

CHASQUI



REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

Informe Mac Bride Democracia y Comunicación Prensa Obrera y Sindical Agencias Noticiosas

Solé Díaz Bordenave Silva

Somavía Vargas Pasquini

1 (II época)

DIRECTOR GENERAL

DR. LUIS E. PROAÑO

CONSEJO INTERNACIONAL DE REDACCION

DR. LUIS RAMIRO BELTRAN

*Centro Internacional de Investigaciones para el
Desarroll CIID - COLOMBIA*

DR. MIGUEL DE MORAGAS SPA

*Facultad de Ciencias de la Información
Universidad Autónoma de Barcelona - ESPAÑA*

DR. JOHN T. McNELLY

Universidad de Wiscconsin - Madison

DRA. CUMANDA GAMBOA DE ZELAYA

*Decano de la Facultad de Comunicación
Universidad Estatal de Guayaquil - ECUADOR*

DR. EDUARDO CONTRERAS BUDGE

*Experto en Comunicación Social
Fundación Friedrich Ebert en CIESPAL*

DR. JOSE MARQUES DE MELO

*Instituto Metodista de Ensino Superior
BRASIL*

LIC. ALBERTO MALDONADO

*Escuela de Ciencias de la Información
Universidad Central de Quito - ECUADOR*

DR. PETER SCHENKEL

Fundación Friedrich Ebert en CIESPAL

LIC. MARCO ENCALADA

Director Técnico de CIESPAL

DR. LUIS GONZAGA MOTTA

*Experto en Comunicación Social
Fundación Friedrich Ebert en CIESPAL*

RAFAEL RONCAGLIOLO

*Director de ILET - Instituto Latinoamericano
de Estudios Transnacionales - MEXICO.*

JOSE STEINSLEGER

*Editor / Asesor
Fundación Friedrich Ebert en CIESPAL*

COMITE EDITORIAL

JOSE STEINSLEGER

Edición, Redacción y Diseño Gráfico

DR. PETER SCHENKEL

*Universidad de Sao Paulo
María Nazareth Ferreira
Escuela de Comunicaciones y Artes
Sao Paulo.*

*Universidad Federal de Pernambuco
María Luisa Nóbrega de Morais
Centro de Artes e Comunicacao
Pernambuco*

*Universidad do Vale do Río dos Sinos
Martha Aves D' Azevedo
Facultad de Comunicación de la Univ.
do Vale do Río dos Sinos UNISINOS
Sao Leopoldo - Río Grande do Sul*

MEXICO

*Universidad de Monterrey
Lic. Alejandra Flores
México*

*Universidad del Valle de Atemajac
Cesáreo Hernández Hernández
División de Ciencias Sociales y Humanidades
Guadalajara*

*Universidad Autónoma de México
Edna Ibarrodo Franco
Dpto. de Ciencias de la Comunicación
México D. F.
Universidad Veracruzana
Francisco Blanco
Facultad de Comunicación
Veracruz - México*

COLOMBIA

*Universidad Javeriana
Francisco Gil Marín
Depto. de Investigación
Bogotá.*

*Universidad de La Sabana
Martha Cortes de Barriga
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Social
Bogotá.*

LIC. MARCO ENCALADA

*Universidad Autónoma del Caribe
Ana Leticia Valle C.
Facultad de Comunicación Social
Barranquilla.*

COSTA RICA

*Universidad de Costa Rica
Lupita Flores Reyes
Escuela de Comunicación Colectiva
San Pedro - Costa Rica*

PANAMA

*Universidad de Panamá
Mélida Sepúlveda
Depto. Ciencias de la Comunicación Social
Panamá.*

REP. DOMINICANA

*Universidad Autónoma de Santo Domingo
Rafaela de los Angeles De León
Dpto. de Comunicación Social
Santo Domingo.*

CUBA

*Universidad de La Habana
Irene Trelles Rodríguez
Depto. de Periodismo - Facult. de Filología
La Habana.*

VENEZUELA

*Universidad Central de Venezuela
Enrique Abreu Sojo
Escuela de Comunicación Social
Caracas.*

