

TELEOPIO DEL PUEBLO 8

Paul Little

La televisión es la mayor fuente de información sobre el mundo, nos divierte, hace de niñera de nuestros hijos y es nuestro aparato de "felicidad". Pero también es nuestro opio, el "opio del pueblo".



DERECHO SOCIAL A LA INFORMACION 39

Cremilda Medina

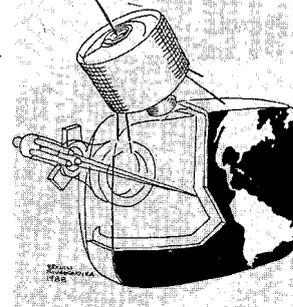
El Derecho Social a la Información y el Derecho de Opinión, de todos los sectores e individuos de una sociedad, constituyen dos de los principales pilares de la democracia contemporánea.



HISTORIA DEL NUEVO PERIODISMO 15

María Luisa Rodríguez

El nuevo periodista desde su puesto de observación en la tierra de la realidad tal-cual, debe ser un híbrido, un "Perio-novelist" de la no-ficción.



TELEVISION SIN FRONTERAS 20

Eduardo Giordano

Vivimos ante una avalancha de emisiones transnacionales y presenciamos una auténtica lucha de poder entre los distintos estados y los grandes grupos multimédios.

La investigación en el trabajo popular 53 Carlos Crespo	Fundación Audiovisual en Venezuela 32 ARTEVISION - USB
Entrevista: Daniel Prieto. "Cuando un amigo se va" 26 Gloria Dávila	El audiovisual en el Ecuador 35 José Sánchez Parga
Mujer rural —FEPLAM— 29 Mariza Silva y Ana Maria Duzzo	Un cordón de vida para la región andina 47 UNICEF y Wilman Sánchez
Carta del Editor 1	Cambios en la comunicación 49 Fernando Quiros
Índice 1	Actividades de CIESPAL 5
Noticias 2	Lista de instituciones de comunicación 61
	Libros: fichas y reseñas 63

NUEVO EDITOR

"Juan es un verdadero producto de CIESPAL", indicó el Dr. Proaño. "El ha sido becario, profesor y ahora Editor de nuestra revista. Recuerdo que su tesis de PhD., tiene una dedicatoria a CIESPAL y a uno de nuestros investigadores, el Ing. Ramiro Samaniego, que lo trajo a Quito hace muchos años como becario. Y fue aquí en donde consiguió su beca para estudiar Comunicación Social en Michigan y Stanford. El mismo me ha dicho que CIESPAL cambió su vida".

"A través de los años siempre hemos estado en contacto, a pesar de que Juan es una persona de gran movilidad. Como funcionario internacional ha trabajado en Paraguay, Colombia, Estados Unidos, Kenia, Botswana, Mali, Uganda, Etiopía, Mozambique y, por supuesto su país de origen, Argentina. También fue profesor en varias universidades, incluyendo la Universidad de Harvard".

"Bienvenido Juan Braun, y mucho éxito en Chasqui".



El Dr. Juan Braun, Editor de Chasqui y el Dr. Luis E. Proaño, Director General de Ciespal

DIRECTOR: Luis E. Proaño. **EDITOR:** Juan Braun. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Jorge Mantilla Jarrín. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadenelra. **PORTADA:** Edwin Rivadenelra. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS. **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Asdrúbal de la Torre, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Gloria Dávila, Andrés León. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Ramiro Bel-

trán (Bolivia); Gian Calvi (Brasil); Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Daniel Prieto (Argentina); Antonio Rodríguez-Villar (Argentina); Diego Echeverría (Chile). Chasqui es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania Federal. Apartado 584. Quito-Ecuador. Teléfonos: 540-881 548-011. Telex: 2474 CIESPL ED.

EL DERECHO SOCIAL A LA INFORMACION

El Derecho Social a la Información es, para muchos, una utopía de los desheredados y, para otros, algo simplemente limitado por la inaccesibilidad a los medios. De una u otra forma, no deja de ser una inquietud

que cobra mayor vida sobretodo, por la urgente necesidad de democratizar la información. El D.S.I. para su real ejercicio atraviesa por un complejo proceso cuyas etapas se describen en el siguiente ensayo.

El Derecho Social a la Información y el Derecho de Opinión, de todos los sectores e individuos de una sociedad, constituyen dos de los principales pilares de la democracia contemporánea. Las luchas sociales por la democracia involucran, en la dinámica que les es inherente, el derecho de estar informado, el derecho de saber lo que está aconteciendo a su alrededor, porque sin ese acceso al hecho histórico, el hombre no pasará a ser el protagonista de la acción social. Forma parte también de la conquista democrática el libre acceso a los canales de información para que se garantice el derecho de opinión, no lo que le caracteriza al liberalismo clásico, sino lo que se expande a toda la sociedad. El derecho a la información y el derecho a la opinión son soportes de participación de todos en su propio destino.

En resumen, hay tres grandes eras "geológicas" de este derecho. Según Fred S. Siebert y Theodore Paterson (Tres Teorías sobre la Prensa, Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 1967), allí sistematizan la propia historia del periodismo: en la primera fase, se impone la Teoría Autoritaria de la prensa fundamentada en la herencia del Derecho Divino a la Información; en la segunda fase surge la Teoría Libertaria; y en la tercera entramos en la era de la Teoría Social de la Información, del Derecho de Libre Expresión al Derecho de la Sociedad a acceder a la Información.

Desde cualquier ángulo que se examine el tema, no hay cómo escapar a ese gran cuadro histórico de las sociedades humanas.

