



CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

enero-febrero-marzo de 1982

PAULO FREIRE:
**Las ventajas
del exilio**

**FORMACION
PROFESIONAL**

**LA COMUNICACION EN EL
DIALOGO NORTE-SUR**

**POLONIA Y LOS MEDIOS
DE INFORMACION**

**Pisarek
Alvarez Icaza
Gargurevich
Nixon**

2 (II época)

www.flacsoandes.edu.ec

**DIRECTOR GENERAL
DR. LUIS E. PROAÑO**

CONSEJO INTERNACIONAL DE REDACCION

DR. LUIS RAMIRO BELTRAN (Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo CIID - Colombia); **DRA. CUMANDA GAMBOA DE ZELAYA** (Decano de la Facultad de Comunicación, Universidad Estatal de Guayaquil - Ecuador); **DR. EDUARDO CONTRERAS BUDGE** (Asesor Académico - CIESPAL); **DR. JOSE MARQUES DE MELO** (Instituto Metodista de Ensino Superior - Brasil); **DR. MIGUEL DE MORAGAS SPA** (Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Autónoma de Barcelona - España); **LIC. ALBERTO MALDONADO** (Escuela de Ciencias de la Información, Universidad Central de Quito - Ecuador); **DR. LUIS GONZAGA MOTTA** (Asesor Académico - CIESPAL); **DR. PETER SCHENKEL** (Fundación Friedrich Ebert en CIESPAL); **DR. JOHN T. McNELLY** (Universidad de Wisconsin - Madison); **LIC. RAFAEL RONCAGLIOLO** (Director de ILET, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales - México); **LIC. MARCO ENCALADA** (Director Técnico de CIESPAL); **JOSE STEINSLEGER** (Editor - Asesor).

COMITE EDITORIAL

DR. ASDRUBAL DE LA TORRE, LIC. MARCO ENCALADA, JORGE MANTILLA JARRIN; DR. PETER SCHENKEL; LIC. RONALD GREBE; JOSE STEINSLEGER (edición, redacción, diseño).

CORRESPONSALES

América Latina - **LA PAZ**: Jaime Marcos Reyes - **LIMA**: María Cristina Matta - **SAN JOSE**: Armando Vargas - **RIO DE JANEIRO**: Roberto Amaral - **SAO PAULO**: José Marques de Melo - **SANTIAGO**: Pablo Portales - **STO. DOMINGO**: Rafael Nuñez Grassals - **BUENOS AIRES**: Enrique Pugliese - **PANAMA**: Juan Hochberg - **MEXICO**: Javier Esteinou Madrid - **Europa - VARSOVIA**: Valery Pisarek.

COLABORADORES

SERGIO CAPARELLI (Porto Alegre); **EDSON ELIAS BERBARY** (Belen); **CARLOS BORROMEU LIMEIRA** (Recife); **DANIEL HERZ** (Florianópolis); **BERNARDO DE CARVALHO** (Belo Horizonte); **OTHON JAMBEIRO** (Bahía); **ANTONINA FERNANDA PACA DE ALMEIDA** (Univ. de Sao Paulo); **ANGELUCCIA BERNARDES HABERT** (Pontificia Univ. Católica de Rio de Janeiro); **MARIA LUISA NOBREGA DE MORAIS** (Univ. Federal de Pernambuco); **MARTHA AVES D'AZEVEDO** (Univ. do Vale do Rio dos Sinos, Rio Grande do Sul); **EDNA IBARRONDO FRANCO** (UNAM-México); **FRANCISCO GIL MARIN** (Univ. Javeriana, Bogotá); **RAFAELA DE LOS ANGELES DE LEON** (Univ. Autónoma de Sto. Domingo); **ENRIQUE ABREU SOJO** (Univ. Central de Venezuela); **LUPITA FLORES REYES** (Univ. de Costa Rica); **PETER LOUIS** (Londres); **BREDA PAVLIC** (Ljubljana); **RICHARD COLE** (North Carolina); **MURILLO CESAR SOARES** (Fundación Educacional Bauru, Sao Paulo); **BERNARDO DE CARVALHO** (Belo Horizonte); **OTHON JAMBEIRO** (Bahia).

ARTES Y FOTOMECANICA: Editorial El Conejo; **IMPRESION Y ENCUADERNACION**: Artes Gráficas SEÑAL; **DISTRIBUCION**: CIESPAL; **FOTO CARATULA**: Ken Gosney; **Ilustraciones de la sección PERCEPCIONES TEORICAS**: Sao Paulo : O Povo em movimento, Ed. Vozes - CEBRAP, EDIT. BRASILEIRA DE CIENCIAS LTDA., 1980.



CHASQUI, publicación trimestral del *Centro Internacional de Estudios Superiores de la Comunicación para América Latina* (CIESPAL), editada con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de la República Federal de Alemania. Los artículos de CHASQUI que no llevan el signo (C) —Copyright— pueden reproducirse siempre y cuando conste "De Chasqui-CIESPAL". En este caso, la Dirección solicita que se le envíen tres ejemplares de la revista o periódico que los publique. Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la Redacción de CHASQUI. En cambio los títulos y los pies de fotos son de incumbencia de esta última. Las colaboraciones serán rigurosamente solicitadas por escrito. Tarifa de suscripción: US\$ 20 para todos los países, que incluyen cuatro ediciones anuales y el envío por correo aéreo. En el Ecuador: S/. 400.

CENTRO INTERNACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COMUNICACION PARA AMERICA LATINA. Almagro y Andrade Marín - Quito, Ecuador. Teléfonos: 543-831/544-624. Apartado: 584. Télex: 2474 ED CIESPAL - Cables: CIESPAL.



CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

EDITORIAL

- 4 LA FORMACION PROFESIONAL

TESTIMONIOS

- 7 EL EXILIO DE PAULO FREIRE (entrevista exclusiva de José Marques de Melo).

PERCEPCIONES TEORICAS

- 13 HISTORIA DE LAS ESCUELAS DE PERIODISMO, por Raymond B. Nixon.
- 20 COMUNICADORES Y PERIODISTAS: NECESIDADES DE AMERICA LATINA, por Juan Gargurevich.
- 30 TEORIA Y PRACTICA DE LA FORMACION PROFESIONAL (entrevista a Daniel Prieto, por Eduardo Contreras Budge y Luiz Gonzaga Motta).