ECUADOR

*Universidad Central del Ecuador
Francisco Ortega Muñoz
Escuela de Ciencias de la Información
Quito.*

CORRESPONSALES

América Latina

LA PAZ: Jaime Marcos Reyes

LIMA: María Cristina Matta

LIMA: Desiderio Blanco

SAN JOSE: Armando Vargas

PORTO ALEGRE: Sergio Caparelli

BELEM: Edson Elías Andrade

RECIFE: Carlos Borromeu Limeira

FLORIANOPOLIS: Daniel Herz

BELO HORIZONTE: Bernardo de Carvalho

RIO DE JANEIRO: Roberto Amaral

SAO PAULO: José Marques de Melo

SANTIAGO: Marcela Gajardo

SANTO DOMINGO: Rafael Núñez Grassals

BUENOS AIRES: Enrique Pugliese

Europa

VARSOVIA: Valery Pisarek

LONDRES: Peter Louis

BELGRADO: Breda Pavlic

Estados Unidos

NORTH CAROLINA: Richard Cole

COLABORADORES

BRASIL

*Fundación Educacional BAURU
Prof. Emilio Soares
Sao Paulo*

*Universidad de Sao Paulo
Prof. Antonina Fernanda Paca de Almeida
Sao Paulo.*

*Pontificia Universidad Católica (PUC)
Angeluccia Bernardes Habert
Dpto. Comunicacao Social
Río de Janeiro*

*Montaje y Fotomecánica: Editorial "El Co-
nejo".
Impresión y Armado: Artes Gráficas
"SEÑAL".*

CHASQUI

Sumario

EDITORIAL

- 4 _____ Un nuevo CHASQUI por Luis E. Proaño

TESTIMONIOS

- 7 _____ El derecho a la información (entrevista exclusiva a Juan Somavía por Cecilia Tormo)

PERCEPCIONES TEORICAS

- 13 _____ Democratización de la Comunicación: Teoría y Práctica, por Juan E. Díaz Bordenave
22 _____ Comunicación: participación y diálogo, por Armando Vargas
29 _____ Prensa Obrera y Sindical, por Carlos Eduardo Lins da Silva

COMUNICACION ALTERNATIVA

- 36 _____ Agencias Noticiosas, por José M. Pasquini Durán

DOCUMENTOS

- 44 _____ Perú 1974: Ley de Prensa
51 _____ La Expropiación
54 _____ Perú 1980: La Devolución
59 _____ FELAP: Declaración de Principios
60 _____ FELAP: Código Latinoamericano de Ética Periodística
62 _____ FELAP: Rechazo a organismo paralelo
64 _____ Declaración de Talloires
67 _____ Solidaridad Mundial con Nicaragua
71 _____ Declaración de San José

INNOVACIONES

- 72 _____ Investigar lo alternativo, por María Cristina Mata
76 _____ Investigación - acción, por Michel Thiollent

LIBROS

- 80 _____ El Informe MacBride: entre la realidad y la utopía, por Peter Schenkel
89 _____ Propaganda y Contrapropaganda, por Bernardo de Carvalho

REVISTAS

- 96 _____ Hemerografía Europea, por Miguel de Moragas Spa

MESA DE DISCUSION

- 102 _____ El nuevo orden mundial de la información
107 _____ La libertad de expresión y el NOII, por Luis Alberto Solé
111 _____ El sitio a la libertad de prensa, por Leonard H. Marks

TELECOMUNICACION

- 114 _____ ¿Qué es la Telemática?
117 _____ Agenda Mundial de Comunicación 1981
121 _____ Publicaciones recibidas

EN ESTE NUMERO

El concurrido debate en torno al Nuevo Orden Informativo Internacional (NOII), candente, multiforme y de insospechables derivaciones en la década que se inicia no podía estar ausente en esta segunda época de CHASQUI.