El control del derecho a la información y el derecho de opinión ejercido dentro del proceso de producción periódica —o sea, la acción de los pro-

Cremilda Medina

pietarios y profesionales—, nos sitúan en una compleja red de fuerzas que actúa sobre el proceso de fabricación de información. Se examinan tres etapas que en la realidad se interaccionan dinámicamente. Una vez que el derecho a la información y el derecho de opinión están comprendidos en la industrialización-urbanización y se configuran como práctica de las sociedades democráticas, la primera etapa está directamente ligada a la industrialización y la segunda etapa denota el estado histórico cultural de determinada sociedad en la conquista democrática. La tercera etapa no es tan visible a los actores externos en la producción de información: la acción de los empresarios (o instituciones de comunicación social) y la acción de los profesionales o productores de información y opinión.

ETAPA INDUSTRIAL DE PRODUCCION

Las sociedades democráticas o en transición a la democracia, presentan de inmediato una energía que los impulsa a una más amplia difusión de información. Pero esta difusión —el gran lecho en donde se establece y se realiza el derecho a la información— está directamente condicionada por la etapa de industrialización. Es decir, sin una infraestructura industrial no se da un amplio acceso a la información. El paso del Derecho de Libre Expresión burgués hacia el Derecho Social a la Información es impulsado, tanto en las democracias occidentales (en la esfera del capitalismo) cuanto en las orientales (o sea, en las esferas del socialismo), por los avances tecnológicos que

propician la expansión y la agilidad de la noticia.

May Rubiao, investigadora en el área de las Ciencias de la Administración y asesora en el área de las relaciones públicas de la empresa "Metal Leve", analiza, según las teorías especializadas en el tema, las etapas de industrialización conforme el tipo de organización y el sistema de autoridad prevaleciente. No basta verificar la modernización de los equipos. Es necesario considerar que existe una lenta evolución de las estructuras empresariales de la sociedad agrícola tradicional hacia la sociedad urbana industrial.

En la fase inicial de la industrialización, la escuela de administración científica postulaba únicamente la recompensa económica como la única motivación del trabajador, a través de la producción y del incremento de la competencia entre compañeros. Imperaba la ideología de "entreprenur" que instaba a las personas a imitarlo como un padrón de éxito personal.

La escuela de relaciones humanas, desarrollada en los Estados Unidos por Elton Mayo y sus seguidores, en las décadas del 40 y 50, surgió como reacción a la administración científica. Al contrario de ésta, pasó a acentuar los elementos emocionales, no planificados, del comportamiento de los individuos en grupo, indicando la importancia del liderazgo democrático de la comunicación y de la participación emocional en la organización.

Dentro de ese contexto se desarrollaron sistemas formales de información y se implantaron varios vehículos de comunicación, tales como el manual para empleados, el periódico de la empresa, reuniones de discusión, al liderazgo democrático, etc. Esta red de comunicación pretende, de acuerdo con la escuela de relaciones humanas, un

sistema de doble vía que incluye no solo la transmisión de las informaciones de la dirección a los empleados, sino de éstos a aquella, por medio de reuniones mixtas, sugerencias, participación en grupos de discusión, sondeos de actitudes, etc.

La fase más moderna de la administración empresarial y racionalización industrial admite, como componente de este sistema de comunicación interno y externo, el conflicto de intereses, de ideas y de acciones. Si la escuela de relaciones humanas procuró reducir al máximo posible las tensiones, con el propósito de presentar un cuadro irreal de felicidad y de participación —la fábrica (empresa) como una "gran familia"— hoy los teóricos de la industrialización incorporan la dinámica del conflicto. May Rubião critica el empleo de vehículos para apaciguar a los trabajadores concediéndoles símbolos afectivos y de prestigio, en vez de la participación justa y real en los resultados financieros. "Es la libre expresión de conflictos que va a revelar un cuadro real de las diferencias e intereses distintos, suministrando indicaciones esenciales para que la organización se pueda ajustar a la situación real, única forma de establecerse un entendimiento más amplio entre empresarios, empleados y sus organizaciones sindicales en busca de un equilibrio indispensable para la paz de la organización con resultados positivos para todos".

Cabe citar a May Rubião en otra observación muy oportuna: "en el Brasil, estas prácticas vienen siendo implantadas, muchas veces, sin la preocupación de adecuarlas a la realidad local y sin tomar en cuenta el tipo de organi-

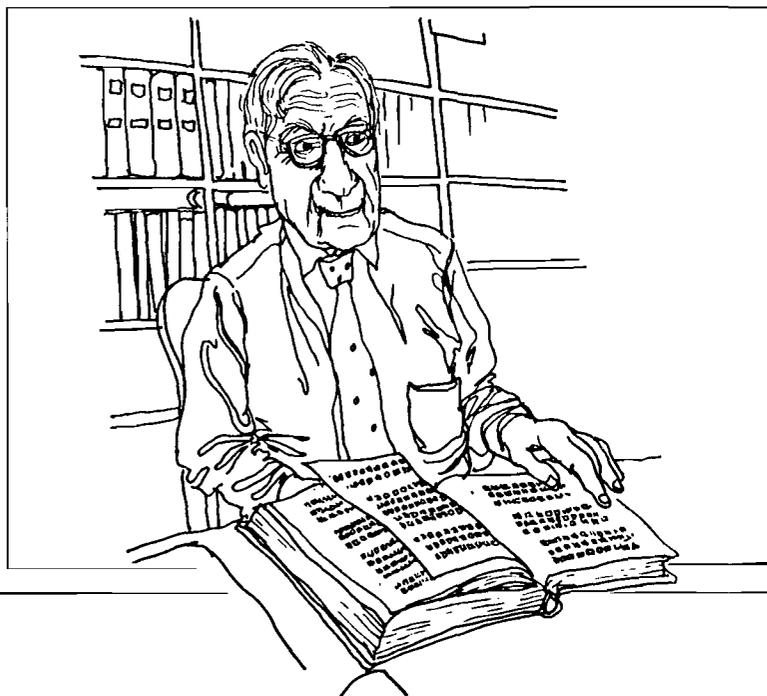
zación prevaleciente en la empresa, cuya naturaleza, a su vez, depende de la fase del proceso de industrialización en que se encuentra el país. La pequeña y mediana industria constituyen todavía una parcela considerable de nuestra estructura industrial, y modelos de sistemas complejos de información serían innecesarios y hasta incompatibles con los "ethos" paternalistas, que subsisten en varias tonalidades y variaciones en la administración de esas organizaciones. En ellas, el patrón no solo asume directamente la responsabilidad por el "bienestar" de los subordinados, sino que solo él se encarga de transmitir las informaciones por contacto directo, sistema característico de las etapas primitivas del desarrollo industrial, pero de acuerdo con el patrón de comportamiento de la mano de obra, en su mayoría de origen rural".