COMUNICACION ALTERNATIVA

- 39 CENCOS: UN DIA CUALQUIERA DE TRABAJO, por José Alvarez Icaza.
- 49 NOTICIAS

COYUNTURA

- 71 POLONIA Y LOS MEDIOS DE INFORMACION, por Valery Pisarek
- 76 ¿AVANZA EL NORTE SOBRE EL SUR?, por Mario Dujisin.
- 79 LA PROTECCION DEL PERIODISTA EN EL INFORME MACBRIDE por Hernán Uribe.
- 83 BIBLIOGRAFIA

MESA DE DISCUSION

- 89 LA CRISIS DE LA ENSEÑANZA: EL CASO DE BRASIL.

INNOVACIONES

- 97 TECNOLOGIA Y CAMBIO SOCIAL, por Emile Mc Anany.

DOCUMENTOS

- 103 LA COMUNICACION EN EL DIALOGO NORTE-SUR
- 107 CONSTITUCION DE LA FELAFACS
- 112 EL SALVADOR: PERIODISMO Y LIBERACION
- 115 LAS ESCUELAS DE PERIODISMO EN EUROPA SOCIALISTA
- 120 PUBLICACIONES RECIBIDAS

**COMUNICADORES Y PERIODISTAS:
NECESIDADES DE AMERICA LATINA**

**COMUNICADORES Y PERIODISTAS:
NECESIDADES DE AMERICA LATINA**

**COMUNICADORES Y PERIODISTAS:
NECESIDADES DE AMERICA LATINA**

JUAN GARGUREVICH, periodista y comunicador peruano. Ha escrito "Mito y Verdad de los diarios de Lima" y "La Razón del joven Mariátegui".

La importancia de los medios de comunicación social como agentes de socialización y, en consecuencia, de cambio, está fuera de discusión. Una des-

bordante bibliografía, casi imposible de seguir, nos prueba a cada página que la comunicación ha tenido y tiene una influencia fundamental en nuestros actos cotidianos.

La eficacia socializadora que gozan los medios radica en su capacidad para proponer a sus receptores qué pensar, sobre qué pensar, cómo pensar y, más allá del terreno intelectual, cómo sentir,

Juan Gargurevich



actuar y en definitiva vivir (1). Y es que estamos ya inmersos en un mundo de comunicación donde los mensajes se entrecruzan, proponen e incluso disponen, logrando en muchos casos modificar actitudes, como es el caso de la sociedad de consumo, ejemplo extremo del uso de la información en beneficio de la economía.

América Latina se integra con cierto retraso al mundo de la comunicación y sufre la invasión de la tecnología proveniente de los países desarrollados; nuestra región es vista en términos de mercado y podemos constatar que los adelantos en la materia nos inundan día a día, dependiendo de la economía de cada país y del potencial de su "mercado". Somos pues espectadores a la vez que víctimas de la revolución tecnológica en el campo de la comunicación, con situaciones de contraste cada vez más acusadas, aún dentro de un mismo país. Es fácil comprobar, por ejemplo, que en una misma ciudad un sector de altos ingresos capta transmisiones vía satélite a todo color y las traslada a su video-cassette, mientras en otros, la mayoría, ni siquiera tiene acceso al modesto radio a transistores.

comunicación en América Latina se convertirá en retórica de gran complejidad para la comprensión de sus fenómenos y con pocas posibilidades de práctica destinada a lograr ese "otro desarrollo" propuesto por quienes han tomado conciencia de la realidad continental.

América Latina, región subdesarrollada y dependiente.

Examinemos primero nuestro entorno y revisemos nuestra realidad: "América Latina -dice Helio Jaguaribe- se ha conservado como una región subdesarrollada, desde la independencia hasta las primeras décadas del siglo XX, porque se vio obligada a convertirse en una sociedad dualista, en la que la optimización de los fines de la elite no fue compatible con los intereses básicos de la masa, y de este modo previno la integración social de los países concernidos, estableciendo en ellos un régimen social (es decir, un régimen combinado de valores, de participación, de poder y de propiedad) no conducente a sus respec-

listas que sólo tuvieron auge en la medida en que el intercambio conservaba cierta paridad. En medio del caos de la región cambian las relaciones, se plantean nuevos esquemas de poder en los que la burguesía es obligada a convertirse en socia menor de la corporación extranjera. Es el tiempo del nacimiento de las transnacionales.

En el esquema político es claro el decaimiento del populismo de los años treinta para dar paso a nuevas formaciones políticas en las que deben participar las organizaciones sindicales como elemento de presión sobre el poder.

No hay pues dudas sobre la condición de dependencia de los países desarrollados, misma que frena los desarrollos nacionales en los niveles sociales, culturales y políticos.

Culturales, en la medida en que no se provee a la sociedad de valores, normas y estilos de vida conducentes a la cohesión social; sociales, por que no se avanza hacia el establecimiento de administraciones que posibiliten el acceso "competitivo e igualitario" a todos los lugares y funciones, y que a la vez luchan contra los privilegios; y políticos, porque muy poco se modernizan e institucionalizan los sistemas.

En suma, dice también Jaguaribe, los países latinoamericanos han sido mantenidos en su estado actual de subdesarrollo y están sometidos a un continuo deterioro de su obra social y de sus estructuras nacionales (4).

En medio de este esquema ya probado de penetración intensiva de las transnacionales y de sus métodos destinados a consolidar su influencia, no quedan descuidados los medios de comunicación, entendidos como medios de presión y de formación de la mal llamada "opinión pública" que, pese a no ser tal, es un factor capaz de influir sobre los gobiernos. La captura de las páginas editoriales, de los grandes titulares, es muchas veces tarea diplomática y ha llegado hasta las intervenciones descaradas.

En la docilidad de los "media" participan tanto la burguesía nacional co-

Importantes estudios de alto nivel que no llegan a conocerse en las escuelas...

Esas tremendas desigualdades son producto de situaciones específicas y tienen su explicación ligada precisamente a lo que nos interesa examinar ahora, es decir, el problema de las necesidades de América Latina con respecto a la comunicación social o, dicho de otro modo, porqué y cómo necesita América Latina de la comunicación en tanto elemento del esfuerzo por la liberación integral, esfuerzo que debe absorber toda nuestra atención.

La miseria de nuestros pueblos no debe pasarnos desapercibida y los comunicadores constituyen de hecho un frente fundamental para la batalla contra el subdesarrollo y la dependencia. Este es nuestro primer enfoque y premisa: analizar, observar, proponer, siempre considerando cómo lograr una sociedad mejor. De otro modo, el estudio de la

tivos desarrollos nacionales" (2).

