sean relativamente estables y se sustenten en valores e ideas de aceptación general. Sin embargo, en la sociedad moderna, las tradiciones, valores y los lazos sociales personales genuinos han desaparecido o tienden a desaparecer. El ser humano "masa" contemporáneo está aislado, solo, aunque forme parte de una muchedumbre; no tiene convicciones que compartir con los demás, a pesar de que esté sitiado por consignas, ideologías, slogans; primordialmente difundidos por los medios. En palabras de Fromm: "Se ha convertido en un *a tomo* (el equivalente griego de 'in dividuo' = indivisible), que se mantiene unido solo por intereses comunes, que al mismo tiempo suelen ser antagónicos, y por un intermediario artificial: el dinero".

Emile Durkheim denominó a este fenómeno **anomia**, observando que las personas de la sociedad contemporánea son "una polvareda desorganizada de individuos". Además, descubrió que esta era una primera causa de suicidio. El suicidio tiende a aumentar inconteniblemente en la sociedad, en especial en las más desarrolladas. Y aquí estamos ante una conducta por completo ajena a la del animal: la de la autodestructividad.

Por tanto, no es el hacinamiento por sí mismo; sino, sobre todo, las condiciones psicológicas, sociales, culturales y económicas, las que motivan los patrones de agresividad humana.



"La violencia responde a las condiciones de vida"

Es evidente que el exceso de población en condiciones de pobreza, ocasiona estrés y agresividad, pues las personas no tienen alojamiento decente ni condiciones elementales para proteger su espacio vital. Además, las circunstancias económicas y sociales que propician las migraciones provocan la quiebra de las relaciones genuinas entre los individuos, no solo entre sí, sino también con la naturaleza, con su espacio original.

Es lógico pensar que tales alteraciones deben influir decisivamente en las emociones, en la estructura afectiva, las prioridades, los valores, la cosmovisión y, en general, la estructura ética de los individuos, con las consiguientes perturbaciones de sus parámetros del bien y del mal.

Por ejemplo, a los escolares se les obliga a estar de 6 a 8 horas diarias inmóviles, pretendiendo que atiendan a un sinnúmero de informaciones abstractas que no comprenden, que no están incorporadas a su experiencia sensorial y que, por tanto, no les incumbe, no les interesa. En lugar de emplear su enorme energía en procesos de aprendizaje auténticos, en contacto permanente con experiencias del medio ambiente, deben reducirse a la quietud y al silencio.

Se dice que los niños son por naturaleza crueles, agresivos. No obstante, las investigaciones de Montessori, Piaget, Freinet, entre otros, y la práctica de algunos establecimientos seriamente alternativos han demostrado que cuando los niños tienen cubiertas sus necesidades materiales básicas, se les demuestra un genuino amor y se les permite desenvolverse de una forma libre, para interactuar espontáneamente con el ambiente, **no** son agresivos, por el contrario, se muestran afables, solidarios y respetuosos entre sí y con los más débiles, con los animales, las plantas, y con todo lo que les rodea. Solo el abandono, la falta de amor y el irrespeto a sus necesidades de desarrollo, los hacen seres inconformes, agresivos y crueles. Me atrevo a hacer extensiva esta apreciación para el conjunto de la sociedad humana.

Queda, pues, abierto un acceso a respuestas para preguntas como: ¿los medios promueven o reflejan la violencia presente en la sociedad? ¿en qué medida los contenidos de violencia son funcionales a la civilización de hoy y qué alternativas tenemos?

Respuestas desde la sociedad

Considero que las alternativas y las respuestas no pueden ni van a provenir

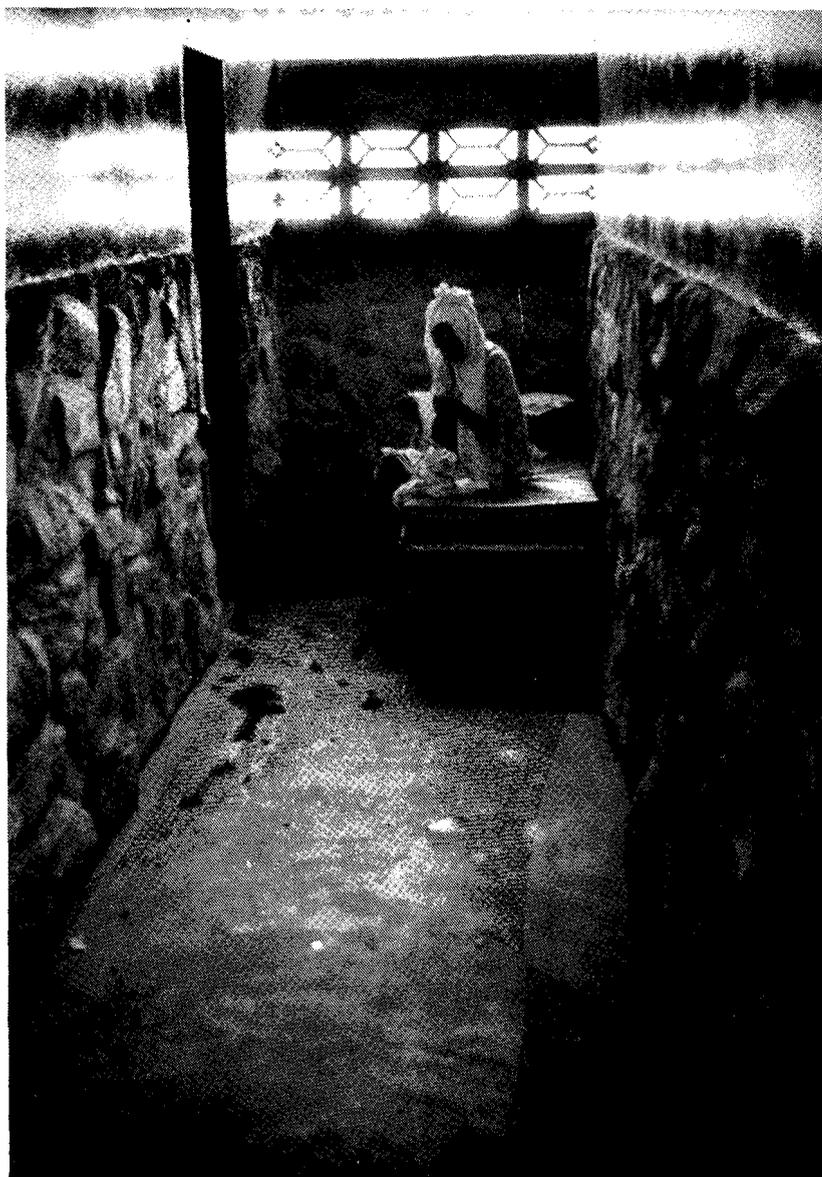
substancialmente de los medios, sino de la sociedad misma. Será un resultado de la forma en que logremos resolver los problemas globales de la sobrevivencia humana y los específicos, los que se manifiestan en la vida cotidiana: en la familia, la escuela, la comunidad. Son estos espacios donde potencialmente nos resulta más factible viabilizar soluciones concretas, sin esperar a que estas provengan exclusivamente de los grandes cambios estructurales en la sociedad.

Si en el contexto de estos espacios, logramos introducir mejores condiciones materiales, afectivas, ecológicas, espirituales e intelectuales, y de interrelación; probablemente se reducirán los niveles de malestar y, por tanto, de tendencias agresivas en los individuos. En consecuencia, los contenidos violentos de los medios perderán vigencia y aceptación, dejando de causar los efectos nocivos que reconocemos que existen. ❁

BIBLIOGRAFIA

- Fromm Erich, 1983, *Anatomía de la destructividad humana*, Siglo XXI, Ed. México.
- Kortlandt, A., 1962, "Chimpanzees in the wild", en *American Sciences*, N. 206. 128-138.
- Lorenz, Konrad. 1966, *Historia natural de la agresión*, Siglo XXI, Ed. México.
- Mathew. L.H., 1963, *Symposium in aggression*, Institute of Biology.

LAS TRAMPAS DE LA DESGRACIA



Alejós Pérez Luna

¿Por qué los sectores “peligrosos” de nuestra sociedad son los únicos que no tienen derecho a la vida privada en los medios de información?, es una de las interrogantes que despeja el autor y que confirma lo que alguien ya definió a la Crónica Roja como “la Página Social de los sectores populares”. Esta forma de hacer periodismo, muy rentable, es una manifestación de la violencia que ciertos medios ejercen sobre algunos sectores de la sociedad.

Europa inventó las sociedades disciplinarias. De hecho, la modernidad, en uno de sus múltiples sentidos, no es sino la diseminación mundial de los mecanismos que hacen posible, desde el siglo XVIII, la existencia de un tipo de imaginario y organización social cuyo eje constitutivo es la disciplina.

Informar también es disciplinar

En estas sociedades, la información constituye un modo de sujeción que hoy día conoce sutilezas inesperadas. Es tiempo de ocuparse de dichas sutilezas, del espacio que ocupan en los medios de comunicación, de sus artificios estéticos y retóricos, y de sus consecuencias en los imaginarios sociales.

Somos el producto de regímenes constituidos mediante artificios de poder y saber, ligados al manejo de la información sobre los cuerpos y las virtualidades del alma. En efecto, buena parte de los aparatos disciplinarios operan mediante miradas omnicomprensivas. Verlo todo, saberlo todo, decirlo todo. Lo propio de las sociedades disciplinarias es su capacidad de vigilancia. Además de controlar aquello que se define como “sectores peligrosos”, la vigilancia ofrece una rentabilidad social muy especial: por ella se configuran y se distribuyen especialmente los sujetos que los aparatos de producción requieren.

Los rituales de las sociedades tradicionales hacían exclusivo de unos cuantos la posibilidad de transformar sus actos en sucesos dignos de ser contados. Ser mirado y referido, seguido a diario por la escritura, fue un privilegio que escribas, amanuenses y cronistas reales, ofrecían al poderío. Los poderes disciplinarios modernos, en cambio, aplican so-

ALEXANDER JIMENEZ, costarricense. Filósofo, investigador y docente, vicedecano de la Facultad de Letras de la Universidad de Costa Rica. Este artículo es un resumen del ensayo que obtuvo el Primer Lugar en el certamen “Manuel Formoso Herrera”, convocado por el Semanario Universidad de San José, en 1995.

bre los cuerpos, gestos y comportamientos de los sectores populares, un seguimiento cotidiano mediante el cual sus movimientos son controlados.

La sociedad disciplinaria, que paradójicamente coincide en varios puntos con la sociedad de masas, individualiza para someter. La prisión, en este sentido, es un espacio de rectificación. Allí las sociedades pretenden recuperar a quienes habían perdido. Aparato de formación e información, la prisión construye sujetos y sectores sociales y da, al mismo tiempo, información, noticias, datos, sobre sus peligros virtuales.

Esos artificios no operan, necesariamente, en lugares cerrados. La cárcel ya no está en la cárcel. La cárcel cruza sutilmente los umbrales de las prisiones y marca las relaciones de los ciudadanos "libres". Sin proceso y, por lo tanto, sin defensa posible, habitamos calabozos virtuales, nosotros que creíamos estar de este lado de las prisiones y castigos. El sistema carcelario no tiene exterior. Su poder de castigar es reasumido, con éxito creciente, en lugares y discursos que lo diseminan y le agregan ese tono tan natural y tan legítimo. Michel Foucault, cuyos estudios pretendieron ilustrar los mecanismos de construcción y destrucción de la subjetividad en el mundo moderno, decía que la prisión continúa, sobre aquellos que se le confían, un trabajo comenzado en otra parte.

Enseñar, curar, informar, a menudo no son sino otro modo de disciplinar, vigilar y castigar. La sociedad toda se configura a partir de un tejido carcelario que permite tener a disposición, perpetuamente, los cuerpos y los rostros. Ejercer el poder también consiste en dominar el artificio de "enseñar escondiéndose". Observando se domina, y se domina mejor si no se es observado.

En el nacimiento de las prisiones modernas es posible rastrear una economía de la vigilancia que, en adelante, se distribuirá por todo el tejido social. Vigilar es imponer, desde el lugar invisible, un principio de visibilidad obligatoria a los sometidos. La mirada jamás advertida, la que tiene el poder de invisibilizarse, construye, controla y rentabiliza, ciertos espacios de dominación. Los barrios siniestros, los rostros monstruosos, son observados en pantallas y en periódicos. Se los obliga a ser vistos y se obliga a otros a mirarlos para denunciarlos.

Los medios de comunicación son un poderoso tejido a cuya sombra se opera cierto tipo de vigilancia y castigo. Ligados a la administración del poder y el saber sobre cuerpos, gestos y conductas virtuales; los medios cooperan con una organización tal del espacio y el tiempo que la presencia queda conectada con la ausencia. Los que no enseñan nunca su rostro tienen así la capacidad de percibir el rostro de los otros.

Las pantallas y las planas de los diarios transforman las capacidades perceptivas de los sujetos. Actúan como factores de irrealidad o hiperrealidad según haya que enseñar o mostrar. Es decir, hay una elección de lo que debe ser visible a la "opinión pública", y esta elección depende de los límites morales que los periodistas, los editores y los medios quieren respetar. Nuestra mirada está construida por textos e imágenes elegidos de antemano para decidir sobre los valores y el estado de la cultura.

¿Crónicas de la verdad?

El 21 de marzo de 1995, el diario *La Nación*, de Costa Rica, dedicó su editorial a legitimar las páginas de *Sucesos*. La tesis era que allí se documenta el irrespeto a la vida y a la propiedad, y además se suministra "una información objetiva y periódica sobre el desenvolvimiento del sistema de valores fundamentales de una sociedad". El editorialista continuaba con un cierto descargo: "A veces se critica a la prensa por poner al alcance de los ciudadanos estos hechos. Quisieran algunos que se mantuvieran secretos. El ocultamiento constituiría, sin embargo, una salida fácil y engañosa. La sociedad debe hacerle frente a este fenómeno, a estas muestras de descomposición, con apego a la verdad".

Dos meses después, en mayo de 1995, Irene Vizcaíno, una redactora de *Sucesos* de *La Nación*, nos hacía un recordatorio: "Con la conciencia tranquila y sobre todo, con la absoluta seguridad del respeto que tengo por la tragedia humana, solo les recuerdo que la tarea es traducir, lo más fielmente posible, la realidad al lenguaje escrito, con el fin no solo de informar, sino en muchos casos de prevenir. Escribimos de los hechos después que ocurren, no planeamos con mentes macabras, que ese preciso día, el sufrimiento tocaría sus puertas y se

asomaría en las páginas". Solo para ayudarlo a recordar, la periodista había escrito dos días antes la nota *Hirió a su novia y se ahorcó* (15 de mayo, p. 10A). Allí se describe un triángulo amoroso: el ahorcado, la joven herida y la madre de esta. La "noticia" termina con una descripción apegada a la verdad que aquel editorial exigía: "Mi padrastro se ahorcó, eran los gritos del niño de cinco años de edad que salió asustado de la vivienda, mientras su hermana sangraba".

Un padrastro ahorcado por amor, una hermana que sangra y un niño que grita su horror. Estas "crónicas de la verdad", que *La Nación* exige de sí misma, ciertamente documentan la descomposi-

Vigilar es imponer, desde el lugar invisible, un principio de visibilidad obligatoria a los sometidos. La mirada jamás advertida, la que tiene el poder de invisibilizarse, construye, controla y rentabiliza, ciertos espacios de dominación. Los barrios siniestros, los rostros monstruosos, son observados en pantallas y en periódicos. Se los obliga a ser vistos y se obliga a otros a mirarlos para denunciarlos.

La intimidad parece estar reservada a los hombres públicos y a las familias "honorables", y la honorabilidad es una virtud reservada, desde finales del medioevo, a los sectores con poder económico.

ción de nuestra vida social; pero también documentan otras cosas: la condición de nuestro periodismo, la de nuestros periodistas y la de nuestra sensibilidad. Sin duda, algo se descompone allí donde la desgracia íntima asume la realidad de un espectáculo.

Alguien tendría que escribir la historia de los cuerpos expuestos. En este relato interminable, los medios podrían aparecer tomando el relevo de los suplicios públicos. Los cuerpos torturados, los que han pasado por el suplicio, pasarían así de la plaza pública a la pantalla y al papel, a esos lugares de reunión social, donde se celebran las ceremonias del castigo y la enseñanza. Congregado alrededor de la liturgia cotidiana del periódico y el noticiario, el pueblo aprende los mandamientos de la normalidad.

Aquel editorial de *La Nación* insistía en que "las páginas de *Sucesos* documentan el estado de una sociedad en relación con el respeto al ordenamiento jurídico y en particular a la vida y la integridad física de las personas". La misma institución penal se ve, pues, rebasada y desplazada. Antes del juicio y la sentencia, los "suceseros" han dado ya su veredicto imaginario, que es finalmente el real, el que funciona socialmente. Los medios juegan con el dolor y sacan de él provechos inimaginables.

Los mercados de la intimidad

De los años 60 para acá, el saber que los comunicadores construyen y difunden ha trastocado la manera cómo la vida cotidiana se sufre y reconstruye. Los medios son, sin duda, uno de los centros de construcción del imaginario urbano. Sus mediaciones simbólicas cooperan en la construcción de un tipo de tejido social, al mismo tiempo que lo hacen soportable y deseable. El modo de elaborar el discurso de la delincuencia común puede ilustrar tales mediaciones y su carácter de estabilizadores sociales. Los sectores populares aprenden a denunciar a quienes les son cercanos. La peligrosidad social queda así reducida a un segmento que tiene mala conciencia sobre sí mismo, a partir del manejo de un discurso administrado por las secciones de sucesos.

De manera especial, los procesos de comunicación social han variado los criterios éticos y estéticos desde los que las ciudades construyen y perciben la in-

timidad de los seres humanos que las pueblan. Esto se nota, con mayor fuerza, en la reconstrucción escénica operada por los medios de comunicación sobre el dolor, la desgracia y la elaboración del duelo.

Curiosamente, ciertos sectores solo acceden a los espacios públicos a modo de material informativo en las secciones de *Sucesos*. Es paradójico. Quienes nunca habían aparecido en la pantalla o el papel aparecen cuando ya no están, cuando han dejado de habitar sus cuerpos. Quienes estaban al margen ocupan el centro de estas noticias. La intimidad parece estar reservada a los hombres públicos y a las familias "honorables", y la honorabilidad es una virtud reservada, desde finales del medioevo, a los sectores con poder económico.

En situaciones de desgracia, la elaboración del duelo ha dejado de ser una práctica interior, íntima. Las familias y amigos de ciertos muertos agregan a su dolor el plus-dolor que la prensa se encarga de diseminar a partir de fotografías, entrevistas, acercamientos audiovisuales. A estos estamentos, la intimidad se les disuelve en las pantallas, a través de un atropello innoble. Hay un usufructo con las imágenes de la muerte: cuerpos despedazados o velados por materias blancas, rostros ensangrentados y convulsos, ojos desesperados.

Informar sobre sucesos es otro modo de administrar y vigilar los cuerpos. Allí rígidos, inmóviles, los cuerpos no asustan ni hablan su historia de dolor. El dolor es para los que quedan. Es a ellos a quienes se advierte.

Es curioso. Los procesos comunicativos cuentan con las condiciones para reunir a quienes habitan la ciudad. Habitamos nuestras ciudades solo de manera virtual, pues nadie podría reconstruir el espacio urbano sin la mediación de los medios. Sin ellos difícilmente experimentaríamos nuestro presente; sin embargo, las mediaciones comunicativas cumplen a medias ese trabajo. En el plano político, aunque solo fuese de manera virtual, podrían ayudar a configurar espacios para la crítica, el consenso y el disenso. En cambio, terminan siendo chatos, aunque pulidos, instrumentos electoreros y publicitarios.

Los medios, en cuanto elementos del mercado, han sustituido torpemente a



los elementos que tradicionalmente constituían el centro de configuración de la identidad ciudadana. Es cierto que desde el siglo XIII la vida de la ciudad es de una "densa sociabilidad" y que en las culturas urbanas del medioevo es necesario aprender a sobrevivir en medio de la promiscuidad. Sin embargo, no es sino hasta ahora cuando ciertos espacios de la intimidad comienzan a perderse a causa del manejo que de ellos hacen los medios de comunicación.

Hasta hace pocos años, los sujetos creían tener derechos a sobrellevar el dolor y la desgracia con un cierto grado de intimidad, dignidad y discreción. Como parte del proceso de frivolidad colectiva que padecemos, también los sufrimientos más profundos son divulgados como información negociable. Sin que nadie lo advirtiera, nos ha nacido una "intimidad de masas" cuyo rostro más visible son los espacios televisivos en donde sujetos se confiesan, los unos a lo otros, detalles afectivos, amorosos, familiares, que tradicionalmente se resolvían en ausencia de las cámaras. Sin embargo, la apertura del mercado de la desgracia no toca a todos los segmentos por igual.

Algunos se las agencian para disfrutar del derecho a la intimidad del dolor que les producen las desgracias. Otros, no tienen más destino que mirar los noticiarios a fin de reencontrar las historias personales de sus amigos o hermanos convertidas en sucesos públicos. Parece existir, en los mercados del honor, una mano invisible que regula el buen nombre. Esta mano obliga a los comunicadores a tejer informaciones espectaculares, que incluyen las historias delictivas de toda la familia, solo en los sectores populares.

Estetizar el dolor

El asunto no es solo el manejo indigno y frívolo que se hace de la desdicha. A la par de ello, es posible observar una realidad de doble rostro en el modo de dar la información: los artificios estético-comunicativos ocultan las raíces sociales del dolor humano y, en su lugar, construyen y presentan historias y escenas morbosas de un innegable atractivo para prácticas autoengañosas. Cuando aparece en la pantalla el rostro de un criminal, al horror le sigue la purificación: algo se nos cura dentro sabiendo que



Karl - Heinz Rosh, Humboldt 115

Informar es, a menudo, otro modo de disciplinar

ese no somos nosotros, que a nosotros nunca nos pasará, que los monstruos están siempre del otro lado de la historia. Este elemento de autoengaño es un equilibrador social: estamos salvados puesto que siempre es posible reconocer a los culpables. Los televisores y los periódicos son un lugar en donde el juicio final sucede cada día.

Obviamente, no toda la información social puede reducirse sin más a estos mecanismos de velación y develación. Incluso, no puede dejar de reconocerse que algunas veces, aunque solo sea de modo virtual, los medios de comunicación prestan el oído, la vista y la voz a quienes de otro modo estarían condenados al desencuentro. Pero estas posibilidades de articular espacios y tiempos son medianamente utilizadas frente al creciente uso de prácticas disimulantes.

Los medios de comunicación aceptan y engullen el dolor producido, lo es-

tetizan, lo despojan de su contenido crítico y de su origen social, y luego lo venden. La mayoría de los dolores humanos son construidos socialmente. Es decir, son signos de la manera de estar organizada una formación social. Cuando uno se duele de los efectos sin atender a las causas, hay algo sospechoso.