Esta reflexión, si bien es válida para el contexto general de la industrialización, se agudiza aún más en una determinada industria, la de la información. Tardía en su expansión (el propio periodismo surgió en Brasil con siglos de desfase), la modernización industrial de las grandes y medianas empresas de comunicación (las pequeñas han sido enterradas por el proceso predatorio del desarrollo) pasan siempre por los equipamientos, por las tecnologías de impresión y emisión, pero se encuentran en estado de subdesarrollo en cuanto a los modelos de organización, racionalización y administración. Al eliminar el proceso de producción periodística dominado por los zares del imperio noticioso —Rede Globo de Televisão, Editora Abril, O Globo, O Estado de S.

Paulo, Folha de S. Paulo, Jornal do Brasil, Rede Manchete, SBT-TV5, Grupo Bandeirantes, Gazeta Mercantil— encontramos síntomas de los avances industriales de los satélites a rayos laser y de la diversificación de los productos de la informatización. Esta modernización, es cierto, se aceleró violentamente en las últimas tres décadas pero, además de no haber madurado lo suficiente, sobre todo en lo relacionado a la información, ella le hace sombra a la falta de modernización de las estructurales organizacionales y administrativas, y, lo que es más grave, al caduco sistema de autoridad que controla la producción.

Sería bueno remitirse a la evolución histórica de los países avanzados y a las características esenciales de cada período industrial. El arcabuz de la administración científica, que sería el primer período, combina muy bien con el remanente del modelo familiar y patriarcal de organización en la empresa de comunicación. Esta constatación no es solo respecto de las "familias" brasileñas, sino más bien de toda la tradición latinoamericana. Es a través de esta estructura, que la ideología de la "casa" supera al periodista que, en rigor, debería ser un profesional totalmente liberal, ubicado en determinada empresa o institución de la comunicación social. El espíritu de integración —vestir la camiseta— desarrollado hasta con algunas artimañas emocionales de la escuela de relaciones humanas (segundo período), lleva a la despersonalización y a la desprofesionalización de muchos de los actuales jefes de redacción, que más parecen ejecutivos, capitanes de la industria de información, que periodistas o comunicadores sociales. A partir de un momento histórico radical, en que se ensayó una efectiva democratización del modelo, la efectiva descentralización del poder, que ocurrió con la huelga de los periodistas en 1979, quedó bien en claro cuan remota es esta implementación del tercer período. Aunque industrialmente haya apariencias de descentralización de poder —un buen ejemplo de la gradual implementación de las editoriales, de miniredacciones dentro del conglomerado organizacional—, de hecho, grupos de discusión, consejos de redacción u otras formas democráticas de participación, constituyen una utopía en la industria cultural brasileña.

Dentro de esta compleja situación, aquí hemos analizado solamente el co-



■ **"La tecnología apresuró el flujo noticioso, agilizando los procedimientos de codificación, pero ese flujo no se pone al servicio integral de la demanda social".**

razón, o sea la redacción. Pero la producción de información presupone una división del trabajo con varios departamentos. Si se fuera considerando el conjunto industrial de la información, entonces el cuadro queda todavía mucho más deprimido a nivel de racionalización, organización y administración. De entrada podemos afirmar que, en "empresas de comunicación" no existe prácticamente "comunicación" entre sus trabajadores, a no ser en el campo del dominio de las relaciones personales aleatorias. He aquí un campo de estudio por abordar por parte de los investigadores. El problema más serio dentro de este cuadro de diagnóstico es la contradicción entre la vivencia pre-democrática de los productores en las empresas de comunicación y el producto que elaboran para atender la demanda social democrática de la información. Muchas veces, la empresa periodística ofrece al reportero, al redactor, al editor, modernos recursos de procesamiento de datos; pero el contenido de la pauta de la edición está marcado por un modelo paternalista de decisión en la selección de los temas, en el avance de la edición, y, por tanto, en el resultado final. La tecnología apresuró el flujo noticioso, agilizando los procesos de codificación, pero ese flujo no se pone al servicio integral de la demanda social. La informatización proporciona el conocimiento profundo de las fuentes de información, pero por el momento ella sólo sirve a los intereses económicos de circulación en el mercado.

La industria de la información en la era terciaria, tiende al equilibrio entre la oferta y la demanda. O sea, reflexionando en términos de leyes del mercado, la producción y el productor tienen que reflejar una atención permanente en cuanto a las expectativas del consumidor, lo que en una democracia se conceptúa como derecho a la información y derecho de opinión. El desenvolvimiento industrial presupone una dinámica semejante. Un producto cultural, como la noticia o un punto de vista sobre un hecho social, exige, más que cualquier otro producto industrial, una política de equilibrio entre la ofer-

ta y la demanda. Pero, ¿cómo en empresas con modelo organizacional y sistemas de autoridad predemocráticos, van a procesarse plenamente el derecho a la información y el derecho de opinión de todos los grupos sociales de todos los ciudadanos? Esta parece ser la pregunta esencial en cuanto a la etapa industrial en que se encuentran las empresas de comunicación y no la rudimentaria cuestión de instalaciones y equipos.



