

**TELENOVELAS PRO-DESARROLLO****8**

La gente ama a las telenovelas. Es uno de los formatos de mayor éxito utilizado por algunos precursores para difundir mensajes pro-desarrollo. Televisa, Univisión, Galavisión son parte del mismo imperio que ya cubre América Latina, Estados Unidos y Europa. Hay que conocerlo.

Everett Rogers, Arvind Singhal, Rosa Costa Crispim, Arnaldo Beltrami, Miguel Sabido, Rubén Jara, Gilda Rota y Claudia Benassini.

INVESTIGACION Y POLITICAS DE COMUNICACION**42**

La investigación administrativa y la crítica, objetivos, metodología, resultados y las nuevas líneas planteadas por los investigadores del Norte, el Tercer Mundo, los países capitalistas y socialistas deben ser analizadas, utilizadas o rechazadas.

Valery Pisarek, Rafael Roncagliolo, Marlene Cuthbert, Marta Rodríguez y Jorge Borden.



ENTREVISTA A: JUAN DIAZ BORDENAVE <i>Juan Braun</i>	38
INVESTIGACION DE MEDIOS <i>Anita López Arjona</i>	62
NOTICIAS	2
NUEVAS TECNOLOGIAS	4
ACTIVIDADES DE CIESPAL	6
LIBROS	67

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

Carta del editor

Las telenovelas son el género de mayor audiencia en todo el mundo. Millones de telespectadores lloran y lloran todos los días en sus hogares sentados frente al televisor. Para captar esta audiencia con mensajes pro-desarrollo, estrategias que combinan la educación y el entretenimiento están siendo diseñadas y probadas por los creativos de las mayores cadenas de televisión como Televisa y su hermana Univisión, Globo de Brasil y Doordarshan de la India. Y sus productos han sido una treintena de telenovelas de contenido social, entre ellas Acompañame, Vamos Juntos, Roque Santeiro y Nosotros, la Gente.

Pero, atención. Estas estrategias están basadas en teorías de Bandura, Skinner y las escuelas funcionalista y conduc-

tista norteamericana. Y tienen mucho éxito. Conclusión: Existen. Se las toma o se las deja.

El Dr. Asdrúbal de la Torre es el nuevo Director General de CIESPAL. Anteriormente desempeñó las funciones de Director Administrativo de la institución.

El Dr. Luis E. Proaño se ha alejado de CIESPAL después de 10 años de fructífera labor como Director General. Ocupa actualmente el puesto de Secretario Nacional de Comunicación Social del Ecuador.

¡Felicitaciones!

Juan Braun

DIRECTOR: Asdrúbal de la Torre. **EDITOR:** Juan Braun. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Jaime Pozo. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS.COMITE EDITORIAL EJECUTIVO: Jorge Mantilla Jarrín, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Andrés León. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Beltrán (Bolivia); Gian Calvi (Brasil); Reinhard Keune

(Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Máximo Simpson (Argentina); Diego Echeverría (Chile). Servicios Especiales de IPS. Chasqui es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania Federal. Apartado 584, Quito-Ecuador. Teléfono: 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED. FAX (593-2) 524-177.

Anita López Arjona

Investigación de medios

CHASQUI presenta un resumen parcial del Inventario de Medios de Comunicación en América Latina realizado por el Departamento de Investigación de CIESPAL. Los datos y el análisis enfatizan televisión, el medio de mayor crecimiento y penetración de los últimos años.

La revolución técnica e industrial, resultado del crecimiento de las ciudades y de la urbanización, dio paso al descubrimiento de la electrónica y con ello abrió un mundo de posibilidades para la imaginación humana.

Con la invención de la fototelegrafía, a principios de siglo, se hizo realidad el sueño de generaciones pasadas por captar imágenes de lugares y personas sólo conocidas a través de cuentos e historias mágicas. Ahora, magia y realidad tienden a confundirse, con el desarrollo vertiginoso de los medios audiovisuales.

Se está pasando aceleradamente de una civilización verbal a un mundo nuevo, visual y auditivo, que de no ser debidamente orientado puede conducir a la deshumanización del hombre y por ende a su destrucción social.

El avance tecnológico del mundo actual ha abierto un amplio espacio al uso de los medios audiovisuales. Estos, que en sus inicios constituyeron únicamente medios de información, han ido extendiendo su acción a otras áreas. Su utilización para fines educativo-culturales ha sido preocupación constante de muchos grupos e instituciones. Sin embargo, es muy poco lo que se ha hecho en este campo. Más bien se han centrado en transmitir mensajes que tienden al entretenimiento y a la expansión sin importar si responden o no a las necesidades de las audiencias.

La televisión es el medio de información colectiva por excelencia en la

actual sociedad moderna y el que ha alcanzado mayor desarrollo en los últimos años en comparación con la radio y la prensa. De los tres medios es el que requiere un tratamiento más delicado y responsable por su inmediatez, su capacidad de difusión y su impacto audiovisual en el televidente.

Los programas de TV llegan cada vez más a un mayor número de público heterogéneo, anónimo y distante, sin que se puedan prever los alcances que sus contenidos tendrán en la mente de los telespectadores. Es de esperar que quienes los conducen o generan tengan clara la responsabilidad que conlleva la difusión de mensajes que no solo informan, sino que están contribuyendo a la formación de las generaciones futuras.