En definitiva, el saber sobre los cuerpos, sus desgracias y sus virtualidades se traduce en cantidades de información susceptibles de ser vendida. Pero hay un tipo de "pudor periodístico" que no ingresa nunca en ciertos peligros, en ciertos cuerpos, en ciertas cámaras. La lección la tienen bien aprendida. Ellos pueden secuestrar los dolores de los sectores populares y, por tanto, "peligrosos". Del otro lado están lo que sostienen el mundo. Y estos solo aparecen en la sección de *Nacionales* o *Económicos*. Tales son las distribuciones del espacio de la inocencia. ❁

Los juegos de la crónica roja

KINTTO LUCAS

La justicia y sus códigos extraños, el poder de algunos personajes y los juegos retóricos no tan inocentes de la prensa pueden conducir a la impunidad de ciertos hechos criminales. Para evitar esta peligrosa situación, la Crónica Roja debe jugar un rol responsable, creativo y ecuaníme por las víctimas, por la sociedad.

UNO

El año pasado un hecho llenó los titulares de la prensa y las imágenes de la televisión ecuatoriana: un conocido profesor de karate había asesinado a una señora y sus dos hijas. Se dieron una serie de explicaciones para el crimen. Se realizaron análisis psicológicos, lógicos, ilógicos. Se entrevistó decenas de veces al autor confeso. Se le mostró cabizbajo, arrepentido, señalando que todo fue en un momento de locura y que ya no se acordaba de nada. Se buscaron justificaciones sin mucho asidero.

La versión más publicitada terminó siendo la del asesino: acepta los crímenes pero "no sabe qué le ocurrió", qué "extraño fantasma se apoderó de él" ese día que, sintiéndose una especie de Rambo, hizo gala de sus "sabidurías" con las tres. Entonces, luego del impacto inicial en la prensa -que sabe sacar rédito de estos acontecimientos-, todo pasó, y la justicia, que a veces tiene incisos y códigos extraños, tal vez pueda dejarse llevar por la "locura momentánea" de un acusado quien, en algún tiempo, podría quedar libre.

Tal vez, desde ese mismo momento, cualquier mujer podrá ser violada o asesinada, pues a los culpables les bastará aceptar el crimen pero "olvidar" bruscamente qué pasó, "sentirse dolidos" e invocar una "borrachera compartida con la víctima", un instante de "falta de lucidez" y cualquier subterfugio legal que les libre de la cárcel. Las leyes, muchas veces, son como sacadas de la galera, como un invento de alguien que se dedicó a inventar normas pensando en jugar con las personas, divertirse a largo plazo.

DOS

El periodista, antes de escribir, debe reflexionar sobre las consecuencias que puede tener el dedicarse a jugar con los protagonistas de una historia de este tipo. Si no lo hace, pue-

de ocurrir que quienes dicen estar contra el crimen, como los medios de comunicación, terminen -tal el caso del triple asesinato- entrando en el juego, cayendo en el amarillismo e incluso mostrando, tal vez sin querer, al asesino como la posible víctima de una situación.

Estos personajes que andan por ahí creyéndose tan poderosos como para hacer lo que quieran, no son víctimas de una situación, ni siquiera son víctimas de la sociedad, son sí -como la misma prensa- parte de una sociedad que alaba el machismo e incluso lo reconoce como un triunfo personal; son tan solo un ejemplo de la miseria humana llegada a su punto más bajo. Víctimas de la sociedad son otros: los niños de la calle, los olvidados por la economía.

TRES

Estamos en un mundo en el cual el juego, con todas sus formas, es parte de la vida cotidiana: sea el juego atroz de un hombre matando mujeres, sea el juego retorcido de la prensa exaltando esos crímenes, sea el juego diabólico de la ley inventando figuras legales que pueden declarar víctima a un culpable. El riesgo que se corre es el de jugar cada vez más y que la muerte de cualquier mujer, al final, sea para todos solo un juego. Si bien la prensa debe tocar estos temas, tiene que hacerlo de una forma que sobrepase la vulgaridad que muchas veces pone de manifiesto la denominada crónica roja; dejando de lado el espectáculo para entregar al lector historias contadas desde ángulos humanos, desde la cotidianidad que está muy lejos de los decires oficiales. Y debe hacerlo poniendo en práctica toda la vida del lenguaje, a través de crónicas que dejen de lado los lugares comunes de las típicas secciones policiales, para entregar al lector una verdadera obra literaria que tiene como eje la realidad. Los periódicos pueden desmenuzar la realidad y entregarla con creatividad. Así, quienes lean dejarán de sentirla como parte de un mundo lejano. Es difícil para la prensa explicar la neblina, pero por lo menos puede ponerle límite, puede dejar a la neblina la parte que le corresponde. Puede ponerla en su lugar. ●

KINTTO LUCAS, uruguayo. Periodista, corresponsal en Ecuador del Servicio Informativo de la Organización de Estados Iberoamericanos.

MICHAEL JACKSON

antes del caos

Michael Jackson es un buen ejemplo de cómo utilizar las relaciones públicas para realzar o manipular la imagen de un producto a través de los medios de comunicación. Este ensayo pretende analizar los eventos que tuvieron lugar antes de que el cantante fuera acusado de abuso sexual contra un menor. Dichos eventos formaron parte de un plan muy bien delineado para disminuir los efectos de la inminente crisis que se acercaba. Este trabajo combina la crítica retórica de temas de fantasía con teoría de comunicación



Nadie duda del talento de Michael Jackson ni que él sea uno de los artistas más completos de los últimos tiempos (Lacayo 68). Categorizándolo como un producto de los medios de comunicación social, el Sr. Jackson debe ser visto como parte de la organización que maneja su carrera: Producciones MJJ.

Antes de que las cosas estén "Bad"

La prevención e inmediata atención a una crisis deben ser parte de cualquier

estructura organizacional. Producciones MJJ y Michael Jackson usaron la televisión como parte de una estrategia de prevención para el manejo de la crisis que resultó exitosa, ya que siguieron al pie de la letra una regla básica de las relaciones públicas: obtener control de la opinión pública antes de que esta tome control de la organización. Según Fink, una estrategia de prevención es vital para enfrentar crisis. El cantante necesitó de dicha práctica para mantener su audiencia tanto como cualquier compañía necesita retener sus consumidores y mantenerse vigente.

Cuando Producciones MJJ y Michael Jackson se percataron de la posible pér-

dida de popularidad y dinero, decidieron que un cambio de imagen era vital para que el público volviera a interesarse en él. Los relacionistas públicos del cantante decidieron que era tiempo de enfrentar circunstancias peligrosas (*Dangerous*). Tal y como en caso de enfermedad se trata de salvar la vida del paciente con un tratamiento eficaz desde los inicios del mal, las relaciones públicas sugieren que el problema se ataque antes de que se torne severo y ocurran posibles complicaciones (Fink 21) ¿Sería este el propósito de los especialistas en relaciones públicas de Michael Jackson?

JUAN LUCIANO NIEVES, puertorriqueño. Master en comunicación, docente universitario.

Evitar lo "Dangerous"

Ciertamente, el producto como la organización deben sobrevivir no importa lo que pase. La opinión pública negativa debe combatirse desde sus raíces más profundas para que el proceso de recuperación dure menos tiempo. Tal vez por esto Robert G. Jones, Vicepresidente de Comunicaciones de Producciones MJJ, y Anthony Pelicano, el investigador privado más famoso en Hollywood, delinearon una estrategia para limpiar el nombre de Jackson y solidificar su imagen (Hewitt 46b, Jet 56c).

Las relaciones públicas de Michael Jackson tratan de darle una apariencia normal a un producto que raya en la fantasía, lo misterioso y lo excéntrico. Era evidente que el público estaba visualizando a su ídolo como un ser demente, en lugar de entretenido, y que esto podía afectar su música (Werts 52). Algo que anunciaba una tormenta estaba en el aire y era mejor sacar ventaja a la enorme popularidad con la cual Michael aún contaba. Había que trabajar con algunos aspectos controversiales referentes a la apariencia e identidad de la superestrella: cambios físicos utilizando cirugía plástica y otras técnicas cosméticas, el asunto de su decoloración y el juego con su identidad sexual (Jefferson 122). Era entonces evidente que antes que comenzara la crisis, se le visualizara como una persona buena que fue víctima de las circunstancias, debido a los problemas que tuvo en su niñez.

Varios eventos, utilizando los medios de comunicación masiva, fueron parte de esta estrategia que culminó con el casamiento de Michael con Lisa Marie Presley. Según Gilanto, este matrimonio fue una muy buena movida comercial. Michael Jackson estaba dejando atrás su imagen controversial para convertirse en todo un hombre de familia. ¿Quién cree toda esta historia? Así son las relaciones públicas.

Desde enero de 1993, Michael comenzó a realizar apariciones personales en eventos de suma importancia y de gran arraigo popular, como el espectáculo en el intermedio del *Super Bowl* y en la gala inaugural del presidente Bill Clinton. Luego vino su famosa entrevista en el programa de Oprah Winfrey, el cual fue presenciado por 90 millones de personas y se convirtió en el cuarto progra-

ma más visto en la historia de la televisión en los Estados Unidos (Caputo C1, Kaul A27).

La buena de Oprah

La utilización del programa de Oprah Winfrey, el programa hablado número uno en los Estados Unidos, para realzar la imagen del artista, fue una estrategia eficaz y altamente planificada. En este programa en vivo, Jackson le dijo al mundo que él no era una persona extraña e inmadura (Lomartire 2W). Presentando una imagen de persona real y normal, Michael y Producciones MJJ pretendieron conseguir credibilidad y respetabilidad entre una audiencia que se cuestionaba tantas noticias confusas. Cuando Oprah Winfrey entró a la lujosa residencia del artista y habló con él, de una manera franca y amigable pero con preguntas directas y controversiales, los agentes de relaciones públicas de Michael estaban a sus anchas. Su propósito se había cumplido.

El contestó a cada pregunta de la Sra. Winfrey con naturaleza y sinceridad. La niñez del astro fue usada para poner en contexto muchas de las alegaciones que eran de dominio público. Se enfatizó que su juventud no fue normal porque, al ser este una superestrella, su vida no podía ser ordinaria. En fin, los relacionistas públicos trataron de impregnar a la audiencia con compasión y entendimiento hacia su producto.

Se justificó el cambio de pigmentación de Michael utilizando la enfermedad llamada vitiligo como excusa. Esta aseveración fue un buen esfuerzo de sus relacionistas públicos pues nada hubiera sido más efectivo que atribuir sus cambios a una condición médica que causa decoloración en la piel y es más notable en personas de la raza negra (Peden 12).

La niñez de Michael también se utilizó para aplacar las críticas a su persona. Se enfatizó la crueldad y abuso de su progenitor con él y sus hermanos (Colliss 67). Un sentido de victimización permeó la entrevista sacudiendo la terrible imagen de loco que poseía el astro y, a su vez, enmarcándole como un ser humano común y corriente. Fue un nuevo renacer para Michael pues sus fanáticos volvieron a reencontrar a la estrella que habían apoyado durante tanto tiempo. Michael Jackson quiso volver a ser nue-

Las relaciones públicas de Michael Jackson tratan de darle una apariencia normal a un producto que raya en la fantasía, lo misterioso y lo excéntrico. Era evidente que el público estaba visualizando a su ídolo como un ser demente, en lugar de entretenido, y que esto podía afectar su música.



¿Quién cree toda esta historia?

vamente el niño mimado de sus comienzos o el reluciente joven que apareció en la carátula de su grabación *Off the Wall* (Werts 52). Al finalizar la entrevista, el espectador es influenciado a pensar que el cantante no es tan raro como todos piensan y que él es como cualquier hijo de vecino.

De victimario a víctima

Al traer un sentido de realidad a la imagen de Jackson, se estaban borrando etapas muy bien cuidadas de fantasía y surrealismo; pero, a su vez, se le estaba permeando con un sentimiento de simpatía que sería vital para los futuros acontecimientos en la vida del superastro. Este enfoque pro-activo fue utilizado para hacer ver a Michael como la víctima en lugar del victimario (Berkowitz 7).

Luego de la entrevista con Oprah Winfrey, Jackson apareció en la entrega de premios de la Asociación Nacional para el Desarrollo de la Imagen de los Negros. Esta presentación sirvió como un evento idóneo para darle seguimiento al cambio de imagen que inició con Oprah. Cuando le tocó el turno a Michael, de presentar uno de los premios,

dijo que era inocente de todos los alegatos a los cuales se le vinculaba y que él se fortalecía con su creencia en Dios y el apoyo de sus fans (Jet 58).

Michael proclamó que era miembro de los Testigos de Jehová. Aunque las creencias de esta secta religiosa contrastan drásticamente con la música y la ropa que el artista usa, estas se adaptan a su aparente estilo de vida en el cual él no fuma, bebe o tiene sexo (Harrison 142).

Toda esta serie de eventos, rumores, ideas y malos entendidos sugirieron que una aguda crisis se avecinaba. En una crisis, la etapa prodromal es donde hay señales de que algo serio va a suceder (Fink 21). Las empresas MJJ de Michael Jackson deben haber presentado esta situación y trataron de prepararse para lo peor. ●

BIBLIOGRAFIA

Berkowitz, Harry, "Reaction Could Be Bad", in *Neusday*, 25 August, 1993, city ed.: 7.
 Caputo, Salvatore, "Jackson Dive: Will Fans Tell Star to Beat It", in *The Arizona Republic*, 31 January, 1994: C1.
 Corliss, Richard, "Who's Bad", in *Time*, 6 September, 1993: 54-56.
 Fink, Steven, *Crisis Management*, New York: AMACON 1986.
 Harrison, Barbara G., "Can Michael Jackson Keep the Faith?", in *Mademoiselle*, January, 1985: 142.
 Hewitt, Bill, et al., "Dodging the Bullet", in *People Weekly*, 7 Feb., 1994: 65-88.
 Jefferson, Margo, "The Image Culture: Michael Jackson, Cindy Sherman, and the Art of Self-manipulation", in *Vogue*, March, 1988: 122.
 Kaul, Donald, "Perhaps Oprah Prepared Us Well", in *The Arizona Republic*, 27 February, 1993: A27.
 Lacayo, Richard, "Michael Jackson", in *People Weekly*, Fall 1989, special issue: 68-69.
 Lomartire, Paul, "Famous Seek to Avoid Being Infamous: Celebrities Head for the Airwaves to do Damage Control When Bad Publicity erupts", in *The Dallas Morning News*, 1 April, 1993: 2W.
 "Michael Jackson Gives revealing Record Breaking Interview to Oprah Winfrey", in *Jet*, 1 March, 1993: 56-57.
 Peden, Lauren David, "Michael Jackson's New Hue", in *American Health*, 12:28.
 Werts, Diane, "The Thriller is Gone: Who is that Guy who Calls Himself Michael Jackson and why Does He Seem to be Everywhere Lately?", in *Neusday*, 10 February, 1993, Nassau and Suffolk ed. 52.

● artesanal

● abierta

● caliente

FM 88.7 MHz
LA TRIBU

un atentado cultural en los '90

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



**sociological
 abstracts**

Piercing Social Analysis

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

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

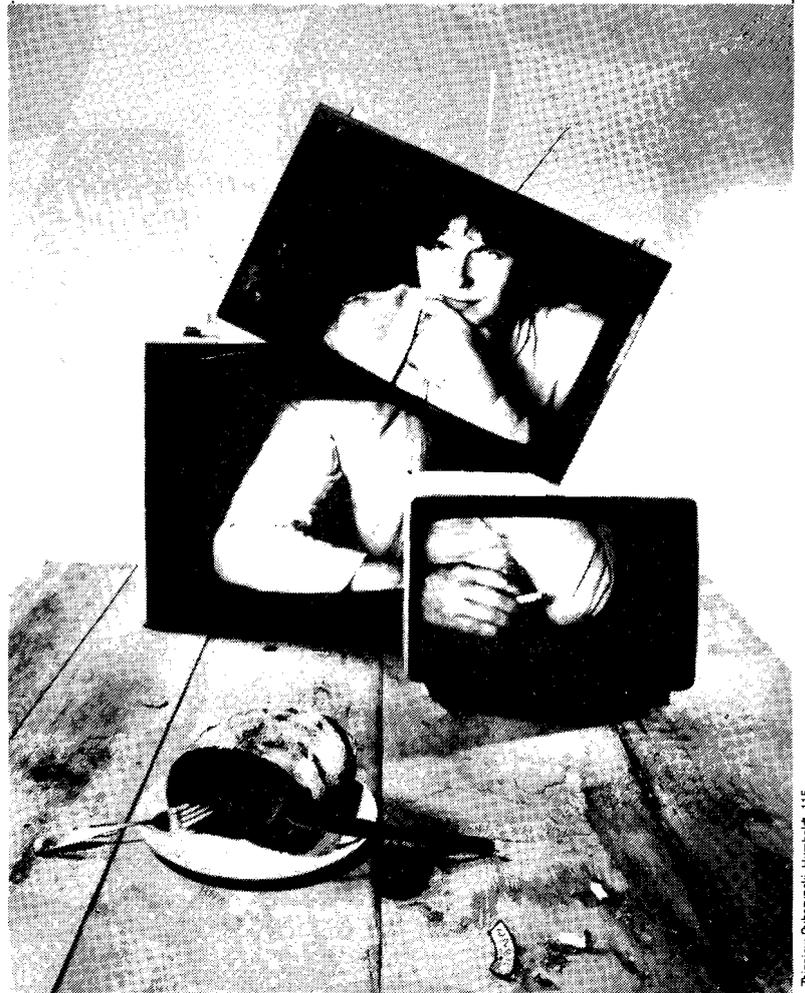
Sociological Abstracts
 P.O. Box 22206 San Diego, CA 92192-0206
 619/695-8803 Fax: 695-0416
 Internet socio@cerfnet.com
 User Assistance: 800/752-3945

The SAI family of services: Sociological Abstracts (SA) - Social Planning/Policy & Development Abstracts (SOPODA) - sociofile (SA and SOPODA on CD-ROM) - Products are available in print; online from Knight-Ridder, DIMDI, OCLC, and Ovid; on CD-ROM from SilverPlatter, EBSCO and Ovid; on magnetic tape via SAI direct. Document delivery available via SOCIOLOGY * Express: 800/313-9966; 415/259-5013; Fax 415/259-5058; e-mail: socabs@ebscodoc.com

Comunicación y subjetividad

Comprender que el estudio de los medios de comunicación debe inscribirse en el marco de la cultura general constituye un paso central; sin embargo, aún no se comprende -en las ciencias sociales en general y en la comunicación como parte de ellas- la necesidad impostergable de la incorporación de la noción de subjetividad, sostiene el autor.

Plantea, además, algunas observaciones acerca de cómo los estudios exclusivamente disciplinarios impiden un avance en el conocimiento de dos terrenos: comunicación y psicología.



Zbigniew Rybczynski, Humboldt, 115

La realidad es una totalidad no separada por las disciplinas creadas por el hombre. Pero si estas fueron (y, en cierta medida, siguen siendo) una necesidad para la producción del conocimiento ante la dificultad de abarcar tal totalidad, el momento actual exige la ruptura de los mar-

cos disciplinarios cerrados y la necesidad de apertura hacia el estudio de los vínculos y relaciones entre aspectos total o parcialmente separados.

En este sentido, es válido el categórico señalamiento de Cerroni: "justamente la condensación y oclusión interdisciplinar que los problemas ofrecen en nuestra época son las que inclinan a acoger la exhortación de Russel Ackoff: 'debemos dejar de actuar como si la naturaleza estuviese organizada en disciplinas del mismo modo como lo están las uni-

versidades'. En efecto, frente a la complicación de nuestro tiempo, es importante intentar alcanzar a algún nivel -en el curso de las investigaciones- la conciencia de que nuestros problemas de especialistas constituyen articulaciones de un problema general y común, como nuestros destinos".

Si lo conocido como interdisciplinario ha sido y es un avance -aunque relativo porque, pese a que se intenta ver un problema desde distintas perspectivas, se mantienen los límites disciplinarios-, la

ENRIQUE GUINSBERG, argentino. Psicólogo, profesor-investigador titular en la UAM-Xochimilco, México D.F.

transdisciplinariedad constituye una búsqueda nada simple y aún poco transitada pero indicativa de "la posibilidad de formular una investigación no como coordinación de trabajos parciales que partan de las disciplinas particulares sino formulado desde el inicio como un estudio integral de problemas de la realidad, no encasillables dentro de los límites de tales disciplinas"².

Vinculación de lo síquico y lo social

Es indudable que el conocimiento psicológico en general, y el psicoanalítico en particular, han tenido importantes desarrollos teóricos que han permitido en este siglo una diferente visión del ser humano y de la realidad social. Por lo que negar, desconocer o desvalorizar tales aportes no tiene ninguna justificación. Pero lo que hoy resulta fundamental es avanzar en los terrenos límites con otros ámbitos de mutua influencia e interpenetración, pero escasamente analizados y, menos todavía, con el rigor necesario. En este sentido deben destacarse esencialmente las vinculaciones y problemáticas sicosociales.

Si bien se ha repetido que no existe una parte síquica y otra social, sino una unidad inseparable, en los hechos se mantienen separaciones evidentes³. Es cierto que desde hace años comunicólogos y psicólogos comprenden la necesidad de incluir los aportes del otro campo, pero muchas veces ello queda en formulación de deseos sin concretización.

En trabajos anteriores he señalado tal necesidad e incluso he encarado un inicio de esa tarea⁴, que en líneas generales plantea lo imperioso de la construcción de una dialéctica entre los procesos de emisión y de recepción de los contenidos de los medios masivos de difusión, facetas imposibles de abarcar sin una integración (no se trata de una suma) de conocimientos sobre aspectos político-sociales y subjetivos.

La importancia del problema surge de la trascendencia y magnitud, actual y desde hace un tiempo, de los medios masivos. En consecuencia, resulta imperioso estudiar el aporte de ellos al proceso de constitución del modelo de sujeto síquico que cada marco social requiere para su mantenimiento y reproducción.

Medios: escuela para los sujetos

Pero ¿puede incluirse a los medios cuando la mayor parte de los estudios clásicos han visto y ven a la familia como la institución básica en tal proceso? Al respecto debe entenderse que, si bien la familia sigue teniendo un rol fundamental y por el momento irrenunciable, también es cierto que su peso es bastante menor al de épocas pasadas y que otras instituciones, los medios en primer lugar, ocupan un lugar que no puede negarse.

