

octubre - diciembre/87 No. 24

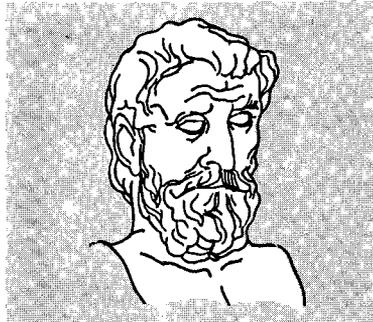
# Chasqui

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 ameritaren 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	<i>Julia F. Grimsditch</i>
Comunicación y derechos humanos	38	<i>Andrés León</i>
La radio popular urbana	42	<i>José Martínez Terrero</i>
De la crónica y sus alrededores	46	<i>Diego Araujo Sánchez</i>
Argentina se asoma al tema de la comunicación alternativa	52	<i>Ricardo M. Haye</i>
Comunicación-liderazgo, macro tendencias actuales	55	<i>Adolfo Herrera</i>
Reseñas	58	
Corresponsales de "Chasqui"	62	
Teleconferencia para el desarrollo	63	<i>Karen Tietje</i>

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.

# ARGENTINA SE ASOMA AL TEMA DE LA COMUNICACION POPULAR

Por Ricardo M. Haye

*Ya se le nota. La panza de Rosa es bien visible. Y, a lo mejor, ella preferiría pasar más inadvertida. Porque no tiene en regla los papeles de radicación y lo mejor es no llamar la atención. Sin embargo, ese retoño puede ser para ella la legalidad. Basta con que nazca de "este lado".*

*Con muchos compatriotas, Rosa llegó a la Argentina desde Chile. La cordillera es su barrera contra el terror, la muerte y el hambre.*

*Su destino fue el barrio "Virgen misionera" y el dato sería poco relevante si no dijéramos que se trata de uno de los rostros ocultos de San Carlos de Bariloche, ciudad cara y lujosa; un patrimonio —casi— de los numerosos turistas extranjeros que pueden visitarla.*

*En medio de la exuberancia vegetal de la naturaleza y económica de unos pocos privilegiados, el barrio resiste tozudamente el desdén de los barilocheños de "buen pasar", quienes le edificaron la fama de ser el aguantadero de todos los malvivientes de la región.*

*Ahí está Rosa, dispuesta a participar y comprometerse. Allí llegamos nosotros.*

**D**espunta una nueva conciencia entre los "carapálidas" de América Latina. Quizás tenuemente, ello está ocurriendo.

La Argentina vivió muchos años de espaldas a lo que Ernesto Sábato llamó su "realidad bifronte". El componente europeo siempre se impuso a su contracara amerindia.

Por eso, cuando desde fuera del país se negaba nuestra condición de subdesarrollados, algunos oídos atentos de adentro se lanzaban a asentir con premura. Probablemente en estas condiciones se haya acuñado el eufemismo aquel de "país en vías de desarrollo".

Este pensamiento se propagó merced al método de las comparaciones: Asia y Africa exhiben una

Ricardo Haye, argentino. Licenciado en Ciencias de la Información en la Universidad Nacional de la Plata. Docente en la Cátedra de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Comahua. Actualmente es instructor de los cursos de radio de CIESPAL.

mayor degradación en los indicadores que miden la calidad de vida: ingreso per cápita, tasas de mortalidad, analfabetismo, alimentación, vestimenta, entre otros. Sobre este patrón de medidas se dispuso que la Argentina no era subdesarrollada.

Incluso a algunos de nuestros vecinos les cuesta vernos como pares. Y es que Buenos Aires, esa enorme "cabeza de Goliath", para utilizar la feliz expresión del ensayista Martínez Estrada, sigue exportando una imagen mentirosa (por parcial) acerca del país.

Esa metrópolis "desarrollada" impacta al observador desprevenido con situaciones de bienestar —ciertas algunas, ilusorias otras— que más allá de su pequeño territorio no se han alcanzado. Buenos Aires engaña, claro.

Los devotos admiradores del número pueden pedirnos estadísticas. Podríamos decirles —para documentar la involución— que en 1974 Chile exportó 1.500 millones de dólares y nosotros unos 7.000 millones de la misma moneda. El último año, Chile vendió por 4.500 millones y la Argentina facturó 6.500 millones de dólares aproximadamente. También podríamos citar otros indicadores: el censo de la pobreza, cuyos resultados indujeron al gobierno a organizar el Plan Alimentario Nacional en 1984, demostró que sobre treinta millones de argentinos, siete millones (un 23 por ciento) se encuentran subalimentados y que treinta mil niños fallecen anualmente por causas socio-económicas. El déficit habitacional es de dos millones de viviendas. La deserción escolar en algunas provincias alcanza picos del 50 por ciento. Dos millones y medio de argentinos viven fuera del país porque no encuentran atractivo el regreso. El ingreso promedio por habitante es de unos 75 dólares mensuales en los sectores sociales más o menos rezagados (y eso por no mencionar a los miles de sub-empleados y desempleados).