La entrada de la TV en América Latina trajo consigo la adopción de estereotipos extraños a la manera de ser de los latinoamericanos, así como una serie de cambios de conducta no acordes con sus culturas ni su medio ambiente. La influencia de los programas norteamericanos se hizo sentir desde sus inicios en los años 50.

Hoy, la incorporación de la TV vía satélite disminuye cada vez más las distancias. El Mundo entero se percata al instante de lo que sucede en los rincones más apartados del planeta, pero como la TV no solo informa, se está ante una nueva "penetración cultural" cuya consecuencia es impredecible.

El ingreso de esta nueva tecnología en los países latinoamericanos comienza a dejar huellas cada vez más profundas. Se empiezan a sentir los efectos de este impacto tanto en los hábitos de consumo como en la adopción de patrones culturales y económicos.

América Latina, está cada día mejor informada del acontecer mundial y sobre todo del norteamericano. La programación de Estados Unidos está llegando a las pantallas latinoamericanas "en vivo y en directo". Las antenas parabólicas son signos indicativos de que se está viviendo una nueva era. Sin embargo, pese a este gran desarrollo de la TV, la región latinoamericana está recibiendo información en una sola dirección. Latinoamérica necesita un sistema informativo con sus propias redes de comunicación para la difusión de la realidad del continente.

Desde principios de siglo los aportes tecnológicos de varios inventores y científicos contribuyeron al perfeccionamiento de lo que es el sistema televisivo actual. El inicio de la TV como transmisión regular se da en Londres en 1936. En Estados Unidos comienza a difundirse en 1945 y en Alemania en 1950, la misma época en que llega a los países latinoamericanos. El tiempo y la distancia comienzan a acortarse y el mundo se va convirtiendo cada vez más en una "aldea global" en las palabras de McLuhan.

INVENTARIO DE MEDIOS

Dentro de este marco de análisis, CIESPAL consideró de urgente necesidad conocer la situación de la comunicación en el continente. Como primer paso decidió actualizar el Inventario de Medios (diarios, radioemisoras y estaciones de TV) obtenido de una investigación similar realizada en 1979.

El estudio lo realizó el Departamento de Investigación del Centro Internacional con el auspicio de la Fundación de Asistencia en Comunicación (CAF), del Gobierno de los Países Bajos. Contó con la colaboración de destacados

Anita López Arjona, ecuatoriana. Antropóloga e investigadora del Departamento de Investigación de CIESPAL. Coordinadora del Proyecto "Inventario de Medios de Comunicación de América Latina" CIESPAL-CAF.

investigadores en cada uno de los países, quienes obtuvieron los datos en fuentes oficiales de alta confiabilidad.

El inventario efectuado por CIESPAL es solamente una estadística, no establece una situación de comunicación. Este aspecto será objeto de un análisis más profundo a través de una investigación que se encuentra en proceso, mediante una muestra representativa de los medios registrados en la primera parte del estudio.

El análisis corresponde exclusivamente a las 502 estaciones matrices inventariadas, según los registros oficiales de cada país. De algunas variables no se obtuvo información completa.

Dado el desigual desarrollo de los países del continente, se consideró importante realizar un análisis de la información tanto a nivel de América Latina como por sub-regiones, que agrupan a los países, de acuerdo a la división geográfica, socio-económica y política que los caracteriza. México y Brasil, por ser los países más extensos y de mayor número de habitantes fueron considerados también como sub-regiones.

LA TELEVISION EN AMERICA LATINA

Los 19 países de América Latina y El Caribe que abarca el estudio, cubren una extensión de cerca de 20 millones de kilómetros cuadrados y concentran una población de alrededor de 405 millones de habitantes. La investigación ha identificado 502 estaciones matrices de televisión en el continente, las que tienen instalados canales repetidores para cubrir espacios regionales y nacionales. La mayoría de estaciones sale al aire entre 16 y 20 horas al día y son de propiedad privada y de carácter comercial; es más, aún las que pertenecen a las universidades o al Estado tienen también este carácter.

FUNDACION DE ESTACIONES DE TELEVISION

Las primeras transmisiones de TV se inician en México y Cuba. Los demás países fueron paulatinamente adoptando la nueva tecnología y ya para finales de los años 50 eran 29 las estaciones que funcionaban en el continente.

En las décadas de los 60 y 70 se crean 81 estaciones de las cuales casi

el 50 por ciento fueron de propiedad privada. Este período es justamente el de mayor expansión de las televisiones universitarias, en la actualidad 16 estaciones, siete en Bolivia y seis en Chile. Además, se crean 22 estaciones educativo-culturales, casi la mitad de las 50 que existen hoy día.

Sin embargo, la TV en el continente, tuvo su mayor crecimiento en la última década. De las 502 estaciones de televisión que registra el estudio, el 25 por ciento fueron creadas entre 1980 y 1989. De este total solo el 6 por ciento son de cobertura nacional; la gran mayoría 77 por ciento se refiere a estaciones de alcance local, es decir que sirven a un solo departamento, provincia o estado, según la división territorial de cada país.