ETAPA HISTORICO-CULTURAL DE LA SOCIEDAD BRASILEÑA Y DE LA COMUNICACION SOCIAL

Desde la prensa que tardíamente se implantó en Brasil en el siglo XIX, hasta la modernización de la industria cultural en el siglo XX, arrastramos con nosotros un desfase imperante en la historia del periodismo del Primer Mundo. La carrera de actualización del Tercer Mundo consume todo su presupuesto en la importación de tecnología. El Brasil se enorgullece actualmente de entrar en la edad de la Informática, como ya se enorgulleció antes cuando firmó un acuerdo nuclear con Alemania. Mientras tanto, los contenidos de las informaciones y los contenidos de la opinión denotan síntomas culturales e históricos que no forman parte de las líneas de desarrollo de una sociedad democrática.

En los países más avanzados del

Norte se verifica una producción informativa en la industria cultural que regula dinámicamente los contenidos arquetípicos (dominantes en la cultura de masa), contenidos generados en las grandes matrices industriales, los lider-tipos y los contenidos osmotípicos que son el resultado de los cambios culturales. Esta clasificación del belga Jean Lohisse ("Communication Anonyme", París, Editions Universitaires, 1969), atiende una demanda cultural investigada o en lo mínimo percibida por el "feeting" de los productores. El consumidor y sus derechos expectativos tienen conciencia en cuanto al derecho a la información y en cuanto a su cualidad intrínseca. En Brasil, inclusive en los mismos sindicatos de los periodistas —para no hablar de las asociaciones de los empresarios—, vivimos histórica y culturalmente todavía presos a la defensa de la libre expresión, de la libre opinión que representa intereses corporativos o intereses económicos de los propietarios de los medios de producción y de los que están en el poder. Se trata de la dictadura de la oferta de contenidos de la información encubierta por la ideología liberal. Históricamente, los productores de la industria de la información no superaron al Periodismo de Tribuna, no asumieron ni incluyeron los valores de la Teoría Social de la Información, marca de la democracia contemporánea.

La dependencia cultural del Primer Mundo y la corriente de actualización traen consigo apariencia de modernismo. Un poco como el viejo dicho popular: se oye cantar el gallo, mas no se sabe dónde. Así, se pasó del periodismo de tribuna de opinión hacia el periodismo noticioso industrial, un periodismo informativo basado en las experiencias norteamericana y europea, con manifestaciones más contemporáneas vinculadas en el conocimiento de la noticia —New Journalism, el periodismo interpretativo, periodismo investigativo, periodismo de autor, utilización de redes de banco de datos a través de la informatización. Todos estos caminos, ya maduros en el para-

digma norteamericano, se reflejan en el periodismo y comunicación social de Brasil como modismos superficialmente importados sin que se procese una dinámica creativa, industrialmente estimulada y culturalmente provocada.

De este trasplante forman parte prácticas y teorías que son supervalorizadas, y forman una careta o una fachada en perjuicio de los contenidos profundos. Ahí podemos incluir a los recursos audiovisuales y electrónicos en la producción de las informaciones; la diagramación y los gráficos en los medios impresos; la buena imagen y el buen sonido, o el acabado en los productos finales, la selección de elementos vistosos, primariamente apelativos. Estos son todos los datos de la producción industrial moderna. Quien llega al aeropuerto de Copenhague o de Zurich, de inmediato percibe el significativo avance de la programación visual y de la atrayente señalización. Pero este acabado que maravilla los ojos es la simple piel de un contenido preciso enraizado en la organización de la sociedad, culminante de un comportamiento cultural históricamente maduro. Aquí, un concepto altamente polemizado, teórica y pragmáticamente, por los paradigmas norteamericanos y europeos del periodismo —el concepto de objetividad— es repasado en su apariencia, en la superficialidad más epidérmica de la teoría del conocimiento, o sea, se vende gato por liebre. Muchas veces este es un tema incluido en los



manuales de redacción, así como todos los demás rótulos de la industria cultural del Primer Mundo.

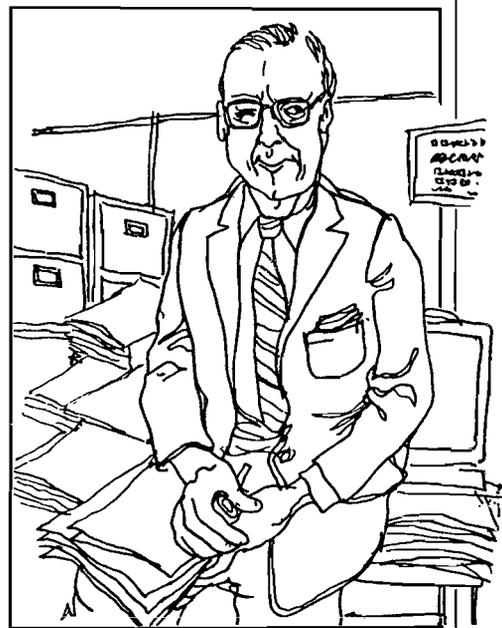
LA INFLUENCIA EUROPEA

Tal vez un breve retrospectivo histórico ilumine algunos ángulos de nuestra fragilidad imperante en los modismos importados. Como país colonizado por los portugueses, el Brasil, desde el principio, fue fuertemente impregnado por los modelos culturales europeos.

Las tendencias iniciales del periodismo brasileño denotan incorporar un lenguaje discursivo y una polémica proveniente de la experiencia partidaria, de tribuna, que tomó cuenta de Europa a partir de la Revolución Francesa. El periodismo combativo y panfletario o el periodismo de opinión, como modernamente se intitula, permanece todavía hasta hoy como fuerte marca europea. El periódico *Correio Braziliense* de Hipólito de Costa hecho en Londres, repetía el modelo y se lanzaba al combate contra la información áulica y absolutista. Después de la independencia no faltarían polémicas que sustentaran la tribuna. En la I República, los periódicos prosiguen con el ejercicio crítico de la libre expresión contra los desmanes y censuras por parte de los gobiernos. Entramos en el siglo XX bajo la égida del periodismo europeo y sus campañas de grupo de opinión. Por otro lado, los artifices literarios de la joven República se exhibían en crónicas y artículos, practican todos los formatos posibles literarios del Parnasianismo. Y en este clima, se hacía poco caso en cuanto a lo que estaba aconteciendo en los Estados Unidos desde finales del siglo XIX, es decir, la revolución industrial del Periodismo.

