

octubre - diciembre/87 No. 24

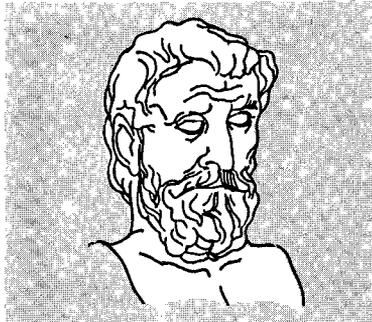
Chasqui

Los corresponsales de *Chasqui* en América Latina se reunieron a mediados de noviembre de 1987 en CIESPAL con el propósito de preparar un manual de estilo para uso de los colaboradores. Los corresponsales son en su totalidad o docentes en Centros Superiores de Comunicación Social o trabajan en Institutos especializados en medios. Moderó la reunión Antonio Rodríguez-Villar de *Clarín* de Buenos Aires y ex-editor de Selecciones del *Reader's Digest* en español, por lo que pudo aportar, a más de su experiencia, una visión "más mundana" del asunto de edición y estilo. Muy probablemente esta reunión tendrá saludables efectos en especial para las secciones de noticias, ensayo e investigación de la Revista.

A propósito de investigación, invitamos a quienes hayan escrito tesis o disertaciones para obtener títulos intermedios o terminales en comunicación social, a enviarnos un ejemplar acompañado de un resumen de unas sesenta líneas. Las tesis irán al Centro de Documentación de CIESPAL; los resúmenes, a *Chasqui*. Si el tema y su tratamiento lo ameritaran podrán aparecer como condensados en la Revista.

CIESPAL acaba de editar dos Manuales Didácticos: *Análisis de Mensajes*, recopilación de Daniel Prieto, No. 13, 400 pp., y *Manual de Comunicación Alternativa* de Jorge Merino, No. 12, 320 pp. El ensayo de H. Rodríguez Castelo sobre "Retórica y Periodismo" que aparece en este número es el núcleo de un libro que con el nombre de "Idioma y Estilo en Periodismo", No. 32, 600 pp., está por salir en la Colección Intiyán. Todavía no hay un software que nos redacte automáticamente con claridad y concisión. Por esto, en esta época de cantinflismo, estos libros de temas antiguos son todavía necesarios.

Simón Espinosa



12 Retórica en periodismo

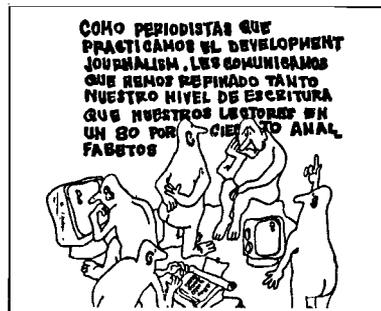
Hernán Rodríguez Castelo

Sin claridad ni concisión ni viveza nadie se comunica eficazmente. La vieja y calumniada retórica es hoy tan necesaria como antes. ¿Cuándo nació la retórica? ¿En qué consiste?

22 Exportación de telenovelas brasileñas

José Marques de Melo

Historia del más nuevo rubro de exportación brasileña: la telenovela. ¿Por qué se ha impuesto en el mercado mundial?



32 DJ: ¿Un nuevo periodismo?

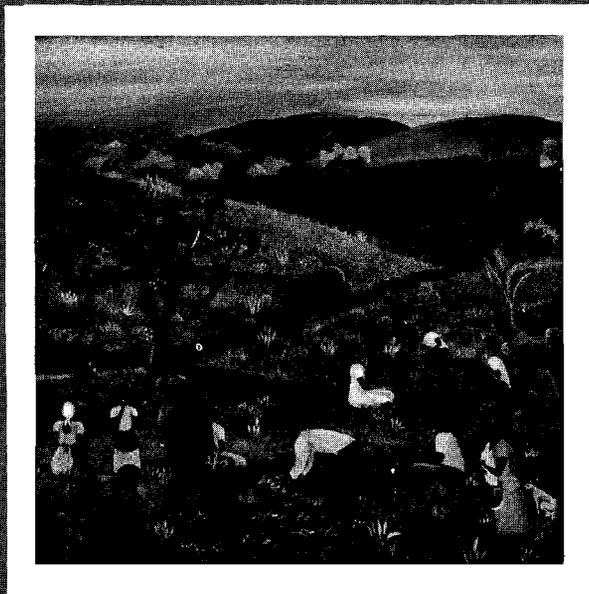
Michael Kunczik

El *Development Journalism* (DJ) quiere cambiar el modo de hacer periodismo en el Tercer Mundo. La pobreza es una cultura con sus propios derechos. ¿En qué consiste el DJ?