Hay que destacar el caso de Bolivia donde 37 emisoras de TV de las 61 registradas fueron creadas en los diez últimos años; y de éstas, 29 salieron al aire en el período comprendido entre 1985 y 1989, coincidiendo con el especial proceso socio-económico y político que vive ese país. La proliferación de estaciones en Bolivia en los últimos cuatro años, coincide con la aprobación en 1984 de un proyecto de ley por la Cámara de Senadores, en que se suprime el monopolio del estado para el funcionamiento de los canales de televisión.

CONCENTRACION DE TELEVISORAS EN EL CONTINENTE

De todos los países analizados, Brasil es el de mayor extensión. Ocupa casi las dos terceras partes del territorio de América Latina y tiene una población de más de 142 millones de habitantes, es decir el 35 por ciento del total del continente. Funcionan en esta región el 27 por ciento (137) de las estaciones de TV, el más alto porcentaje registrado entre los 19 países analizados.

Sin embargo, la concentración de este medio se da más bien en México donde para 83 millones de personas existen 120 estaciones, lo que representa el 24 por ciento de las 502 analizadas. Hay que señalar que en este país el 73 por ciento de estaciones de TV responden a fines comerciales y únicamente dos son de carácter educativo-cultural. En México existe un cierto equilibrio entre las emisoras de propiedad del Estado y las que se encuentran en manos privadas, 58 y 43, respectivamente.

En Brasil, mientras tanto, el predominio de la televisión comercial es casi total, pues el 91 por ciento del total registrado hace referencia a este carácter. Solo 10 estaciones matrices son educativo-culturales y pertenecen al Estado.

Dentro del estudio por regiones, ocho países agrupados en el área Centroamericana y de El Caribe (Costa

GRAFICO 1 DISTRIBUCION DE MEDIOS DE COMUNICACION EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE

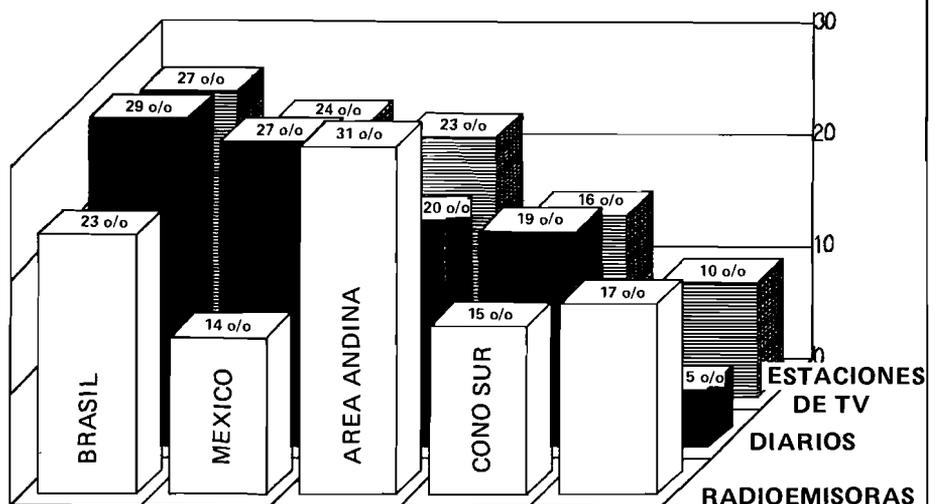
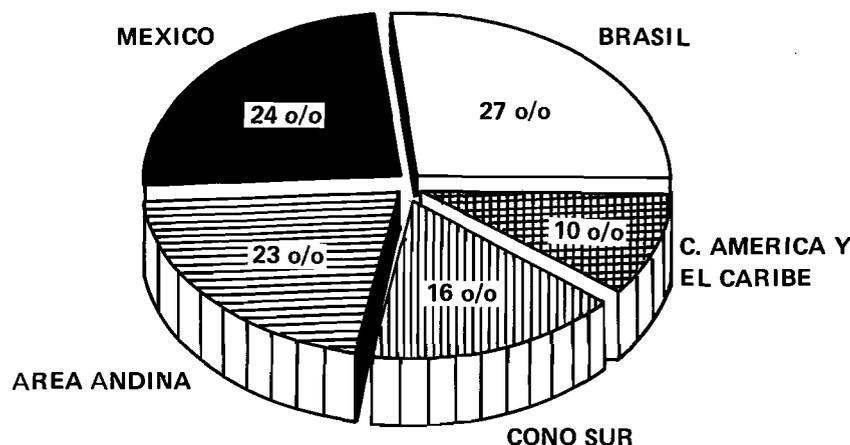


GRAFICO 2 CONCENTRACION DE CANALES DE TV EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE



Rica, Honduras, Guatemala, Nicaragua, El Salvador, Panamá, Cuba y República Dominicana), con una población cercana a los 34 millones, cuentan con el 10 por ciento de las estaciones de TV del continente, mientras que el Area Andina que como subregión comprende 5 países (Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia) con cerca de 86 millones de habitantes, están en funcionamiento el 23 por ciento, porcentaje ligeramente inferior al que registra Brasil y casi igual al de México.

Cabe destacar que dentro de la subregión, Bolivia, país mediano dentro del continente y con una población estimada de 7 millones de habitantes concen-

tra el 53 por ciento de estaciones del Area Andina. El 70 por ciento de las 61 registradas son pequeñas transmisoras locales y de poco alcance, cuya mayoría son de propiedad privada.