En esta perspectiva, ya en la década de los 50, Marcuse planteaba el problema: "El desarrollo social, que ha destronado al individuo como sujeto económico, también ha reducido al mínimo la función individualizadora de la familia en favor de potencias mucho más efectivas. La nueva generación es llevada hacia el principio de realidad, menos por medio de la familia que por medios exteriores a esta; la juventud aprende a conocer las formas de comportamiento y las reacciones socialmente útiles fuera de la protegida esfera privada de la familia. El padre moderno no es representante efectivo del principio de realidad y la relajación de la moral sexual facilita el dejar atrás el complejo de Edipo: la lucha contra el padre ha perdido mucho de su decisiva importancia psicológica"⁵. Y años más tarde completa su idea: "Desde el nivel preescolar, las pandillas, la radio y la televisión establecen el modelo de conformismo y la rebelión; las desviaciones al modelo son castigadas no tanto dentro de la familia como fuera de ella y en su contra. Los expertos en los medios de difusión transmiten los valores requeridos; ofrecen perfecto entrenamiento en eficiencia, tenacidad, personalidad, sueños, romances. Contra esta educación la familia ya no puede competir"⁶.

Hoy, los medios (sobre todo la TV) son para los niños, y prácticamente desde el mismo nacimiento, parte de la ecología familiar⁷, están con ella más tiempo que en la escuela, que les resulta mucho menos divertida, y seguramente aprenden allí más sobre la vida, costumbres y normas sociales.

Por ello, los medios son actualmente una verdadera "escuela" para la estructuración de los sujetos. Desde una perspectiva teórica psicoanalítica, y como parte de la relación hombre-cultura se-

ñalada, no puede dejar de estudiarse y comprenderse su aporte a la conformación del Aparato Síquico; son quienes más ofrecen en el señalamiento de una determinada visión de lo que se convertirá en principio de realidad (que, como es conocido, tiende a reemplazar al principio del placer de los inicios de la vida del niño), y ofrecen constantes y múltiples modelos identificatorios (ambas cosas centrales para la constitución del Yo), a más de mostrar de manera permanente qué es lo bueno y lo malo, que se convierten en ejemplos para el Superyo. A esto deben agregarse técnicas para lograr lo que se indica, propuestas de cumplimiento de deseos, ofrecimientos de fantasías, etc.

Creo que los contenidos de los medios obtienen éxito porque ofrecen respuestas a las necesidades subjetivas de los receptores, fundamentalmente a aquellas de tipo emocional y afectivo. Y

Los contenidos de los medios obtienen éxito porque ofrecen respuestas a las necesidades subjetivas de los receptores, fundamentalmente a aquellas de tipo emocional y afectivo. Y este es un aspecto sobre el cual el psicoanálisis puede ofrecer mucho para la comprensión de lo que pasa en el llamado "momento de la recepción".

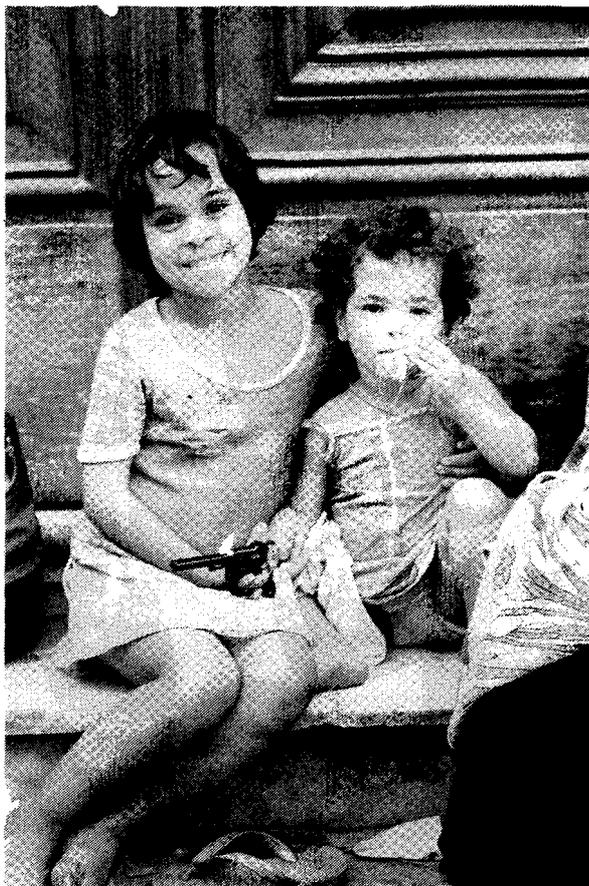
este es un aspecto sobre el cual el psicoanálisis puede ofrecer mucho para la comprensión de lo que pasa en el llamado "momento de la recepción".

Aunque hoy resulte extraño y produzca múltiples autocríticas de los comunicólogos, hasta hace muy poco tiempo se veía a los receptores como sujetos pasivos en la aceptación de lo que los medios le brindaban. Son por eso muy nuevos, y prácticamente en sus inicios, los estudios sobre el proceso de la recepción y, por tanto, todavía más en la búsqueda de respuestas que en el encuentro de estas.

Y si el campo *psi* (psicólogos, psiquiatras, psicoanalistas, psicopedagogos) hoy no puede prescindir de los aportes de los medios en la conformación de la psico(pato)logía de los sujetos actuales, los comunicólogos no llegarán muy lejos si persisten (como ocurre de manera dominante) en ignorar el mundo de una subjetividad que determina -en función de deseos, carencias, necesidades, etc-, la búsqueda, elección o rechazo de programas y propuestas, la lectura de los mismos y las significaciones que les dan.

Ya en 1929 Freud escribe un texto que puede entenderse como crucial para la comprensión, tanto del psicoanálisis como del problema aquí planteado. En *El malestar en la cultura*⁸ estudia cómo el ser humano se convierte en tal por estar inserto en un marco cultural, pero cómo, a la vez, este le impide el cumplimiento de todos sus deseos por la existencia de límites y normas imprescindibles para la convivencia. Y en casi el inicio de esa obra escribe: "la vida, como nos es impuesta, resulta gravosa: nos trae hartos dolores, desengaños, tareas insolubles. Para soportarla, no podemos prescindir de calmantes. Los hay, quizá, de tres clases: poderosas distracciones, que nos hagan valuar un poco nuestra miseria; satisfacciones sustitutivas, que la reduzcan, y sustancias embriagadoras que nos vuelvan insensibles a ellas. Algo de este tipo es indispensable"⁹.

No hay aquí espacio para un desarrollo exhaustivo de esta problemática, enunciada de manera excesivamente breve y esquemática¹⁰, pero puede verse cómo se trata de una problemática derivada de la conflictiva relación del hombre en la cultura, donde hoy son los medios los que brindan (como lo hizo



Juliano Serra, DIA-LOGOS

"Los medios son una verdadera escuela"

centralmente en otras épocas, y hoy lo sigue haciendo pero en otra dimensión, la religión) una cierta salida, canalización, evasión, etc., a muy poderosas necesidades síquicas.

Un punto de encuentro incuestionable que solo espera que los estudiosos de disciplinas, aún separadas, decidan romper los ghettos esterilizantes para establecer un vínculo entre unas ciencias sociales indivisibles. ●

REFERENCIAS

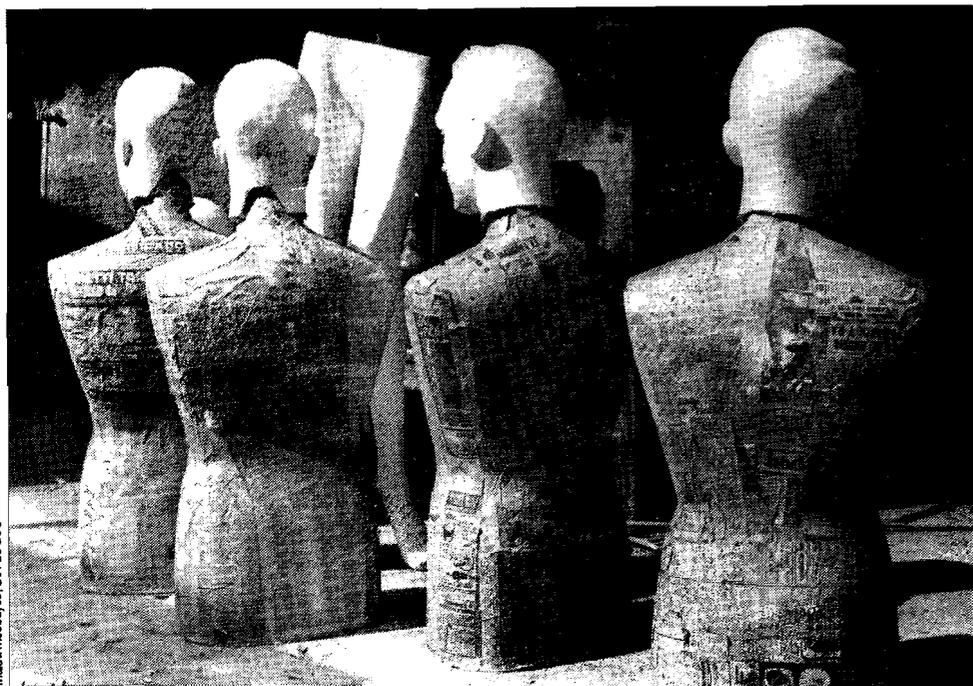
1. Cerroni, Umberto, *Técnica y libertad*, Editorial Fontanella, Barcelona, 1973, p. 10.
2. García, Rolando, *Interdisciplinarietà*, mimeo, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, 1982.
3. Sobre el psicoanálisis puede verse mi artículo "La relación hombre-cultura: eje del psicoanálisis", en la revista *Subjetividad y Cultura*, México, No. 1, 1991.
4. Guinsberg, Enrique, *Control de los medios, control del hombre. Medios masivos y formación psicosocial*, 2a. ed., Pangea/UAM-Xochimilco, 1988. Y también en los artículos "Recuperar el estudio del receptor. Dialécti-

ca subjetivo-social en los medios masivos", en *Telos*, nº 25, FUNDESCO, Madrid, 1991; y "¿En la búsqueda de nuevos paradigmas para el estudio de la comunicación?", en *Comunicación y sociedad*, revista del CEIC (Universidad de Guadalajara), No. 10-11, 1990-91. También en *Los medios en la estructuración del sujeto social*, Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación, FCPS de la UNAM, 1994.

5. Marcuse, Herbert, "La doctrina de los instintos y la libertad", en el libro de varios autores *Freud y la actualidad*, Barral Editores, Barcelona, 1971, p. 538.
6. Marcuse, Herbert, *Eros y civilización. Una investigación filosófica sobre Freud*, Editorial Joaquín Mortiz, México, 10a. reimpresión, 1986, p. 109.
7. Como gráficamente lo señala Arredondo Ramírez, Pablo, en su presentación del libro de Sánchez Ruiz, Enrique (comp.), *Teledicción infantil: ¿mito o realidad?*, Universidad de Guadalajara, 1989, p. 8.
8. En el tomo XXI de Amorrotu Editores, Buenos Aires, y en el III de Biblioteca Nueva de Madrid.
9. Pág. 75 de Amorrotu Editores.
10. Un análisis más detallado puede verse en los trabajos indicados en la nota 4.

Crisis global, valores y fin de siglo

El progreso material, registrado en los últimos 200 años, ha determinado el desarrollo de una conciencia del crecimiento material; mas, no se ha producido una cultura de la transformación del interior humano. Por el contrario, este se ha materializado, enajenado y cosificado, produciéndose un retroceso espiritual y un proceso degenerativo que, en los medios de comunicación, obtiene un triste espectáculo de sí mismo.



Maida Moubayeh, DIA-LOGOS

A partir del surgimiento de la sociedad capitalista se ha construido, en la mayoría de las sociedades occidentales, una conciencia tecnológica, eficientista, científicista y racionalista, que ha permitido un enorme avance material del ser humano.

Conciencia del crecimiento material

Observamos que en la actualidad el progreso de la conciencia material producida es tal que, por ejemplo, en el campo de la biogenética se ha logrado el control a voluntad de los fenómenos

JAVIER ESTEINOU MADRID, mexicano. Profesor-investigador de la UAM-Xochimilco, México D.F.

de reproducción humana, el ser humano de probeta, la terapia genética a base de transfusión de células producidas artificialmente, el avance del conocimiento molecular ha permitido el desciframiento genético de la persona, la construcción de los mapas cromosómicos permiten corregir las lesiones moleculares de los genes y con ello combatir los trastornos hereditarios.

En el terreno espacial se ha alcanzado la construcción de las primeras plataformas habitacionales para vivir en el cosmos, el descubrimiento astronómico de la primera galaxia a punto de ser alumbrada en el universo. En el área médica se ha descubierto una zona biológica, en el centro del cerebro, para producir medicinas al interior de este; se

ha creado una cartografía del cerebro humano y sus distintas funciones; se han experimentado los procesos de polimerización y cristalización en las estaciones extraterrestres para elaborar materiales odontológicos en condiciones de ingravidez; se ha descubierto la potente hormona melatonina que sirve para reprogramar el reloj biológico del ser humano; se plantea la inseminación artificial por correo vía una solución coloidal polimérica que permite encapsular el semen y conservarlo por tres semanas a temperatura ambiente.

En materia cibernética se ha obtenido la creación de la neurocomputadora que pensará por sí misma. En el área de la física se ha producido la "fusión nuclear en laboratorio" y la "fusión nuclear

en frío", que ha cambiado las leyes de la física tradicional¹.

No obstante este progreso espectacular en el ámbito físico de la vida, no se ha logrado producir, en la misma proporción, una cultura de la transformación del interior humano, del corazón y la inteligencia. Es más, desde el punto de vista síquico se puede decir que la conciencia generada en este periodo, en un alto porcentaje, ha materializado, enajenado y cosificado el interior del hombre al grado de crearnos un fuerte retroceso espiritual.

El disfraz de la modernidad

Podemos decir que la cultura que hemos formado durante tantos años en Occidente, y ahora también en muchas áreas de Oriente², es una cultura de la información y no de la sabiduría: "en los últimos siglos, desde el Renacimiento a la fecha, el hombre ha ido perdiendo la sabiduría para quedarse solamente con los conocimientos y la información. Lo que se ha perdido en el camino es la diferencia existente entre el **saber** y el **conocer**³.

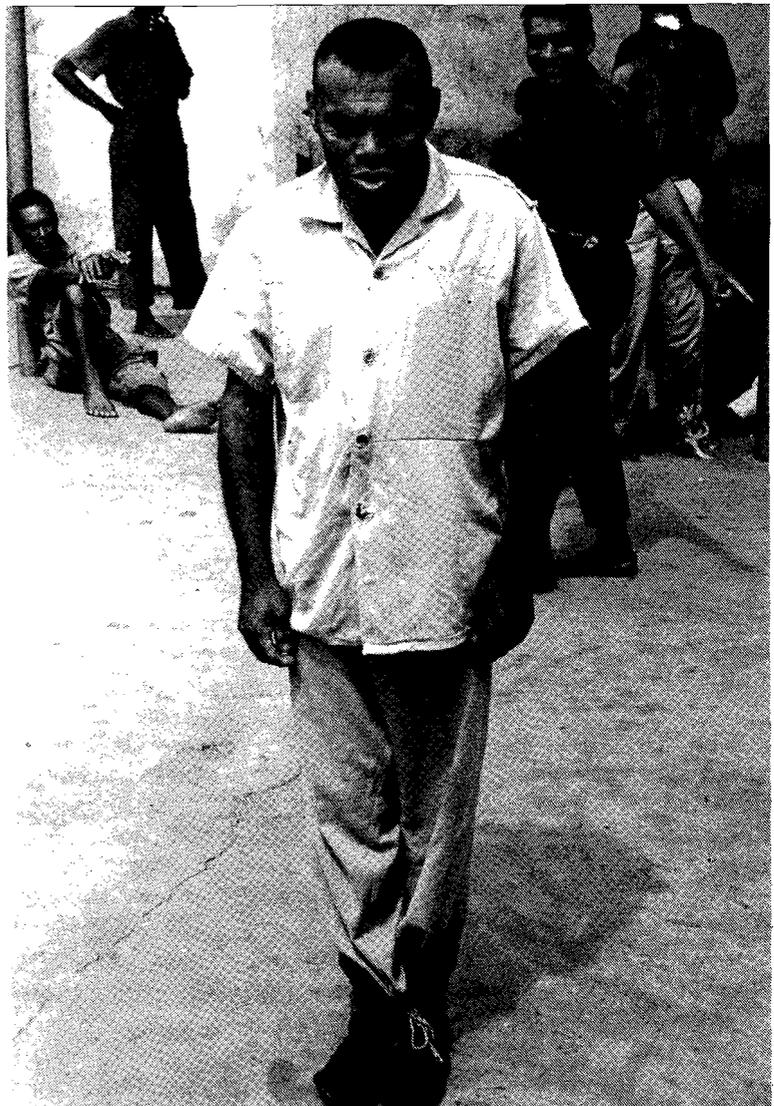
Dicha mentalidad ha producido un profundo desastre personal y global, disfrazado de avance moderno, en la relación armónica y de equilibrio que el ser humano debe guardar con su persona, la naturaleza y la vida que lo rodea. La cultura occidental nos ha hecho perder rápidamente la memoria de dónde venimos, a dónde vamos y cuál es nuestra misión en el planeta. No obstante la enorme cantidad de información técnica y científica que poseemos sobre el cosmos, seguimos arrastrando y practicando la concepción ególatra y narcisista de que somos el ombligo del universo y no solo una pequeñísima parte de él, que para sobrevivir debe actuar en armonía con las otras partes.

La acumulación de este bajo nivel de conciencia nos ha llevado silenciosamente a un estado de profunda alteración síquica y ha ocasionado la destrucción del entorno ecológico, la deshumanización de las ciudades, la explotación creciente del hombre por el hombre, la cosificación de las personas hasta convertirnos en meras mercancías, la adoración de lo material por encima de otros valores prioritarios, la alienación del individuo, la desarmonía de los seres, etc.

Esta cruda realidad ha ocasionado que, en la actualidad, la humanidad y sus progresos degenerativos se hayan convertido en espectáculos de sí misma. Su autoalienación ha alcanzado un grado de descontrol que hoy le permite vivir, a través de los medios de comunicación, su propio proceso de destrucción, como un goce estético de primer orden⁴. Ejemplo de ello son las transmisiones televisadas mundiales con cortes comerciales de la guerra de Viet Nam, de Las Malvinas, del Golfo Pérsico, las hambrunas en Somalia y las masacres de Sarajevo; sin inmutarnos como espectadores.

Esta cultura ha creado un suicidio espiritual en nuestras sociedades, y el

suicidio espiritual, tarde o temprano, provoca el suicidio material. En este sentido, desde hace un buen tiempo las personas y nuestras sociedades modernas "han perdido su **Tao**, es decir, el sentido de su vida, su camino; y el que pierde su camino se ve invadido por la angustia de lo incierto. Así, constatamos que en proporción directa al acelerado incremento del progreso, se ha intensificado la lucha competitiva por la vida y, con ella, el sentimiento de inseguridad humana⁵. La prolongación acelerada de esta visión nos ha colocado, actualmente, en un punto de agotamiento y de fragilidad para mantener la sobrevivencia del ser humano y de la vida.



Alejandra Pérez Luna

"La modernidad profundiza las alteraciones síquicas"

Transformación del interior humano

Ante la profundísima crisis que acompaña el final del siglo XX, hoy debemos considerar con rigurosa prioridad que o cambiamos radicalmente nuestro actual nivel de conciencia espiritual y los actos prácticos que de esta se derivan o cada día será más difícil sobrevivir como especie. Esto es, con la actual jerarquía de valores dominantes no podemos evitar la destrucción de nuestra especie.

Hay que considerar que, salvo los problemas que nos impone la dinámica de la naturaleza (inundaciones, terremotos, heladas, plagas, sequías, huracanes, etc.), el resto de los problemas que tenemos en nuestra sociedad (pobreza, desnutrición, altas tasas de natalidad, destrucción ecológica, corrupción, macroconcentración urbana, uso irracional de recursos energéticos, acentuado alcoholismo, grave desempleo, seria farmacodependencia, etc.) son realidades producidas por la mente del hombre y que pueden modificarse en la medida en que se corrijan nuestras estructuras cerebrales y afectivas como sociedad. Es decir, aunque aparentemente todas estas contradicciones surgen por procesos políticos, por formas de organización social, de tendencias históricas, de modelos de producción, de herencias materiales, de determinaciones económicas, etc.; en última instancia, todos estos hechos parten de nuestro entendimiento deformado del ser humano, el mundo y la vida; y no de las fuerzas naturales.

En nuestras sociedades podrá existir progreso tecnológico, aumento de riqueza, expansión material, incremento de las comunicaciones, perfeccionamiento científico, modernización social, etc.; pero si no hay transformación de nuestras estructuras síquicas, finalmente, no hay avance de nuestras comunidades.

Por esto, el proyecto civilizatorio más importante para el próximo milenio no será la formación de nuevos bloques económicos por zonas geográficas, la expansión de nuevos mercados, el flujo de nuevos capitales, la irradiación de nuevas tecnologías, la conquista de mayores mercados, la producción de un nuevo nivel de competitividad y eficiencia mundial, la aplicación de óptimos controles de calidad productiva, etc., como ahora lo plantean las premisas de

los proyectos de desarrollo moderno; sino, cambiar el nivel de conciencia del hombre sobre sí mismo, sobre la sociedad y sobre la misión que le corresponde desempeñar.

Así, presenciamos que "la técnica se ha alejado del hombre. El dominio científico-técnico y el positivismo, en sus diferentes formas, han fracasado al igual que lo hicieron el individualismo y el llamado 'Socialismo Real'. Los ideales de vida y los valores pierden su base y su sentido. La técnica y el afán de progreso nos han llevado al nihilismo, al olvido del ser humano, al pensamiento cuantificable y calculador. El mundo aparece como absurdo e incoherente".