Las grandes agencias de noticias se encargaban de perturbar el reinado del paradigma europeo. Su acción estratégica, principalmente después de la II Guerra, implantó internacionalmente el modelo de consumo norteamericano —la noticia, como un producto de venta en el mercado urbano e industrial. El periodismo brasileño sufrió el impacto, lo asimiló y a partir de ahí comienza una gradual declinación del monopolio de Periodismo de Tribuna para dar paso a un gradual avance del Periodismo Noticioso. Mientras tanto, todo pasó sin la gestación del propio perfil histórico. Ni bien se exploró profundamente el modelo europeo, ya se pasó

a la esfera del otro modelo, este sí, de acuerdo con la realidad de la sociedad y de la industrialización norteamericana. Resulta que hoy, en la hibridez mal elaborada de los dos modelos, ni tenemos un Periodismo de Opinión con-



sistente, pluralista, ni tampoco tenemos un Periodismo Noticioso habilitado a ejercer el gran reportaje de profundidad e investigación de los problemas sociales brasileños.

Por otro lado, cómo se puede pretender vender al consumidor una información respetuosa de la demanda social, si su producción se procesa dentro del contexto cultural de la retórica patriarcal? Deberían examinarse las editoriales de la prensa brasileña: Será su discurso el de la argumentación dialógica con la sociedad o el pregón de una voz de poder, monológica? Analícense, por otro lado, los discursos de los grandes entrevistadores, presentadores de radio y de televisión —de un Gil Gomes a un Ferreira Neto, de un programa como el de "Roda Viva" de la TV Cultura a un "A Palavra é Sua" de la TV Globo. ¿Será éste un discurso dialógico con la sociedad o un discurso cursivo que a partir de la selección de los protagonistas o fuentes de información, ya comienza comprometido con la retórica tradicional? Histórica y culturalmente hablando, no se rompen los circuitos cerrados, los contenidos consagrados, los circuitos de poder. La lectura abierta de la realidad social no ocurre aunque se monte cotidianamente una farsa al abrir los micrófonos para contenidos

■ *“La Democracia y el Derecho Social a la Información son conquistas que nacen de la conciencia del tiempo, la acumulación de experiencias y del saber del Homo Sapiens”.*

populares en la calle, lo que se llama “El Pueblo Habla”, que de la televisión y la radio se expandieron hacia las “investigaciones de opinión” de los periódicos.

El estudio de las narrativas permeabiliza hoy todas las corrientes teóricas de la historia y de las ciencias humanas. Pues bien, la narrativa periodística practicada en el Brasil, en medios impresos o electrónicos dentro de la gran estructura de los medios masivos, como en las pequeñas estructuras regionales y locales, y también en la prensa alternativa de los años 70, se revela la misma importancia de modelos, siempre con un desfase histórico y vacía de la dinámica creativa y madurez. Importa-

dividuos fieles a una línea de investigación determinada. ¿Qué investigación? Las grandes fuentes de inspiración para una narrativa seria de amplia difusión, sintonizada con la sensibilidad brasileña, como lo son la **cultura popular** y el arte, literatura, cine, música, artes plásticas, teatro. Ahí sí, encontramos narrativas brasileñas. En el periodismo, no. Tal vez por eso sean tan aborrecidas y continuemos condicionados al “summary lead” que resuelve nuestra información precaria.

Es inevitable que se aborde otro dato fundamental de nuestro contexto histórico-cultural. Los avances y modernización tecnológica del parque periodístico del país ocurrieron en un mo-

provocaron en la sociedad la efervescencia política, la apertura, muchas veces forzada, del universo de locución, las presiones de grupos, las explosiones de demanda, o, en contraposición, violentas contracciones de consumo. El conjunto de ese universo social ofrece oscilaciones imprevisibles, contracción y desconstrucción, esperanza y desesperanza, en suma, una rica dinámica de conquista de participación. Y, ¿qué es lo que el periodismo brasileño ha captado y canalizado para su contenidos de información? La respuesta fue bastante precaria en la campaña de las “Elecciones Directas Ya”. En efecto, fue precaria en la edición de los Planes Cruzados I, II y III, y continúa siendo precaria en la cobertura de la Constituyente. Y también si hablamos de la Reforma Agraria, de los problemas de la vivienda, del caos penitenciario, la interpretación de la violencia urbana, de la dramática situación de la salud pública, alimentación, seguridad de trabajo, transporte urbano, etc.

Hay un dato alarmante que forma parte de este capítulo: así como el brasileño medio alfabetizado, tampoco el productor de información investigan la historia de su cultura, la historia de su pueblo, la historia de la sociedad en la que actúa como canal y agente de la comunicación. Es muy grave el desconocimiento de la Historia del Periodismo más allá de la frontera nacional, la evolución de un fenómeno que no se reduce a la cuestión actual de la Informática. ¿De dónde venimos? ¿Qué estamos haciendo? ¿Qué hipótesis formulamos para el futuro? Estas son inquietudes que no son analizadas día a día por los productores de información. Este antihistoricismo se vuelve visible en noticias muy importantes de diez o veinte líneas, treinta segundos de radio o televisión, donde el lector, oyente o telespectador se frustra diariamente, o traduce ese vacío en distracción, proyectando la atención hacia otro campo. Antes se comentaba que este crimen se debía a la instantaneidad de la radio y de la televisión. Hoy este concepto ya no sirve para justificar la falta de enraizamiento en el tiempo y en el espacio