Bolivia ocupa el tercer lugar entre los 19 países analizados. Brasil y México se encuentran en primero y segundo lugar, con 137 (27 por ciento) y 120 (24 por ciento), estaciones, respectivamente. Le siguen Argentina con 42 (8.4 por ciento), Uruguay con 27 (5 por ciento) y Perú con 24 (4.8 por ciento).

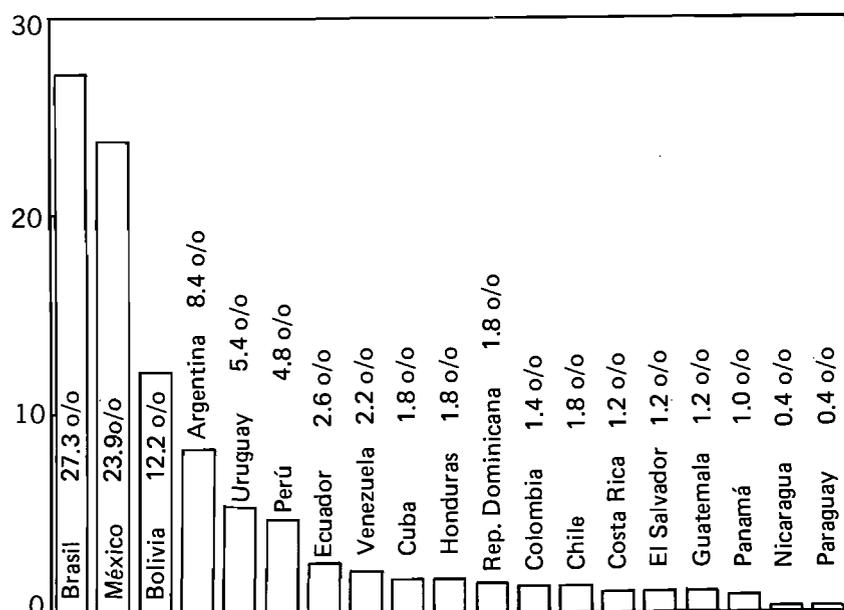
Un caso especial, tanto en la subregión andina como a nivel latinoamericano es el de Colombia, donde la infraes-

tructura de emisión y transmisión de las 7 estaciones matrices pertenece al Estado. Este, desde 1957 cedió a la empresa privada el manejo de la programación con fines comerciales. Actualmente las productoras y programadoras independientes arriendan los espacios con fines comerciales, los que son adjudicados mediante licitación. INRAVISION (Institución Nacional de Radio y Televisión) administra la red de canales centralizados en las cadenas 1 y 2 que cubren la mayoría del territorio colombiano y la cadena 3 que cubre únicamente tres departamentos de la región central del país.

En Cuba y Nicaragua, todas las estaciones de televisión se encuentran en poder del Estado. En el Perú predominan los canales de televisión estatales.

Cono Sur. En el Cono Sur (Argentina, Chile, Paraguay y Uruguay) están instaladas el 16 por ciento de las estaciones de América Latina y El Caribe, las que emiten programación a una población aproximada de 51 millones de personas. De estos, Argentina, tercer país en extensión y número de habitantes del continente, concentra el 54 por ciento. Veintisiete de las 42 estaciones matrices registradas en ese país son de propiedad privada; sin embargo dentro de la subregión es el que cuenta con el mayor número de estaciones de propiedad estatal (doce).

GRAFICO 3 DISTRIBUCION DE ESTACIONES DE TV POR PAISES DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE



Uruguay se destaca por poseer el mayor número de canales de propiedad privada en relación a los 78 que tiene la región sureña y Chile por las de carácter universitario. Seis, de las 7 registradas en ese país son de propiedad de las universidades, aún cuando una sola de ellas es educativo-cultural. Se trata de Canal 4 Valparaíso, uno de los más antiguos canales de televisión chileno de propiedad de la Universidad Católica.

La televisión universitaria en Chile se creó con objetivos educativo-culturales, situación que fue modificada a raíz de las exigencias impuestas por los organizadores internacionales de la transmisión del mundial de fútbol en 1962. Actualmente se autofinancian mediante publicidad, es decir son de carácter comercial-universitario.

En el continente se registran solo 4 estaciones matrices de propiedad eclesial.

LA TELEVISION EDUCATIVO-CULTURAL

La televisión educativa surge en América Latina y El Caribe con la fundación de 4 canales en los años 60; sin embargo su crecimiento ha sido incipiente en relación al número de estaciones de carácter comercial. Actualmente suman 50 en la región latinoamericana, o sea el 10 por ciento de las 502 estaciones registradas por la investigación. Hay que destacar que las 11 estaciones registradas en Cuba y Nicaragua son exclusivamente de carácter educativo-cultural, lo que responde a las políticas de comunicación implantadas por los regímenes socialistas imperantes a raíz de las Revoluciones de 1959

y 1979, respectivamente.

En Colombia 5 de las 7 estaciones matrices están registradas como educativo-culturales, es decir el 71 por ciento de las existentes en ese país. En Bolivia, de 61 estaciones, 9 tienen esa naturaleza y representan el 8 por ciento de las estaciones de ese país. Por su parte en Brasil solo 10 de las 137 estaciones, son educativo-culturales. El Salvador, Honduras, Argentina y Paraguay, no tienen ninguna estación registrada como educativo-cultural.