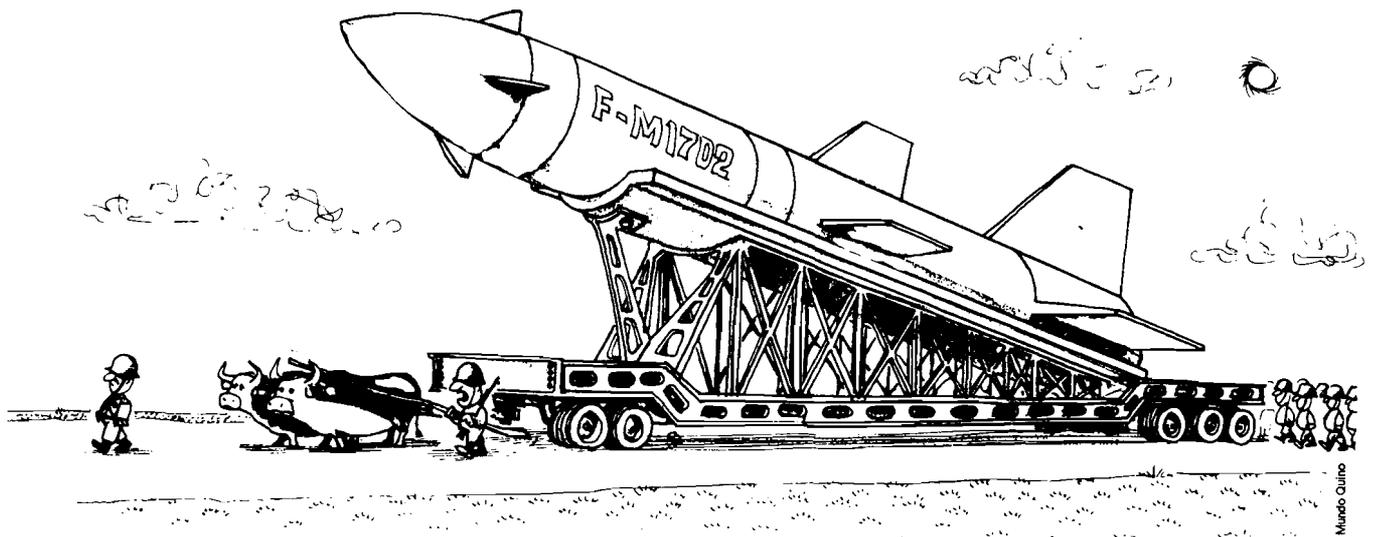
Para avanzar en una nueva dirección cardinal del espíritu humano, hoy contamos con una infinidad de recursos materiales y tecnológicos: una enorme gama de medios de comunicación, grandes redes de bibliotecas, importantes sistemas de casas de cultura, estructuras muy maduras de nuevas tecnologías de información, complejos sistemas de educación formal e informal, nuevos sistemas de "autopistas electrónicas", etc. Lo único que ahora falta es que los individuos nos interese en la dirección de este nuevo horizonte de crecimiento humano.

Globalización cultural por la vida

Frente al proceso internacionalizador de todos los aspectos de la vida que ha introducido la modernidad y que ahora está formando una nueva cultura globalizadora, cuyo objetivo es la creación de las condiciones sico-afectivo-materiales para que funcione el libre mercado a costa de lo que sea, es urgente formar paralelamente, a nivel global, otro proceso mental superior que evite el avance de la "cultura de la muerte" que progresivamente se extiende en el planeta. Para esto, es necesario construir, a través de los principales medios de comunicación y otras infraestructuras educativas, una globalización cultural y comunicativa orientada hacia la defensa y conservación de la vida y no para la simple realización del proceso de concentración de capital, en escalas cada vez mayores.

Es indispensable impulsar la emergencia de una nueva "Conciencia Planetaria" que permita el rescate y la creación de valores para la sobrevivencia humana. Debemos reconocer que

Esta cruda realidad ha ocasionado que, en la actualidad, la humanidad y sus progresos degenerativos se hayan convertido en espectáculos de sí misma. Su autoalienación ha alcanzado un grado de descontrol que hoy le permite vivir, a través de los medios de comunicación, su propio proceso de destrucción, como un goce estético de primer orden.



"la relación del hombre con el mundo, es más rica y originaria que la que pretenden plantear la lógica o la ciencia". Ante el panorama devastador de la vida, la comunicación y la cultura no pueden seguirse concibiendo medievalmente en términos instrumentales como la simple transmisión de información de una entidad a otra, como la "decoración culta" de instituciones y empresas. Es indispensable rescatar la esencia de la comunicación y la cultura para entenderla como la creación de procesos de humanización de los individuos para evolucionar hacia fases superiores de desarrollo humano.

Así como las sociedades capitalistas modernas para afianzar la fase de industrialización de sus economías produjeron una conciencia consumista, acumuladora de bienes, fraccionaria del ser humano y de corto plazo; para sobrevivir como especie estamos obligados a formar otra conciencia humana desde la protección del mar, el respeto a las razas, la conservación de las cadenas de reproducción de la vida, la limpieza de la atmósfera, la defensa de los derechos humanos, la armonía con la Tierra, la descontaminación, la regeneración de los bosques, la rehumanización de las ciudades, la armonía con los ciclos del universo, la sobrevivencia de la biodiversidad, la reconstrucción del ser humano; en una idea, desde el llamado del "renacimiento y esplendor de la vida".

Si no actuamos ahora, desde la comunicación y la cultura, en esta elemental dirección cósmica, para los próximos siglos tendremos ciudades más grandes

que las que ahora conocemos, nuevas máquinas que deslumbrarán nuestra atención, concentraciones inimaginables de capital en algunas sociedades, avanzadísimos sistemas de comunicación, estructuras "inteligentes" en casi todas las áreas de la vida cotidiana, medicamentos que prolongarán más el promedio biológico de nuestras vidas, acceso a mercancías internacionales de todo tipo, etc.; pero también tendremos un hombre más destruido que el que ahora conocemos, pues habrá perdido en proporciones superiores la armonía consigo mismo, con el universo y con todas las formas de vida que le rodean. Generar otra globalización cultural que cree un "Nuevo Despertar Humano" hacia una fase superior de realización del hombre o continuar caminando por el sendero de la muerte por el que venimos transitando desde hace muchas décadas, es el gran dilema. ●

REFERENCIAS

1. Dicha fusión se logró cuando los expertos europeos emplearon, en un reactor, deuterio y tritio consiguiendo temperaturas de 300 millones de grados celsius, 20 millones más que la temperatura del sol.
2. La penetración de la cultura occidental, a través de su versión consumista en el mundo oriental, ha sido tan fuerte que, por ejemplo, después de la caída del Bloque Soviético, Rusia ha sido invadida por el comercialismo. A través del "Centro de Exposiciones de la Gran Rusia" se vende de todo, desde el automóvil de lujo occidental, sueño inaccesible de la gran mayoría de la población, hasta las mujeres de plástico baratas importadas de China. Los grandes carte-

les de publicidad comercial que enmarcan la avenida principal del parque revelan que en Rusia corren otros tiempos y que el motor que todo lo impulsa no es otro que el dinero.

3. Coberos, Jaime; presentación del libro *Esperando el Milenio. Reflexiones Sobre el Final de los Tiempos*, D. Bonet, et al., Ediciones 29, Barcelona, España, p. 10.

4. Schmucler, Héctor; *La Escuela de Frankfurt y Walter Benjamín contra las estrategias tranquilizantes*, VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social: "Comunicación, Identidad e Integración Latinoamericana", Acapulco, México, octubre de 1992, versión fotocopiada, p. 10. En este sentido, el periodista Francisco Martín Moreno refiriéndose al caso de México señala que "a pesar de los alcances del envenenamiento de la atmósfera, de la tierra y del agua del D.F., a pesar de los alarmantes incrementos de delincuencia urbana, a pesar de la corrupción policiaca y de la dotación de servicios notablemente ineficientes; el Partido Revolucionario Institucional (PRI) volvió a ganar en las urnas las elecciones de agosto de 1991. La sociedad inmóvil observa su propio exterminio. ¿Se habrá vuelto loco el electorado? ¿Voto por el suicidio colectivo?". "Una Generación de Lisiados", en *Excelsior*, 21 de marzo de 1992.

5. Vogelmann D.J., presentación del libro *I. Ching. El Libro de las Mutaciones*, Editorial Sudamericana S.A., Buenos Aires, Argentina, 1976, p. 13. Vogelmann señala que "cada hombre tiene su **Tao** y lo mejor para él es seguirlo. El oráculo lo pone en contacto con el **Tao** de las leyes universales y le **señala** así su propio **Tao** -cuya traducción corriente es **'camino'**- nada fácil de dilucidar en momentos difíciles". *Ibid*, p. 15.

6. "Reina el desamparo, la indiferencia y la soledad en un mundo cada vez más extraño", en *Excelsior*, 3 de febrero de 1994.

7. *Ibidem*.

La vigencia de José Martí

Reportero, comentarista político, corresponsal, crítico de arte y literatura, redactor de una revista para niños, corrector y traductor, José Martí fue uno de los periodistas más completos de su época. Sus crónicas, artículos, reseñas, semblanzas y ensayos, mantienen su poder seductor y originalidad de enfoques. A cien años de su muerte, el periodista José Martí mantiene en sus textos una vigencia sustentada, además, por incuestionables hallazgos y contribuciones al desarrollo de la profesión.



A parte de los más connotados problemas políticos, sociales, culturales y económicos, Martí también escribió sobre botánica, nuevas tecnologías, procesos fabriles, agricultura, religión o arqueología. Y lo hizo con una prosa original, erudita y ajustada a un lenguaje rico en colorido, volcado a la precisión terminológica y a la invención iluminadora. En su afán de referir con exactitud y describir con dominio de detalles, Martí logra acumular un voluminoso vocabulario especializado y amplios conocimientos de materias técnicas.

Los inicios

A los dieciséis años, en La Habana de 1869, inicia su labor periodística en dos modestos y efímeros periódicos: *El Diablo Cojuelo* y *La Patria Libre*. Una labor que se cierra el 2 de mayo de 1895, dos semanas antes de morir combatiendo por la causa de su Patria, cuando envía una carta a un periódico norteamericano. Mas, su verdadera labor profesional comienza en México, en enero de 1875, con sus colaboraciones para la *Revista Universal*'.

Es, sin embargo, en los 80 cuando el periodismo martiano alcanza su momento de plenitud. Opulento, rico en metáforas deslumbrantes y altamente expresivo, el conjunto de los textos de este periodo tiene su núcleo en *Escenas Norteamericanas*, despachos enviados desde Nueva York, sobre cuanto ocurre en tierras estadounidenses, a los principales diarios sudamericanos, en particular a *La Nación* de Buenos Aires. Según Fina García Marruz "lo que le atrae del periodismo es que lo ve como un medio más adecuado que ninguno otro para reflejar la vida, la palpación de lo diario, las fuerzas que convergen en el presente y de él parten, el escenario del verda-

ALEJANDRO QUEREJETA, cubano. Escritor y periodista.

dero drama y la verdadera novela, el taller verdadero de lo que llamará 'la nueva épica'¹².

Un hombre de estilo

Coinciden muchos estudiosos de la obra martiana que es en su prosa periodística donde se palpa una verdadera potenciación del lenguaje. Muchos vocablos se emplean al extraer de ellos lo más acendrado de su contenido semántico, de manera que las palabras no solo sirven para describir situaciones aparentes, sino también sutilezas del pensamiento y la conducta, rasgos hasta entonces inadvertidos de la personalidad y su relación con la ejecutoria vital. Y todo ello sustancia el estilo martiano, que responde a una concepción del mundo y a una sensibilidad singular.

Elementos en apariencia antagónicos y hasta paradójicos, que Iván Schuman califica como "signos de la modernidad", están en el centro de la labor autoral de Martí: "... constituyen la piedra angular de su escritura, el eje de su actuación política y la naturaleza simbiótica de su creatividad novadora. En su obra coexisten la liberación ideológica y estilística, la imaginería onírica, la disgregación epistemológica, las rupturas lingüísticas, una soledad y angustia desgarradoras, la experimentación sobria, la autocontemplación creadora, el ritmo y la versificación renovadores, la fe en la humanidad, el idealismo aunado al materialismo y la insistencia sobre la revalorización y la conservación de los elementos tradicionales de la literatura hispánica"¹³.

Y estos son los ingredientes de fondo de su insuperable estilo. Martí, al decir de Alfredo Roggiano es un hombre de estilo y no un estilista⁴. El lenguaje es para él un medio para expresar un contenido que ha vivido ineludiblemente o que se ha aprehendido, buscando desde dentro de él sus leyes constitutivas, su razón o sinrazón, sus esencias. De ahí su "variabilidad estilística", pues cada estado de ánimo y cada asunto, en efecto, tiene su propio estilo.

Para Martí, pues, "el estilo, más que la forma, está en las condiciones personales que han de expresarse por ellas ... El que ajuste su pensamiento a su forma, como una hoja de espada a la vaina, ese tiene su estilo. El que cubra la vaina de papel o de cordones de oro, no

hará por eso de mejor temple la hoja"¹⁵. Martí es un comunicador y la belleza en la expresión es algo secundario, que se alcanza como sobreabundancia, simplemente porque el poeta participa junto al periodista como testigo, por ejemplo, de la inauguración del puente de Brooklyn, y le desplaza por momentos y pasa a un primer plano.

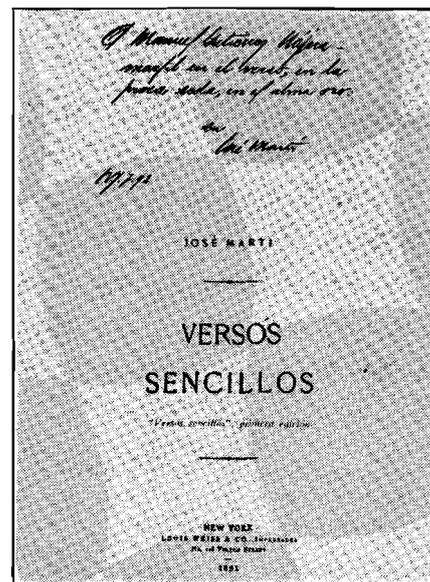
Proceso de cristalización

La estancia de Martí en Venezuela, entre marzo y julio de 1881, se destaca por su actuación como hombre público y como aglutinador de simpatías y voluntades; también por la defensa de sus principios cívicos y por su extraordinaria estatura moral. Es, sin duda, un hito importante en el desarrollo de su prosa periodística. En Caracas funda y publica dos números de la *Revista Venezolana*, y comienza su brillante colaboración con el periódico *La Opinión Nacional*, durante lo que resta de ese año y 1882.

Martí entra en una etapa de absoluta madurez de su producción periodística. Una trayectoria que se explaya también en otras publicaciones, como *La Nación* de Buenos Aires, entre 1882 y 1891. A partir de ahora, es el creador de una prosa portadora de una asombrosa gama de recursos literarios que le destacan entre sus contemporáneos. Es algo más que un reportero obligado al hecho en su desnudez, a la incidencia y al reflejo de situaciones, pues devela y revela el complejo nudo de problemas de su tiempo.

Y lo hace de manera personal, imaginativa, profundizando en el comentario, yendo más allá de lo "aparente", movilizándolo su pasmosa y diversa cultura. Pese a su desbordamiento de imágenes, a sus recurrentes digresiones, su lenguaje es libre, fluido, con plasticidad, nunca de espaldas al aporte popular, incluyendo neologismos cuando, en gesto necesariamente adánico, hay que designar nuevas realidades, verbalizando sustantivos, haciendo estallar la sintaxis a cada paso, desempolvando vocablos y trayéndolos, como nuevos, al léxico general en uso.

Martí espiga entre lo superfluo o pasajero, y lleva a sus colaboraciones lo realmente representativo y trascendente. Refiriéndose al poeta norteamericano Walt Whitman, hace algunas precisiones que bien pudieran aplicarse a su propia



Portada de la primera edición de Versos Sencillos (Nueva York, 1891)

Es su lenguaje libre, fluido, con plasticidad, nunca de espaldas al aporte popular, incluyendo neologismos cuando en gesto necesariamente adánico, hay que designar nuevas realidades, verbalizando sustantivos, haciendo estallar la sintaxis a cada paso, desempolvando vocablos y trayéndolos, como nuevos, al léxico general en uso.

prosa periodística de este periodo: "Acumular le parece el mejor modo de describir, y su raciocinio no toma jamás las formas pedestres del argumento ni las altisonantes de la oratoria, sino el misterio de la insinuación, el fervor de la certidumbre y el giro ígneo de la profecía".

La Sección Constante

Martí desarrolla en *La Opinión Nacional*, en 1882, la columna *Sección Constante*, donde perfecciona el estilo de frases cortas y ágiles que había usado en los boletines de la *Revista Universal*. En esta columna diaria, el lenguaje nervioso y rápido asegura la amenidad, a la vez que conecta hábilmente las noticias reportadas. Para esa columna escribe sobre lo que ocurre en Nueva York. El propio Martí explica en qué consiste su proyecto periodístico y su abanico temático: "... casos políticos, estudios sociales, noticias de teatro y letras, originales y aspectos peculiares de esta tierra. Muere un hombre notable: estudio su vida. Aparece acá o en cualquier otra parte del mundo, un libro de historia, novelas, de teatro, de poesía: estudio el libro. Se hace un descubrimiento valioso: lo explico, luego de entenderlo". Textos dirigidos "a nuestros cultos, impacientes e imaginativos" lectores.

Pero estos receptores de la *Sección Constante* debían no solo mantener una natural fidelidad, sino incrementar su número. Es por ello que, además, José Martí adopta un "estilo siempre fluido, como en la naturaleza de la comunicación coloquial", que tornara agradable y atractiva su sección⁷. Cualidades que luego podrán constatar en una revista dedicada íntegramente a los niños de **Nuestra América**.

En efecto, en *La Edad de Oro*, con ejemplar equilibrio va a poner en práctica cada uno de estos principios. Mediante la *aprehensión previa de cuanto desde Nueva York puede acopiar de información*, lleva de la mano a sus pequeños lectores por la *Exposición Universal de París*, la tierra de los anamitas o la evocación de héroes americanos. No se inhibe ante la descripción de un proceso fabril y mucho menos ante la exposición de normas de convivencia familiar y de ética en general. La voluntad de entretener educando, tan cara a desarrollos pedagógicos posteriores, es en Martí una premisa insoslayable.

La nueva épica

Las *Escenas Norteamericanas* constituyen el momento culminante de su periodismo. En esas crónicas singulares, atípicas para la época, se desplegó lo medular del pensamiento de quien proclamó, en sus *Versos Sencillos*, su inclinación decidida a favor de los desposeídos, cuando dijo que con los pobres de la tierra querría echar su suerte. Son textos en los que se describe la expansión, compleja y a veces brutal, de una nueva nación y el surgimiento de un mundo portador de ásperas y despiadadas relaciones de producción.

Los temas de estas crónicas provienen de los hechos de más reciente actualidad, sobre la propia Nueva York, la política internacional y doméstica, la cultura, catástrofes naturales; adelantos tecnológicos y personajes de actualidad. Estas crónicas martianas, precisa Susa-

na Rotker, por naturaleza implican "una postura ambigua, aunque en general crítica, hacia el poder institucional y la burguesía, una forma de relativizar casi cotidianamente un orden real que se ha fragmentado; un estilo que mezcla recursos para lograr la expresión de cada idea en imágenes, que cuida la forma y pesa las palabras".

Martí entiende por escribir el "hacer llorar, sollozar, increpar, castigar, crujiir la lengua", y en especial "no sobresalir en la pintura de una emoción, sino en el arte de despertarlas todas"⁸. Airea constantemente el vocabulario incorporando neologismos cuando es necesario, potenciando el contenido semántico de vocablos a veces arcaicos, dando nuevas funciones a otros. El lenguaje debe servir a la expresión de una idea y a su comunicación con eficacia: "... los neologismos más característicos de Mar-



Detalle del mural de Diego Rivera, Sueño de una tarde dominical en la Alameda Central, en el que aparece, a la izquierda, José Martí

Historia de la Literatura Latinoamericana

tí son verbos a causa de la dinámica ilustrativa de su prosa: ahembrear, airear, soldadear, rusticar, encogullar. Usa verbos en infinitivo cuando quiere hacer resaltar la acción absoluta sobre el acto; cuando necesita valorar la acción, usa los modificativos verbales en función adjetiva. Martí crea adjetivos basados en verbos: descripción movimentada, mostacho empomado. Verbos activos: desjarretar, sajar, chupar, despeñar y pechar...¹⁰.

Hay neologismos de cuño martiano que nunca más volvieron a oírse y otros que se pusieron en circulación desde entonces. Así *búfago*, comedor de carne; *retacero*, para el arte fragmentario; *joyantes*, damas llenas de joyas; *duelas*, para las quejas de una persona; *político*, oportunista político. O arcaísmos

No se inhibe ante la descripción de un proceso fabril y mucho menos ante la exposición de normas de convivencia familiar y de ética en general. La voluntad de entretener educando, tan cara a desarrollos pedagógicos posteriores, es en Martí una premisa insoslayable.

de subido sabor como *sustentáculo*, por sostén; *luengo* por largo; *coruscante* por brillante; *cuajados* en vez de llenos. En sus *Cuadernos de apuntes* anota Martí largas series de americanismos y trata de dilucidar su origen y presumible significado. Incluso enlaza, a través de ellos, proximidades culturales pese a las distancias físicas y geográficas. Anota *jibaro*, etnia ecuatoriana, y piensa en la acepción que esta palabra tiene en el contexto cubano.

Los recursos técnicos empleados en estas páginas asombran por su vastedad, y porque Martí toma prestados muchos de ellos de su propia praxis literaria y de la oratoria. De esta manera, sus descripciones físicas de Whitman, Darwin o de Wilde son reveladoras del carácter, de la personalidad de estas figuras. O el insertar al retratado en un nimio y anecdótico suceso cotidiano también contribuye a alumbrar, como en el caso del educador Peter Cooper, rasgos y destinos de trascendencia. Son ejemplos de caracterización de "esfera de reloj" como pedía Henry James, o caracterización dinámica a la manera de Hemingway.

De la oratoria, se sirve de la antítesis como recurso caracterizador. Castelarianas, y también se afirma que medievales, son sus exclamaciones que, en definitiva, constituyen resortes para hacer más participativa la lectura del texto. Profusión de imágenes, largos periodos sazonados de reiteraciones, hipéboles, gradaciones, la personificación de los elementos. En su crónica por la muerte de Emerson, toda la naturaleza se detiene, se abisma, ante el doloroso hecho. El cielo y la tierra, con especial sensibilidad a los ojos de Martí, contemplan con azoro la ascensión de este hombre extraordinario.

Tintes de dramatismo en la estructura de sus crónicas se perciben en el reporte del famoso terremoto de Charleston. Martí, que no estuvo en el lugar de los hechos, acopia información de varias fuentes periodísticas y, potenciando sus contenidos a base de su conocimiento de la idiosincrasia norteamericana, da cuenta del hecho con vivacidad y convicción inigualables. Mediante técnicas que hoy calificamos de cinematográficas, que nacen de su percepción visual de las imágenes que conforman la realidad, presenta aconte-

cimientos como el de los festejos de la Estatua de la Libertad de 1886. Elementos que luego desbordaría en su *Diario de Campaña*, escrito en las semanas previas a su caída en combate en tierra cubana, el 19 de mayo de 1895.

Periodista para todos los tiempos

El porcentaje más alto de toda la obra de Martí lo ocupa su periodismo. Junto a su correspondencia, es el ámbito en donde sus ideas fluyen y se estructuran en un pensamiento coherente sobre los problemas sociales, culturales y económicos de su tiempo. Ideas que, por estar ligadas visceralmente con la realidad que vivió y aprehendió, conservan una vigencia incuestionable. Fue un periodismo para todos los tiempos, además, en sus aportes técnicos.