Noticias	2
Entrevista a Michelle y Armand Mattelart	8
Direito A informação	20
Actividades de Ciespal	28
La comunicación lo mejora todo	29
Comunicación y derechos humanos	38
La radio popular urbana	42
De la crónica y sus alrededores	46
Argentina se asoma al tema de la comunicación alternativa	52
Comunicación-liderazgo, macro tendencias actuales	55
Reseñas	58
Corresponsales de "Chasqui"	62
Teleconferencia para el desarrollo	63

Julia F. Grimsditch
Andrés León
José Martínez Terrero
Diego Araujo Sánchez
Ricardo M. Haye
Adolfo Herrera
Karen Tietje

DIRECTOR: Luis E. Proaño. EDITOR: Simón Espinosa. DIRECTOR DE PUBLICACIONES: Jorge Mantilla Jarrín. CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL: Luis Ramiro Beltrán (Bolivia); Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Antonio Rodríguez-Villar (Argentina); Gian Calvi (Brasil); Daniel Prieto Castiello (Argentina). COMITE EDITORIAL EJECUTIVO: Asdrúbal de la Torre, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria de Vela, Andrés León. ASISTENTES DE EDICION: Wilman Sánchez y Martha Rodríguez. DISEÑO: F.E.R. PORTADA: Jaime Pozo. DIBUJOS: Asdrúbal de la Torre. IMPRESO: Editorial QUIPUS. CHASQUI es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert y del Banco Central del Ecuador. Quito, Apdo. 584. Telf. 540-881.



Comunicación y Derechos Humanos

Andrés León

Cómo los medios de Latinoamérica defienden los derechos humanos



Un abogado suscrito a un periódico, demandó a su director porque el diario no había publicado ninguna información referente a un asunto de interés para el jurista, y que había sido noticia de importancia en otros medios de comunicación. Esto sucedió en 1972 en España. El demandante argüía que la prestación a la que se había comprometido el periódico no era la de entregarle una determinada cantidad de papel impreso, sino la de proporcionarle información.¹ Eliminado lo anecdótico, este ejemplo sirve para caracterizar la demanda de la sociedad por una información completa, oportuna y veraz, sobre aquello que le incumbe. ¿Cuántos juicios podríamos entablar a los medios de comunicación colectiva por faltar a este deber al no informar sobre asuntos de interés personal y social? Más aún, ¿cuánto trabajo tendrían los jueces si acusáramos a los medios por manipulación y amañamiento de lo que informan? Pero la información es solo una parcela del proceso entero de la comunicación.

UN DERECHO FUNDAMENTAL

La comunicación es un derecho fundamental del hombre. Es el derecho y la característica que lo identifica como el único ser que tiene la capacidad de comunicarse racionalmente. Eulalio Ferrer establece la diferencia entre comunicación e información diciendo: "Subrayamos que la información es forma y la comunicación contenido. Hilo, la una; urdiembre la otra. Si una pertenece a la escala cuantitativa de la matemática, la otra entra en la escala cualitativa de la semántica. La información es lenguaje lineal y la comunicación lenguaje integral. Vertical, una; horizontal, otra"²

La comunicación es un proceso social que logra y perfecciona la realización de la persona y facilita la convivencia comunitaria al permitir un diálogo de informaciones, vivencias y valores, inmerso en la solidaridad y en la creati-

vidad. Estas son fundamento del mayor de los derechos: el derecho a la plenitud de la vida, tanto para las personas como para las sociedades.

América Latina es un continente incomunicado. Sus casi 600 millones de habitantes están parcelados en naciones, estados, regiones, subregiones. Esta parcelación histórica es fruto de guerras fratricidas instrumentadas por quienes necesitan nuestra división. En nuestros días, se fracciona también el continente, con una comunicación colectiva ideologizada y dirigida a un modelo aislacionista y unilateralmente vinculado con las fuentes del poder económico y político.