La década 60-70 es la de mayor importancia para la creación de estaciones de este tipo, ya que 22 del total registrado como educativo-culturales hacen su aparición en este período.

CONCLUSIONES

El Inventario de los Medios de Comunicación realizado por CIESPAL con el auspicio de la CAF, en su parte relativa a estaciones de televisión establece lo siguiente:

— En la actualidad se registran 502 estaciones matrices en 19 países de América Latina y el Caribe, que incluye Cuba y República Dominicana. Brasil es el país con el mayor número de estaciones (137), le sigue México con 120 y Bolivia con 61.

— El período de mayor crecimiento de las estaciones de televisión corresponde a 1980-1989, en que aparecen el 25 por ciento del total inventariado. Bolivia es el país que registra el mayor incremento, casi el 50 por ciento de las estaciones aparecen en los últimos cuatro años.

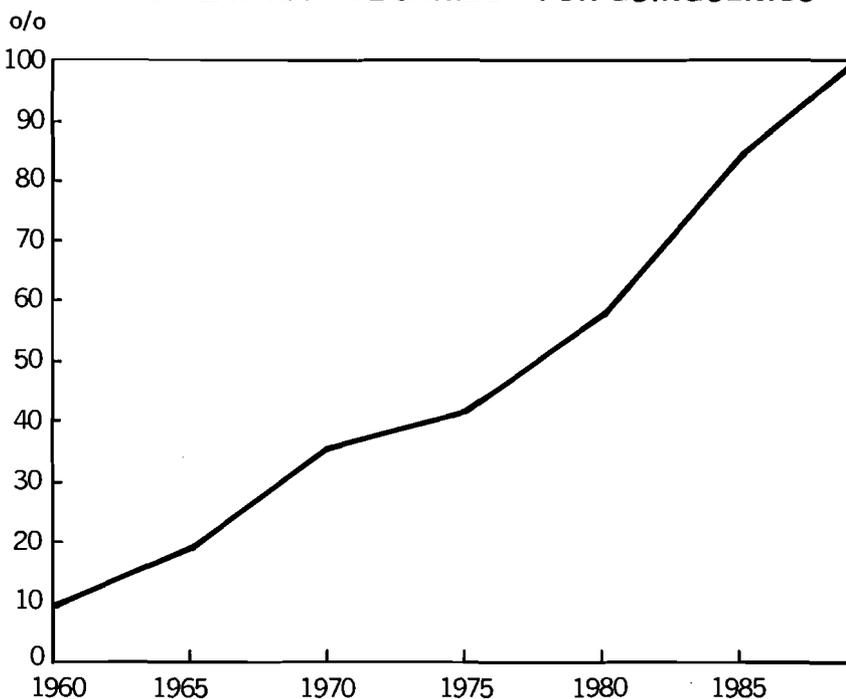
— Solo el 6 por ciento de las estaciones del continente son de alcance nacional, la gran mayoría, 77 por ciento, son de cobertura local.

— El 63 por ciento del total de estaciones matrices latinoamericanas son de carácter comercial y el 64 por ciento pertenecen a la empresa privada. Hay casos especiales como el de Colombia, donde todas las estaciones de TV son de propiedad estatal, con arrendamiento de espacios a programadoras independientes con fines comerciales. Así mismo en Chile casi todas las estaciones son de propiedad de las universidades, pero financiadas comercialmente. En Cuba y Nicaragua las televisoras son de propiedad del estado y de carácter educativo-cultural.

— Las televisoras estatales tienden a ser de cobertura local, es más bien el sector privado el que ha instalado repetidoras para cubrir el territorio nacional de cada uno de los países.

— La mayoría de estaciones ocupan un tiempo de transmisión entre 8 y 16 horas diarias. ■

GRAFICO 4 INCREMENTO DE ESTACIONES DE TV EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE – POR QUINQUENIOS



FUENTE: INVENTARIO DE MEDIOS DE COMUNICACION CIESPAL - CAF - 1988-1989

DIA • LOGOS
DE LA COMUNICACION

Oficina de Redacción: Secretaría Ejecutiva de FELAFACS
Apartado Aéreo 18-0371, Lima 18, Perú. Teléfono 355189



NUEVA SOCIEDAD

SEPTIEMBRE OCTUBRE 1989

Nº 103

Director: Alberto Koschützke

Jefe de Redacción: Camilo Taúfic

LA INTERNACIONAL SOCIALISTA ANTE EL 2000

COYUNTURA: Dolores Valle. Argentina: el carro del Estado navega sobre un volcán. Edelberto Torres-Rivas. Guatemala: no basta el coraje. Perú: memorandum sobre las elecciones. Francine Jácome. Jamaica: el PNP estrena nueva imagen. **ANÁLISIS:** Jorge Núñez. La Revolución Francesa y la Independencia de América Latina. Heinz-Michael Hauser. Conducción económica y alianzas sociales; el caso del Perú. Hobart A. Spalding. ¿Solidaridad sindical entre EEUU y América Latina? Carlos D. Mesa Gisbert. Sorpresas y realidades en la sucesión presidencial boliviana.

POSICIONES: Naciones Unidas. No discriminación contra la mujer. Escaso eco a una Convención de la ONU.