mos la técnica del “lead”, como importamos la pirámide invertida, los “bar graphic” y los “fever graphic”, el “copy desk”, las editoriales, el “dead line”, etc. Y claro, hay siempre un margen para la creatividad individualizada tanto a nivel de productor cuanto a nivel de la empresa productora. Pero en el conjunto de las narrativas de la información periodística, la falta de respuesta cultural brasileña está bien reflejada en el gran reportaje que editan hoy los medios masivos. Hubo hasta una promesa vigorosa, desarrollada en los años 50 y al inicio de los años 70; más la semilla murió dentro del conjunto de la producción. Solo quedaron pequeños brotes, aislados entre sí, que, en general son in-

mento crítico. Las dictaduras del Estado Nuevo y más recientemente de los militares, establecieron los límites de la industrialización y de la modernización en sus etapas más primitivas. La estructura de la empresa industrial en el Brasil no solo guarda los valores culturales remanentes de la sociedad agrícola, preindustrial, sino que está contaminada por el autoritarismo que le sirvió de base para su desarrollo. Los compromisos con este cuadro histórico no desaparecen con la transición democrática que vivimos.

Inclusive existe un desfase de oferta y demanda en este sentido: la apertura y la transición a la democracia o, si se quiere, para la redemocratización,

de una pauta significativa, común a todos los medios de comunicación y por todos tratada con uniforme superficialidad. La falta de conciencia histórica como síntoma patológico de la sociedad brasileña —bastante acentuada por los regímenes totalitarios— resalta nuestra dependencia y nuestra fragilidad. La democracia y el Derecho Social a la Información son conquistas que nacen de la conciencia del tiempo, la acumulación de experiencias y de saber del Homo Sapiens.

ETAPA TECNICA DEL PRODUCTOR

El profesional y el empresario de los medios de comunicación se insertan en el amplio contexto de la sociedad, sufren todos los condicionamientos estructurales del Brasil histórico y del Brasil de hoy, así como la situación del Tercer Mundo en que también se sitúa el país. A nivel de industria cultural y de producción técnica no escapan también las coyunturas contemporáneas internacionales. El esfuerzo para eliminar los desfases han privilegiado, como ya fue dicho antes, a la tecnología. Con eso, pocas inversiones han sido realizadas y dadas a los recursos humanos que producen la información —ya sean periodistas o comunicadores sociales.

Mientras la bibliografía especializada registra el perfil técnico de este profesional como el encargado de ejercer las funciones de un vaso comunicante (en la nomenclatura del teórico francés Abraham Moles), en competente sintonía con las necesidades de las modernas sociedades urbanas e industriales, en el Brasil se discute todavía si el periodista debe o no ser formado, si nace o no por la inspiración del Derecho Divino o del talento innato. Todas las profesiones se institucionalizan a través de una práctica o de un cúmulo del saber que proporciona la investigación continúa y la permanente recreación de los instrumentos de trabajo. Este saber requiere de vías institucionales que preserven socialmente el acervo adquirido, que proporcionen la amplia y democrática transmisión del conocimiento a las nuevas generaciones y, de esa fertilidad, del encuentro entre el ya experimentado y la creación del futuro, nace la dinámica del saber. Esto se aplica tanto a las técnicas de producción de comunicación cuanto a las teorías que alimentan su desarrollo y la superación de sus deficiencias. La evaluación de la



etapa técnica de producción presupone, pues, el diagnóstico actual e histórico de las competencias profesionales.

A primera vista, tomando como parámetro los indicadores técnicos ya constantes en la bibliografía y de la "praxis" en esta área, el espectáculo es desolador. Se torna visible aun a los más excépticos, cada vez que se entabla un gran debate sobre pautas que conciernen directamente a la amplia demanda social. Las expectativas del espectador se frustran, en la medida en que los comunicadores (periodistas) son incapaces de representarlas con competencia técnica ante las fuentes de poder. Con raras excepciones, el entrevistador muestra un pleno conocimiento técnico delante de un entrevistado autoritario (que concentra el poder, que es autor de desmanes sociales y que oculta informaciones).

Por otro lado, la **Universidad Brasileña** a quien le cabe desde la década de 1940 formar a este profesional, no examinó crítica y profundamente los resultados de cuatro décadas de trabajo. Masacrada por los periódicos autoritarios, especialmente en los años negros de la última dictadura, sufrió innumerables interrupciones, fue vaciada de su contenido crítico y creativo, no tuvo condiciones de desarrollar la investigación y el conocimiento y terminó siendo víctima de retrocesos. Cuando surgieron los cursos de periodismo en las Facultades de Filosofía, a fines de la década del 40, la primera clientela —profesionales ya iniciados— procuró en los bancos de la escuela una carga de informaciones humanísticas, carencia que sufrían los periodistas. La intención

era positiva y la oferta de la Universidad no frustró a estas primeras generaciones que entonces estudiaban Historia, Literatura, Filología, Sociología, Ciencias Políticas, Estética y Filosofía. Las disciplinas técnicas eran incipientes y faltaban profesores en los cuadros de la Facultad de Filosofía. La dinámica de la urbanización e industrialización amplió tanto el mercado periodístico como el acceso de nuevas generaciones a la Universidad (se observa sobre todo la ascensión de la mujer a la profesionalización).

De los años 50 a los años 60 cambió la clientela de los cursos de periodismo: se inicia un ciclo muy claro en donde un finalista de la secundaria quiere ser periodista y no médico, abogado o ingeniero. A propósito, en ese mismo período, el joven que se definía por la Administración o la Sociología estaba en condiciones semejantes. Todas estas profesiones no estaban todavía reglamentadas. El ingreso de estos jóvenes a fines de la década del 50 originó un debate sobre la proporción de disciplinas humanísticas y disciplinas técnicas. Estos mismos jóvenes rebeldes reclamaron el ejercicio práctico dentro de la Universidad, en laboratorios. Datan desde ahí las experiencias del periódico de laboratorio y de la radio en las universidades. Sin embargo, permaneció todavía el vacío de profesores-investigadores que asumieran las disciplinas técnicas. La Universidad recurría a la única fuente posible, buscar profesionales en el mercado, generalmente personas exitosas, y los improvisaban como profesores.