Debemos añadir a esto la realidad exterior descrita ampliamente por muchos autores que dividen nuestro subdesarrollo en dos etapas bien definidas: antes y después de la Segunda Guerra, señalando el carácter de "nueva dependencia" cuando, según Dos Santos, el imperialismo deja de ser un enclave colonial exportador al tiempo que cambia la división internacional del trabajo en producción de materias primas por parte de los países subdesarrollados y producción de manufacturas por parte de los países desarrollados (3).

El imperialismo se moderniza, penetra en nuestras industrias manufactureras y derrota los viejos intentos naciona-

1.- RONCAGLILO, Rafael, Comunicación: cambio social y necesidad de un nuevo marco conceptual. Documento presentado al Seminario sobre Comunicación Internacional de Amsterdam del 4 al 8 de Set. de 1977, mimeo., ILET, México, p. 4.

2.- JAGUARIBE, Helio, Causas del subdesarrollo latinoamericano, en América Problema 2, IEP, Lima, 1969, pp. 202-203.

3.- DOS SANTOS, Theotonio, El nuevo carácter de la dependencia, en América Problema 2, IEP, Lima, 1969, p. 21.

4.- JAGUARIBE, Helio, ob. cit. p. 219.

mo los centros de información de las metrópolis —y a esta intervención aludimos al señalar la ingerencia diplomática. Citemos brevemente a Espinoza García para lograr una mejor explicación a partir de un caso concreto: *“Una bien montada propaganda internacional ha presentado como política de ayuda todos los mecanismos de control puestos en marcha por los diferentes gobiernos norteamericanos que se han sucedido en este período (1945–1961). La eterna exigencia de los Estados Unidos en todas y cada una de las reuniones internacionales a fin de crear en el continente lo que sus monopolios llaman ‘clima propicio’ para sus inversiones, en contrapartida de sus programas de ayuda, habría quizá bastado para llamar a la reflexión sobre su política económica observada frente a la América Latina. Sin embargo, ella se ha enfrentado siempre a toda una maquinaria bien orquestada desde los Estados Unidos por medio de una ideología apologética que se introduce en Latinoamérica a través de los medios de difusión existentes, que llegan a todos los niveles”*. Y añade después: *“Todo ello a fin de ocultar las miserias de una realidad y justificar un sistema que tiene de cualquier cosa menos de armonioso y para el cual la alternativa de un cambio gradual está cerrada en la medida en que las fuerzas de la economía norteamericana se encarguen de acelerar la miseria latinoamericana”* (5).

No está por demás advertir que los grandes diarios y los nuevos que se fundan después de 1945, ya no forman parte de una verdadera industria de la comunicación sino que son sólo elementos más de poder, de influencia local. Y quienes hubieran intentado, teóricamente, oponerse al estado de cosas habrían comprobado que los capitales locales no tenían bases financieras o técnicas para contrarrestar la penetración ni tampoco libertad de acción para luchar contra estas dependencias porque la publicidad, indispensable para su sustento, es dependiente de las corporaciones extranjeras.

El periodismo, tanto en prensa como en radio y televisión, es moldeado con características especiales y forma parte del esquema dependiente; la revisión de la propiedad de los “media” en nuestros países comprueba la afirmación.

¿Cómo es ése periodismo?. En primera instancia, es el periodismo que proclama la objetividad, que proclama la libertad de prensa y reclama el liberalismo absoluto en cuestiones económicas. Son los abanderados del anticomunismo utilizándolo para anatemizar y obligar a perseguir a quienes hubiera que quitar del medio. Los “media”, especialmente los diarios, son cerrados al cuestionamiento, sirviendo sólo de correa de transmisión entre los intereses de quienes detentan su propiedad y las masas de lectores que aceptan, o parecen aceptar pasivamente, su rol de manipulados.

¿Se podría decir que en todos los países de América Latina persiste tal situación?.

Debemos reconocer que no hay casi diferencias, que los matices no alcanzan a alterar el cuadro pese a las situaciones peculiares de Cuba, Perú y, antes, de la corta experiencia chilena.

“

**Los diarios, la televisión,
los pequeños receptores... artículos de lujo .**

”

Sin embargo no configura lo anterior todo el cuadro que nos interesa examinar. Además de aquella dependencia global, de la fragilidad de nuestras economías que nos ubica en las casillas del subdesarrollo, están los factores internos respecto de la comunicación. Uno de esos factores, concomitante justamente con la situación descrita, es el estado de aguda incomunicación social que padece América Latina.

La incomunicación social en América Latina

Cualquier diagnóstico, sea cual fuere el criterio tomado, mostrará un cuadro desalentador respecto a la comunicación en América Latina. El más sencillo de todos, el de la UNESCO, demos-

trará una aguda escasez de exposición popular a los medios tradicionales, es decir, radio, televisión, prensa y cine. De otro lado, quienes sí tienen acceso a estos medios deben padecer las consecuencias de una sistemática desinformación debido a deficiencias en la elaboración de esos medios o de distorsiones elaboradas con fines distintos a los de los intereses populares.

Desarrollaremos por ahora ambas líneas independientemente.

Aquel famoso sistema de cálculo de la UNESCO, basado en porcentajes de acceso de la población a los media, resulta superficial si se tienen en cuenta fenómenos tales como la dispersión de la población en América Latina —especialmente en las zonas rurales— y la gran concentración urbana. El gigantismo de las ciudades, la concentración económica (que provoca a la vez la concentración de los “media”) falsea frecuentemente la realidad, del mismo modo como resultan aparentes, por ejemplo, las elevadas cifras de renta per cápita que muestran algunos países. La división sencilla del producto de un país por el número de habitantes no es ya criterio válido para estimar la prosperidad de sus pobladores. Lo mismo sucede con los medios: el resultado de la división no refleja con exactitud la situación real. Las cifras de “consumo” de medios de una sola gran ciudad pueden llevar a error al calculista que aplica esos criterios. Como en el caso del Perú en que la población económicamente activa está concentrada en la costa y es por consecuencia el destinatario favorito de los medios de comunicación.