TEMA CENTRAL: LA INTERNACIONAL SOCIALISTA ANTE EL 2000: Willy Brandt. La Internacional Socialista ante el nuevo milenio. Julius Nyerere. La pobreza del Sur es Inmoral. Ingvar Carlsson. Cambiar el derecho a decidir sobre la producción. Michel Rocard. El fin del mesianismo. Francisco Peña Gómez. Presencia de América Latina en la I.S. Luis Alva Castro. La deuda del Tercer Mundo; nada a cambio de nuestros sacrificios. Pierre Mauroy. Las esperanzas de la Revolución. Dossier: Nueva Declaración de Principios de la Internacional Socialista. Resolución del Congreso de Estocolmo. Plataforma sobre Derechos Humanos. Lista de partidos miembros. Documentos. Ponencias.

SUSCRIPCIONES (incluido flete aéreo)

América Latina
Resto del Mundo
Venezuela

ANUAL
(6 núms.)

US\$ 20
US\$ 30
Bs. 300

BIENAL
(12 núms.)

US\$ 35
US\$ 50
Bs. 500

PAGOS: Cheque en dólares a nombre de NUEVA SOCIEDAD. Dirección: Apartado 61.712 - Chacao-Caracas 1060 A. Venezuela. Rogamos no efectuar transferencias bancarias para cancelar suscripciones.

REVISTA HOMINES

Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales
(Directora: Aline Frambes-Buxeda)

Muestra de artículos:

- José Rigau: Las expediciones botánicas a Puerto Rico (1796, y 1823)
- Puerto Rico y la Paz en Centroamérica
- Luisa Hernández: La mujer envejeciente en su ambiente ocupacional.
- Clemente Soto Vélez: Los obreros madrugadores
- María Cristina Rodríguez: Dos largometrajes puertorriqueños en 1986.
- Ana Lydia Vega: Madera y Pajilla.
- Jean Ziegler: La Razón del Estado.
- Mike Davis: Reagan en Pos del Milenio.



TARIFA DE SUSCRIPCION ANUAL (DOS EDICIONES)

Puerto Rico \$15.00

Europa, Sur América, África, Asia \$25.00
Estados Unidos, Caribe y Centroamérica \$22.00

Envíe su cheque o su giro postal a: **Directora-Revista Homines**, Depto. de Ciencia Sociales, Universidad Interamericana, Apartado 1293, Hato Rey, Puerto Rico 00918

El primer impacto

Fernando Ossandón y Sandra Rojas

La Epoca y Fortín Mapocho. ECO-CEDAL. Santiago, Chile, 1989.

por los militares. A pesar de ello, tanto **La Epoca** como **Fortín Mapocho** irrumpieron en el escenario comunicacional chileno cuyo impacto marcó un hito en la democratización de las comunicaciones de Chile y abrió nuevos caminos hasta entonces vedados por el gobierno militar, en un ámbito totalmente restringido para la libertad de expresión y bajo severas leyes militares.

Según los autores, **La Epoca** y **Fortín Mapocho** propiciaron los siguientes cambios: 1) Significativos elementos de cambio de las comunicaciones chilenas; 2) Un redimensionamiento de la prensa oficialista frente a los nuevos diarios; y 3) El plebiscito de 1988 que determinó "una explosión de expresividad" que asumía las más variadas formas de comunicación.

Los diarios también repercutieron entre los periodistas y los comunicadores populares dado que significó una alternativa ocupacional para los primeros, en tanto que para los segundos representó la posibilidad de un mayor espacio de expresión que la prensa oficialista negaba.

El libro incluye dos anexos importantes: Un análisis de contenido sobre la imagen que los diarios proyectan del movimiento estudiantil y un estudio descriptivo sobre el tratamiento informativo que **La Epoca** y **Fortín Mapocho** hacen del tema mujer.

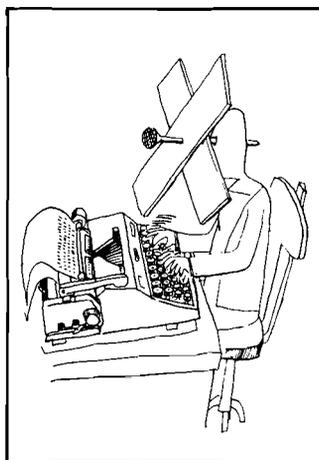
Esta publicación significa un buen aporte para el esclarecimiento de los fenómenos comunicacionales en Chile, donde las amenazas a la libertad de expresión han sido su principal arma de desorientación pública.

María del Carmen Cevallos

La responsabilidad pública del periodista

Esteban López Escobar y José Luis Ribhuela, editores

Actas de las II Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información. Pamplona, España. Universidad de Navarra. 1988. 537 pp.



Este libro contiene los documentos presentados en las "II Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información", celebradas en noviembre de 1987, en Pamplona, España. El objetivo de esta reunión fue profundizar en la teoría y situar en la práctica el término **responsabilidad** aplicado a la comunicación.

En la primera parte del libro, tres aportes fundamentales respecto a la forma de percibir la responsabilidad, han sido transcritos y merecen ser mencionados en forma especial. Gianfranco Bettetini desarrolla el tema de "Los Mitos de la Objetividad, Neutralidad y Profesionalidad en la Información", con énfasis en el hecho de

que la teoría sobre el significado y las características de la profesión son un asunto eminentemente técnico, que en la práctica diaria no concuerda con otros factores sociales, políticos, éticos o culturales presentes en cada sector social.