Por ello, varias secciones de la revista fueron destinadas al NOII. Quienes conjeturan y diagnostican sobre el tema corroboran de hecho, la importancia meridiana que el mismo tiene en nuestros días. Se trata de personalidades que a su vez son protagonistas directos del NOII: Somavía, precisando los fundamentos de la Comisión MacBride; Schenkel, condensando críticamente el voluminoso Informe de aquel grupo y Akashi, Secretario del Comité de Información de Naciones Unidas, explicándonos en declaraciones exclusivas los conceptos del Informe que a su juicio son primordiales.

En posiciones diametralmente opuestas al NOII, la Declaración de Talloires y las opiniones de Solé y Marks, Director General de la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR) y miembro del Comité Mundial para la libertad de prensa, respectivamente, sustentan sus puntos de vista.

Naturalmente, el debate sobre el NOII conlleva implícitamente el concepto de democratización de la comunicación, como así también la importancia que reviste en el asunto el rol de las agencias noticiosas, precisamente éstos son los aspectos que abordan Bordenave, Vargas y Pasquini.

En la sección documentos creímos ineludible rendir postret homenaje a Genaro Carnero Checa, al conmemorarse el primer aniversario de su fallecimiento (12.XI.80); con esta finalidad se incluye el Acta Constitutiva de la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP) y el Código de Ética Periodística de la misma organización que nuclea al periodismo democrático del Continente. En el mismo capítulo publicamos los decretos de expropiación de los periódicos peruanos, sancionados por el General Velasco Alvarado en 1974 y los de devolución por el presidente Belaúnde Terry en 1980.

CHASQUI es un vocero de la comunicación social que CIESPAL brinda a los estudiantes y académicos de América Latina. Un crisol en donde necesariamente serán proyectadas todas las posiciones, tendencias y corrientes del pensamiento. La finalidad consiste en formar e informar en un todo dialéctico que facilite la confrontación racional y tolerante a la hora de encarar los debates. Arrojar todas las cartas sobre la mesa, evitar partir de presupuestos ideológicos y políticos que frustran el entendimiento y argumentar en la certeza de que los interlocutores saben de qué están hablando.

En nuestros días, cuando la cultura pierde paulatinamente su *universalidad* y adquiere un carácter polifacético, heterodoxo y patético, el ejercicio de la comunicación solo podrá alcanzar su más amplio sentido si el núcleo de todos los intereses y la concentración de todos los esfuerzos se orientan en la construcción de una humanidad liberada de miedos y prejuicios.

El Editor

Investigar lo alternativo

MARIA CRISTINA MATA

Las nuevas modalidades emergentes en el área de la comunicación alternativa plantean diversos desafíos. Uno de ellos se refiere al cómo investigar estas nuevas prácticas comunicativas. Los artículos que presentamos a continuación enfrentan, complementariamente, esa problemática.

María Cristina Mata nos ofrece una reflexión epistemológica centrada en las necesidades de congruencia del método a su objeto de estudio. Teme, con Jesús Martín, que seamos más afectivos que efectivos al momento de proponer las variaciones metodológicas requeridas y al investigar prácticas comunicativas alternativas.

¿Pero cómo investigar? Michel Thiollent plantea una respuesta operativa: la de la investigación - acción. Nos presenta algunas de sus características, formas y ventajas. Dicha discusión pragmática debe ir junto con las reflexiones más teóricas de Mata. Thiollent señala que para investigar alternativamente no se trata de buenas intenciones o de un acto de fe, sino de reforzar bases metodológicas considerando la estricta formulación de las exigencias científicas.

E.C.