Además de la dispersión citada —recordando que aproximadamente el 50 por ciento de la población de América Latina vive en el campo y no menos del 30 por ciento conforma los cinturones de miseria de las ciudades— está el factor más limitante de todos: la pobreza. Se ha dicho que hay una relación directa entre capacidad económica y utilización de los medios, lo cual es obvio. Los diarios, la televisión, incluso los pequeños receptores a transistores, suben de precio de acuerdo a la crisis que sacude hoy a la región, encaminándose a convertirse en artículos de lujo para amplios sectores de la población.

Grandes masas son pues marginadas del sistema básico de comunicación de un país y si se tomara como premisa que el cambio social es efecto de la comunicación, concluiríamos que aquellos públicos están sometidos a un estado de inmovilización social del que es muy difícil sacudirse.

5.- ESPINOZA GARCIA, Manuel, La política económica de los Estados Unidos hacia América Latina entre 1945 y 1961, Casa de las Américas, La Habana, 1971, pp. 10–11.

En cuanto a las deficiencias de los medios de comunicación, citaremos a Schenkel, quien hizo una clara sistematización de sus limitaciones. Los "media" según el autor, tienen en América Latina los siguientes objetivos:

a) Servir de correa de transmisión al funcionamiento y desarrollo del sistema capitalista, basado en la economía de mercado e iniciativa privada vigente en cada país o zona;

b) Servir al mantenimiento del statu quo político y de su estructura de poder así como de los privilegios que dentro de esa estructura disfrutaban las clases dominantes y sus aliados;

c) Defender las estructuras e ideas en las cuales se apoya este statu quo nacional e internacionalmente, y combatir los cambios estructurales y sociales profundos así como a todos los países, movimientos e ideologías que abogan por tales cambios;

d) Bloquear la concientización de las grandes mayorías, retardando su comprensión de las realidades en su país, en América Latina y en el mundo, e impidiendo su plena participación a favor de un cambio profundo (6).

Tal situación es posible lógicamente debido al régimen de propiedad de los medios basados en la libre empresa y la falta de control o de mecanismos estatales que hagan factible la limitación.

Sucede que aquellos "media" parecen contener gran cantidad de noticias, informaciones, que en realidad están contribuyendo eficazmente a mantener al público en la incomunicación. Se manejan, por ejemplo, sistemas periodísticos poco apropiados como el periodismo puramente informativo, que ni utilizan la explicación ni la interpretación. Se mencionó una vez, por ejemplo, cómo un gran titular anunció que a partir de una fecha determinada habría "una nueva paridad del dólar", cuando un sólo sector diferenciado estaba en condiciones de entender que se trataba de una devaluación; las grandes masas lo comprobaban más tarde directamente cuando fueron cambiadas las etiquetas con los precios. Con un criterio ortodoxo se podría alegar que el público fue informado, que se utilizó un gran titular de primera página. La realidad es que se utilizó la ignorancia para dar la ilusión

de información. Casos como éste inundan cada día los diarios y los noticieros de América Latina. Información que pocos leen o entienden, trasladada al lector por un periodismo que alega ser perfectamente objetivo, imparcial y que es en realidad una trampa para desinformar.

Se podría contradecir lo dicho señalando que existe una prensa de oposición, especialmente de revista, que sí analiza, plantea, impugna a profundidad. Esta es otra ilusión porque los otros "media" son más baratos y el acceso a los semanarios políticos está generalmente limitado por los altos costos de las publicaciones. Observando la enorme diferencia de tiraje entre uno y otro medio se comprueba el aserto.

Abundando en lo anterior, a propósito de ese nuevo lenguaje que usan los medios para dar la impresión de infor-

“

Se utiliza la ignorancia para dar la ilusión de información .

”

mación, citaremos algunos ejemplos. El alza de los artículos importados de primera necesidad es denominado "eliminación de subsidios"; el alza general "regulación de precios"; la falta de efectivo, "escasez de liquidez", etc. implantándose un código periodístico que encubre muchas veces el maltrato a la población u oculta cuestiones que podrían provocar movilizaciones y eventualmente reacciones agresivas.

El fenómeno no es privativo de América Latina y puede generalizarse a la mayoría del Tercer Mundo, a los países subdesarrollados.

En cuanto a la información internacional nos remitimos a las afirmaciones del ILET "La información internacional es dominada por un reducido número de medios que observan, valoran, seleccionan y transmiten la noticia en función de condicionantes políticos y económicos, de intereses comerciales y de una visión cultural particular, correspondiente a sus países de origen. En este

contexto unilateral las agencias informativas dejan de ser "internacionales" para convertirse en empresas transnacionales de noticias, que expresan y difunden la racionalidad y los objetivos del sistema del que forman parte".

Añade ILET: "La noticia se ha transformado así en una simple mercancía, cuyo flujo ratifica la estructura transnacional de poder; se vende según la "lógica" dominante en los mercados de los países industrializados y, en consecuencia, es incapaz de reflejar las realidades históricas, culturales y sociopolíticas de los países subdesarrollados. De ahí emerge una verdadera miseria informativa en medio de una profusa expansión cuantitativa de las noticias: mientras más se sabe, menos se entiende. La desinformación, distorsión o sobrevaloración de hechos intrascendentes y el silencio o menoscabo de situaciones comprometedoras para los intereses del sistema, surge como corolario inevitable".

Ahora bien, ¿cómo han enfrentado hasta ahora los comunicadores todos estos problemas?

Los comunicadores en América Latina

En 1.963, al prologar la publicación de conclusiones de un seminario sobre la enseñanza de la comunicación, un autor se preguntaba "¿Qué clase de hombre debe ser quien elabora la noticia?. ¿Cuál debe ser la formación ética e intelectual de quien se convierte en el vehículo de esta forma del conocimiento?" (7). Asimismo, en una reunión del Centro de Enseñanza del Periodismo, de Estrasburgo, se preguntaban también "¿Cómo es ese hombre, cómo se trata de formar en todo el mundo a ese profesional que ha de poseer carácter, integridad y una comprensión espiritual de los conflictos humanos?" (8).

Así sucesivamente, se planteaban en

7.- FERNANDEZ, Jorge, *Prologo de Las escuelas de periodismo en América Latina*, CIESPAL, Quito, 1963.

8.- BENITO, Angel, *Evolución de los estudios de periodismo en el mundo, en Ciencia y Enseñanza del Periodismo, U. de Navarra, Pamplona, 1967, p. 18.*

6.- SCHENKEL, Peter, *Medios de comunicación y subdesarrollo, en Comunicación y Cambio Social, ILDIS-CIESPAL, Quito, 1975, p. 52.*

“

La gran separación entre algunos niveles de comunicadores con distancias que amenazan ahondarse en perjuicio directo de los efectos que se buscan en la comunicación...