Boris Groya, en su artículo "Los Medios Soviéticos en la época del Glasnost", hace notar la creación de redes no oficiales de comunicación en la Unión Soviética y la responsabilidad y libertad de interpretar las noticias, declaraciones oficiales o productos culturales en esa sociedad. Alfonso Nieto en el "Poder de Informar y Poder de Anunciar" enfoca la diversidad de aspectos relacionados con la propiedad de los medios masivos, la publicidad y la libertad de expresión.

En la segunda parte de la obra, bajo el título general de "Comunicaciones", los editores ofrecen aportes sobre los instrumentos legales de la comunicación, la imagen empresarial, el papel de la mujer, la crisis de identidad del periodista, la evolución histórica del periodismo español, la crítica cinematográfica, la televisión, el lenguaje informativo, la relación entre comunicación y poder político, la importancia de la fotografía y otros temas aptos para diseñar un conjunto teórico-práctico capaz de definir el amplio campo de la responsabilidad y la comunicación social.

En resumen, el libro constituye una fuente válida de consulta para el tratamiento de controversias desafiantes sobre la responsabilidad del periodista.

Andrés León

LA EPOCA
Y FORTIN MAPOCHO
**EL PRIMER
IMPACTO**



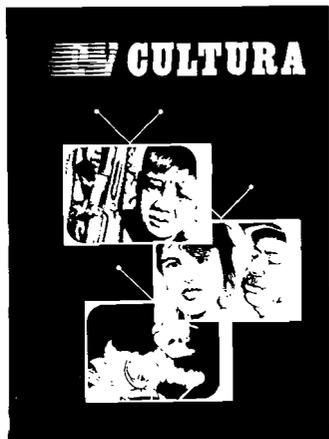
El libro recoge los resultados del taller de estudio sobre "Impacto de los dos nuevos diarios en el escenario de las comunicaciones" realizado en 1987. El taller estuvo conformado por 12 personas que realizaron un proceso colectivo de investigación durante 10 semanas.

Los resultados demuestran el difícil proceso vivido por los diarios **La Epoca** y **Fortín Mapocho** desde su aparición en 1987, donde el marco social y político caracterizado por la dictadura militar de Pinochet representaba un sistema de comunicaciones impuesto

LIBROS

TV. cultura

CEDAL Y CONCIENCIA.
Editorial "Nueva América".
Bogotá, Colombia. 1987.



Esta publicación es producto de un largo trabajo de investigación iniciado por CEDAL en 1987.

El grupo de investigadores centró su interés en el mundo perceptivo de los jóvenes telespectadores y en sus comportamientos concretos, mediados por la imagen asidua del televisor. Constataron cómo la televisión actúa a nivel cognitivo y axiológico, de tal forma que introduce una serie de mecanismos de ho-

mogeneización cultural que luego se vuelven modelos o arquetipos de conductas. Se seleccionó a jóvenes de 12 a 17 años porque son las edades claves en el desarrollo evolutivo de autoafirmación y búsqueda de modelos de identificación y, por lo tanto, donde los fenómenos de enculturación suelen ser más relevantes.

La citada investigación incluyó numerosas encuestas realizadas en colegios secundarios de Bogotá y largas discusiones críticas que partieron de objetivos concretos, como el de identificar el grado de influencia de los programas televisivos de mayor preferencia entre los jóvenes de la muestra.

La primera parte de esta obra precisa que la investigación refleja "un marcado acento en la televisión como agente de la violencia sociopolítica que hoy vive Colombia, el continente y el mundo en general. La segunda parte comprende la cualificación de los datos y se organizó en cinco capítulos, que en su desarrollo contemplan aspectos como la mediación de la familia en el contexto sociocultural del joven receptor.

Daniilo Ricardo Duarte B.

Ley de radiodifusión

Proyecto y dictamen del Consejo para la Consolidación de la Democracia. EUDEBA.
Buenos Aires, Argentina.
1988.



La publicación explicita las premisas en que se basó el proyecto de Ley de Radiodifusión. La regulación de los medios, se afirma, debe servir tanto para el enriquecimiento del debate colectivo como para la expansión de la autonomía individual. La publicación propone: a) **Descentralizar** los focos de distribución de licencias, dando parte activa a provincias y municipios; b) **Pluralizar** las vías de acceso al sistema, amplian-

do el sector privado y comunitario y desdoblándolo al público en un sector gubernamental por un lado y en donde estén representados los grupos parlamentarios, las universidades y otras entidades educativas y culturales por el otro; y c) **Evitar** la formación de monopolios y oligopolios que concentren en pocas manos el poder de emisión.

En los fundamentos filosóficos del proyecto, se exponen los ya mencionados principios de expansión de la autonomía individual y desarrollo del debate público, como funciones básicas de la comunicación masiva. Y se considera imperativo ampliar el acceso —en carácter de emisores y receptores— de los diversos sectores sociales.

Se presenta una descripción de los mecanismos de distribución del acceso bajo tres instancias fundamentales: El mercado, los órganos de decisión política y la autogestión comunitaria; y finalmente, se propone un sistema mixto.