Para mantener esta situación se han fortalecido, en forma limitada, los llamados medios tradicionales de comunicación: prensa escrita, cine, radio y televisión. Afirmo que se han fortalecido limitadamente, ya que podemos registrar ciertos parámetros en su desarrollo que pueden crear un espejismo de suficiencia, si no son analizados respecto de su contexto geográfico, humano y cultural.

América Latina y El Caribe editan el 6,4o/o de los periódicos que circulan en el mundo. Consumen el 6,3o/o del papel periódico, en 1200 diarios, con un tiraje de 33 millones de ejemplares destinados casi exclusivamente a la zona urbana alfabetizada.

Los datos estadísticos sobre cine señalan un hecho interesante. Los países norteamericanos anglo-parlantes y los de América Latina y El Caribe consumen, respectivamente, el 8,3o/o de la producción mundial. La escasa producción de nuestro continente (240 largometrajes en 1985) permite inferir que lo que se distribuye a los espectadores de las 9000 salas existentes, es exactamente lo que produce y vende los Estados Unidos.

En 1965 había en América Latina y El Caribe 3.470 trasmisores. En 1983, eran ya más de 5.300. Este medio por su desarrollo tecnológico, su demanda de mínima infraestructura y sus costos baratos, ha permitido que se convirtan en emisores instituciones, cuyos fines y objetivos son diferentes a los de la empresa comunicacional o de la industria cultural. Tal el caso de iglesias, organismos sindicales, centros educativos y otras agrupaciones. El público radio-oyente se incrementó en el mismo período (1965-1983) de 34 a más de 327 millones. La radio es el medio de comunicación de mayor cobertura y efecto sobre el público.

El gran "boom" continental y mundial es el de la televisión. En los años mencionados, pasó de 250 estaciones transmisoras —entre canales originales y repetidoras— a 1400, y de 8 a más de 50 millones de televidentes. Es importante anotar que la televisión es el medio más favorecido por las inversiones y avances tecnológicos de los últimos años³.

Con un criterio privilegiador de datos económicos y estadísticos y respecto a las sociedades postindustriales consideradas el modelo, podríamos concluir que somos sociedades caracterizadas por un proceso relativamente acelerado de desarrollo, y por lo tanto, más o menos bien informadas. Sin embargo, el valor de América Latina y El Caribe, no es meramente estadístico. Su valor es el ser una sociedad emergente, con un pasado histórico que trasciende y con un conjunto de aportes que, pese a estar inmersos en el mundo de los pobres y quizás por ello mismo, han sido capaces de sobrevivir a la dominación. Más aún, surgen hoy con un mensaje mestizo que se impone en el mundo cada vez más tecnificado del año 2000.

DERECHOS HUMANOS Y COMUNICACION ALTERNATIVA

Precisamente en esta región latinoamericana y caribeña, la comunicación adquiere nuevas dimensiones. Se ha convertido en la principal propulsora y defensora de los Derechos Humanos, y de manera especial de los derechos solidarios de nuestros pueblos. Pretendemos mantener esos derechos por encima de un sistema comunicacional impuesto que no permite a los grupos sociales ejercerlos, ya que obedece a criterios e intereses ideológicos tradicionales. La vigencia del **Derechos a la comunicación** demanda la existencia de esa sociedad auténticamente democrática, que actualmente pretendemos construir con nuestra mítica capacidad de creación. Ella nos ha permitido presentar sistemas comunicativos propios que se oponen a los dominantes y extraños.

Este sistema comunicacional ha recibido muchos nombres: comunicación horizontal, alternativa, popular, cultural, etc., pero puede ser identificada por ciertas características definitorias. La de alterar el papel aristotélico de los tres elementos bases del proceso de comunicación, cuando busca la presencia de un emisor que no sea ausentista

y dominante, sino íntimo a la misma realidad comunicacional, o cuando el mensaje debe dejar de ser decidido y estructurado por otros, o cuando reivindica para el receptor el derecho a escoger lo que prefiere, con una actitud crítica que supere la postura meramente pasiva impulsada por la comunicación vertical.

Fernando Reyes Matta ratifica este criterio: "...cuando la comunicación alternativa emerge, solo puede hacerlo con un propósito que va más allá de la mera perspectiva comunicacional: debe ser una expresión de un proyecto histórico de cambio, de resistencia cultural y de construcción solidaria."⁴ En otras palabras, la comunicación alternativa hace posible el ejercicio del derecho a la comunicación en cuanto proceso educativo que permite lograr la participación comunitaria y, por lo tanto, la formación de una sociedad auténtica, libre y justa. Esta sociedad coincide con los valores y metas del Tercer Mundo, conjunto de pueblos tan ricos en manifestaciones humanísticas y tan pobres en términos de la economía mundial.