La investigación crítica en ciencias sociales, particularmente en lo que se refiere a la comunicación masiva, se ha definido casi siempre por su ruptura con el funcionalismo. Pero quizás esa ruptura ha sido más afectiva que efectiva. Al funcionalismo se lo descalifica en teoría pero se sigue trabajando desde él en la práctica. Con frecuencia se ha roto solamente con su jerga, pero no con la racionalidad que lo sustenta. La Verticalidad y la unidireccionalidad no son efectos sino la matriz epistemológica y política del modelo mismo (J. Martín Barbero)

Si introducimos estas reflexiones con afirmaciones tan tentativas como las de Martín Barbero (1) es porque lo que según él resulta evidente en el campo de la investigación de la comunicación masiva, resulta flagrante si nos referimos al espacio ocupado por las prácticas populares alternativas de comunicación. Valoramos su significación social y política; nos esforzamos por desarrollarlas y potenciar su eficacia; se recojen y evalúan experiencias pero prácticamente no se las estudia sistemáticamente. Y cuando se lo hace, da la impresión de que ni siquiera su ser alter-

nativo, su carácter de oposición, de instrumentos constructor de nuevas relaciones sociales, es capaz de alterar los métodos de indagación, la concepción epistemológica presente en todo ejercicio de conocimiento.

Esta comprobación no nos pertenece con exclusividad. Es compartida por comunicadores populares, profesionales e intelectuales que tratan - a veces muy aisladamente - de encontrar nuevos métodos. Por ello, las reflexiones que siguen no son individuales ni acabadas; son fruto de una práctica de investigación compartida, que actualmente desarrollamos y en la que tratamos de ser coherentes con una comprensión de lo alternativo como proyecto político dentro del cual la comunicación se realiza.

(1) Conferencia Internacional de AIERI, en Comunicación, Nos. 30 - 31, Centro de Comunicación Social J.M. Pellín, Venezuela, p.40.

Una nueva definición del sujeto y del proceso

Si algo se trastoca en las prácticas alternativas con relación a los tradicionales modelos de comunicación, es la definición del sujeto. Estalla la noción de un emisor que es sujeto por poseer los medios para emitir (económicos, tecnológicos, culturales) y el poder (político - legal) para hacerlo; estalla la noción de un receptor objeto porque es recipiente de la acción del primero.

Se plantea, en cambio, la existencia de sujetos que se intercomunican si bien unos operan medios determinados y otros no; porque lo que da sentido al modelo alternativo no es la posesión de unos instrumentos para dirigirse a otros - sino básicamente - la construcción de una relación y acción mancomunada de quienes participan en ella. Recibir un mensaje no equivale así a ser un recipiente, sino coautor, porque el mensaje está inserto en una práctica social común y tiende a desarrollarla; emisores y receptores son iguales (se identifican) en la misma.

En segundo lugar y de manera correlativa, lo que se trastoca es el proceso de producción y uso de la comunicación. Situados emisores y receptores dentro de un mismo proyecto político global que genera una práctica específica (religiosa, educativa, partidaria, gremial, etc.) el proceso de producción de mensajes tiende a lograr la representación mayoritaria del conjunto, la colectivización de necesidades, expectativas y propuestas. Para ello, se trata de ir superando las intermediaciones y de ir convirtiendo a los propios destinatarios en productores colectivos.

Como bien señala Reyes Matta, cuando la comunicación alternativa emerge, sólo puede hacerlo con un propósito que va más allá de la mera perspectiva comunicacional; debe ser expresión de un proyecto histórico de cambio, de resistencia cultural y de construcción solidaria. Un proyecto que va en dirección inevitablemente opuesta a los autoritarismos políticos, económicos y culturales que son propios de la racionalidad del modelo capitalista transnacional. Se trata de una perspectiva de confrontación con una dinámica de hegemonía que anula la participación de las mayorías sociales (2). Para

(2) La comunicación alternativa como respuesta democrática, ponencia presentada al Grupo de Comunicación CLACSO, mimeo, p. 2.

que esa confrontación sea posible, el proceso de producción y uso de la comunicación se torna un proceso educativo. En él los sujetos intervinientes van reconociendo su situación de mayorías dominadas, marginadas del poder de decisión a todo nivel; van comprendiendo la racionalidad del modelo económico - social bajo el que son dominadas y - al mismo tiempo - van adquiriendo los instrumentos teóricos y prácticos necesarios para que la confrontación se convierta en alternativa viable.