”

interrogantes no exentos de romanticismo, de cierta nostalgia por la imagen del intrépido cazador de noticias tipo Stanley, aunque ya se reconocía la necesidad de la “limpieza” del profesional.

Por aquella época era posible distinguir claramente lo que hoy es más evidente todavía: la gran separación entre algunos niveles de comunicadores, con distancias que amenazan ahondarse en perjuicio directo de los efectos que se buscan en la comunicación.

Nos referimos a la comprobación de tres niveles definibles y corroborados: los estudiosos (que también podríamos llamar analistas), los profesionales y los estudiantes.

Los primeros, los analistas, fueron los pioneros del cuestionamiento de los medios de comunicación a niveles científicos. Provenían generalmente de otras profesiones —economía, sociología— y al plantear el cuestionamiento del sistema, y los sistemas de desarrollo de cada país, llegaron inevitablemente al tema de la comunicación, como importante para la comprensión de una serie de fenómenos, incluidos el subdesarrollo y la dependencia. A partir de los años sesenta aparece la bibliografía sobre los “media” que ni los estudiantes ni los profesionales del periodismo conocen (advirtiendo que estamos generalizando).

A medida que avanzan los años, la distancia se ahonda. Se efectúan importantes estudios de alto nivel que no llegan a conocerse en las escuelas de periodismo tampoco y mucho menos en las salas de redacción. Los nombres de Mattelart, Eco, Schiller, Schenkel, Pasquali, por sólo citar unos cuantos, suenan extraños en las aulas y en tanto sí se divulgan masivamente los textos clásicos del periodismo norteamericano (Fraser Bond o Wilbur Schramm) generosamente regalados a los profesionales por el antiguo USIS, es decir, el servicio de información de las embajadas norteamericanas en el exterior.

Los estudiosos son los hombres de

las investigaciones, los que inician el análisis de contenidos, que traen la semiótica y la semiótica a nuestro campo, que corren el telón encubridor de todo el aparato ideológico contenido en los medios que hasta entonces parecían tan imparciales e inocentes.

En cuanto a los profesionales, debemos reconocer que poco se han interrogado sobre la realidad de los medios de comunicación, salvo excepciones muy claras y enaltecedoras de la profesión. Este desinterés (reconozcámoslo), puede encontrar parte de su explicación en el hecho de que la mayoría de las posiciones de cierta jerarquía en los medios está ocupada por profesionales ya veteranos, en los que es inocultable la influencia de la formación propugnada por la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). Recordemos una vez más que la SIP creó un Centro Técnico en Miami para el entrenamiento de personal de diarios latinoamericanos. En aquellos seminarios nunca se habló, por ejemplo, del rol de las agencias noticiosas en determinadas acciones o intervenciones en otros países, o de los flujos de información, de la desigualdad de la comunicación, del papel que juegan las transnacionales en la información.

Y tampoco tales temas fueron abordados por los diarios ni por la radio y la televisión agrupadas en la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR), correspondiente a la SIP en su área. Es decir, toda una red empresarial rígida y muy eficaz en obstaculizar el examen interno, la autocrítica y, por supuesto, en el rechazo al examen de escabelo que elaboraban los analistas y los estudiosos.

Aún hoy hemos podido ver de cerca el ataque de los propietarios de diarios a la UNESCO, patrocinadora de diversos encuentros internacionales destinados a examinar el desequilibrio mundial en la información. Se entiende que los propietarios no toman la máquina de escribir para denostar a los impugnadores: lo hacen profesionales, periodistas, que comparten los puntos de vista patronales sin cuestionamientos ni exámenes de la realidad.

Y profesionales de esta índole han

tenido gran influencia en el retraso de la preparación de los Estudiantes tercer ángulo de nuestra proposición de división de los comunicadores.

En 1963, repetimos, buscaban respuestas a interrogantes posiblemente cercanos al retrato del periodista, y en aquella encuesta sobre las escuelas de periodismo dieron contestación, por lo menos, a los defectos en la formación de los futuros periodistas. Se dijo entonces que las escuelas de periodismo de América Latina no disponían de un cuerpo docente adecuado, que no existía la investigación científica en los pensum, que no había uniformidad en los planes de estudios, que se carecía de conceptos sobre los cursos para graduados, que la enseñanza del periodismo se desarrollaba aislada, sin los contactos necesarios con las asociaciones profesionales y patronales.

Había otro aspecto, más importante, que marcaba diferencias graves con el primer nivel de comunicadores: no se insistía lo suficiente —y en muchos casos se lo ignoraba— en el estudio del contexto interno y externo en que se desarrollaría el trabajo del futuro profesional. El egresado debía aceptar como normal lo que le viniera en suerte como centro de trabajo, pasivamente, prolongándose así una vez más el conformismo que nace de la teoría de la objetividad, de la no politización, del papel de simple transmisor, de la presunta capacidad de imparcialidad.

Esta posición, insistimos, estaba construida sobre toda una bibliografía de textos de periodismo provenientes de países desarrollados, y determinada por los estudios de los profesores, de los cuales una buena parte había estudiado en la Universidad de Columbia, (Nueva York); otros maestros eran periodistas prácticos, forjados en el trabajo de las redacciones, en el contacto diario con los sucesos y expertos en temas sensacionales.

¿Cómo surgieron estas tres divisiones?. Es un tema apasionante. Probablemente fueron desprendiéndose de las viejas tradiciones del periodismo y del gran retraso en la formación de pro-

fesionales. Recordemos que los diarios aparecieron en América Latina en el siglo XVIII y que la primera escuela de periodismo fue fundada en Argentina, en 1935. Durante muchos años el periodismo se basó en el principio "el periodista nace, no se hace", conformándose una especie de aristocracia en las redacciones que observaba con cierto desprecio o displicencia divertida a los jóvenes estudiantes, inexpertos en la "cacería", bloqueando sistemáticamente las innovaciones que rozaran su status.