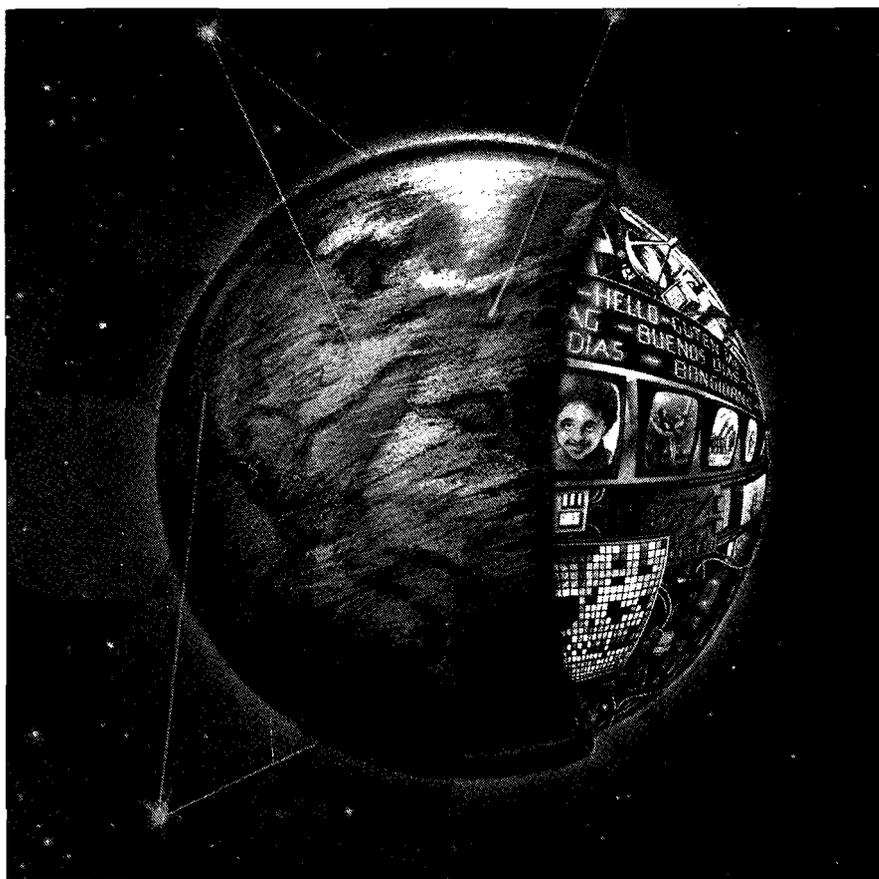
A cien años de su muerte, José Martí continúa dando lecciones impercederas. Para él, el periodismo era una épica nueva, una novela de la vida que, con su impronta, se seguirá escribiendo por siempre. En la crónica dedicada a Emerson admira la conducta paradigmática del pensador norteamericano, que bien podría aplicarse al propio Martí: "Ni alquiló su mente, ni su lengua, ni su conciencia. De él, como de un astro, surgía luz. En él fue enteramente digno el ser humano"¹¹.

NOTAS

1. Marbán, Jorge, "Evolución y formas de la prosa periodística de José Martí", en *Revista Iberoamericana*, Pittsburgh, Vol. LV, enero-junio, 1989, Núms. 146-147, p. 211.
2. Vitier, Cintio, y García Marruz, Fina, *Temas martianos*, Departamento Colección Cubana, Biblioteca Nacional "José Martí", La Habana, 1969, p. 196.
3. Shulman, Iván A., *Vacíos y reconstrucciones de la poesía modernista*, Revista Iberoamericana, Pittsburgh, Vol. LV, Núm. 146-147, enero-junio, 1989, p. 176.
4. Marbán, Jorge, ob. cit.
5. Martí, José, *Ensayos sobre arte y literatura*, Instituto Cubano del Libro, La Habana, 1972, p. 166-167.
6. Ibidem.
7. Becali, Ramón, *Martí corresponsal*, Editorial Orbe, La Habana, 1976, p. 133.
8. Rotker, Susana, *Fundación de una escritura: las crónicas de José Martí*, Casa de las Américas, La Habana, 1992, p.193-236.
9. Ibidem.
10. Marbán, Jorge, ob. cit.
11. Martí, José: ob. cit.

¿SUPERAUTOPISTA INFORMATIVA?

Variada es la gama metafórica para aludir a las redes electrónicas de información. Una de las más utilizadas es la de superautopista informativa. En consideración a que las metáforas son "pautas primarias de pensamiento-acción"; es decir, llevan implícitas una posición frente a la realidad, el autor de este artículo expone algunas razones para discrepar de esta "desafortunada" metáfora.



Para el filósofo Mark Johnson nos comunicamos porque compartimos ciertas metáforas o imágenes comunes¹. Coherentemente con este planteo, Barnett Pearce señala que las metáforas no son meras figuras de dición, sino pautas primarias de pensamiento-acción². Ahora bien, a pesar de que es innegable el relevante papel que han jugado las metáforas en la doxa y en el pensamiento científico, la potencia descriptiva y evocadora de cada una de ellas varía en cada caso.

CARLOS EDUARDO COLINA, venezolano. Sociólogo, investigador del ININCO y docente universitario.

A diferencia de los pasados lustros, en donde las transformaciones socioculturales y económicas suscitadas por las nuevas tecnologías de la comunicación y la información pretendían subsumirse en la noción metonímica de sociedad informatizada o sociedad de la información, el nuevo significante que configura la oferta tecno-social actual es una metáfora: estamos hablando del concepto de superautopista informativa. En los Estados Unidos existen dos versiones distintas de esta noción, ambas plenamente apologéticas. Por una parte, están los que con el presidente y su vicepresidente Al Gore piensan en una gran base de datos, una especie de *Internet* masifica-

do, desarrollado por la empresa privada pero de acceso universal. Unidos e interconectados a través de la red de fibra óptica todos los ciudadanos resultarían beneficiados. Por otra parte, está la visión del presidente de la poderosa y prometedora Telecommunications Inc., John Malone, quién visualiza a la superautopista informativa como un mundo de multicanales, gracias también a la fibra óptica.

Metáfora desafortunada

No obstante, diversos autores coinciden en indicar el carácter desafortunado de la metáfora "superautopista informativa". No es la primera vez que las innova-

ciones se piensan con una antigua nomenclatura remozada. Pero, nos preguntamos: ¿ello es suficiente? Sin partir de un puro determinismo tecnológico, ni privilegiar de manera exclusiva la innovación o "invento", podemos decir que el automóvil significó un cambio radical en los medios de transporte e implicó, conjuntamente con otros factores, cambios civilizatorios de envergadura. El imperativo tecnológico suscitó cambios en cadena; como mínimo había que construir nuevos tipos de vías (carreteras, autopistas) y fuentes adecuadas de abastecimiento de combustible. También debían contemplarse espacios para el aparcamiento. A los cambios visibles le seguían modificaciones imperceptibles en la vida cotidiana de las gentes. ¿El automóvil podía denominarse como un carruaje sin caballos? Tanto la doxa como la ciencia a veces se encuentran con obstáculos gnoseológicos o epistemológicos para conocer nuevas o viejas realidades.

Los términos implicados en el concepto de superautopista informativa causan polémica. *'Information Highway' is an unfortunate metaphor for the emerging telecommunications system. Like the Holy Roman Empire, which was neither Holy nor Roman Empire, it will not be a highway, nor will it be dedicated to information...* ¿Los nuevos sistemas pueden ser descritos como una autopista? No. En los sistemas de telecomunicaciones digitales el tráfico no será en dos vías, por el contrario, será multidireccional.

¿Los sistemas telemáticos serán informativos? Aquí la discusión comienza por el término información, que en este caso proviene de la nomenclatura técnica y de la teoría matemática de la comunicación. Desde el punto de vista cuantitativo todo mensaje (visual, sonoro, alfanumérico) se reduce entonces a ceros y unos. Siguiendo esta perspectiva el término en cuestión sería válido, pero si asimilamos información como noticias (*news*) el asunto se complica. El uso actual y cierta futurología -siempre de pronósticos blandos- parece consagrar al entretenimiento como la utilización predilecta de los sistemas telemáticos. Everette Dennis se pregunta si las noticias sobrevivirán a la era de la información, "esto es, si realmente la información disciplinada, ordenada y re-

EMPRESAS TRANSNACIONALES MULTIMEDIA CON LIDERAZGO EN EL MERCADO MUNDIAL (USA 1993)

COMPAÑIAS	INGRESOS Billones (\$)	AÑO FISCAL	PRESIDENTES
1. Time Warner Inc.	13.07	1992 dic. 31	Gerald Levin
2. Walt Disney Corp.	8.53	1993 sept. 30	Michael D. Eisner
3. News Corp.	7.48	1993 jun. 30	Rupert Murdoch
4. Telecommunications Inc.	3.57	1992 dic. 31	John Malone
5. Viacom Inc.	1.86	1992 dic. 31	Summer Redstone
6. QVC Network Inc.	1.07	1993 ener. 93	Barry Diller
7. Turner Broadcasting System Inc.	0.85	1992 dic. 31	Ted Turner

Fuente: Kathryn Harris, "The Stupendous Seven. The New Masters of de Universe", in *Media Studies Journal. The Race for Content*, op. cit., pp. 81-93.

cabada, empaquetada y presentada de alguna forma coherente, será deseable en su totalidad o hasta buscada por el público en el futuro, cuando a través de los medios interactivos la gente pueda simplemente obtener lo que quiera".

Algunas consecuencias

En cuanto a las consecuencias sociales de la denominada superautopista informativa, hasta ciertos autores apolo-géticos como Hodding Carter III -para quien dicha superautopista será inmensamente liberadora para el individuo y la sociedad- se llegan a interrogar por el problema del acceso⁵. Y es que el tendido de la red es bastante oneroso y se observa ya el fenómeno de la concentración en las industrias implicadas. De hecho, hoy día podemos establecer que existen siete compañías que dominan el mercado: Time Warner Inc. (Gerald Levin), Walt Disney Corp. (Michael D. Eisner), News Corp. (Rupert Murdoch), Telecommunications Inc. (John Malone), Viacom Inc. (Summer Redstone), QVC Network Inc. (Barry Diller) y Turner Broadcasting System Inc. (Ted Turner).

Los productores telemáticos disponibles podrán agruparse en tres categorías: cd-roms, servicios en línea a través de un servidor y servicios en línea del tipo "hágalo usted mismo" (*do it yourself option*). Este último caso refleja la experiencia de ciertos periódicos estadounidenses con servicios *on line* para suscriptores locales.

Para Everette Dennis, la denominada superautopista informativa está parcialmente construida en U.S.A., y se encuentra llena de trastos y desechos⁶. Algunos, con tono extremista y moralizante, plantean el uso de condón para los *media*⁷. Mark Thalheimer establece una categorización sugestiva de los nuevos mensajes: *Four terms go a long way in describing this new world: hardware, software, vaporware and shovelware. 'hardware' is the physical machinery... 'software' is the brain power, the programming instructions that have computers do what yo ask them to do... 'vaporware' refers to products, services and content than have been promised but never (yet) delivered. And 'shovelware' consist of 'new' medida products*

created by shoveling existing published content into new electronic packages. Unfortunately, much of the 'new' news content falls into this category, repacked and recycled... Much of what is now available is really existing content repackaged and redistributed in an electronic format...⁸

¿La "interactividad" es comunicación?

Si bien estamos lejos de asumir una posición apocalíptica, y valoramos las potencialidades de las nuevas tecnologías, es cierto que muchas de las promesas explicitadas por el discurso difusor se han difuminado por el uso que se ha dado a los novedosos artilugios digitales. Verbigracia, la producción y edición de los mensajes continúan estando preponderantemente en manos de unos pocos. La denominada interactividad ha hecho que el usuario gane en selectividad pero no ha transformado radical-

mente la relación comunicativa. Para Leo Bogart, la interactividad muchas veces requiere un esfuerzo y una energía que la mayoría de la gente no está dispuesta a emplear⁹. Sin embargo, para lograr análisis que superen la superficialidad del sentido común o de teorías "críticas" fosilizadas, la comunicología debe abordar urgentemente los hábitos de uso de los aparatos comunicativos.

Para algunos, con la emergencia de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información se ha producido una sobresaturación de información en los usuarios. El satélite ha permitido la mejor utilización del espectro radioeléctrico y, con la fibra óptica, ha potenciado la capacidad de transmisión de señales. Para 1994, algunas ciudades de E.U. como Orlando, poseían 500 canales de televisión por cable (*full service network*), a pesar de que algunos estudios señalan que un televidente puede ver menos de una decena de ellos. Además, a los canales de cable se agregan otros medios electrónicos.

Por otra parte, en los 80 comenzaron a efectuarse combinaciones industriales inusitadas. Entre ellas, las compañías telefónicas, de telecomunicaciones tradicionales y proveedores de equipos electrónicos se enrolan en la competencia por las empresas cinematográficas. Simplemente, la infraestructura en creación -con multiplicidad de canales- creó la necesidad imperiosa de mensajes ("contenidos"). Como ya "clásicas" se citan las adquisiciones de Columbia por parte de la Sony, y de MCA Universal por parte de Matsuchita. Más recientemente encontramos, como ejemplo conspicuo del fenómeno, al matrimonio entre una de las mayores compañías de telecomunicaciones del mundo con una de las más poderosas multinacionales multimedia: MCI Communications y News Corp. *The new order combines what used to be strange bedfellows -telecommunication firms with cable companies and other entrepreneurs who have never been editorial experts or content devotees*¹⁰.

Si bien los datos pueden reflejar un crecimiento económico importante en el sector, no debemos dejar de considerar que se han creado amplias y mayoritarias bolsas de marginalidad comunicativa, replanteándose de nuevo el viejo

problema del acceso. Sin embargo, el concepto de comunicación democrática, ampliamente difundido por la UNESCO, parecería reclamar revisión. Con los nuevos medios, la universalidad del servicio puede ser esgrimida como una legítima bandera democrática, pero también puede ser percibida como un peligro para la diversidad cultural, al imponer una especie de totalitarismo mediático. Quizá no todos deban, quieran, ni puedan -en función de sus intereses, destrezas y habilidades individuales y culturales- emitir y recibir mensajes a través de los novedosos artilugios electrónicos. ●

BIBLIOGRAFIA

1. Mark, Johnson, *The Body in the Mind*, Chicago, University of Chicago, 1987, citado por W. Barnett Pearce: "Nuevos modelos y metáforas comunicacionales: El pasaje de la teoría a la praxis, del objetivismo al constructivismo social y de la representación a la reflexividad", en Fried Schnitman, Dora, *Nuevos Paradigmas y Subjetividad*, Buenos Aires, Paidós, SAICF, 1994, p. 265.
2. Fried Schnitman, Dora, ob., cit. p. 282.
3. Bogart, Leo, "Highway to the stars or road to nowhere?", in *Media Studies Journal, The Race for Content*, New York, Columbia University, Winter 1994, pp. 1, 2.
4. Everette Dennis, "Nuevos periodistas para un nuevo milenio", en *Cuadernos sobre Comunicación*, Caracas, Universidad Católica Andrés Bello, Escuela de Comunicación Social, 1995, p. 29.
5. Hodding Carter III, "Nuevos medios, viejas misiones", en *Cuadernos sobre comunicación*, Caracas, Universidad Católica Andrés Bello, Escuela de Comunicación Social, 1995, p. 19.
6. Everette Dennis, ob. cit.
7. Herald Howard, "Vision of tomorrow", in *Media Studies Journal: the Race for Content*, New York, Columbia University, Winter 1994, pp. 119-120. En sentido denotado, y no figurado como lo plantea el autor, existe ya el programa *Surf Watch*, que permite bloquear el acceso a los archivos pornográficos. El programa *NetNanny*, permite a los padres o a un tutor la supervisión de todos los archivos que pasan por la computadora.
8. Thalheimer, Mark, "High-Tech News or Just Shovelware", in *Media Studies Journal: The Race for Content*, New York, Columbia University, Winter 1994, p. p. 45-47.
9. Bogart, Leo, "Highway to the stars or road to nowhere?", in *Media Studies Journal: The Race for Content*, New York, Columbia University, Winter 1994, p. 2.
10. Everette Dennis, "An Ethic for a New Age", in *Media Studies Journal: The Race for Content*, New York, Columbia University, Winter 1994, p. 146.

Siguendo esta perspectiva el término en cuestión sería válido, pero si asimilamos información como noticias (*news*) el asunto se complica. El uso actual y cierta futurología -siempre de pronósticos blandos- parece consagrar al entretenimiento como la utilización predilecta de los sistemas telemáticos.

PIERRE C. BÉLANGER
RÉJEAN LAFRANCE

La elaboración de las inforrutas nacionales

¿Cómo harán los países importadores de técnicas y de productos culturales extranjeros para preservar su soberanía cultural mientras favorecen, a bajos costos, el acceso universal de sus pobladores a estas? La experiencia canadiense al respecto puede ser instructiva para estos países pues permite descubrir ciertas estrategias de acción para enfrentar el reto planteado por el desarrollo de las inforrutas.



World Watch Vol. 9, No. 2

Lo encuentro del G7 (Alemania, Canadá, E.U., Francia, Gran Bretaña, Italia y Japón), en Bruselas, en febrero de 1995, confirmó el alcance del megaproyecto político-industrial que re-

presenta la autopista de la información. El balance de este encuentro deja presagiar una brecha entre los países "informatizados" y los países "no informatizados", es decir aquellos que poseen las tecnologías de información actual y los que no las poseen.

El paradigma "sociedad de la información"

Más allá de las consideraciones económicas actuales sobre el estado gene-

PIERRE C. BÉLANGER, canadiense. Ph.D., profesor en el Departamento de Comunicación de la Universidad de Ottawa. **RÉJEAN LAFRANCE**, canadiense, profesor de la misma institución.

ral de las "infoestructuras" (redes y sistemas de información), el surgimiento del paradigma "sociedad de la información" conlleva implicaciones socio-culturales innegables, sobre todo para los países en desarrollo que están llamados no solo a integrarse, sino también a adaptarse a las innovaciones tecnológicas, con el fin de sacar provecho de la globalización de los mercados.

El conjunto de las resoluciones adoptadas en la Cumbre de Bruselas confirma la voluntad común de los países participantes, para establecer una superestructura donde circularán unos *bytes* de información que han llegado a ser una de las riquezas más codiciadas (Negroponte, 1995). La edificación de una inforruta global se hace a base del principio de interconectividad con la adopción de estándares comunes. Para muchos, esto se traduce en una modernización y expansión onerosas de las infraestructuras ya establecidas.

En los trabajos de Bruselas, el paradigma "sociedad de la información" se actualiza según un cierto número de principios rectores entre los cuales encontramos: la flexibilidad del cuadro reglamentario nacional, la accesibilidad y universalidad de los servicios, la diversidad cultural y lingüística de los contenidos y un contexto económico competitivo que estimule la participación financiera del sector privado.

En el Canadá, el sector de la radiodifusión y de las telecomunicaciones, el cual se caracteriza por ser uno de los llamados "campos protegidos" -por un cuadro reglamentario riguroso y un financiamiento tradicionalmente provisto por el Estado-, está actualmente en un proceso de profundo cuestionamiento ante la voluntad estatal de reducir los subsidios otorgados a las diversas industrias de producción y difusión de productos culturales nacionales. Se comprende mejor la frustración de los organismos encargados de promover la cultura canadiense cuando se constata que, mientras los presupuestos de los que disponen no dejan de ser reducidos, las obligaciones vinculadas con la misión cultural local siguen siendo imponentes.

En este aspecto, muchos países de América Latina se encuentran en una posición comparable a la del Canadá. ¿Cómo reaccionará el Canadá con res-

pecto a las inforrutas? ¿A partir de cuáles modalidades define su participación y cuáles son las condiciones de su especificidad cultural-económica? Tantas preguntas a partir de las cuales los países latinoamericanos pueden aprender de la experiencia canadiense.

La soberanía canadiense

Desde el comienzo de la radiodifusión y de las telecomunicaciones en el Canadá, el Estado siempre ha mantenido una política que enfatizaba la elaboración de mecanismos para realzar la soberanía cultural del país; hoy en día, una noción problemática debido al surgimiento del nacionalismo quebequense y el de los aborígenes. Un análisis reciente del sistema canadiense de radiodifusión concluyó que, lejos de ser un accidente del mercado, la arquitectura del sistema actual es más bien un acto de voluntad (CRTC, 1995). Confrontados con un vecino de ambiciones mercantilistas que se perciben a menudo como culturalmente aniquilantes, los canadienses han sabido salvaguardar su identidad con una serie de instituciones y de medidas que controlan el volumen de productos culturales extranjeros difundidos por las ondas. También, se han establecido límites a la participación de intereses extranjeros en la propiedad tanto de cadenas canadienses de radiodifusión y de empresas de telecomunicaciones.

En cuanto al contenido, el Estado ha estimulado la producción nacional al establecer medidas de financiamiento para la producción cinematográfica y televisiva, y para el sostén de los creadores. A pesar de estas instituciones, la presencia estadounidense permanece todavía muy remarcada en el Canadá, con la excepción de los medios francófonos, donde no solamente el idioma sino también la brecha de referencias culturales parecen servir de barrera natural. La mayor preferencia por parte de la población francófona por los contenidos locales es una señal muy esperanzadora de la sobrevivencia de este pueblo en América del Norte.

En lo internacional, el Canadá ha orientado sus acciones para promover su soberanía cultural. Así, los canadienses han logrado que su socio y vecino aceptase la necesidad de excluir las industrias culturales del *Accord de libre-*

échange canado-américain (Tratado de Libre Comercio entre el Canadá y los E.U.). Esta cláusula fue mantenida dentro del acuerdo pero solo de manera bilateral entre estos dos países. México logró, con cláusulas de reserva no oficiales al final del Tratado, que se le reconociera la pertinencia de otorgar ciertas licencias de radiodifusión y de telecomunicación a empresas locales. Por fin, el gobierno de E.U. expresó su intención de no reabrir, en el marco de las negociaciones entre Chile y los países miembros del TLC, la cláusula de exclusión de las industrias culturales.

Sin embargo, los observadores han subrayado el alcance limitado y ambiguo de dicha cláusula, pues deja entrever la posibilidad de un recurso "por el cual las medidas [proteccionistas] tomadas en el sector cultural traerán represalias, por ejemplo, en el sector del acero" (Saúl, 1994). Aunque hasta ahora ninguna de las partes ha invocado esta cláusula, los Estados Unidos no han dejado de denunciar al proteccionismo cultural cana-



diense, como un freno a la libre circulación de la totalidad de los productos culturales en el conjunto de los territorios en cuestión.