La obra, además, incluye un análisis comparativo de los sistemas de radiodifusión existentes en Brasil, España, Inglaterra, Francia e Italia.

Clara Kuschnir

Chasqui

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

CIESPAL ● Apartado 584 ● Quito-Ecuador

Envíe suscripción a partir del No. _____ por 1 años por 2 años Envíe primero factura

Envíe ejemplares sueltos Nos _____ Envíeme más información

Nombre _____

(Name) _____

Institución _____

(Institución) _____

Dirección _____

(Address) _____

Ciudad/Estado _____

(City/State) _____

País _____

(Country) _____

Código Postal _____

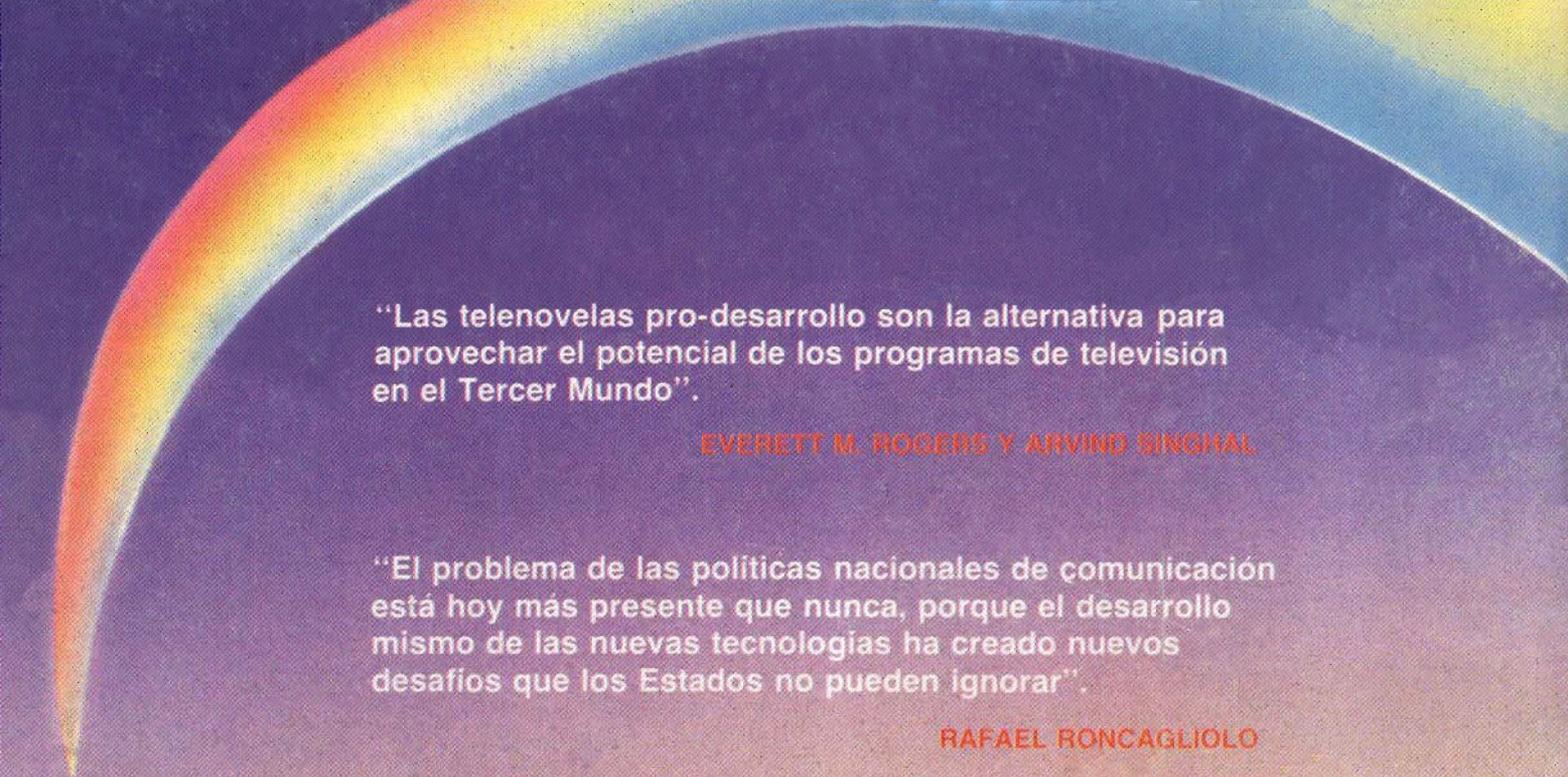
(Postal Code) _____

Fecha _____

(Date) _____

TARIFAS DE SUSCRIPCIÓN

	América Latina	U.S.A. Europa y Asia
4 números por año		
1 año (1 year)	US\$14	US\$29
2 años (2 years)	US\$24	US\$54
3 años (3 years)	US\$34	US\$72



“Las telenovelas pro-desarrollo son la alternativa para aprovechar el potencial de los programas de televisión en el Tercer Mundo”.

EVERETT M. ROGERS Y ARVIND SINGHAL

“El problema de las políticas nacionales de comunicación está hoy más presente que nunca, porque el desarrollo mismo de las nuevas tecnologías ha creado nuevos desafíos que los Estados no pueden ignorar”.

RAFAEL RONCAGLILO