Las cosas no han cambiado desde aquel estudio de 1963 citado antes. En 1975, CIESPAL editó un informe sobre la formación profesional de comunicadores y periodistas en América Latina y entre otras conclusiones se lee: "las escuelas de periodismo o comunicación de América Latina, que forman parte del presente estudio, no están ofreciendo niveles óptimos de preparación profesional para atender a los requerimientos de la sociedad latinoamericana, a pesar de que hay algunas excelentes excepciones que, lastimosamente, no pueden dar una configuración diversa a la situación general de la región" (9).

Añadiendo: "la innovación académica no ha sido significativa, el desarrollo técnico es casi nulo y la actividad o situación administrativa no ha cambiado casi nada".

1a. Alternativa: la exigencia del cambio en los "media"

Debería existir una relación estrecha entre los tres niveles vistos antes, de tal modo que se enunciara: "los analistas proponen, los profesionales lo ponen en práctica, enriqueciéndolo; los estudiantes se preparan para perfeccionar y superar" Sin embargo, se tropieza con la resistencia de los propietarios de los medios y las dificultades propias de contextos sociales hostiles al cambio. La exigencia del cambio ha tenido, con todo, frutos que merecen ser examinados aunque sea brevemente.

Nos referimos obviamente al cambio de objetivos de los medios de comunicación, que se dirigen hacia las tareas

del cambio social, entendiéndose esto último como el proceso mediante el cual ocurren alteraciones en la estructura de un sistema social.

Citemos en primer lugar el caso de Chile. En el Programa Básico de Gobierno de la Unidad Popular (Santiago, 17 de diciembre de 1969) se dijo: "Los medios de comunicación masiva (radio, editoriales, televisión, prensa, cine) son fundamentales para ayudar a la formación de una nueva cultura y un hombre nuevo. Por ello, se deberá imprimirles una orientación educativa y librarlos de su carácter comercial, adoptando las medidas para que las organizaciones sociales dispongan de estos medios, eliminando en ellos la presencia nefasta de los monopolios" (10).

“

Se tropieza con la resistencia de los propietarios de los medios y las dificultades propias de contextos hostiles al cambio...

”

Tras el acceso al poder de la Unidad Popular, se desató una intensa batalla entre los medios que influenciaban el nuevo gobierno y aquellos dependientes de los monopolios cuya influencia se quería eliminar. Existen numerosos estudios de las condiciones en que se libró esa lucha y no insistiremos en detalles. Relevemos sólo las enormes dificultades que encontraron los comunicadores progresistas para llevar adelante un plan in-

tegral de cambios, debido en gran parte a la resistencia de los "media" pertenecientes a capitales privados ligados a centros de poder externos.

El caso del Perú es diferente. Durante la primera etapa de la llamada Revolución de las Fuerzas Armadas tuvo lugar un proceso pragmático en relación a los medios, es decir, de radicalización creciente en tanto la oposición, expresada a través de los "media", dificultaba sistemáticamente el proceso de transformaciones.

Paralelamente a lo que podríamos llamar acciones de fuerza (primero se expropió un diario, luego se dictaron leyes de prensa para reprimir excesos y finalmente fueron expropiados radio, televisión y diarios de circulación nacional) se desarrollaba una línea de interés por el cambio en la comunicación misma, tratando de llevar a la práctica una política global de comunicación.

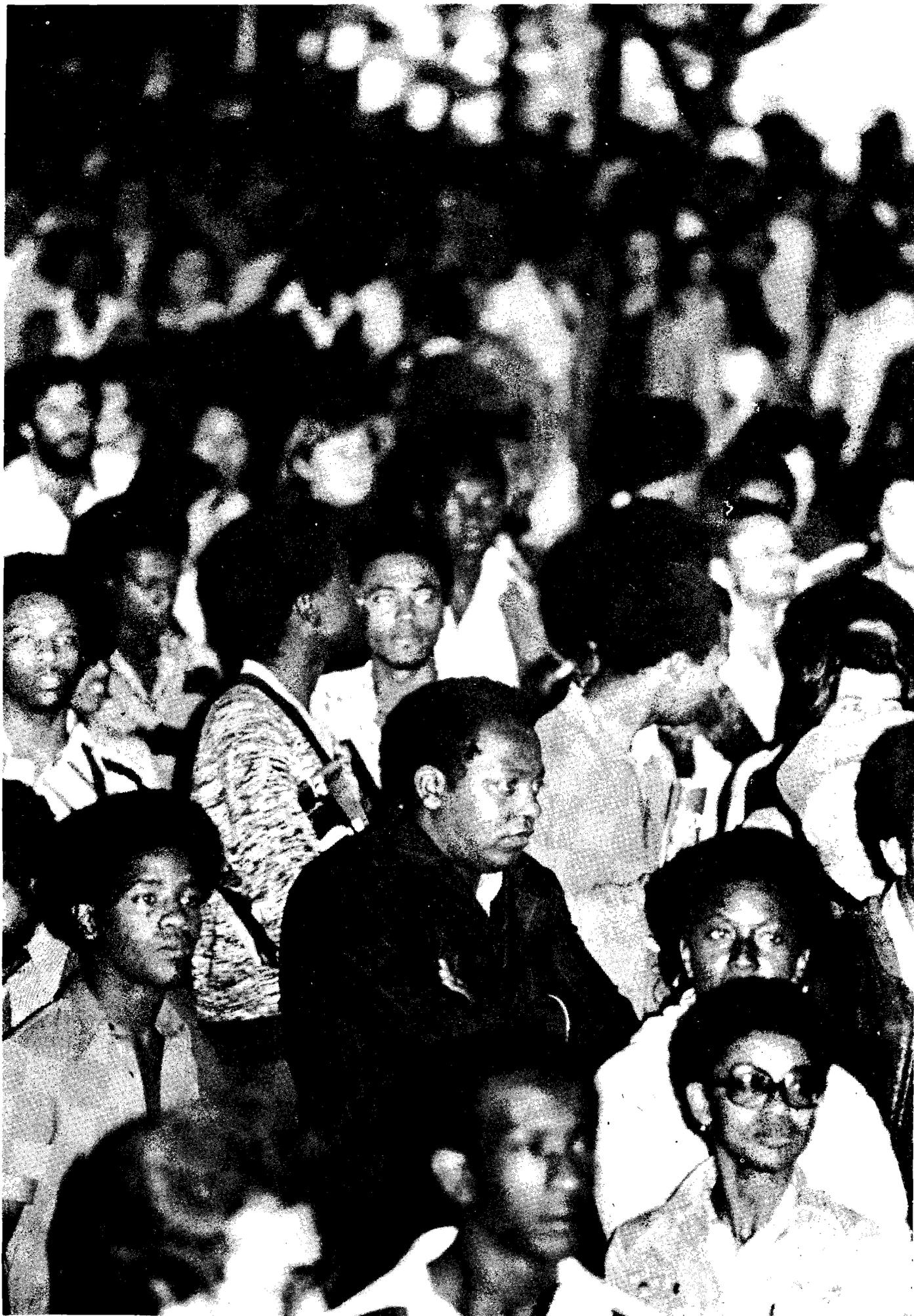
Así, por ejemplo, al delinear la reforma de la educación se estableció el rol que deberían desempeñar los medios en la nueva política educacional, insistiéndose en señalar los defectos del sistema imperante e incluso avanzando en el estudio de la comunicación y su realidad en el país.