No fue sorprendente, en la Cumbre de Bruselas, ver al gobierno canadiense erigirse en el gran defensor del principio de sostén a las industrias culturales nacionales. El Canadá apuesta principalmente a unas medidas que pueden y deben "sostener la elaboración y la distribución de un contenido y de servicios locales (...) para cumplir con las necesidades nacionales y contribuir a la sociedad de la información, a escala mundial" (Canadá, 1995). En lo sucesivo, el Canadá insistirá en el sostén a las industrias culturales, después de constatar que las nuevas técnicas de información y comunicación, notablemente *Internet* y la teledistribución por satélite, han hecho de los controles algo anticuado. El presidente del CRTC, Keith Spicer, ha señalado la imposibilidad de erigir una cortina electrónica que detendría la entrada de elementos perturbadores al mercado canadiense de radiodifusión. Por esto preconiza, en vez de medidas coercitivas, medidas proactivas para estimular la producción local, con respecto a la presencia de producciones extranjeras en las ondas canadienses.

Canadá y América Latina

Igual que Canadá, América Latina vive actualmente un movimiento de liberalización y de flexibilización de sus políticas proteccionistas en materia cultural (Mignot-Lefebvre, 1994). Sin embargo, aunque el contenido de las producciones televisivas sea esencialmente de color local, el estilo sigue siendo francamente estadounidense. No hay más que mirar las célebres telenovelas brasileñas para percatarse del fuerte ascendente americano. Esta situación se refleja, también, en las técnicas de difusión. Según el *World Radio TV Handbook*, de 49 países recensados en las Américas, 39 (80%) han adoptado la tecnología americana NTSC, mientras 6 y 4 países han adoptado respectivamente las tecnologías europeas SECAM y PAL. Sin embargo, a escala mundial, la dominación de la norma de E. U. se esfuma, ya que de 183 países recensados (incluyendo las Américas), 83 han escogido el PAL (45%), 55 el NTSC (30%) y 45 el SECAM (25%).

Si el Canadá puede jactarse de ser uno de los países mejor "enchufados" del mundo, con más del 99% de los hogares conectados a una línea telefónica, el 78% al cable y el 99% por vía herciana a los servicios de radiodifusión (ACTC, 1994-1995), su baja población (28 millones) relativa a la extensión de su territorio (10 millones de km²), hacen que constituya un mercado relativamente pequeño para las empresas canadienses de radiodifusión (CCAI, 1995). En los países latinoamericanos lo problemático para la propagación de los productos de las industrias locales, no es tanto el tamaño reducido de los mercados locales, cuanto el bajo nivel de penetración de las tecnologías de comunicación. Estadísticas de 20 países latinoamericanos indican que el número de televisores por cada mil habitantes varía de 52 en Guatemala, a 265 en Puerto Rico, mientras que en Canadá es de 640 y de 815 en E.U. (UNESCO, 1994). En telefonía, tecnología inevitable en la estructuración de las inforrutas, la brecha es aún más marcada. Uruguay, el país latinoamericano más "enchufado", tenía en 1987, 11 líneas telefónicas por cada cien habitantes, mientras E.U. tenía 41 y Canadá 51 (*Nations Unies*, 1991). Además, en un buen número de países latinoamericanos una parte significativa de las infraestructuras telefónicas locales se consideran caducas y por lo tanto incompatibles con los estándares actuales utilizados para la instalación de las redes mundiales (Delaunay Maculan, 1994).

En este contexto, no es sorprendente ver a algunos organismos internacionales, tales como el Banco Mundial, ejercer fuertes presiones para promover en estos países la modernización de sus infoestructuras, con el objetivo de hacerlas económicamente competitivas y conformes a las nuevas normas internacionales (Mignot-Lefebvre, 1994). Sin embargo, a diferencia del Canadá, donde los costos de la modernización de las infoestructuras es asumido principalmente por la empresa privada, la mayoría de los estados latinoamericanos siguen siendo los accionistas mayoritarios de los sistemas nacionales de telecomunicaciones, viéndose obligados a costear la mayor parte de la modernización exigida para participar en las infraestructuras mundiales (Sinha, 1994). Ahora bien, el nivel de endeudamiento actual es tal

que coloca a los gobiernos ante una disyuntiva difícil: privatizar las infoestructuras dejando al sector privado (léase: intereses extranjeros) cargar con lo esencial de la promoción de la identidad cultural, esperando que esta estrategia acelere la integración a los nuevos imperativos "informacionales" mundiales; o conservar el control sobre ellas para dar prioridad a la soberanía cultural, con el riesgo de disminuir la amplitud de la participación en el proyecto de la inforruta global. Está claro que las presiones internacionales para establecer una red intercontinental de banda larga aumentan y obligan a los países pequeños a revisar rápidamente sus prioridades de desarrollo.

El surgimiento en E.U. de superconglomerados multimedia, formados por alianzas tales como Disney y ABC o Ti-

No es por casualidad si los telespectadores del Medio Oriente comparten con sus homólogos mexicanos y canadienses, la pasión por la serie *Dallas*, por ejemplo. Tampoco es por azar que el juicio de O.J. Simpson cautivara al planeta entero desde junio de 1994 hasta octubre de 1995. Esta irresistible lluvia cultural ha favorecido inmensamente la dominación de las industrias culturales de E.U.

me-Warner y Turner Broadcasting System, preocupa en cuanto a la hegemonía cultural ya demasiado asociada a la autopista global de la información. Las recientes asociaciones en el campo de la radiodifusión y las telecomunicaciones establecen la necesidad de que las empresas canadienses refuercen su posición en un ambiente económico mundial más y más competitivo. El miedo a una nivelación cultural, presentado no solamente por los países en desarrollo, sino también por los países industrializados, entre ellos muchos países europeos y Canadá (*Le Monde*, 1995) y combinado con un movimiento de liberalización de la economía mundial, crea la necesidad de estrategias innovadoras para retener esta nivelación cultural ya tan visible.

La omnipresencia cultural de E.U., ya sea por medio de la literatura, del cine, de la televisión o de la música, ha conformado una cultura mundial con numerosos denominadores comunes de origen estadounidense. No es por casualidad si los telespectadores del Medio Oriente comparten con sus homólogos mexicanos y canadienses, la pasión por la serie *Dallas*, por ejemplo. Tampoco es por azar que el juicio de O.J. Simpson cautivara al planeta entero desde junio de 1994 hasta octubre de 1995. Esta irresistible lluvia cultural ha favorecido inmensamente la dominación de las industrias culturales de E.U., desplazando a su paso, hacia la vía de servicio, a un buen número de culturas "locales". Desgraciadamente hay que admitir que, si no son los productos culturales estadounidenses los que se infiltran en las pantallas chicas del mundo, son las maneras estadounidenses de hacer las cosas las que vienen a modificar, más insidiosamente, la fibra íntima de las naciones importadoras. La entrada masiva, acelerada y plurivalente, de información de todo origen, por medio de las inforrutas, amplifica inevitablemente el desequilibrio entre los países proveedores y los importadores.

En Canadá, esta búsqueda de equilibrio se ha traducido en la creación, en 1994, del *Comité consultatif sur l'auto-route canadienne de l'information*, cuyo mandato consiste en aconsejar al gobierno en la elaboración de una nueva política nacional en la materia. El informe que le presentó al comité, en octubre 1995, refleja el doble constreñimiento si-



guiente: crear un ambiente de reglamentos favorable a las inversiones del sector privado, mientras se edifica una política cultural fundamentada en la preponderancia de los contenidos canadienses.

La orquestación de las inforrutas

Por cierto, la euforia alrededor del establecimiento del proyecto de infoestructura global presenta promesas animadoras, en materia de desarrollo económico, tanto para los países industrializados como para los en desarrollo. Las políticas de austeridad económica de la mayoría de los estados les obliga a actuar como maestros de obra en vez de financieros. Pasó a ser el sector privado, de donde se espera el financiamiento de estas nuevas redes.

En tal contexto de liberalización de las condiciones de desarrollo tecnológico, ¿cómo puede el Estado continuar con su rol de guardián de la soberanía cultural?, ¿se puede concebir que el Estado le pida a la empresa privada pagar la cuenta por la instalación de las infoestructuras, al mismo tiempo que le impone cuotas en materia del contenido cultural local?

Canadá da signos manifiestos de su voluntad de orientar la política nacional de comunicación y de telecomunicación, orquestando las reglas de base, a partir de las cuales se elaborarán los diversos proyectos. Por tanto, este enfoque director, tan liberalizante como pueda ser, conlleva, sin embargo, ciertos riesgos ya que la apertura a los mercados de la in-

NUEVAS TECNOLOGÍAS

formación y de las comunicaciones vendrá a aumentar sustancialmente la oferta a la que está expuesto el consumidor medio. Al legislar sobre el punto de las cuotas, la promoción de productos culturales nacionales y los diversos incentivos fiscales, vinculados al empleo técnico y a las producciones canadienses, nunca se deberá perder de vista; sin embargo, desde el momento en que los productos culturales de información, de comunicación y de diversión circulan libre y abundantemente en una sola plataforma técnica planetaria, un Estado democrático estará impotente para regir el comportamiento de escucha y la preferencia de los usuarios de estas nuevas tecnologías.

¿Llegará a ser la autopista global de la información axiomática de una hegemonía estadounidense de la cultura y la información renovada? El reto del Canadá, como el de los demás países, consiste en hallar una vía de compromiso entre la participación en los desarrollos tecnológicos del momento y la preservación y promoción de especificidades na-

cionales; ya que más allá de los esfuerzos para entrelazar las múltiples redes de comunicación y de información de las cuatro esquinas del mundo en una misma y única constelación técnica, parece legítimo preguntarse sobre la eventualidad de una aculturación global sistemática. ●

BIBLIOGRAFÍA

Association canadienne de télévision par câble, 1994-1995.

Canada, *Contribution du Canada au document thématique*, document présenté dans le cadre de la Conférence ministérielle du G7 sur la société de l'information, Bruxelles, 24-26 febrero, 1995.

Comité consultatif sur l'autoroute de l'information (CCAI), *Le défi de l'autoroute de l'information: Rapport final*, Approvisionnement et Services Canada, Ottawa, Canada, 1995.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Concurrence et culture sur l'autoroute canadienne de l'information: Gestion des réalités de transition*, Hull, Canada, 19 mayo, 1995.

Delaunay Maculan, Anne-Marie, "Processus de privatisation et modernisation des télécom-

munications au Brésil", *Revue Tiers Monde*, t. XXXV, no. 138, abril-junio, 1994, p.p. 279-296.

Le Monde, Canonnière culturelle, Paris, No. 15758, 24-25 septiembre, 1995.

Mignot-Lefebvre, Yvonne, "Technologies de communication et d'information - Une nouvelle donne internationale?", *Revue Tiers Monde*, t. XXXV, no. 138, abril-junio, 1994, p.p. 245-277.

Negroponte, Nicholas, *Being Digital*, Alfred A. Knopf, New York, 1995.

Saul, John Ralston, "La culture et la politique étrangère", *Politique étrangère du Canada: principes et priorités pour l'avenir - Essais*, document du Comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes chargés de l'examen de la politique étrangère du Canada, Ottawa, 1994, p.p. 93-132.

Sinha, Nikhil, "Les technologies de l'information et la perspective du chômage technologique dans les pays en développement", *Revue Tiers Monde*, t. XXXV, no. 138, abril-junio, 1994, p.p. 411-424.

Nations Unies, *Recueil de statistiques et d'indicateurs sociaux - 1988*, préparé par le Département des affaires économiques et sociales internationales - Bureau de statistique, New York, 1991.

UNESCO, *Annuaire statistique 1994*, Paris.

World radio TV handbook, Billboard Publications, London, 1991, v. 37, 45.

PERFILES LIBERALES



Dirija sus pedidos al Apartado 102 330 Bogotá, Colombia • Tels: (571) 215 5780, 215 5840, 236 6783
Fax: (571) 215 5801 • E-Mail: 73050.1240@compuserve.com •

Cuba y la era de la informática

Enrique González-Manet, periodista cubano, ha consagrado las últimas tres décadas de su vida a escudriñar, sin prejuicios, pero también sin ingenuidad, los acelerados procesos que tienen lugar en el desarrollo de las tecnologías electrónicas y de telecomunicaciones, y su profunda imbricación con las políticas económicas, culturales y de información, y también con la política a secas. En un medio sensible, como el de Cuba, él advierte la peculiar situación de la isla, que busca garantizar el desarrollo y preservar la soberanía, ante el impacto de esta inevitable globalización. Ese fue el tema de la entrevista realizada por Julio García L.



¿En qué situación se halla Cuba ante la rápida globalización de la información y la comunicación?

Se han dado algunos pasos importantes y existe una cierta infraestructura. Pero no hay aún un concepto claro sobre la relación entre los cambios estructurales en la economía mundial y el desarro-

JULIO GARCIA LUIS, cubano. Periodista, ex presidente de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC), labora en el semanario *Trabajadores*.

llo de las tecnologías de información: interacción y convergencia de funciones entre los sistemas de redes, la computación, el satélite y las comunicaciones digitales.

Ante todo, estos fenómenos son de orden estratégico y político. Las grandes corporaciones transnacionales vieron en la microelectrónica y la informática aplicada la posibilidad de centralizar las tomas de decisión y descentralizar sus

operaciones, reducir costos de producción, racionalizar la mano de obra y elevar la productividad. La transmisión global instantánea de voz, textos, gráficos o imágenes facilitó las economías de escala y la consolidación de mercados, sin límites espaciales o temporales.

Muchos países subdesarrollados asistieron pasivamente a estas conmociones, sin tener idea de los cambios cualitativos que comenzaban a producir-

se. Hoy, el resultado son nuevas formas de desigualdad y dependencia, más graves que las del pasado.

Cuba no está exenta de esta falta de previsión, a pesar de haber liderado durante años, en el Movimiento de Países No Alineados y en la ONU, la lucha por un Nuevo Orden de la Información y la Comunicación.

En conclusión, aunque el país no cuenta aún con una estructura coherente, capaz de garantizar una concertación máxima de recursos y estrategias, posee avances significativos en áreas importantes de la informática, en particular en la formación de la juventud, la docencia, la protección de datos y la computación aplicada, mediante un *software* original e innovador. La creación de los recursos humanos es la clave principal del desarrollo de la informática, aunque sea necesaria una instancia coordinadora que haga compatibles las estrategias sectoriales.

¿Hay una política que señale cómo alcanzar y preservar, en las actuales condiciones, los objetivos nacionales en esta esfera? En cualquier caso, ¿cuáles podrían ser sus principales rasgos?

Tenemos una política nacional de aplicaciones informáticas, vigente desde 1985, pero no contamos aún con una política nacional de comunicación e informática. Los esfuerzos para el desarrollo del sector son fragmentarios y desiguales, al no existir una estrategia general y una instancia ejecutiva a nivel del Estado.

De acuerdo al *Informe sobre el Desarrollo Mundial de las Telecomunicaciones*, presentado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) en la conferencia TELECOM 95, en Ginebra, la importancia de estas tecnologías está dada por el hecho de que los sectores convergentes del audiovisual, informática y telecomunicaciones generaron ingresos totales por 1,4 trillones de dólares en 1994; es decir, cerca de un millón y medio de millones, suma equivalente al 6% del producto interno bruto del mundo.

Ante fenómenos de tal naturaleza, cuya influencia se extiende a todos los sectores y a todos los países, es imprescindible contar con una política nacional

de comunicación e informática -inexistente en casi todos los países subdesarrollados-, aplicable a las estrategias de desarrollo y a las tomas de decisión relativas a la educación y la cultura. Esta política ha de ser integral y concertada, abarcando los aspectos políticos, económicos, sociales y técnicos.

Del mismo modo, es insoslayable organizar el análisis sistemático de los fenómenos de la información y la comunicación en los ámbitos nacional, regional y mundial, para conocer sus interrelaciones y tendencias. Y, en particular, estudiar a fondo el empleo de las nuevas tecnologías de información en el contexto de las economías subdesarrolladas, tomando en cuenta la preservación de los valores propios, la identidad y la ideología.

¿Hasta qué punto, en aras de preservar nuestra identidad cultural, corremos el riesgo de quedarnos rezagados o aislados de las corrientes de información y tecnológicas actuales?

No existen indicios de que la preservación de la identidad cultural esté basada en el aislamiento o la inhibición de las corrientes de información que cruzan el mundo. Por otra parte, en una época de conmutación automática de transmisiones multimedia, de comunicación por satélite y redes interconectadas, es imposible evitar la exposición a otras influencias, entre ellas, las derivadas del impacto audiovisual.

La preservación de la identidad cultural y los valores nacionales es un resultado de la educación y formación de las jóvenes generaciones, de la interiorización de las tradiciones y la historia patria y, en última instancia, de la lucha ideológica y la generación de anticuerpos frente a la contaminación indeseable de mensajes foráneos, difíciles de evitar por su ubicua proliferación.

Cuba, además, está abierta al cruce de culturas, informaciones y datos procedentes de los más diversos ámbitos. Muchos de los avances propios en el campo de las ciencias y técnicas proceden de la actualización virtual del más avanzado conocimiento contemporáneo. El país cuenta con los medios y disposición para mantenerse al día en estos y otros campos, y posee recursos biblio-

No existen indicios de que la preservación de la identidad cultural esté basada en el aislamiento o la inhibición de las corrientes de información que cruzan el mundo. En una época de conmutación automática, de transmisiones multimedia, de comunicación por satélite y redes interconectadas es imposible evitar la exposición a otras influencias, entre ellas, las derivadas del impacto audiovisual.

gráficos y de referencia insuficientemente explotados por los usuarios, sean individuales o institucionales, debido a la falta de práctica o noción inadecuada de su existencia. A pesar de nuestras limitaciones en términos de recursos y de un sistemático bloqueo, Cuba cuenta con una situación excepcional en el mundo subdesarrollado.

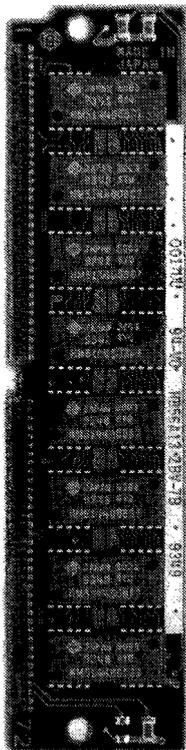
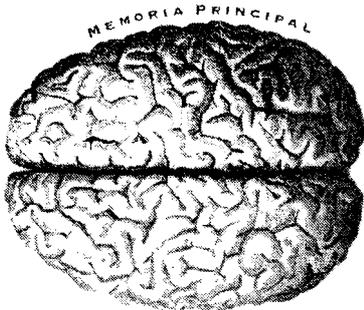
¿Cuál es la situación de Cuba en materia de infraestructuras para la informatización de la sociedad?

La informatización de la sociedad es un concepto sociopolítico para el cual el país aún no está suficientemente preparado, ni cuenta con los cuantiosos medios de inversión requeridos para el desarrollo de infraestructuras. El término implica algo más que la dotación de equipamiento y, aquí, Cuba posee algunas ventajas, como una masa crítica de personal altamente calificado y una po-

blación total con nivel escolar de 12 grados.

La informatización de la sociedad supone el tránsito de la producción industrial a la economía de servicios, la conexión interactiva de todas las instituciones y organismos públicos y privados, y la elevación cualitativa y constante de la capacitación profesional.

Muchos países subdesarrollados quedarán fuera de esta perspectiva, a la que están asociadas las "autopistas electrónicas", las redes de fibras ópticas, las telecomunicaciones celulares y por satélite y una alta densidad de microcomputadoras. Se trata de un estadio superior del desarrollo tecnológico que requiere una economía de escala y enormes inversiones. Un ejemplo, Japón estima implementar estos sistemas para el



2010, a un costo de 500 mil millones de dólares.

¿Qué ventajas y desventajas podría representar para Cuba su incorporación a Internet y otras "autopistas de la información"? ¿no existe el peligro de que pierda el dominio sobre su espacio informativo?

A fines de 1995, el Instituto de Documentación e Información Científico-Técnica (IDICT) ingresó oficialmente en la red de redes *Internet*, integrada por más de 60 mil redes interconectadas, 6 millones de computadoras (*hosts*), 86 millones de abonados, 37 mil bases de datos accesibles, 100 países con nodos servidores y 154 países con direcciones de correo electrónico.

El sistema no está exento de dificultades, como son la falta de regulaciones y reglamentos, problemas de propiedad intelectual, comercialización creciente, conflictos legales, una escasa organización administrativa y baja cooperación internacional. Quizás, una de las cuestiones más preocupantes para los países subdesarrollados sea el impacto cultural previsto debido al descontrol, heterogeneidad y accesibilidad total de las fuentes de mensajes y datos, incluidas la propaganda política, el entretenimiento banal y la pornografía impúdica.

Internet supone aspectos positivos y negativos. Permite el acceso a información actualizada, utilizable y pertinente, y facilita que puedan ser difundidos materiales y conocimientos de interés público, útiles para otros países.

El sistema está considerado como la base para las "autopistas electrónicas" del futuro y no es posible marginar esta perspectiva de interconexión mundial. Solo que la forma y procedimientos de enlace deberán preservarnos de riesgos y efectos negativos. Dada la experiencia del país en el enfrentamiento de agresiones y la lucha por la supervivencia, compete a la nación y al Estado elaborar reglamentos y normas, es decir, una política expresa para prevenir daños y aprovechar al máximo las vastas posibilidades de *Internet*, a la vez que se protege la soberanía e integridad del país.

¿Cómo evalúas el actual desarrollo de la comunicación y la anunciada "era de la informática"?

La primera trampa de los heraldos

del futuro próximo es el ocultamiento de su naturaleza dual y de las numerosas limitaciones que enmascaran la plena disponibilidad de estas tecnologías. La promesa es real. Pero entre esta realidad y la práctica median dificultades aún no conocidas y de inseguro diagnóstico. Es aquí donde pueden darse falsas expectativas, ya que estos procesos han de generar, simultáneamente, áreas de privilegio y marginación, de abundancia y carestía, de accesibilidad e incomunicación, según el carácter y afluencia de los usuarios.

Lamentablemente, quedarán fuera de este mundo deslumbrante 1.200 millones de analfabetos, 2 mil millones de subescolarizados y 900 millones de desempleados, de acuerdo a cifras de la UNESCO y la Organización Internacional del Trabajo.

En todo caso, no hay que pensar solo en el beneficio eventual de usuarios individuales, sino que se trata de un juego de gigantes, cuyo poder y magnitud desafía todos los cálculos, y cuyos resultados pueden afectar la soberanía e independencia de muchas naciones al suplantar la capacidad de decisión y autonomía del Estado.