Al comenzar el período autoritario, en 1964, la situación se agravó en va-

Los empresarios de la comunicación no han contribuido al desarrollo profesional y al perfeccionamiento de vías institucionales de formación de la mano de obra.

rios frentes: la represión fue separando a la Universidad de los contenidos humanísticos críticos, en un proceso de varias etapas, pero todas irreversibles (basta ejemplificar con una disciplina cortada de los currículos de Periodismo-Ciencia Política); los recursos para la investigación, para los laboratorios, para las bibliotecas, para la contratación de nuevos profesores fueron escaseando en las escuelas públicas; en contrapartida, la política del "milagro" en los años 70, estimuló la creación de escuelas privadas y de la industria del diploma; en el plano económico, la industria cultural explota y se diversifica, exigiendo mano de obra igualmente más diversificada. A fines de los años 60 los cursos de periodismo se separan de la Facultad de Filosofía y se constituyen en unidades autónomas —Escuelas de Comunicación Social—, a fin de responder a esta entusiasta demanda de comunicadores, ya entonces periodistas autores de libros, publicistas, relacionadores públicos, asesores de comunicación. Más que nunca faltan profesores para todo un nuevo conjunto de disciplinas técnicas. La euforia macluhaniana "de quien no se comunica se trunca" fue catalizada sobre todo por los propietarios de las escuelas privadas, que convocaban a exámenes de ingreso para ocupar doscientos cupos por año o incluso por semestre. Mientras tanto, las Universidades federales y las estatales se deba-

tían en clima de miseria y de opresión. A pesar de todo, la resistencia enfrentó el desánimo y el miedo. La propia ECA, en la Universidad de Sao Paulo, es un testimonio de esta lucha contra la adversidad. Tanto es verdad, que una de las experiencias del departamento de periodismo —la Agencia Universitaria de Noticias— y una experiencia del curso para editorialistas del mismo departamento —la editora ComArt— fueron consideradas subversivas y el departamento fue progresivamente objeto de represión hasta que fue desmantelado en 1975.

Existió también resistencia intelectual, el pos-grado de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sao Paulo, ECA, que hoy conmemora quince años. Ahí se perfeccionan investigadores, intelectuales y se perfeccionan técnicas y actualizan profesores que intentan muchas veces, gracias a un esfuerzo exclusivamente personal, acumular más conocimientos en el campo de la comunicación social. De cualquier manera, la historia de la Universidad brasileña, —que tanto puede ser analizada en los cursos de Medicina o en los cursos de Periodismo o Comunicación Social—, nos indican una trayectoria repleta de accidentes, de interrupciones en cuanto a la producción científica y calidad de enseñanza, de imposibilidades, al analizar su propio desarrollo histórico y la evaluación de su desempeño.

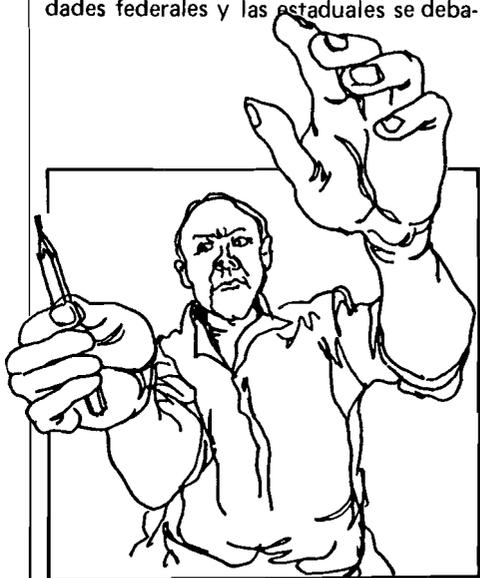
Los empresarios de la comunicación no han contribuido al desarrollo profesional y al perfeccionamiento de vías institucionales de formación de la mano de obra. En la realidad, las propias empresas no colocan claramente un padrón industrial avanzado al servicio de la demanda social. A pesar de que utilizan en campañas publicitarias ingredientes democráticos de derecho a la información, los contenidos de que se sirven no manifiestan el profesionalismo inherente al equilibrio entre la oferta y la demanda de la sociedad brasileña. Un ejemplo del desequilibrio y de las contradicciones de la dictadura de la oferta son los contenidos relacionados con los intereses nacionales,

tercermundistas y los de los grandes capitales internacionales. En recientes coberturas sobre la moratoria, la reserva del mercado de la Informática o de la conversión de la deuda en capital de riesgo, buena parte de los contenidos de la información abandonan el cuadro de referencia de la sociedad brasileña para ponerse al servicio de las expectativas internacionales. O dentro de la frontera nacional, se someten dócilmente al poder y a los grupos económicos y practican la demagogia de la objetividad periodística. Los capitales nacionales e internacionales ejercen, por lo tanto, formas de control al Derecho Social a la Información. Es fácil practicar el discurso del compromiso con el lector sobre la independencia ideológica y la eficiencia profesional en búsqueda de la verdad; otra cosa es verificar las prácticas de temas y coberturas en los momentos críticos. Uno de los clásicos talones de Aquiles es la cuestión de la tierra en el Brasil.

Nos resta particularizar el perfil del **técnico en información**. Debemos considerar modelos desarrollados externamente —sobre todo los norteamericanos y los europeos— y los resultados de las investigaciones dentro de nuestra propia realidad. Es necesario tener el coraje de establecer parámetros de un productor apto a ejercer el Derecho Social a la Información y confrontarlos con la práctica cotidiana brasileña en los medios de comunicación de masa y los objetivos de capacitación en los cursos de Periodismo, para entonces alcanzar metas de perfeccionamiento profesional. Sin lograr esta etapa, las dificultades de la pronta difusión, eficiencia de legibilidad, la atención a la gran demanda de la sociedad brasileña y la contribución para el esclarecimiento de ciertos contextos graves de nuestra historia actual, no serán superados.