Por su parte, aquellos que privilegian las lecturas políticas pueden reclamarnos argumentos. Quizás el más tajante provenga de esta puntualización: el sub-desarrollo es la inevitable consecuencia de la dependencia. Y haría falta mucha audacia para sostener que el nuestro no es un país dependiente.

Ahora sí, con estas consideraciones estamos dis-

puestos a admitir las naturales diferencias con otros pueblos del Tercer Mundo. Pero sin sofismas o galanterías distorsionantes, porque aquí, antes que “de desarrollo”, las únicas vías que conocemos son las que nos impuso la mentalidad colonial inglesa con el exclusivo propósito de expoliarnos, trasladando nuestra producción de materia prima hacia la ciudad-puerto (“casualmente” Buenos Aires).

### SOBRE LA COMUNICACION

En el campo de las comunicaciones —como en otros tantos— somos dependientes de los grandes centros económicos y financieros transnacionales.

La obsolescencia es una brecha que se agranda. Estados Unidos, por ejemplo, le augura una vida efímera al videocable, un sistema que los argentinos empezamos a usufructuar hace poco tiempo. Allí ha quedado superado por la comunicación satelital a la que tiene acceso cada individuo que posea su antena parabólica. Otro caso paradigmático: el diario “USA Today” se imprime al mismo tiempo en seis o siete puntos de esa dilatada nación también gracias al satélite, y eso le asegura al público la información con el desayuno. Entre nosotros (los que vivimos en provincias) la información cotidiana por vía impresa se nos mezcla con el churrasco del mediodía. Pero por otra parte, a poco que ahondemos el análisis, se descubren otras situaciones más preocupantes.

El imperio de la libre empresa construye su oferta comunicacional en función de la capacidad adquisitiva de los consumidores. Esta relación determina que amplias franjas de la comunicación ven limitado su acceso a la comunicación.

Los telenoticarios del mediodía, emitidos desde la capital federal por canales que administra y dirige el Estado, nos acostumbraron a ver cómo se reparan cañerías en los suburbios porteños. A esos temas que tan poco nos representan, debemos sumarle la habitual cuota de “circo” con información de la farándula artística o el ambiente deportivo y otras irrelevancias por el estilo. Hasta la información meteorológica es la que atañe a los privilegiados habitantes urbanos. Cuando desagregamos todo eso, de la gran torta informativa que esperábamos engullir, solo quedan migajas.

Como se ve, en el terreno de las comunicaciones somos doblemente dependientes. En primer lugar, de las miles de latas con series y películas y los millones de discos extranjeros que nos invaden. En segundo término, de la producción porteña que a veces nos resulta tan distante como las desventuras

familiares en “Dallas” o “Dinastía”.

A todo esto, las provincias argentinas carecen de circuitos de intercambio que les permitan conocerse entre sí. Cada una de ellas registra sus propias dificultades internas de comunicación. La falta de políticas concretas para no enfrentar el problema se verifica con un dato patético: a cuatro años de la recuperación democrática, aún carecemos de una ley de radiodifusión, a falta de la cual se sigue utilizando la sancionada por el último régimen de los dictadores.

**M**arcos tiene 18 años y una vivacidad que contrasta con el carácter más apocado de otros de los muchachos. En total son unos veinte. Todos viven en la parroquia del padre Currulef. Además de concurrir a la escuela, asisten a un taller de oficios, donde aprenden carpintería y electricidad.

Uno piensa que la personalidad de Marcos, avasallante a veces, puede ser un motor valioso dentro del grupo.

En la otra punta, geográfica y temperamentalmente, está Alfredo. Participa menos, no habla a menos que se lo pidan, pero permanece atento. Más adelante nos dirá que al terminar la escuela piensa quedarse a trabajar en el barrio. Luego, también nos demostrará que suele tener caliente la sangre: mezclado en un entrevero futbolístico, él y su oponente arreglan el “asunto” con algunos cachetazos. Cuando nos lo cuente veremos por primera vez sus dientes, asomando tras los labios que se despegan en una sonrisa serena.

El salón está casi completo.

Mientras en otras latitudes la información y la comunicación ya son vistas como valor de cambio y estratégico elemento de poder para las próximas décadas (por ejemplo, el máximo filósofo polaco de este tiempo, Adam Schaff, preanuncia la desaparición de algunas clases sociales y la aparición de una nueva: la de los propietarios de la información), en la Argentina subdesarrollada subsiste un criterio anacrónico, según el cual la producción local sigue proviniendo de Buenos Aires. Su calidad es mala. Pero al menos nos queda el consuelo de que es escasa.

### DESDE OTRA PERSPECTIVA

Esta problemática ya se planteó en algunos países periféricos y como resultado proliferaron experiencias de comunicación popular de provechosos resultados.