No se debe olvidar que los Derechos Humanos, y entre ellos el Derecho a la Comunicación, han sido permanentemente negados y conculcados por la sociedad dominante, unas veces utilizando la brutalidad de un sistema para destruir física y moralmente al hombre, y otras, las más, con el poder político y económico para desviar la información necesaria, manipular las conciencias, sumir al hombre en sueños dorados ajenos a su realidad, despertar temores y crear enemigos artificiales.

La sociedad dominante que así ha procedido tradicionalmente, no está dispuesta a permitir la emergencia de un nuevo mundo que altere sus programas y objetivos. Ella busca elementos de defensa y los ha encontrado en el uso de los medios tradicionales y en el desafío que significa la tecnología propia de un mundo que se aproxima a su tercer milenio cristiano. Ante esta realidad se debe preguntar: ¿Dónde queda el derecho a la vida, a la libertad, a la seguridad, cuando los genes y procesos de concepción, el número y

Andrés León, ha realizado estudios en ciencias sociales, comunicación y economía. Es director del Centro de Documentación de CIESPAL.

las características de los nacimientos, pueden ser manipulados por los intereses de los grupos dominantes? Esto no es un ataque a ningún criterio limitativo de la natalidad, sino la manifestación de un peligro inminente de que quienes manejan la tecnología biogenética y son dueños del poder político y económico, son también quienes controlan la comunicación, y tienen entonces la capacidad de diseñar una sociedad sometida que responda únicamente a sus objetivos.

"Nadie estará sometido a esclavitud ni a servidumbre", dice el artículo 4 de la Declaración Universal. Sin embargo, ¿acaso no somete a la esclavitud del consumismo y de modelos ideales el refuerzo de los medios de comunicación a estos valores? Todos los días y en todas partes, se presentan denuncias y protestas sobre uso de "torturas, penas y tratos crueles, inhumanos y degradantes"; pero la nueva tecnología produce sofisticados formatos para esa tortura y ese trato inhumano. Cuando el público es bombardeado incesantemente por una publicidad alienante y una orientación de sus formas de pensamiento que ni siquiera le dejan tiempo suficiente para calibrar la

fiere ver los simples enlatados, antes que trabajar en el procesamiento y asimilación de un texto de literatura, ciencia o política. La nueva tecnología, tal cual es actualmente transmitida y utilizada, está produciendo una distorsión estética y moral, con la presencia del monstruo como protagonista, de lo mecánico sobre lo intelectual, de lo superfluo antes que lo trascendente, de lo arbitrario sobre lo libre.

Es claro que una nueva sociedad planetizada está en formación: la sociedad civil va transformándose en otra donde imperarán los servicios, los datos, los conocimientos computarizados, el manejo de la informática y el dominio del cerebro electrónico, mientras se dejará de lado lo que para ella resulte un obsoleto sentido de lo humano.

La nueva sociedad en proceso de estructuración será una sociedad donde los Derechos Humanos, la cultura de los pueblos, las ideas de patria y religión, los sentimientos, las ideologías políticas, deberán someterse a otra clase de intereses que, a lo mejor, superarán incluso a los de los propietarios e inventores de las máquinas, para responder específicamente a los de aquellos instrumentos automatizados.

ra de la conciencia colectiva donde el pueblo oprimido asume su propia identidad. Por ello, el Derecho a la Comunicación se transforma en "derecho a ser" entendido como la búsqueda permanente de los valores propios más distintivos de las culturas y de los pueblos". Y continúa: "Si bien el derecho a la comunicación es reconocido en cuerpos normativos, tanto nacionales como internacionales, existe una enorme distancia entre los textos que los proclaman y su vigencia real. La correspondencia rigurosa entre ambos se deberá alcanzar por medio de un diálogo social igualitario, creativo, y plural". Más aún, según este texto "Existe en América Latina un sistema predominante que crea polos de poder y condicionantes políticos, que impiden en la práctica el ejercicio de este derecho a las grandes mayorías y da a unos pocos la posibilidad de usurparlo, en su exclusivo beneficio". Por todo esto, los periodistas reunidos en el Seminario concluyen que "Por ello, la lucha por el ejercicio pleno del derecho a la comunicación debe alcanzar también el ejercicio de todos aquellos derechos —a expresarse, a opinar, a reunirse, a organizarse, a informar, a ser informado— que son parte de un mismo concepto"⁵

