

chasqui

LA COMUNICACION EN LATINOAMERICA

No. 7



chasqui



Maqueta del edificio de Ciespal - Quito
Arquitectos Milton Barragán — Ovidio Wappenstein



1970-1971

El presente informe es el resultado de un estudio que se realizó en el
Cámpus de la Universidad de la Habana, en el año 1970.

Este estudio fue realizado por el Departamento de Psicología de la
Universidad de la Habana, en el año 1970.

1970-1971

CIESPAL:

**Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación
para América Latina.**

**Avenida de las Amazonas N° 1521 — Teléfonos: 234031 - 236144
Apartado de Correos N° 584 — Cable: CIESPAL**

Quito - Ecuador

chasqui 7

La evolución conceptual del proceso de la comunicación en América Latina, ha significado que su estudio se complique y las instituciones informativas busquen renovar conocimientos en el campo de la comunicación social, lo que ha creado nuevas áreas que requieren la intervención de la comunicación.

Este hecho sustancial obliga al planeamiento de nuevas metodologías para la enseñanza y entrenamiento de los comunicadores de la región. Desde luego, estos métodos deben estar orientados a las realidades nacionales y de acuerdo al marco estructural de nuestros pueblos.

Con este objetivo, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL, difunde en el presente número, trabajos referentes a los problemas de la preparación de los comunicadores en los países en vías de desarrollo, como un aporte a las nuevas técnicas que deben emplearse en el entrenamiento de los futuros profesionales de la comunicación colectiva.

En el continente americano, en el campo del flujo de las noticias a través de las agencias internacionales, se ha producido un acontecimiento que ha demostrado en forma real la dependencia informativa de la región, y es el caso que con motivo de la reunión en Tlatelolco, México, de Ministros de Relaciones Exteriores de América Latina con el Secretario de Estado norteamericano Henry Kissinger, la U P I transmitió una serie de informaciones en que se distorsionaba el verdadero contenido de los hechos que se suscitaron en esa reunión continental. A esta conclusión ha llegado el grupo interdisciplinario de la Universidad de Stanford en un estudio realizado sobre la información difundida por la Agencia Internacional UPI, durante los días 21, 22 y 23 de febrero de 1974.

Este trabajo de indudable valor es publicado por CHASQUI, con el objeto de contribuir al esclarecimiento de los problemas que produce la dependencia informativa en Latinoamérica.

Asimismo como una contribución efectiva que vaya a mejorar el conocimiento de las funciones y rol de los medios de comunicación colectiva en las sociedades contemporáneas, así como establecer un mejor análisis de la procedencia de los materiales que se usan en los programas de televisión; entregamos el estudio denominado "La no homogeneidad del Estado Nacional y la Corriente Internacional de la Comunicación".



Revista de CIESPAL
Nº 7 — Diciembre — 1974

—: * :—

Más que el desarrollo tecnológico de los medios preocupa a CIESPAL el contenido de los mensajes.

SUMARIO:

DOCUMENTOS

NUEVOS METODOS DE
ENTRENAMIENTO DE LA
COMUNICACION PARA
LOS PAISES EN DESA-
ROLLO 11

LA NO HOMEGENEIDAD
DEL ESTADO NACIONAL
Y LA CORRIENTE INTER-
NACIONAL DE LA CO-
MUNICACION 55

INVESTIGACION

AMERICA LATINA, KIS-
SINGER Y LA UPI: ERRO-
RES Y OMISIONES DES-
DE MEXICO 87

LA RADIO COMO EX-
PRESION LIBRE DEL
AYMARA 109

EDICION:
Jorge Merino Utreras



documentos

NUEVOS METODOS DE ENTRENAMIENTO DE LA COMUNICACION PARA LOS PAISES EN DESARROLLO

Por: JUAN DIAZ BORDENAVE,
Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA
Río de Janeiro, Brasil.

El concepto fundamental de la comunicación en América Latina evolucionó de un énfasis sencillo puesto en los elementos separados del proceso de la comunicación (códigos, efectos, receptores, etc.) por medio de la comprensión de su naturaleza procesal y sistemática, al conocimiento de la influencia restrictiva y condicionada de los factores socio-estructurales. Aunque esta comprensión no es compartida por todos los teóricos de la comunicación; pues, ellos enfrentan el mismo dilema: hay la necesidad de integrar armónicamente dos funciones importantes de la comunicación en el desarrollo: una, como vehículo para la transferencia de la tecnología; y dos, como promovedor del crecimiento personal y de la liberación social. Aparte de esta problemática, la comunicación, siendo ciencia y arte ha visto su campo de aplicación tremendamente aumentado y diversificado

en los últimos diez años. Así, para discutir las líneas generales de una política de entrenamiento, se debe examinar primeramente, cuáles son las actuales demandas de la sociedad sobre la comunicación.