Herbert Schiller, profesor emérito de la Universidad de California, en su libro *Desigualdad Informativa: la profundización de la crisis social en Estados Unidos*, alerta sobre muchos interrogantes que se abren ante el impresionante impacto del desarrollo tecnológico, y menciona a George Brown, ex presidente del Comité de Ciencia, Espacio y Tecnología de la Cámara de Representantes de Estados Unidos, quien planteó que "nuestros más serios problemas son de carácter social, para los cuales la era de la información digital no tiene soluciones". Se refiere a los problemas domésticos de Estados Unidos. Y cita entre ellos la desigualdad, la explotación comercial, la desintegración de la comunidad, la distorsión de la democracia y la pérdida de los valores de servicio público y de responsabilidad social.

La era de la informática y las "autopistas electrónicas" son una ambigua dualidad de promesas y peligros, que solo pueden ser asumidos mediante una cautelosa política de Estado, cuyo fin expreso sea garantizar el desarrollo y preservar la soberanía. ●

LA CUMBRE DE BEIJING 95 EN INTERNET

Si Ud. desea tener acceso a documentos e información sobre la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer por medio de Internet, haga lo siguiente:

1. Vaya al programa raíz de búsqueda (*root gopher*)
2. Seleccione, mientras sea posible hacerlo, *Other gopher*, hasta encontrar la opción *International Organizations* y, luego, *United Nations*.
3. Una vez que se encuentre en *United Nations*, escoja *United Nations Conferences*.
4. Elija *Fourth World Conference on Women*.

Podrá entonces retirar documentos oficiales de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, boletines informativos, comunicados de prensa, documentos de antecedentes, información sobre las organizaciones no gubernamentales y su acreditación, informes sobre las reuniones de grupos de expertos y las conferencias regionales y otras referencias similares.

Estos documentos pueden también retirarse desde la red APC, bajo *conferences* en un.wcw.doc.eng.

Diversos materiales seleccionados pueden obtenerse en español y francés, bajo *conferences* en un.wcw.doc.fra y en un.wcw.doc.esp.

Para tener acceso a información sobre la Conferencia por intermedio de la World Wide Web (WWW), vaya a su conexión Internet, entre a la WWW y visite el lugar de las Naciones Unidas o el de IISD tecleando <http://www.undp.org/> o <http://www.iisd.ca/linkages/>.

Una vez en el lugar del PNUD seleccione *United Nations Public Information* y, luego, *Fourth World Conference on Women*. (*Mujeres en Marcha*, n° 8, 1995)



REVISTA ELECTRONICA DE COMUNICACION

El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), de México, ha puesto en circulación, a través del Internet, *Razón y Palabra*, revista bimestral que quiere ser un foro electrónico, un espacio abierto y plural para reflexionar y discutir temas de comunicación, y así propiciar, por medio del diálogo franco y propositivo, el desarrollo de nuevas búsquedas y afortunados encuentros sobre el sentido y significado de las acciones comunicativas.

¿Por qué *Razón y Palabra*? El hombre es el ser del logos. Logos es razón y palabra: "estas dos acepciones del término -afirma, en *Los principios de la ciencia*, el filósofo Eduardo Nicol- son complementarias o recíprocas, como el anverso y el reverso de una moneda, y no debieron nunca desprenderse la una de la otra". La palabra es el más profundo nexo de la comunidad ontológica. La acción comunicativa inevitablemente trasciende revelando al ser. La comunicación implica en sí misma la participación activa y productiva del ser. La palabra no es tan solo el ser en acto del

ente particular que lo expresa; es una forma de actualidad del ser en general. Por lo tanto, el ser se presenta a sí mismo en la relación dialógica que entraña la acción comunicativa. La relación dialógica, sin embargo es dialéctica. El ser de la expresión es un ser histórico.

En el primer número colaboran: Javier Esteinou, Abraham Nosnik, Rafael Serrano Partida y Alejandro Byrd, entre otros. Esta publicación ya se encuentra disponible en la red en la siguiente dirección electrónica:

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos>

Quienes la dirigen invitan a los colaboradores y lectores de *Chasqui* para que participen en este novedoso proyecto editorial. Para mayor información contacte al Dr. Octavio Islas Carmona o Alicia Ramírez, Proyecto Internet, Departamento de Comunicación, Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, Kilómetro 3.5, Col. Margarita Maza de Juárez, Estado de México.

E Mail: oislas@campus.cem.itesm.mx

El Diccionario entre el fetichismo y el prejuicio



En español tenemos -para bien o para mal: acaso estas líneas ayuden al comunicador a decidirlo- el Diccionario. Así, con el determinativo y la mayúscula, que lo dan por único en su clase. "No está en el Diccionario", se dice y es por cualquiera entendido, no importan las connotaciones puestas en juego.

J. N. Gómez, Colombia

En nuestra lengua, la empresa de tener un diccionario autorizado fue un tanto tardía con respecto al francés -en ese siglo XVIII España lo medía todo con el metro galo-. Fundada la Academia Francesa en 1629, tuvo como su mayor empeño compilar un diccionario, y acabó por publicarlo en 1694. Enmendado y enriquecido, lo reeditó en 1718. Y

HERNAN RODRIGUEZ CASTELO, ecuatoriano. Escritor y periodista, miembro de la Academia Ecuatoriana de la Lengua.

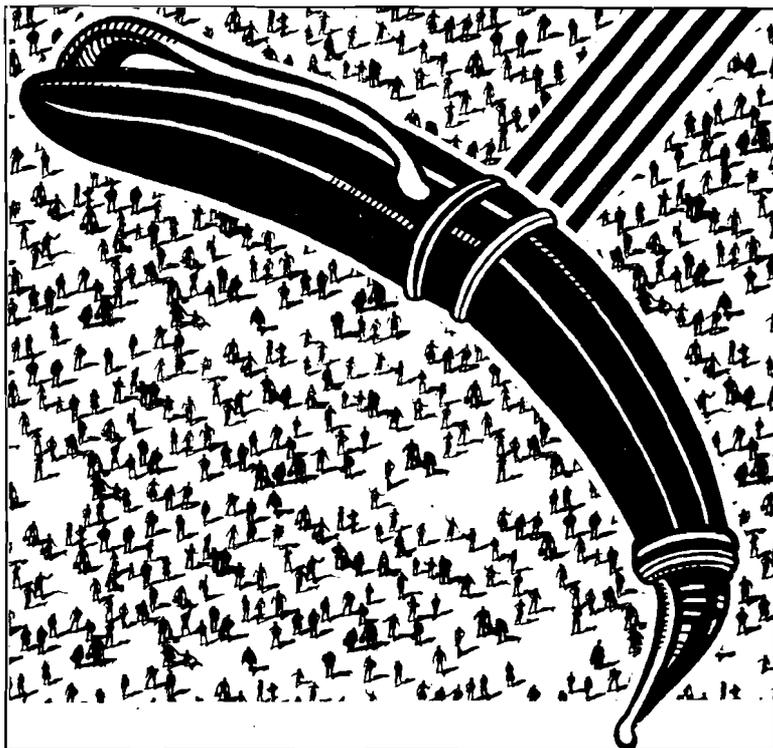
en este tramo el francés conoció otras importantes tareas semejantes, desde el *Diccionario francés-latino* del abate Dagnet (1675) hasta el universal francés-latino, magna obra de los jesuitas del Colegio de Trevous (1721).

Un poco de historia

La Academia Española comenzó en junio de 1713 por unas primeras conversaciones, bastante informales, en la Posada del Marqués. Y ya en ellas hubo acuerdo en que la primera y principal ocupación debía ser un diccionario, "al

ejemplo -decían- de las dos celebradísimas academias de París y Florencia".

En español apenas había un precedente: el *Tesoro de la Lengua Castellana o Española*, compuesto por Sebastián de Cobarruvias Orozco, capellán de Felipe III. Ese sería un rico y sabroso, aunque a veces elemental y casi ingenuo punto de partida. Se ufanan aquellos primeros "académicos" de que Cobarruvias fue el autor de este tipo de recopilaciones léxicas más antiguas en "la República literaria", a la vez que reconocían: "Hemos vivido con la gloria



Capitular No. 65

mado generalmente *Diccionario de Autoridades*, por apoyar definiciones y usos de las palabras en autores de reconocida competencia idiomática. La Academia Francesa, decían aquellos primeros académicos, "califica la voz sin autorizarla", y eso les parecía "magisterio" del que profesaban huir. Ellos darían "la sentencia", pero fundándola, para que el lector viese la razón que les asistía. Ello supuso la lectura de decenas y decenas de autores en prosa y verso, incluidos los que escribieron sobre las cosas de América, como López de Gómara, Joseph de Acosta, Fernández de Oviedo o el Inca Garcilaso.

De esta historia se sigue

De esta historia -con tintas lo mismo pintorescas que ejemplares- cabe deducir algunas conclusiones.

Ese Diccionario -y es hora ya de que le adjudiquemos la mayúscula- no fue empresa ni particular ni individual. El Imperio -del cual, conviene recordarlo, éramos provincia- sentía la necesidad de un tal instrumento de unidad y comunicación eficaz -a la vez que de esplendor: en esto insistía mucho el monarca de un reino que los espíritus más lúcidos sentían entrar lenta pero inexorablemente en ocaso-. Y tal instrumento no fue encomendado a algún estudioso -como había sido el caso del diccionario académico francés, trabajado primero por Vaugelas y después por Mezeray-, sino a un cuerpo en que cabía suponer representada la ciencia filológica y la cultura del reino. Por todo esto, aun sin arrogarse autoridad alguna, este Diccionario nació con una autoridad que nunca perdería.

Al otro lado del puente de más de dos siglos y medio seguimos con un Diccionario hecho, no por una persona o pequeño equipo movido de propia y libre iniciativa o al servicio de algún editor en procura de su negocio, sino por un cuerpo colegiado representativo y autorizado. Solo que ahora ese cuerpo no es la Academia borbónica, sino el enorme conjunto de Academias de todos los países de habla española -y hay ya una Academia Norteamericana-. Decenas, cientos de académicos vigilamos la gran empresa común y aportamos a ella. Que una palabra esté o falte en cualquier otro diccionario español es cosa que a mí -y pienso que a muchos otros académicos-

de ser los primeros, y con el sonrojo de no ser los mejores". Así que se puso manos a la obra: se repartieron las combinaciones AB, AC, AD y otras entre los presentes. Cada uno trabajaría según su método, y luego se conferirían métodos y resultados.

Lo que más movió al Rey a erigir bajo su patrocinio la Academia Española de la Lengua fue que se trabajaría "en un diccionario exacto y puntual de la lengua española". Pero el monarca, antes de aprobar corporación y tareas, pedía reglamentos. A tal pedido debemos lo que aquellos primeros académicos llamaron "planta": un conjunto de criterios "para que gobernados por ella (la 'planta', claro) fuese más uniforme el trabajo".

Allí damos con huellas de primeras discusiones en materias que hasta hoy se discuten. Por ejemplo, cuando se proponía "Distinguir los Adverbios de la Lengua de las otras partes de la oración, y corregir si algún abuso se hallare del vulgo en ellos". Están en este par de líneas vivos dos problemas que se le plantearían siempre al Diccionario: el de la gramática y el del uso o abuso popular.

Otro principio de la "planta" aquella era este -que daría en qué pensar a las

Academias hasta ahora: "Desterrar las Voces nuevas inventadas sin prudente elección, y restituir las antiguas, con su propiedad, hermosura, y sonido mejor que las subrogadas ... calificando de barbarismo dichas Voces Nuevas".

La Academia recibió el espalдарazo regio en octubre de 1714, y para 1723 se habían trabajado, por varios académicos, sendas letras del Diccionario. Y, como la vejez ha sido siempre -con excepciones (no seré modesto: fui una de ellas.)- achaque de académicos y o se morían o temían morir de un día para otro, se sintió la urgencia de imprimir un primer tomo. El Rey socorrió las penurias de aquellos esforzados intelectuales que lo habían hecho todo por pura devoción a la lengua y dotó a la empresa con un fondo y con un impuesto de dos maravedís a cada libra de tabaco del reino.

Ese tomo I, que contiene las letras A y B, apareció en Madrid, en la imprenta del propio impresor de la Academia, en 1726. La obra se completó así: t. II, con la C, 1729 (incluía la CH); t. III, D, E y F, 1732; t. IV, G a N, 1734; t. V, O a R, 1737; y t. VI, S a Z, en 1739. (Cualquier hijo de vecino puede tener esos tomos, en edición facsímil hecha por Gredos).

Es ese el primer *Diccionario de la Real Academia* -o primera edición-, lla-

me tiene sin cuidado. Cada cual es libre de hacer un libro como quiera, y si los que lo compran lo aceptan, allá ellos.

Purismo vs. quemeimportismo

Entonces a este Diccionario -que es empresa común de la lengua y como a tal se lo reconoce- se le plantean con gravedad y urgencia cuestiones que a otros puede o no plantearseles, sin que hayan lugar parecidas urgencia o gravedad.

La primera es la que vimos que se insinuaba ya con nitidez en la "planta" aquella de los primeros académicos, y que puede resumirse en la antinomia purismo vs quemeimportismo.

La lengua es un organismo con inagotable poder de engullir y asimilar cuanto necesita. Cuando en su seno no halla o poderes o medios para crear aquello necesario, lo toma de donde esté hecho. Tratar de oponerse a este proceso es esa actitud antinatural llamada **purismo**. Miro con pena -y hasta, acaso, con algo de admiración- a los pocos puristas que entre nosotros quedan, porque cada nueva edición del Diccionario constituye un conjunto, cada vez más aplastante, de desautorizaciones.

Rechazaban los puristas **élite**, como galicismo, y la edición XX del Diccionario (cuya sigla universal es DRAE: Diccionario de la Real Academia Española, por más que, como se ha dicho, sea ahora de todas las Academias) -1984- la admitió (aunque con pronunciación grave, siendo, al menos en América, corriente la esdrújula: **élite**).

El *Diccionario de incorrecciones* de Santamaría (ya muerto), Cuartas, Mangada y Martínez de Sousa mantiene, hasta en su última edición, la de 1989, **en diferido** en su columna de "incorrecciones". Pero el DRAE, en su última edición, XXI, de 1992, incluye la frase -aunque maldita la falta que hacía, puesto que con "en" se dice modo ("en serio", "en secreto", etc.): "En radio y televisión, dicese del programa que se emite con posterioridad a su grabación". Igual cosa le acontece a ese elenco de "incorrecciones" con **en función**. Tiénelo por incorrecto; pero el DRAE (ed. XXI) lo incluye en el léxico consagrado: "Dependiendo de, de acuerdo con".

Y se las veían y deseaban, no solo puristas, sino hasta los simplemente cui-

dadosos del buen uso de la lengua, para reemplazar el inglés *standard*. El traductor de la *Sintaxis Hispanoamericana* de Charles E. Kany, por ejemplo, confesaba en nota a la Introducción: "El autor de la presente obra hace uso frecuente del término *standard* aplicado al castellano que se habla en España como español tipo, sancionado y consagrado por el uso. En esta traducción, diversas expresiones tratan de transmitir el contenido de aquella palabra. He aquí las más comunes: español tipo, peninsular, consagrado, normal, castizo, culto. A veces, cuando el texto lo permite, eliminamos su traducción". Pero el DRAE admite **estándar** en su ed. XX, y en la XXI enriquece la palabra en sus significados, en sus usos como adjetivo y sustantivo.

Y **enfaticar** entra en el DRAE (ed. XX), no obstante la cerrada oposición del purismo, al que le enfermaba la vecindad del verbo con el *to emphasize* inglés. Y resultaba lo más normal que, teniendo en español **énfasis** -de respetable antigüedad- se usase **enfaticar**.

Y esta apertura de la Academia -de las Academias- tiene ya sus años. Rafael Lapesa informaba al IV Congreso de Academias (1964) que la nueva edición del Diccionario común -la XIX, que estaba ya imprimiéndose, aunque solo aparecería en 1970- daría entrada a muchos neologismos. "Ha terminado -decía- la prolongada resistencia con que tropezaron **control, avalancha, dictaminar, presupuestar o autobús**, rechazados antes por su origen francés o por su formación defectuosa" (*Actas y labores*, 230). Informaba asimismo que de la copiosa lista remitida por la Academia Colombiana -66 palabras o locuciones-, se halló que casi todas eran de uso frecuente en España, y la mayoría estaban ya aprobadas por la Academia Española. Así, **aislante, anonimato, apátrida,**

cineasta, corno, decepcionar, detectar, devaluar, devaluación, educacional, efeméride, etc. Y concluía el ilustre estudioso del español que la falta de uso peninsular no había sido obstáculo para que se admitiesen **acápite y linotipo, copartidario y huelga de hambre**.

Y recuerdo que, en momentos en que el purismo rechazaba el **implementar** porque clamaban los burócratas y tecnócratas y más fauna de servidores o manipuladores del poder, Alonso Zamora Vicente, por entonces secretario de la Academia Española, me dijo en Madrid: "¡Coño, si todo el mundo lo usa, y tenemos **implemento!**"

Todo esto por el un extremo de la antinomia: contra el purismo. Pero, por el otro lado, la condición misma del Diccionario -de oficial, selectivo, autorizado y reconocido por la inmensa mayoría de los usuarios conscientes de la lengua española- exige criba seria y técnica para la admisión de palabras nuevas.

Porque no es cosa de que, porque algún comentarista deportivo zafio, con cero lecturas a su haber y casi el mismo caudal de reflexión, se da a usar una palabra inglesa chapurreada, porque, claro, tampoco domina el inglés-, en la más perfecta ignorancia de todos los modos como aquello puede decirse en su propia lengua, deba dársele lugar en el DRAE. Sin encogimientos puristas, el trabajo léxico que fructifica en entradas en el DRAE ha de ser -y lo es- serio, técnico.

Para no salir de la "e", es ilustrativo lo acontecido con la frase **en orden a**. El Quinto Congreso de Academias (Quito, 1972) conoció una ponencia de la Academia Panameña acerca de **a objeto y en orden a**, y aprobó una recomendación para cada una de estas frases. De la que nos ocupa dijo: "Se recomienda asimismo que se evite el uso vicioso de formas como **en orden a** y se señalaron como reemplazos adecuados **con el objeto de, a fin de**" (*Memoria*, 636).

Debe haber habido nuevas discusiones en torno a este **en orden a** -vil plagio del inglés *in order to*, porque el DRAE incluyó en su ed. XX la frase. Pero, ¡jojo!, en otro sentido, al menos para los americanos rarísimo: **Tocante a, respecto a**. Así que el DRAE sale bien librado de la primera antinomia: ni purismo ni quemeimportismo.

Y con un criterio que ya no es el de una imposible "pureza" -esa manía de "casticistas o españolados que creen en lo cabal del idioma y en la impiedad o inutilidad de su refacción", que decía Borges en *El idioma de los argentinos*. La lucha por la "pureza" -sentó con su gran peso Dámaso Alonso en el II Congreso de Academias- pudo ser el santo y seña del siglo XIX; hoy ya no puede serlo. Nuestra lucha tiene que ser para impedir la fragmentación de la lengua española (*Actas*. 48).

¿Y otras antinomias? Las hay, por supuesto. Pero, ante la tiranía del "número de caracteres", se quedaron para otro día... (Otra es, por nombrar una importantísima, español de España vs. español de América).

Entre el fetiche y el prejuicio

La naturaleza misma del DRAE y estos modos de navegar entre los escollos de purismo y quemeimportismo -y otros- lo convierten en objeto de posturas también extremosas, que van del fetichismo al prejuicio.

El fetichismo es como todo en achaques de fetiches, cosa de magia: hay

quienes hasta hoy rechazan una palabra como impura, bastarda, antinatural y más porque "no está en el Diccionario". Les importan muy poco uso extenso, morfología exacta, vínculos hallados con viejas raíces, analogía con otros usos ...¡Nada! "No está en el Diccionario". La fórmula pesa ciega y absoluta como las prohibiciones del tabú. Pero resulta que, en la siguiente edición del Diccionario -que pudiera ser que circulase ya en España-, está ya la palabra. Pasa entonces del negro de lo vedado al blanco de lo consagrado. ¡Sigue la magia! Y a veces puede ocurrir que el DRAE se haya equivocado y acaso algunas academias preparan ya informes de disconformidad, que la Academia Española -que es la editora del libro y tiene los archivos y ficheros- discutirá y, de ser el caso, aceptará.

El prejuicio es no menos ciego e irracional que el fetichismo. Los prejuiciados, faltos de información -ignorantes hasta de cosas tan elementales-, rechazan que se confiera a un libro tamaña autoridad. (Suelen tener ante los ojos a los fetichistas). Celosos de que nadie les imponga nada en algo que tienen como

tan propio y libre como su lengua -mejor, su habla-, niegan, sin discutir siquiera ni posibilidad ni límites, que haya un libro que se arroge autoridad para decir lo que es y lo que no es español. Como la prueba mayor de su independencia -y de su desprecio por el libro abusivo- manejan otro diccionario.

Pero puede resultar que el tal diccionario ponga, sin más ni más, una palabra, o dé a otra el sentido que se le ocurra. Y entonces, para mala suerte del libérrimo caballero, a nadie puede convencer del uso aquel. Porque su libro de consulta no tiene más autoridad que la que pudiera tener uno que él mismo hiciese...

Y bien pudiera suceder -de hecho ha sucedido y no raras veces- que haya algún académico que de la lectura de alguna obra del rebelde aquel esté sacando papeletas que enviará a la Academia Española y ella someterá a consulta de las otras academias americanas, y un día el repertorio común -el trabajado y cuidado por tantos estudiosos en todo el mundo de la lengua- tendrá esa palabra porque el escritor la extrajo de buenas canteras y la trató con buen instinto idiomático.

¿Y el periodista?

¿Y el periodista? pues para periodistas se ha escrito esto. El, como nadie, debe moverse, libre y consciente, entre fetiche y prejuicio. Nadie como él debe enfrentar vaivenes y asaltos léxicos y sintácticos, porque su quehacer lo pone en la línea de fuego: allí donde se arrebatan o pierden tierras fronterizas.

Nadie como el periodista puede sentir tan a lo vivo lo útil que un libro como el DRAE puede resultar, precisamente por su fundada y reconocida autoridad. Pero debe tener también conciencia de su papel en el negocio que termina en las páginas del Diccionario: él es un mediador entre el uso de la lengua por todos esos públicos de los que viene -con su botín de información- y los usos, actuales o futuros, de los públicos a los que va -con su mensaje-.

El periodista será parte para usos que, lejos de ser curiosidades particulares casi jergales son síntomas o pruebas de la apertura del español a los anchos horizontes de un mundo cada vez más pequeño, reciban su consagración en el repertorio oficial. ●



Capitular No. 85

CIESPAL Y LA INTELIGENCIA EXTRATERRESTRE

A principios de julio de este año se realizará, en la isla de Capri, la V Conferencia Internacional de Bioastronomía, que tratará, entre otros, el fascinante tema de la búsqueda de vida extraterrestre y vida extraterrestre inteligente en el universo. Como en las dos últimas conferencias, en Val Cenis y Sta. Cruz, en 1990 y 1993, CIESPAL estará representado en este evento que suscita enorme interés no solo entre astrónomos, físicos y exobiólogos, sino también entre científicos sociales, particularmente politólogos y especialistas en comunicación.