DEMOCRATIZAR LA COMUNICACION

Coincidiendo con todo lo anterior, la acción hacia el futuro debe estar encauzada en la línea de la democratización de las comunicaciones, que respete la diversidad cultural e ideológica y aun la diversidad de intereses contrapuestos. Para que esto sea posible es necesaria una democratización de la sociedad, en la que deben eliminarse las vertientes de dominación de clase y las diferencias socio-económicas, para permitir la creación de un marco conciential amplio y, consecuentemente, un ambiente de igualdad y de respeto.

Ayer fueron las organizaciones de los trabajadores y los movimientos estudiantiles los que promovieron estas ideas. Su acción ha dado frutos y hoy vemos que los partidos políticos, las iglesias, las organizaciones campesinas, los intelectuales forman, hasta internacionalmente, frentes comunes para detener la masificación colectiva con que el mundo tecnológico nos amenaza y defender el conjunto de derechos humanos permanentemente agredidos. Esta acción se ha manifestado en las propuestas de un Nuevo Orden Internacional de la Información y de la Comuni-



"Nadie será sometido a esclavitud ni servidumbre" y sin embargo los medios muy frecuentemente glorifican al amo, al opresor, al rubio.

comunicación recibida, cabe preguntarse: ¿Cómo ejercer el derecho a la libertad de pensamiento, de conciencia, de religión, y peor aún el de la libertad de opinión y de expresión?

Una de las funciones propias del esquema comunicacional es la de educar. Resulta, con todo, cada vez más notoria la presencia de un proceso antieducativo impuesto por los medios masivos. Así, mientras más libros se editan, menos personas mantienen su predisposición a leer, ya que los medios audiovisuales copan el tiempo de ocio y conforman una mentalidad facilista que pre-

DERECHOS HUMANOS E IDENTIDAD CULTURAL

Hasta aquí, he presentado un panorama de la comunicación en relación con los Derechos Humanos, y como derecho solidario de las personas y de la sociedad. El cuadro no es positivo. Permite, sin embargo, ver sus características y las líneas generales de la actividad futura, en los términos utilizados por el Seminario de Periodistas Latinoamericanos sobre Derechos Humanos y Nuevo Orden Mundial de la Información: "A través del Derecho a la Comunicación se genera una síntesis formado-

cación, y en los procesos investigativos de nuestras realidades, ya que solamente conociéndonos mejor, podremos ser realistas en nuestros trabajos y no teóricos de una imagen impuesta.

En esta línea CIESPAL ha orientado gran parte de su esfuerzo, buscando detectar y documentar la realidad comunicacional de América Latina, en cuanto a las cantidades disponibles de medios tradicionales y a su impacto dentro de nuestra sociedad; también ha estudiado el pensum universitario y ha contribuido a la formación de profesionales, no solo en el campo científico, sino en el campo de la integración humana; ha investigado las amplias posibilidades y formas de la comunicación alternativa para poder impulsar su uso como mecanismo vivencial de recuperación de la conciencia histórica y de la valorización cultural; y, ahora, también se encuentra recuperando y analizando el material para enfrentar el fenómeno de las nuevas tecnologías presentes al aproximarse el tercer milenio.

Hay otra actividad indispensable para la formulación de una sociedad democrática, y esa actividad es la capacitación. Capacitarnos es descubrir nuestras potencialidades y saber utilizarlas; es integrar crítica y conscientemente la tecnología moderna a nuestros procesos; es saber no solamente qué debemos hacer y qué queremos producir, sino cómo hacerlo. Tenemos ejemplos de lo que América Latina puede ofrecer: literatos que revolucionaron los moldes tradicionales y se han impuesto con reconocimiento general; teorías políticas, económicas y sociales que han despertado la responsabilidad del mundo y le han hecho replantear su misma historia; cineastas capaces de presentar estéticamente los problemas humanos y colectivos, con éxito en la mentalidad de los espectadores; producciones televisivas que al exportar un género auténticamente latinoamericano, la telenovela, han sido capaces no solamente de superar la vulgaridad e inconsistencia tradicional, sino de imponer una calidad que se refleja en cualquier encuesta de sintonía. Y así músicos, poetas, deportistas, teorías, estilos, etc., que son ahora ejemplos y que deben ser expresiones totales, normales y continuas.