Las áreas que requieren la intervención de la comunicación, la cual puede tener una influencia sobre la selección de los objetivos, contenidos y métodos para el entrenamiento de la comunicación, son las siguientes: concientización de los líderes de la opinión mediante la aplicación de una nueva pedagogía; entrenamiento de los agricultores en el manejo de las técnicas de la comunicación; desarrollo de nuevos mecanismos para lograr la comunicación de retorno en las comunidades rurales; educación masiva a través de los medios de comunicación colectiva; organización rural (sindicatos, cooperativas, sociedades de ayuda mutua), cuyo trabajo requiere una clase especial de comunicación; participación activa de los trabajadores agrícolas en el proceso de la planificación de los programas; organización y distribución de la información; transferencia de la tecnología a la población rural latinoamericana y popularización de los resultados de las investigaciones; entrenamiento técnico de la fuerza laboral agrícola sin tierras, etc.

Dentro de las pautas para el entrenamiento de la comunicación se debe dar importancia a la necesidad de los métodos orientados más estructuralmente, sistemáticos, dirigidos al problema, interdisciplinarios, pedagógicos, masivos y orientados a la acción.

Como metas se señalan varios niveles cuyo entrenamiento se considera crucial para la próxima década del desarrollo; y en los objetivos se enfoca la participación dialogal de la población rural en la planificación y ejecución de las acciones de desarrollo.

Finalmente se recomienda la formación de expertos, profesores e investigadores a nivel de post-grado en las universidades latinoamericanas, bajo especiales condiciones metodológicas y de curriculum.

“Qué quiere decir, **ser lo que es**? En la partícula más pequeña de tiza, lo que se ve siempre estará relacionado a la nube que pasa por la ventana o a las esperanzas del veedor. Las cosas pesan más si se las miran, ocho más ocho son dieciséis y la persona que está contando.

Entonces, puede ser que **ser lo que es** no sea lo que es, sino que solamente vale lo que es o anunciar lo que es o engañar lo que es”.

Julio Cortazar, **The Prizes** (Los Premios).

INTRODUCCION

Durante los últimos treinta años, por medio de experimentos, al superar paulatinamente nuestros prejuicios ideológicos y de clases sociales y nuestra miopía intelectual, hemos estado aprendiendo lo que es la comunicación. Como dice Cortazar, todavía podemos estar engañados por lo que es; pero al recibir recientemente alguna significativa información de retorno a base de la experiencia y también de las ideas poderosas de hombres tales como Jean Piaget, Carl Rogers, Paulo Freire y Marshall McLuhan, podemos decir que nuestro entendimiento del proceso de la comunicación ha aumentado considerablemente.

Esto es importante si vamos a hablar intelectualmente acerca del entrenamiento de la comunicación. Es aún más importante mientras tratamos de contestar la pregunta que Delbert Myren nos presentó como la base para este informe:

“Hoy dada la amplia aceptación de que se tiene que tratar de una proporción más grande de los asuntos de sueldos y empleos en las áreas rurales, ¿cómo se puede entrenar a la gente orientada a la acción para que sean más eficaces en el mejoramiento de la vida rural? Considerado en el sentido más amplio, qué clases de entrenamiento —de corta duración, para los estudiantes que aún no se gradúan, para los estudiantes graduados— valen la pena apoyar ahora y cuáles después durante la próxima década con fondos de los gobiernos nacionales y por los donadores internacionales tales como la AID, IDB y el “Banco Mundial”.

Para discutir las alternativas para el entrenamiento de la comunicación en la próxima década me gustaría analizar lo que nos quiere decir la comunicación ahora. Y esto implica una revisión de lo que parecía haber sido en el pasado, lo que parece ser hoy día y lo que tratará de hacerse en el futuro cercano. Así, la parte inicial de mi informe está dedicado a una examinación de la evolución de la comunicación rural en América Latina, con el enfoque especial sobre su énfasis cambiante.

Para comenzar nuestro pensamiento, haré una declaración algo audaz y amplia: mantengo que en el pasado se enfocó la orientación de la comunicación sobre el **contenido**. Más tarde el enfoque **movi**ó a los **códigos** y luego a las **maneras** de la comunicación. Entonces, se cambió el **énfasis** a los **efectos** de la comunicación y se extendió a la idea del **proceso**. Mas recientemente el enfoque **movi**ó a las **funciones** servidas por la comunicación a los receptores. Este último énfasis llamó nuestra atención al **contexto estructural e institucional** en el cual existen los receptores.