En el nuestro, en cambio, esta alternativa estuvo

ausente. Y es aquí donde se hace evidente el otro tipo de subdesarrollo que sufrimos, pues no fuimos capaces de dar curso a fórmulas como aquellas.

Ecuador, un país con grandes bolsones de pobreza y un significativo componente aborigen en su población, sí lo hizo para atender las necesidades de esas postergadas comunidades. Al igual que en Bolivia o Brasil, sectores progresistas de la iglesia católica apoyaron la creación de emisoras radiofónicas populares. En el caso ecuatoriano, la iniciativa se origina para, por y desde los indios, auténticos protagonistas del hecho comunicativo. Los oyentes dejan de ser de esta forma una estadística en el "marketing" de algún empresario. En Bolivia, en cambio, será el sector de los mineros uno de los principales protagonistas de estas experiencias. Ejemplos de radios populares y educativas existen también en Venezuela, Perú ("La Voz de la Selva" constituye uno de los casos más significativos de la región) y el área centroamericana.

La gran mayoría de ellas está intentando hacer posible lo que el filósofo Henry Lefebvre llama la "utopía crítica". Si como el pensador sostiene estamos ante un período crítico, que es el de la mutación social, la comunicación tendrá una amplia esfera de actividades ayudando al ensamblaje de capacidades teóricas y prácticas que tomen a su cargo la transformación.

A partir del interrogante del comienzo, podríamos aventurar que, con un considerable retraso, la Argentina empieza a explorar los senderos ya transitados por sus vecinos. El ejemplo del barrio "Virgen Misionera", en Bariloche es revelador y casos similares comienzan a brotar en nuestra extensa geografía. Quizás resulta injusto hablar de una incipiente conciencia. El adjetivo le puede caer con mayor virtud a las formas de organización en que aquella se expresa. En todo caso, la causalidad de estas experiencias habrá que buscarla en la sed de respuestas más concretas, respuestas a necesidades vitales que caracteriza a nuestros grupos marginales. Probablemente la situación estructural de las comunicaciones nos esté exigiendo como forma de lucha el planteo de un movimiento popular alternativo a los mecanismos institucionales reconocidos.

Este último juicio nos lo apropiamos de un trabajo del antropólogo Guillermo Gutiérrez acerca de las comunicaciones y la educación popular, donde también leemos lo siguiente: "El subdesarrollo de los sectores populares argentinos en cuanto a la

elaboración de estrategias de resistencia, no quiere decir que no existan múltiples acciones en ese sentido. Se da una multiplicidad de luchas aisladas: desde invasiones de barrios hechos con planes oficiales y adjudicados a otras personas, hasta formas cooperativas de diverso tipo y finalidad".

Y, por último, ese mismo texto nos sugiere "una intensa preparación para la batalla de la comunicación que caracterizará la próxima década. Porque ya no solo el consumo, sino también la política inmediata, se deciden en los medios de comunicación

**E**s uno de los "extranjeros". Oscar viene al barrio a colaborar pero vive afuera, en el Centro Atómico de Bariloche. Allí trabaja en el tema del desarrollo artificial de la inteligencia. Él tuvo mucho que ver en la instalación de una pequeña emisora de Frecuencia Modulada para el barrio. Él también activó este taller de radio que estamos haciendo y del cual, seguramente, será mucho más lo que le llevaré que lo que vine a dejar.

Basta mirarlo para recordar el desafío de trabajar con un grupo tan heterogéneo. Pero así es el barrio. Porque aunque los otros oscars vivan en Bariloche, es decir en el centro de esa ciudad turística de nivel internacional ("la Suiza argentina", gustan llamarla), en "Virgen Misionera" siguen existiendo grupos diversos. La primera distinción es por antigüedad: los viejos y los nuevos y después están los mapuches que abandonaron las inclemencias de la Línea Sur después de la gran nevada del '84, los chilenos que siguen llegando, el grupo de evangelistas que se instaló en una loma y se resiste a todo contacto, hasta el de enviar sus chicos a la escuela. Y siguen las diferencias: están los que ocupan tierras ilegalmente y aquellos que ya obtuvieron su adjudicación. Es un mundo en escala reducida, con sus propios conflictos, angustias, necesidades y esperanzas. Y es también una comunidad pionera en esto de reparar en la comunicación para procurarse cosas que esa "otra" comunicación, despersonalizada, aséptica, adocenada estandarizada, es incapaz de ofrecerle.

masivos. La constitución del movimiento popular necesita pues, de un sistema de comunicación alternativa, de una articulación de redes propias que confronten a los medios institucionales. Esto quiere decir que hay que capacitarse y capacitar a los comunicadores populares para establecer un tipo de mensaje eficaz, no declamatorio, que haga un eje en propuestas necesarias y no verborricas".

La comunicación alternativa tiene también que ser una polea de transmisión de las experiencias del movimiento popular en toda América Latina. ■