El proceso fue bruscamente interrumpido a partir de 1975, cuando el grupo original de cuadros de las Fuerzas Armadas fue reemplazado, deteniéndose las reformas e implementándose luego un franco retroceso a posiciones diferentes. El cambio político impactó necesariamente a los medios, pues cuestionó la composición política del personal que había ingresado a laborar con entusiasmo; asimismo se insistió en que la radio y la televisión debían autofinanciarse. Esto significó que ambos medios retornaran a la mecánica del mercado tradicional; y, más importante aún, se obstaculizó gran parte del proceso de transformación de la educación, allí donde justamente los "media" debían jugar un rol fundamental.

Interesaría ahora examinar cómo reaccionaron los profesionales, los estudiantes y los estudiantes ante estos procesos. En ambos casos, Chile y Perú, el fragor de la batalla ideológica decantó rápidamente a los estudiosos y profesionales en facciones bien definidas. Los periodistas, por ejemplo, se vieron divididos en primera instancia por posiciones políticas personales, lo que los llevó a trabajar sólo en aquellos medios que se ajustaran a sus intereses. En El Mercurio de Chile o La Prensa de Perú, no ha-

9. CIESPAL, La formación profesional de comunicadores y periodistas en América Latina, CIESPAL, Quito, 1975, p. 113.

10.- TAUFIC, Camilo, citado en Periodismo y luchas de clases, De la Flor, Buenos Aires, 1974, p. 205



bía periodistas de izquierda. En *El Siglo* o *Expreso* no se hubiera tolerado la presencia de elementos que no concordaran con sus posiciones.

Sin embargo, aquella "aristocracia" periodística que mencionábamos antes no dejó de tener una presencia real cuando se trató de iniciar determinados cambios en los periódicos progresistas. El proceso de cooperativización del *Expreso* de Lima, caso que conocemos de cerca, tuvo algunos problemas cuando se trató de la toma de decisiones que tanto los periodistas como los obreros gráficos estimaban que les concernían sólo a ellos. Nunca se entregó el periódico a la cooperativa; unos 50 periodistas fueron despedidos en 1975. La experiencia sólo duró cuatro años, suficientes para conocer que la unidad de intereses entre los diversos estamentos de una empresa periodística representa todavía una problemática compleja.

Y en cuanto a la educación de los periodistas, los criterios también se dividieron y hoy es posible comprobar (en el Perú por lo menos, y entendemos que lo propio sucede en varios países latinoamericanos) profundas diferencias en el entrenamiento, los textos, y la orientación impartida. En Chile las circunstancias del retorno al pasado fueron dramáticas, como sabemos, y perjudicaron violentamente a profesionales, estudiantes y profesores, destruyéndose en poco tiempo los avances progresistas alcanzados en materia de comunicación. Entre las piras alimentadas por los libros censurados por la Junta Militar figuraban muchos textos de periodismo y estudios profundos en materia de comunicación.

Los enfrentamientos políticos planeados principalmente a través de los "media" se trasladan necesariamente pues, al aula del futuro comunicador. No se conoce todavía de monasterios para forjar periodistas.

Sin embargo, las pocas posibilidades que tiene un comunicador de influir en la dirección de los medios ligados a intereses privados, no han disminuido los campos de acción. Existe una presión creciente de comunicadores progresistas

que plantean exigencias de participación en la gestión, a la vez que se observa un ligero y gradual cambio en la calidad de los "media" por lo menos en lo que respecta a la selección de las informaciones.

2a. Alternativa: las nuevas formas de comunicación

América Latina, decíamos, es una región básicamente incomunicada, en parte por dificultades de acceso a los "media" y en parte por lo insuficiente de la información que proporcionan esos medios. La necesidad de información ha llevado a la búsqueda de otras formas de comunicación, casi siempre basadas técnicamente en los métodos tradicionales, pero innovadoras en lo que respecta a su concepción global.

En primera instancia está la pequeña prensa, aquel periodismo político y especialmente sindical naciente con el siglo y de larga tradición en toda América Latina.

Pero también ha surgido el periodismo de mimeógrafo, un nivel más bajo en lo que se refiere a posibilidades materiales, a consecuencia de los altos costos de impresión. En el Perú, el pequeño semanario o quincenario de corta tirada es cada día más popular en los llamados Pueblos Jóvenes, eufemismo oficial de las antiguas "barriadas". Hasta allá no llegan ni las leyes de prensa ni la censura; difícilmente la represión organiza incautaciones de material de este tipo, probablemente porque estima que no participan en labores "subversivas". Pero el periódico a mimeógrafo desempeña ya un rol decisivo en el proceso de politización, en la medida en que incita al examen de la realidad política, aunque las proposiciones

de acción estén sumamente divididas.

Los editores de estos periódicos sienten la necesidad de mejorar su material para llamar la atención de sus lectores. La presentación de títulos, diagramado, etc. requieren de atención técnica para cumplir con sus objetivos.

Tenemos una experiencia en el Perú sobre la que vale la pena extenderse un poco. Existe alrededor de Lima, como en todas las capitales latinoamericanas el conocido cinturón de miseria que se formó principalmente a base de invasiones violentas de grandes zonas baldías y cuyo asentamiento se logró formalizar más tarde. Hasta hace poco todavía, grupos de desesperados invadían zonas urbanas en busca de aquellos solares para asentar viviendas de madera y paja. Una de esas invasiones fue la que dio origen a la famosa *Villa El Salvador*.