Recientemente nuestro interés se enfocó sobre el **receptor como una persona** y sobre la comunidad como un grupo de verdaderas personas. Ahora parece que estamos entrando en una época de buscar un nuevo concepto del humanismo comunal y una **nueva imagen** para el rol humano de la comunicación.

P A R T E I

LA EVOLUCION DE LA COMUNICACION AGRICOLA

Ahora trataré de clarificar dicha progresión. Lo **haré desde** el punto de vista de un observador del cuadro total latinoamericano. **Es** posible que un practicante nacional de la comunicación agrícola **tenga** una idea diferente.

Cuando se creó el Servicio de Intercambio Científico del Instituto Interamericano de las Ciencias Agrícolas (IICA) en 1948, su meta principal fue la de hacer más accesible el **contenido** de los **libros, revistas** e informes técnicos sobre los resultados experimentales a los científicos agrícolas latinoamericanos. Así, el trabajo del IICA en la comunicación agrícola comenzó con una **orientación del contenido**. Sin embargo, en cuanto se transmite el contenido por **códigos**, pronto se desarrolló un interés sobre los asuntos tales como la escritura técnica, la preparación de abstractos, las normas para las citas bibliográficas, etc. Pasamos por un período de la **orientación del código**.

En la década del 50, América Latina fue invadida literalmente por los programas y los técnicos del Punto Cuarto. Entre **las otras metas** de la Administración de Cooperación Internacional de los Estados Unidos el desarrollo de los servicios de extensión agrícola ocupó una alta prioridad. Esto requirió el uso de las **apropiadas maneras** para alcanzar a más agricultores que en el pasado. Así, como una parte de los servicios de extensión agrícola, se establecieron y mejoraron las oficinas de la información agrícola. Se tenía que entrenar al **personal** de la redacción. La Administración de Cooperación Internacional tenía un convenio con el IICA, el cual incluyó el **entrenamiento del personal**, los servicios de asesoramiento y la producción de los **materiales** de información como un servicio a las Misiones de Operaciones de los Estados Unidos. Se dieron varios cursos en Turrialba y por **toda** América Latina sobre la preparación de los programas de radio, los

folletos, las ayudas visuales, los posters, etc. En ese tiempo, la **campana**, es decir, la combinación intensiva de varias maneras para un objetivo específico, estuvo predicada casi como una panacea. Nuestro **previo contenido** y la orientación del código fueron reemplazados por una **orientación de las maneras**. Se puso considerablemente más fe en las maneras de la comunicación que en su contenido. Se enviaron toneladas de materiales producidos en los Estados Unidos a nuestros países. Varios seminarios audiovisuales internacionales fueron conducidos por el Punto Cuarto.

La base ideológica para todo este entusiasmo fue sencilla: **tene-mos** que informar y persuadir a los agricultores a adoptar mejores prácticas agrícolas para poder producir más alimentos y más fibras. **Ahora**, las personas que saben lo que es mejor para los agricultores son los científicos y los técnicos. Pongamos sus recomendaciones en los programas de radio, en las reuniones y demostraciones, utilizando tantas ayudas visuales como sea posible, para persuadirlos a aceptar nuestros mensajes. (No eliminó la posibilidad de que los productores de los proyectores, las cámaras, las prensas offset, etc., hubieran sido los **emptajadores** escondidos de este entusiasmo).

Naturalmente, tuvo que venir el desengaño. Aunque supimos **bastante** bien manipular las maneras, los efectos no fueron iguales a **nuestras** expectativas. Los críticos comenzaron a atacar la idea de la **comunicación** como la transmisión de información.

Luis Ramiro Beltrán (1), se hizo eco a esta reacción cuando escribió:

“Probablemente, (el concepto de la comunicación como transmisión) conduce a pensar que un especialista de la comunicación es en cierto modo un experto en el diseño de los mensajes que **estarán** transmitidos y en el uso de los métodos, los medios y los canales para realizar la transmisión. Hemos llevado esto tan lejos para que muchas personas esperen que los especialistas de la comunicación sean, sobre todo, técnicos en el uso de los varios artefactos disponibles como instrumentos auxiliares mecánicos para los esfuerzos del hombre para comunicar. La “quincalla”, útil pero accesoría, adquiere una importancia injustificada”.

Eventualmente se disminuyó la obsesión de los medios de **comunicación** cuando una nueva obsesión la reemplazó: la preocupación por **efectos**. En parte como una consecuencia del curso de la comunicación de “entrenar-al-entrenador”, desarrollado por el Proyecto Nacional sobre la Comunicación Agrícola, con el apoyo financiero del Punto Cuarto, el conocimiento disponible de las ciencias sociales llegó a **atañer** el esfuerzo general de los efectos productores. Por ejemplo, los resultados de los estudios sobre la adopción y difusión de **innovaciones** (2), el proceso de la acción social (3), las consecuencias cul-

turales de las innovaciones tecnológicas (4), etc., se convirtieron en un conocimiento indispensable en el campo de la información. Se comenzó a considerar la tarea del especialista de la comunicación como "una especie de ingeniería psico-social del comportamiento, una ciencia de la producción de clases de comportamiento humano" (1) 1.