Concretamente, al hablar de Comunicación y Derechos Humanos, en relación con todos estos elementos, tenemos que observar que aquellos que hemos catalogado como alternativos, han servido para crear la oportuna resis-

tencia y salvaguardar los valores étnico-culturales. Los que conocemos como medios de comunicación tradicionales a la vez que han mantenido el sistema del cual dependen, empiezan a registrar fisuras a través de las cuales se ha podido filtrar parte de la realidad. Los mecanismos propios de la nueva tecnología, hasta ahora reforzadores del sistema, no han sido capaces de cerrar

El derecho de ser oído es el derecho de los derechos que menos cumplen los medios, pues sectores enteros del pueblo no son escuchados en sus columnas y pantallas.



esas brechas, ni de detener la acción de los profesionales de la comunicación comprometidos con sus pueblos.

De allí que toda conciencia, toda investigación, toda recuperación documental, toda capacitación y toda producción, deben estar orientadas a reemplazar el campo de la denuncia. Lamentablemente hasta ahora ha sido necesario vivir de la denuncia, que es buena y si es oportuna, mejor, y que se hace indispensable como expresión que logra, a veces, superar problemas aislados y salvar vidas y sociedades, pero que corre el peligro de cansar, por ser repetitiva, si no va acompañada de otras acciones. La situación de los Derechos Humanos, a veces sale ya de las primeras páginas de los periódicos y de los principales informativos audiovisuales, porque ha dejado de ser noticia, y consecuentemente, ha dejado de ser mercancía capaz de incidir en la venta de un espacio o de un tiempo informativo.

El desafío está en sumar a la denuncia, la acción. El uso de los componentes antes mencionados puede permitir que cada hecho sea visto como un eslabón en la dura cadena dominante de violencia institucionalizada que sufren las naciones latinoamericanas. Es indispensable investigar, documentar, analizar y proyectar la situación, utilizando medios, alternativos y tradicionales, limitados a grupos vecinales o universalizados por las modernas tecnologías.

Por algo se tiene que comenzar.

Hay un primer paso y este es el de crear conciencia sobre el más básico de los derechos, el que Clerencio Neotti llamaba el **Derecho a ser oído**. "El Tercer Mundo —afirmaba Neotti— constituye dos tercios de la humanidad, y hasta ahora el otro tercio, que detenta el poder económico e informativo, no nos escucha."⁶

Es de esperar que el mundo nos es-

cuche, que se escuche a sí mismo en todas las latitudes, en todas las naciones, en todos los estratos sociales y en todas las conciencias. Para ello es necesario que los latinoamericanos convencidos de nuestros derechos, de los derechos personales y solidarios, dejemos las actitudes derrotistas y enfrentemos con fe el desafío de impulsar los medios propios de nuestras culturas, con orgullo de ellos; que hagamos productos buenos que puedan ingresar en la competencia del mercado masivo. Sabemos que somos capaces y que, sin temor a lo nuevo, enfrentemos la nueva frontera de la ciencia para con todo ese instrumental decir presente a la historia y ganar nuestro derecho al futuro.

NOTAS

- 1.- Ver *La Información como Derecho* de José María Desantes, Ed. Nacional, Madrid, 1974, pp. 23-24.
- 2.- Eulalio Ferrer, "De la Información a la Comunicación", *Cuadernos de Comunicación*, México, 4, enero, 1979, p. 25.
- 3.- Todos los datos citados corresponden al *Anuario de la Unesco*, 1985.
- 4.- Fernando Reyes Matta, "Comunicación, Participación y Ruptura: Dimensiones Alternativas", *UNDA-AL Comunicación: Estudios y Documentos*, Buenos Aires 3, agosto, 1983, p. 19.
- 5.- Documento Final del Seminario de Periodistas Latinoamericanos: *Derechos Humanos y Nuevo Orden Mundial de la Información*, Quito, 23 de abril - 2 de mayo de 1982.
- 6.- Clerencio Neotti, Citado por José Marques de Melo en "Los Nuevos Rumbos de la UCLAP", *Chasqui*, Quito, no. 3, abril-Junio, 1982. ■ |