A continuación se incluyen algunos rasgos fundamentales para el **perfil de un productor de información en la democracia**:

1. **Ética profesional.** El perfil debe tener como esencia de todos los comportamientos, de todos los instrumentos



de trabajo, de todas las estrategias de acción, un sólido compromiso ético al derecho social a la información. O sea, una clara y prioritaria adhesión a los anhelos, a las necesidades y derechos de los públicos, de la demanda social.

2. Capacidades técnicas para investigar la realidad presente inmediata que se hacen necesarias para:

2.1 Informar la pauta, punto de partida de la información periodística y enraizarla en el tiempo y en el espacio. Un tema presente consagrado como noticia o molécula de información, necesita ser previamente investigado en el acervo bibliográfico en los bancos de datos, en los archivos convencionales, a fin de que se conozca el lastre histórico de este mismo tema. Antes de que el reportero vaya a la calle, en procura de las declaraciones junto a las fuentes de información vivas, debe prepararse a través de estos recursos en que se sitúa la pauta, en el tiempo histórico y en el espacio, lo más universal posible.

2.2 Armar la pauta de una rica búsqueda de fuentes de información. En este sentido es preciso superar las rutinas, los comportamientos viciados, el monólogo del poder manifiesto en las fuentes consagradas por la empresa. Actualmente, la informatización ofrece opciones nacionales y transnacionales muy ricas, a través de una red de fuentes conectadas por computador.

2.3 Capacidad interpretativa del hecho social en sus múltiples fuerzas. Se proponen cuatro líneas de especulación en la pauta ("A Arte de Tercer o Presente", Cremilda Medina, Paulo Roberto Leandro, ECA, USP, Sao Paulo, 1972): la especulación de los antecedentes del hecho; la especulación sobre el gran contexto social del hecho-noticia; la investigación de opiniones especializadas; y la particularización de determinados protagonistas del acontecimiento, a través de estudios de caso o del perfil periodístico. La pauta puede o no proporcionar todas o algunas de estas opciones interpretativas.

3. Capacidad de relación con la realidad social.- Cuando esté haciendo su trabajo, el reportero debe estar instrumentado para:

3.1 Saber trabajar con la observación a través de técnicas aprendidas, saber acumulado. Su mirar-cámara y el marginamiento de la percepción investigados conscientemente, ayudarán a atenuar los velos ideológicos que nos impiden mirar con más claridad la rea-

lidad fuera de nosotros. De ahí que tenemos que hacer esfuerzos por descifrar la realidad. (Verificar importante contribución teórica en Edgar Morin "Para Sair do Século XX", Rio, Editora Nova Fronteira 1987).

3.2 Desarrollar técnica y críticamente el principal instrumento de relación social (o comunicación) del periodista: la entrevista. Mientras las ciencias humanas se preocupan profundamente con el problema y crean conocimiento, "how to do", los periodistas se entregan al facilismo del talento innato o al aprendido por "osmosis" en la cotidiana-



lidad. ("Entrevista, o Diálogo posible", Cremilda Medina, ed. Atica, Sao Paulo, 1986).

4. Capacidad técnica y artística en el dominio del lenguaje.

El arte / técnica del hecho social contemporáneo (noticia) exige cualidades de desempeño: legibilidad-comprensión, emoción e interés (para conquistar al consumidor), precisión y credibilidad, creatividad dentro de los límites de legibilidad de la mayoría de las audiencias. En síntesis, llenas esas cualidades (proyecto de investigación a largo plazo), lograríamos llegar al fértil terreno de la comunicación social.

5. Acumulación de información y vivencias al servicio del enriquecimiento profesional.- Si un dentista durante toda su vida aplica en su consultorio la misma técnica del tratamiento de caries que aprendió en el curso universitario, no progresará como profesional.

Asimismo, un periodista que aprende (rápidamente) los detalles de la profesión, se enfila en una carrera de ascensión burocrática y repite los reflejos condicionados hasta cuando se jubila. Este proyecto de investigación y la acumulación de este repertorio, acompaña toda la vida al profesional dinámico y creativo.

Claro que las condiciones de trabajo en las organizaciones industriales brasileñas no proporcionan ni recursos ni estímulos para el perfeccionamiento / profundización de los profesionales de las redacciones. Es más fácil invertir en un ingeniero de empresas que en un periodista, para que él vaya a estudiar y a experimentar nuevas técnicas. Un simple programa de esa naturaleza no entra en el escogitamiento de la política de recursos humanos. (Radio Dinamarca, por ejemplo, se da el lujo de liberar a sus editores para un curso de dos meses a nivel universitario, sobre influencias en la entrevista radiofónica).

CONCLUSIONES

A través de esta resumida descripción de los requisitos para una competencia creativa y crítico-reflexiva, se verifica, a grosso modo, que los productores manifiestan un desempeño ajustado a las responsabilidades del Derecho Social a la Información. También la gran mayoría del contingente de los profesionales (salvo excepciones que no conviene enumerar), así como en el dominio empresarial, la mayoría de los puestos de decisión, no lograron el estado técnico compatible con la sociedad democrática, urbana e industrial. O más directamente: no están técnicamente aptos para mover el equilibrio y la dinámica de la oferta y la demanda social de la información. Pero esta es la punta del iceberg. El estado del productor, el estado de la industria cultural, el estado histórico-cultural de la sociedad brasileña y de la transición a la democracia, forman parte de un único y trágico impasse: o avanzamos hacia el diagnóstico de los atrasos, todos en el conjunto de la nación, cada uno en el sector bajo su responsabilidad, o permaneceremos exaltando con las demagogias la incompetencia para el cambio. La competencia para el cambio presupone, por encima de todo, el compromiso ético con la Sociedad y con el Hombre. ■