De ahí que el tradicional concepto de retroalimentación según el cual el emisor recibe respuestas del receptor que permiten reorientar, mejorar, etc., el mensaje difundido, también estalle dentro de la perspectiva en la que nos situamos. Ya no existe un emisor fuera del grupo o sector que genera el mensaje sino un conjunto organizado que debe crecer en niveles de conciencia y organización. Existe, además, un número de personas que deben ser integradas a ese conjunto no mediante la manipulación, la persuasión, sino a través de un proceso educativo que vuelva concientes las ideas difusas, que rompa los modelos impuestos de pasividad e individualismo, que permita la adhesión activa de esas personas al proceso de cambio. Por ello no se buscan respuestas del receptor al emisor; se propicia en cambio el diálogo, el debate, la formación del conjunto.

Un método que de cuenta del objeto

Si hemos individualizado las alteraciones fundamentales que operan las prácticas alternativas a nivel del modelo de comunicación, es porque la construcción teórica que realicemos del objeto a investigar predetermina la adopción o construcción de un método para abordarlo. Y al afirmar ello estamos haciendo explícita una postura: los métodos no son simples instrumentos de análisis; son puntos de vista, cristalizaciones de enunciados teóricos que permitirán revelar o no los aspectos y relaciones fundamentales supuestas por el objeto estudiado, según su adecuación o no a dicho objeto.

Sin la pretensión de plantear aquí el método válido para la investigación de las prácticas alternativas de comunicación, trataremos entonces de identificar algunas cuestiones metodológicas a tomar en consideración para llegar a dar cuenta de ese objeto de estudio en su dinámica propia:

- Si la comunicación alternativa es producto de una práctica que apunta

a la transformación social, la investigación de la misma no puede ser ajena a dicha práctica y al proyecto que le da sentido. Se trata pues de una indagación de lo real que apunta a su transformación y que surge de esa necesidad alteradora.

En tanto la comunicación popular alternativa supone la desaparición de la dicotomía sujetos - objetos en el proceso de producción de mensajes, la investigación de la misma no puede resucitar esa dicotomía que - en la práctica se traduciría en unos investigadores (sujetos) que producen activamente un conocimiento mientras otros individuos y grupos (objetos) son tenidos como datos pasivos a ser estudiados. O cuando más, como receptores en última instancia de un conocimiento elaborado por otros acerca de su práctica.

- Consecuentemente, así como las prácticas alternativas de comunicación tienden a colectivizar la producción y utilización de los mensajes para el eficaz desarrollo de una práctica social, su investigación debe realizarse como un proceso colectivo de producción de conocimientos que se reverterán sobre dicha práctica.

Todo ello supone una alteración de la perspectiva a partir de la cual se realiza una investigación: ya no se trata de una actividad ejercida desde fuera y sobre o acerca de un objeto, sino ejercida dentro del objeto mismo. También supone, por cierto, una alteración del rol del investigador. Tampoco supone como a veces se plantea con ligereza, que los únicos en condiciones de analizar, estudiar las prácticas de comunicación alternativa, sean quienes las protagonicen. Implica, por sobre todo, que los investigadores - que pueden o no ser protagonistas directos de esas prácticas - forjen con los investigados una relación dinámica a través de la cual ambos progresen en el conocimiento del objeto de estudio (3). Por último, los señalamientos realizados admiten una alteración fundamental: la investigación ya no se ampara en los supuestos de la neutralidad y, muy por el contrario, asume como propia la elaboración ideológica y práctica de una posición de ruptura (4);

(3) Al respecto, ver Thiollent, Michel, *Pesquisa - acao no campo de comunicacao sociopolitica*, Comunicacao e Sociedade, No. 4.

(4) Reyes Matta, cit, p. 2

la *objetividad* no le viene dada por el distanciamiento del investigador en tanto sujeto munido de técnicas que permiten *medir* y *verificar* los datos, sino por el grado de coherencia con que se logre confrontar la práctica comunicativa desarrollada con el proyecto en cuyo marco se desenvuelve y con las condiciones reales en las cuales esa práctica y ese proyecto se van realizando.