La razón es obvia. En círculos científicos crece la convicción de la existencia de otros seres inteligentes en nuestra galaxia. Se espera que con la ayuda de los nuevos y muy sofisticados equipos no tardaremos en obtener evidencia de que no somos los únicos. Pero, una vez que recibamos una señal artificial del cosmos ¿cuál será la reacción de la Tie-

rra? Hace poco, el Comité SETI (*Search Extraterrestrial Intelligence*), de la Academia Internacional de Astronáutica, elaboró un documento que resume algunos de los principios que deberían guiar una respuesta de la humanidad, una vez que se haya recibido y verificado un mensaje extraterrestre. ¿Debemos contestar o no? ¿Quién responderá? ¿Cómo nos comunicaremos y qué contenido tendrá nuestra comunicación? Lo que se pretende es evitar una situación caótica y establecer de antemano reglas y procedimientos claros en forma de un marco legal internacional. Lamentablemente, este documento fue redactado y aprobado principalmente por científicos y técnicos, sin una adecuada colaboración de las ciencias sociales.

En este contexto, el aporte de CIESPAL tiene el propósito de subsanar en algo esta insuficiencia y enriquecer el debate sobre la eventual comunicación con extraterrestres no solo para el caso

de recibir un mensaje radiomagnético de un lejano planeta habitado, sino también en caso de la visita de una nave extraterrestre a la Tierra. Es desafortunado que esta conferencia en Italia, rompiendo con el patrón establecido en las dos anteriores, no ofrezca espacio para la discusión de los aspectos sociales, políticos y comunicacionales, así como culturales, del tema. Esta limitación afectará, sin duda, su resonancia. Pero los científicos sociales no deberían quejarse. Salvo una pequeña minoría, ellos no se ocuparon del tema durante mucho tiempo. CIESPAL estima que es imperativo que los comunicólogos y los investigadores de la comunicación participen activamente en este debate que agita la imaginación del hombre. El contacto y la comunicación con una inteligencia extraterrestre, superior a la nuestra, es un asunto demasiado importante, como para dejarlo en las manos exclusivas de científicos y técnicos. (Peter Schenkel).

MEDIOS PARA LA DEMOCRACIA

La libertad de expresión y el derecho a la información constituyen dos de los pilares de una sociedad democrática. El pleno ejercicio de estos dos principios permite que todos los sectores de la sociedad puedan debatir y buscar soluciones a los problemas sociales, económicos y políticos a través de un consenso social y de un intercambio de información esencial para la adopción de decisiones, en el marco de un estado de derecho. En consideración a esto y a que el Ecuador concurrirá nuevamente a las urnas el 19 de mayo de 1996, con motivo de sus elecciones generales, CIESPAL ejecuta el proyecto "Medios para la Democracia", con el auspicio de la Unión Europea y la coordinación para América Latina de la Federación Internacional de Periodistas (FIP).

Los objetivos principales del proyecto son: proveer a los periodistas de orientaciones prácticas para la cobertura electoral, concienciar a políticos y al público sobre el importante papel de los periodistas en campañas electorales, capacitar a los periodistas sobre el proceso electoral

y elaborar manuales prácticos de uso inmediato.

El proyecto, que es piloto para América Latina, entre sus actividades contempla la realización de un diagnóstico de medios de comunicación del Ecuador centrado en el carácter de la cobertura electoral, libertad de expresión, leyes de medios y programas políticos; así como cursos de capacitación para los directores de medios, jefes de informativos, editores políticos y periodistas que cubren el área política de los medios escritos y audiovisuales.

El 19 de mayo se realizará una supervisión a los medios para establecer cómo se realizó la cobertura electoral, evaluar el proceso y reforzarlo si fuere necesario, con otros eventos de capacitación. Posteriormente, habrá una evaluación global de todo el proceso.

En suma, el proyecto pretende reforzar la calidad del trabajo de los comunicadores del área política para que la opinión pública esté adecuadamente informada y orientada sobre el proceso electoral, y coadyuvar a consolidar la libertad de expresión en el país.

NUEVAS PUBLICACIONES

En las últimas semanas, CIESPAL puso en circulación algunas publicaciones. De la serie *Cuadernos de Chasqui*, que pone a consideración de los lectores una selección monográfica de artículos publicados en la revista, están a la venta los números 17, 18 y 19, con interesantes textos sobre el impacto de las telenovelas, la democratización de las comunicaciones y periodismo y medio ambiente, respectivamente. El número 20 de esta misma serie, a punto de circular, tratará sobre *Violencia y Comunicación*.

Dentro de la colección bibliográfica *Encuentros*, y con el número 6, está circulando un volumen que contiene las disertaciones y propuestas presentadas en el seminario "Comunicación, movilización social y salud", realizado en Quito, en marzo de 1995.

ACUERDO CIESPAL-FLACSO



Firman el Acuerdo el Dr. Asdrúbal de la Torre (CIESPAL) y el Arq. Fernando Carrión (FLACSO)

Se firmó un acuerdo de cooperación entre CIESPAL y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Sede Ecuador, con el objetivo de realizar conjuntamente actividades para la formación profesional y el desarrollo de las ciencias sociales, a través de la formulación y ejecución de investigaciones, estudios sistematizados de experiencias, evaluaciones y bases de datos sobre temas de interés común.

En este marco, CIESPAL y la FLACSO emprenderán acciones para fortalecer la formación y capacitación de recursos humanos en campos de interés compartido, y organizarán seminarios, talleres y otros eventos académicos sobre temas sociales, políticos, económicos, culturales, comunicacionales y ecológicos. Los materiales que se obtengan de estos trabajos serán diseminados a nivel nacional y regional.

CAPACITACION EN TELEVISION

Durante 1996, CIESPAL, con el auspicio de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania, está ejecutando un programa de capacitación, en Quito y en países latinoamericanos, dirigido a productores de programas informativos de canales locales y regionales.

Hasta marzo de este año se han realizado dos cursos *in situ*. El primero en el Canal 10 de la Universidad de Concepción, Chile, entre el 8 y el 20 de enero. En Honduras se cumplió el segundo curso, entre el 4 y el 15 de marzo, para instituciones públicas y privadas.

En junio se realizará un curso en coordinación con la Federación Internacional de Periodistas (FIP), en Nicaragua. Durante el segundo semestre se ha previsto organizar cursos en República Dominicana, Colombia, Venezuela, Paraguay y Uruguay.

En Quito, los cursos estarán dirigidos a reporteros, camarógrafos y editores de informativos. El primero se realizará entre el 1 y el 26 de julio, y el otro, entre el 7 de octubre y el 1 de noviembre.

ARENA *journal*

A twice-yearly, internationally oriented scholarly periodical, *Arena Journal* will continue a commitment of the first series of *Arena* to publishing material which reflects on a renewed left critical practice. It is a place for theoretically and ethically concerned discussion on the prospects for co-operation within contemporary life.

Arena Journal will respond to the challenges of the last twenty years to the 'classical' accounts of social life which have emerged from theories of subjectivity and the sign, challenges which have affected the status of figures such as Marx, Weber and Durkheim, as well as post-classical theorists such as Habermas and Giddens. A central focus of the *Journal* is upon the interpretive and technical intellectual practices and their relation to the reconstruction of social processes: class relations, forms of selfhood and community life. We welcome contributions from various perspectives which engage with the *Journal's* special concerns.

ARENA *journal* No. 5, 1995

Subscribe to *Arena Journal*

Rates (in Australian dollars please)

	1 year	2 years	3 years
Individuals	16	28	42
Organizations	25	45	65

Overseas: surface postage add \$6; air add \$14

Send to:

Arena Journal
PO Box 18
North Carlton
Australia 3054

Telephone: 61-3-4160232
 Fax: 61-3-4151301

Revista *hombres de maíz*

La única revista centroamericana especializada en el desarrollo humano.

Suscripción por un año: 12 números

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

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

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

NUEVA SOCIEDAD

Director: Heidulf Schmidt
Jefe de Redacción: S. Cheifec

SUSCRIPCIONES	ANUAL	BIENAL
(Incluido flete aéreo)	(6 núms.)	(12 núms.)
América Latina	US\$ 50	US\$ 85
Resto del mundo	US\$ 80	US\$ 140
Venezuela	Bs. 2.800	Bs. 5.200

PAGOS: Cheque en dólares a nombre de NUEVA SOCIEDAD. Apartado 61.712-Chacao-Caracas 1060-A. Venezuela. Telf. 267.31.89
Rogamos no efectuar transferencias bancarias para cancelar suscripciones.

STUDIES IN LATIN AMERICAN POPULAR CULTURE

SUBSCRIPTIONS

Individual US\$ 15;

libraries and other institutions US\$ 45;
patrons US\$ 60.

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

CANDELA

Revista Iberoamericana de la Comunicación
Director fundador:
Prof. José Luis Vera.

Auspiciada por la Asociación Uruguaya de Investigadores de la Comunicación (AUIC) .

*Periodismo Científico -
Investigación - Ecología -
Integración - Ética -
Verdad - Cultura*

Calle Santiago de Chile 1180 Esc. 301, C.P. 11.200, Montevideo, Uruguay. Tel.: 91 14 06 - Fax (0598-2) 96 22 19

RADIO

SUR

90.1 F.M.

PASAJE 12 No. 5320
VILLA EL LIBERTADOR
TELEFAX (051) 94 - 1747

C O R D O B A
A R G E N T I N A

CONSIGNAS

MEDIOS & COMUNICACION

LA UNICA REVISTA SOBRE MEDIOS & COMUNICACIÓN DE LA ARGENTINA

Suscripción por 5 números: u\$s 40

CUCHA CUCHA 5, 9º "A". (1405) CAPITAL, REP. ARGENTINA.
TE/FAX: 00-54-1-432-1618

COMUNICACION UN ENFOQUE SISTEMICO

RAUL RIVADENEIRA PRADA

Ediciones Signo

La Paz, Bolivia, 1995.



Según su autor, “esta obra pretende trazar una vía de acercamiento al fenómeno de la comunicación humana desde la perspectiva de la teoría general de los sistemas, una propuesta metodológica que ha demostrado

sus bondades en otros campos de la investigación científica”. A partir de este criterio analiza la teoría de los sistemas, no como respuesta final a los planteamientos de la comunicación, sino como un proceso histórico que permite construir una nueva epistemología cuya idea central es que entre fenómenos y causas existen procesos e interrelaciones que permiten un mejor conocimiento y una amplia reflexión sobre la realidad.

Rivadeneira centra su enfoque en el caso de la investigación respecto de la cual concreta varias precisiones conceptuales que significan un valioso resumen que posibilita entender el concepto de comunicación social.

Especial atención merece la clasificación múltiple de los sistemas, desde varios puntos de vista, especialmente en relación con el grado de complejidad resultante de sus componentes y funciones. Los sistemas estudiados son: cerrados y abiertos, deterministas y probabilistas, agregativos y asociativos. Para un mejor entendimiento se profundiza en los principios de la teoría de sistemas: la totalidad, la no sumatividad, cualidad emergente,

de equifinalidad y de retroalimentación.

Con estas bases, el libro entra al estudio de la comunicación considerada como sistema a partir de la hipótesis “la base del conocimiento es la percepción”, y de establecer definiciones de los elementos que inciden en la comunicación, como son el entorno de los procesos, la interacción de los componentes y su interdependencia, así como la determinación de los medios y su clasificación.

Un aspecto sobresaliente de este libro es la delimitación conceptual entre la comunicación colectiva y el periodismo, a partir de la cual el autor hace un recuento de lo que es el periodismo manuscrito, la radiodifusión, los medios tecnológicos, la fotografía, el cine y la televisión. Como consecuencia se estudian los códigos presentes, en forma simultánea, en los niveles sintácticos, semánticos y pragmáticos de la comunicación, los cuales permiten estructurar el mensaje y determinar los roles del receptor y del emisor para poder entender los efectos del proceso comunicativo.

ANDRES LEON C.

¿QUE HACER CON LA RADIO?

RICARDO HORVATH

Ediciones Letra Buena

Argentina, noviembre de 1994.



La unipolaridad, el neoliberalismo, la globalización y todo aquello que caracteriza los cambios cualitativos que el mundo está experimentando,

obliga a los pueblos del Tercer Mundo a desarrollar estrategias de resistencia en todos los órdenes, más aún en el de la cultura y la comunicación (los medios son la “conciencia viva de la sociedad”) que deben constituirse en “el centro de nuevas formas de lucha por la soberanía, la independencia y la identidad, mucho más complejas, perentorias y sutiles que en ningún otro momento de la historia” (Enrique González-Manet).

En este contexto, ¿qué hacer? Vieja pregunta, pero no menos actual, que las sociedades se han planteado ante las encrucijadas y las crisis que en el mundo han sido. Y, en concreto, ¿qué hacer con la radio? Horvath reflexiona y propone en el marco de la realidad argentina, particularmente del “menemato” (para quien “bajarse los pantalones parece ser una acción mecánica”, pero selectiva: sólo frente al poder imperial y al nacional cómplice) y su obsesión por la privatización y la desregulación de los medios. El libro recupera algunos ar-

tículos y ponencias del autor, escritos entre 1988 y 1993, y los actualiza para ofrecer interrogantes y alternativas que recuperen la iniciativa popular, a través de la radio y un multimedia propio, a fin de reconstruir “el camino empedrado de los 70, la decepción de los 80 y la traición de los 90”

En *La trampa secreta de la radiodifusión argentina* (1986) y en *Los medios en la neocolonización* (1988) el autor develó las ilícitas licitaciones radiofónicas, la concentración monopólica, los medios y la recolonización y propuso vías para la democratización de la comunicación. Ahora, con su estilo directo, sin ambages, duro, que le ha caracterizado como feroz crítico de medios; hace un recorrido por los aspectos esenciales de la técnica radiofónica, las falacias y “arreglos bajo la mesa” de las radios del sistema y sus intimidades con el poder, el rol de la radio alternativa y los retos que las nuevas tecnologías presentan para el movimiento popular.

FERNANDO CHECA.

ESTUDIO CUALITATIVO Y CUANTITATIVO DE LA PROGRAMACION TELEVISIVA EN EL PERU

JOELLE HULLEBROECK Y MARIA TERESA QUIROZ

Unión Latina, Lima, 1995.



Trátase de una investigación rigurosa que presenta informaciones estadísticas acerca de los contenidos vehiculados por la televisión peruana, donde solo el 40% del tiempo de programación es de producción nacional.

En América Latina, los programas de entretenimiento son mayoritarios y, en general, provienen de los Estados Unidos. Sin embargo, el origen de los programas extranjeros se ha diversificado. El estudio verifica la consolidación de grandes grupos como *Red Globo* de Brasil y *Televisa* de México. Los programas estadounidenses ocupan un 37%; pero, hay un significativo porcentaje (20%) de programas provenientes de otros países de Latinoamérica. Desde el punto de vista lingüístico, se puede verificar que el 63% de la programación total de Perú ha sido originalmente filmada en castellano y el 37% en otros idiomas, como el portugués que alcanza el 2%. La investigación también revela que los programas con mayor *rating* son programas cómicos de producción nacional y, en segundo

lugar, las telenovelas que son esencialmente latinoamericanas, mientras que la producción nacional de ficción se concentra sobre todo en miniseries.

Pero el libro no se ocupa solo de analizar los datos cuantitativos. Hay un capítulo que sintetiza 5 entrevistas realizadas a personas ligadas a la TV peruana y que abarcan temas como criterios de la programación, fuentes de la programación (si es extranjera, propia, independiente, asociada o por coproducción), opiniones sobre los programas, el doblaje y subtulado.

Este trabajo trae grandes contribuciones para que otros países puedan desarrollar investigaciones semejantes, ya que expone toda la metodología empleada. En tal virtud, será posible alcanzar un conocimiento en profundidad sobre la naturaleza actual y la evolución de la TV en América Latina.

ANITA SIMIS.

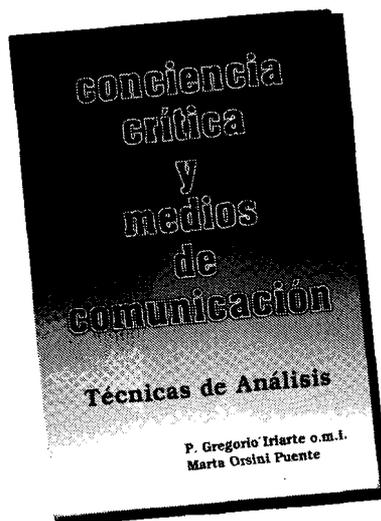
Unión Latina: Miguel Dasso 117 - Piso 15, Lima 27. A. P. 18-1494 - Lima 18 - Perú. Tel. 440-0807. E-mail ulat+@amauta.rcp.net.pe

CONCIENCIA CRITICA Y MEDIOS DE COMUNICACION

Técnicas de Análisis

P. GREGORIO IRIARTE O.M.I. Y MARTHA ORSINI PUENTE

Cochabamba, Bolivia, marzo, 1995



Este libro está orientado a crear, en la sociedad, una conciencia crítica frente a la aplastante presencia de los medios de comunicación, los cuales son confrontados desde el punto de vista ético y educativo. Con este fin, los autores dotan de un compendio de técnicas e instrumentos de análisis que responden a las inquietudes y cuestionamientos presentes en el inmenso campo de la comunicación social.

Como consta en su presentación, este es un **libro-guía** dirigido, en especial, a todos quienes tienen una función educadora. Su contenido les permitirá, de una forma clara y ordenada, disponer de los suficientes elementos para desarrollar en sus educandos una conciencia crítica, basada en su capacidad de discernimiento, acerca de lo que se puede leer, oír o ver en los diferentes medios de comunicación. Además, proporciona una formación de los valores éticos que permiten al individuo despojarse de su posición acrítica y conformista como perceptor, y pasar a formar una sociedad ejercitada en el análisis y la criticidad.

En la primera parte del libro, los autores tratan de ubicar al lector dentro del mundo actual que envuelve a los medios, el poder que estos ejercen en la sociedad y lo que significa la comunicación versus la incomunicación. En la segunda parte se describe el papel que cumple la prensa, radio, televisión, las telenovelas, el video y el cine, los dibujos animados y las tiras cómicas, la publicidad; y la influencia que independientemente estos tienen sobre la educación, la familia y, en general, sobre el comportamiento mismo de la sociedad. Finalmente, en la tercera parte, la obra ofrece propuestas metodológicas, habla de la ética y los medios, de la formación de la conciencia crítica, de la iglesia y los medios, y ofrece una propuesta para un nuevo orden informativo internacional.

Un aporte didáctico valioso son los trabajos prácticos que se proponen al final de cada capítulo, y los esquemas de análisis que sintetizan lo desarrollado en cada parte.

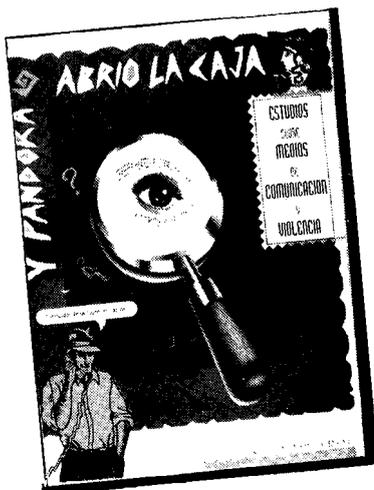
MAGDALENA ZAMBRANO

Y PANDORA ABRIÓ LA CAJA

Estudios sobre medios de comunicación y violencia

TERESA HERRERA, Coordinadora

Ciencias de la Comunicación,
Universidad de la República
EPPAL Ltda., Montevideo, 1993



Este libro contiene 10 investigaciones sobre aspectos específicos de la violencia en prensa, radio y televisión. Fueron realizadas por estudiantes de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República, Uruguay.

Los trabajos analizan la relación existente entre los medios de comunicación y las audiencias destinatarias, demostrando la complejidad de este proceso interactivo. Dos de las investigaciones son dedicadas a la prensa cotidiana. Una de ellas desentraña la "imagen" de los jóvenes infractores, imagen en el sentido de una construcción estereotípica, ya sea deliberada o como producto ideológico subyacente. La segunda investigación compara dos discursos: la información sobre la violencia en el fútbol en el diario *El País*, y textos jurídicos.

El trabajo que toma la radio como fuente emisora, analiza el discurso de un programa acerca de la violencia delictiva comparándolo con la palabra oficial del Ministro del Interior.

Sobre televisión se publican 7 trabajos, ordenados en dos bloques. El primero analiza dos programas infantiles y uno para adolescentes: *Las tortugas Ninja*, *Cacho Bochinche* y *Los Simpson*. En el segundo bloque hay tres trabajos sobre seriales policiales y un informativo noticioso.

Jorge Luis Ornstein, decano de la Facultad de Comunicación, al referirse a este libro manifiesta: "El conjunto de 'pequeñas investigaciones', producto de una estricta aplicación del método científico, conforma una vanguardia en la exploración del conocimiento de los medios de difusión colectiva y su papel en nuestra sociedad ... se vislumbran espacios para actuar críticamente en los efectos de los mensajes masificadores, neutralizándolos. La educación para la recepción de los mensajes, emitidos a través de los medios masivos, requiere información persistente y sistemática, proporcionada por una investigación comprometida con el mejoramiento de nuestra sociedad".

MARITHA RODRIGUEZ J.

casa de las américas

Revista trimestral de letras e ideas

Suscripción Anual

América del Sur US\$ 20 - América del Norte US\$ 25
Europa US\$ 30 - Otros países US\$ 35

Adjunte giro postal o cheque bancario en dólares o cualquier otra moneda convertible (con excepción de bancos norteamericanos) a Casa de las Américas, Tercera y G., El Vedado, La Habana 4, CP 10400, Cuba. Telf. 323587
Fax (537) 327272.

Suscripciones de Canadá, Estados Unidos y Puerto Rico enviar a: Publications Exchange Inc. 8306. Mills Drive, Sulte 241, Miami, FL 33183

Estudios sobre las Culturas Contemporáneas

Revista semestral de investigación y análisis

Programa Cultura - CIS - Universidad de Colima

Espacio editorial de investigación teórica y metodológica en relación a la cultura

Suscripciones:

(Incluye envío correo aéreo)

México: N\$ 80.00

Otros países: US \$ 45.00

Envíe giro postal o telegráfico a:

Programa Cultura, Universidad de Colima

Apdo. Postal 294, Colima 28000, Col.

Tel. (331) 3 03 97 - Fax (331) 2 75 51

e-mail: pcultura@volcan.ucol.mx