Luego de haber penetrado en terrenos cercanos a zonas favoritas de la burguesía limeña, miles de familias fueron reubicadas por la fuerza en una zona árida, inhóspita, a 22 kilómetros de la ciudad, surgiendo una ciudadela de esteras. La lejanía del centro, lo peculiar de la zona, la politización de muchos de sus pobladores, tornaron posible el surgimiento de un fenómeno especial, cuando se decidió, espontáneamente, la creación de una *Villa autogestionaria*, proyectándose talleres, fábricas, escuelas de propiedad social y poniendo en el empeño entereza y vigor poco comunes. Recibieron ayuda y entre ésta estuvo la creación del Centro de Comunicación Popular de *Villa El Salvador* (11).

La situación de *Villa El Salvador* era de "incomunicación comunitaria" o sea expuesta en alguna medida a los "media" comunes pero casi no había interacción alguna entre los pobladores debido a la inexistencia de canales adecuados de circulación informativa inter-

11.- *CETUC (Centro de Teleducación)*, Evaluación del Centro de Comunicación Popular de *Villa El Salvador*, U. Católica del Perú, Lima, 1976.

“

La necesidad de información ha llevado a la búsqueda de otras formas de comunicación...

”

na y de canales efectivos de respuesta. El Centro de Comunicación planteó entonces la creación de Talleres de Cine, Historietas, Publicaciones, Canto y Audiovisuales, invitando a los pobladores a sumarse a tareas efectivas de comunicación con el apoyo de expertos.

Fueron editadas historietas, se transmitió información por altoparlantes y se publicó la revista *Crítica*, probablemente la producción más importante de todas, de clara intención movilizadora. Ultimamente Villa El Salvador ha recibido un aporte importante de la UNESCO que incluye un equipo impresor que seguramente servirá para avanzar sustancialmente en aquella labor de incorporar vecinos al mundo de la conciencia crítica, necesaria como primera instancia del cambio.

Se conocen muchas experiencias semejantes en América Latina, especialmente en áreas rurales. En algunas es notable el signo de las agencias norteamericanas de ayuda y en otras el de la Iglesia, a la que debe reconocerse un persistente interés en el campo de la comunicación. Probablemente la Iglesia es en nuestra región la editora de textos más prolifera de comunicación y la institución que mejor conoce y más cercana se encuentra de la realidad de la comunicación en las zonas rurales.

Como fuere, y pese a la ausencia de tecnología adecuada, en América Latina se buscan insistentemente nuevas formas de comunicación independientes de los "media". Al respecto, citaremos nuevamente el informe de CIESPAL sobre la formación de comunicadores: *"El mercado ocupacional para los egresados es gigantesco, si se consideran las nuevas posibilidades que tiene la comunicación en entidades públicas y privadas que están ejecutando proyectos específicos de desarrollo y cambio social; o que están investigando diversos problemas de la sociedad para poder implementar acciones orientadas a la innovación y el cambio. El mayor problema en América Latina es la "incomunicación" en la que están inmersos grandes grupos sociales, por ineficacia en la operación de los medios que no difunden mensajes de contenido trascendente o porque esos mismos medios no llegan hasta esos sectores. Nuevos sistemas de comunicación, la apertura de otros canales de comunicación social, darán lugar a una altísima demanda de profesionales de la comunicación. Desafortunadamente las escuelas en general, no están operando con ese enfoque ni para atender esos objetivos y continúan más bien formando profesionales para los medios tradicionales que tienen casi siempre copadas sus*

posibilidades de recibir profesionales de la comunicación".

En cuanto al problema de la teoría de la comunicación, existen proposiciones importantes destinadas a revisar los esquemas clásicos de la comunicación, que plantean la práctica de la participación activa del receptor. Uno de esos avances está contenido en un trabajo del estudioso Reyes Matta, quien propone como tareas para la educación en comunicación, los siguientes objetivos:

—Formación de juicio crítico respecto a los medios de comunicación, su influencia y organización social;

—Capacidad de análisis y valoración de los diversos contenidos existentes en los mensajes;

—Formación de un sentido selectivo respecto del carácter de los diversos fenómenos de la comunicación y sus me-

dios;

—Capacidad crítica frente a las consecuencias negativas que medios y mensajes externos pueden tener en la realidad nacional;

—Capacidad de postulación de alternativas para la estructura programática y los contenidos de la comunicación;

—Capacidad de participación en las decisiones políticas de comunicación en cualquiera de las instancias donde ella se presente;

—Formación para la participación directa en la producción de contenidos y mensajes alternativos.

El planteamiento resume cabalmente lo que se quiere obtener de la comunicación a la vez que pone de relieve las carencias, es decir, que al reconocer las necesidades descubre la ausencia de tales características en las formas de comunicación utilizadas actualmente. La implementación de esos objetivos están en manos de los comunicadores, de los nuevos profesionales de la comunicación.

12.- op. cit.

Conclusiones

—América Latina, región dependiente y subdesarrollada, sufre de graves deficiencias de comunicación, pudiéndosele calificar de "zona incomunicada";

—Al estado de cosas han contribuido, y todavía lo hacen, limitaciones en los sistemas de comunicación conocidos, pues los "media" no cubren las necesidades de información. Asimismo, las grandes masas padecen de incomunicación por razones de ignorancia, pobreza o deficiencia en la información que logran traspasar estas barreras;

—Los medios de comunicación no contribuyen con eficacia a la tarea del cambio social, convirtiéndose más bien, en muchos casos, en elementos retardatarios al no responder a políticas de comunicación que los pondrían al servicio, por ejemplo, de la educación;

En América Latina se busca insistentemente nuevas formas de comunicación independientes de los media...

—Las escuelas de formación de profesionales de la comunicación todavía preparan personal para integrarse a los medios tradicionales pese a lo saturado del mercado de trabajo;

—Los nuevos profesionales de la comunicación deben influir en el cambio de las líneas editoriales de los "media" buscando formas de participación en la gestión, que aseguren el derecho a la información de los grandes públicos;

—Es necesaria la búsqueda de nuevas formas de comunicación que llenen los vacíos de información de los medios, a la vez que enfoquen de manera distinta la comunicación misma, apartándose de los cánones tradicionales e investigando de acuerdo a realidades concretas latinoamericanas, normalmente muy diferentes a las de los centros en que surgieron los modelos originales de comunicación;

—América Latina, sus grandes masas rurales, urbanas, necesitan de la comunicación como medio vital de incorporación activa a la participación política, comunal, educacional, a la formación de conciencia crítica, como medio, en fin, necesario para la liberación. ■