Repensar los problemas

Así como a nivel metodológico buscamos un acercamiento acorde a nuestro objeto, lo que nos lleva a una línea de investigación - acción, también es necesario revisar los que han sido problemas fundamentales a indagar en el campo de la comunicación y preguntarnos si mantienen su validez desde la práctica de la comunicación alternativa o si ésta conlleva una problemática nueva, diferente, que sólo la aplicación de métodos y concepciones encubiertos por estos problemas impiden identificar. *Porque si por ejemplo - señala Martín Barbero - lo único investigable desde un método es lo medible cuantitativamente o lo que se ve, todo el resto de lo real queda automáticamente descartado como no objetivable. Y de ese modo lo posible, el conflicto, el cambio, lo imaginario, lo simbólico, quedan definitivamente fuera del análisis ... (5)*

La función emisora es tal vez lo primero a revisar. Desde que hay producción de mensajes, esta función subsiste como problemática a ser analizada. ¿Pero es posible hacerlo ahora aisladamente de lo que es el receptor, de lo que es la relación social a partir de la cual se torna necesaria la comunicación? Por cierto que no. Necesitamos, por ejemplo, investigar aspectos tales como el tipo de práctica social a partir de la cual se constituye el emisor (que se sobreentiende colectivo); los mecanismos de legitimación que, en tanto integrante de un conjunto social más amplio, permiten a ese emisor ser reconocido como tal; el nivel de desarrollo ideológico y organizativo alcanzado por el emisor.

La función receptora, privilegiada como toda una área de investigación en lo que se refiere a la comunicación dominante, también implica una problemática diferente en las prácticas de la comunicación alternativa. Desde el comienzo debemos preguntarnos si el emisor establece los mecanismos apropiados para que los

receptores puedan compartir una práctica común pero - al mismo tiempo - si existen, a nivel de los receptores, las condiciones necesarias para esa participación activa ¿cuál es por ejemplo la práctica social de los receptores, cuáles sus niveles de conciencia, cuáles sus hábitos culturales, cuáles sus propuestas en torno a la necesidad de cohesionarse como grupo, sector o clase y de utilizar para ello mecanismos y medios de comunicación?

Los mensajes, su producción y uso son aspectos también esenciales en la investigación de la comunicación alternativa. De qué manera se ha eliminado la verticalidad y unidireccionalidad en el proceso de producción; qué criterios determinan los formatos a utilizarse; cuál es la correspondencia de los mensajes con los niveles ideológicos y organizativos alcanzados por los emisores y receptores; qué mecanismos son propuestos para la *lectura* de tales mensajes; de qué manera y con qué resultado se utilizan para la organización grupal y el desarrollo de la acción social organizada.

Pero las prácticas alternativas no se dan en un vacío de comunicación. Muy por el contrario el sistema de comunicación dominante, a través de sus variados medios, penetra las relaciones sociales y las condiciona. No sólo porque provee unos determinados contenidos sino fundamentalmente porque configura un modelo informativo - de organización e interpretación de la realidad - y un modelo comunicativo - de roles y actitudes - que se convierten en paradigmáticos. La investigación de la comunicación alternativa - que se desarrolla como una práctica opuesta, en colisión con dicho modelo, no puede eludir esta problemática porque emisores y receptores están inmersos en ella.

Consecuentemente, necesitamos investigar el papel adjudicado a la comunicación dominante por los grupos y sectores implicados en las prácticas alternativas; indagar los niveles de cuestionamiento o adhesión que suscitan los modelos propuestos por los diversos medios a partir de la experiencia concreta y los intereses específicos de dichos sectores; investigar la correlación existente entre esos niveles de cuestionamiento o adhesión y las prácticas alternativas desarrolladas.

La problemática a investigar no se agota aquí y como se supone, cada experiencia concreta determina los aspectos específicos de la indagación. Lo apuntado, más vale, pretende haber puesto de re-

lieve la necesidad de que la comunicación alternativa no pierda su carácter de tal, cuando nos acerquemos a ella con la intención de potenciar - mediante su análisis, su eficacia como instrumentos de transformación social. ●

(5) Martín Barbero, cit. p. 37