Beltrán expresó el concepto cambiante de la misión del especialista de la comunicación de la siguiente manera:

"Comparto el criterio de que el especialista de la comunicación tiene que ser principalmente un científico social especializado en provocar los cambios en el comportamiento de las personas. Sin rebajar la importancia de las artes que le permiten preparar los mensajes, para utilizar los medios y para manejar el equipo, creo que estos factores son complementarios a su responsabilidad básica de saber cómo son las personas y cómo se las puede conducir a pensar, sentir y actuar de cierta manera" 2.

A la vez que nuestra necesidad de lograr los efectos sobre la gente nos hizo apelar a las ciencias sociales, de la teoría ganamos una contribución importante: la idea del **proceso**. Aprendimos a ver la comunicación menos como una proposición blanca-y-negra y más como una acción dinámica, multi-variable de muchos factores. Así aprendimos que el "sentido" es más bien una propiedad del receptor que del mensaje, y que el receptor no es una página blanca donde podemos escribir nuestros mensajes, sino un ser dinámico cuyas creencias, actitudes y valores crecen de sus experiencias vivientes. Esto nos hizo reaccionar contra un modelo lineal de la comunicación que va desde la izquierda hasta la derecha, del agente de cambio al agricultor, llevando la información como un balde lleva agua.

Otro concepto que ganamos de las ciencias sociales fue la idea del **sistema**, y aprendimos a caracterizar no solamente los sistemas sociales sino también los sistemas de mensajes, los sistemas de medios de comunicación, etc. Aunque más tarde esta idea facilitaría nuestra comprensión del proceso de desarrollo, en aquel entonces hizo poco para disminuir nuestra adherencia a la ideología de transmisión. Todavía éramos los hombres de la información agrícola.

Fue cerca de este tiempo que la idea del desarrollo económico estalló sobre nosotros como una bomba atómica. Schramm y muchos otros se apresuraron para demostrar que la comunicación es esencial al desarrollo. Schramm escribió en el prólogo de su libro "Mass media and national development" ("Los medios de comunicación colectiva y el desarrollo nacional"):

"Sin una comunicación adecuada y efectiva, el desarrollo económico y social estará retardado inevitablemente, y puede ser contraproducente. Con una comunicación adecuada y efectiva,

se puede hacer los senderos del cambio más fáciles y más cortos" (6).

El IICA se integró al entusiasmo general y, en colaboración con la Asociación Internacional Americana (AIA), en 1964 organizó un seminario sobre la Comunicación en el Desarrollo Económico en Santiago, Chile. Sin embargo, la comunicación trajo a su matrimonio con el desarrollo mucho de la mentalidad vieja de la transmisión. Se vio la comunicación como el brazo largo de los planificadores gubernamentales y se suponía que su función principal fue la de obtener el apoyo de la gente y la participación para la realización de los planes de desarrollo. En cuanto a nosotros toca, mientras en los años previos apuntamos nuestras armas de comunicación a los agricultores en nombre de aumentar la producción "para un mejor ingreso individual y para una mejor vida familiar", ahora los perseguimos en nombre del "desarrollo económico y social".

En la ceremonia de apertura del Seminario en Santiago, un director regional del IICA dijo:

"Para poder entender mejor la función de la comunicación en el desarrollo económico de América Latina tenemos que estar enterados de los planes y los programas trazados por nuestros gobiernos para acelerar el desarrollo social y económico y de acuerdo con ellos, para ofrecer la contribución de la comunicación como una manera para cambiar las actitudes, quebrar las resistencias y ayudar para hacer las decisiones que resultarán en el mejoramiento de la comunidad" (7).

En la misma reunión, el Ministro de Agricultura, quien representó al gobierno chileno, fue aún más explícito:

"En esta idea, es un requisito fundamental que el hombre, la gente de un Estado, de un continente, esté enterado para saber **lo que desea**, para qué propósito, cuándo y cómo. Solamente de esta manera él entregará su apoyo porque entenderá los objetivos, participará en ellos y donará su trabajo consciente a la parte que le corresponde" 1.

El entusiasmo para la comunicación del desarrollo estuvo en un estado eufórico cuando los investigadores de la comunicación comenzaron a explorar una área que eventualmente dio a los arqui-entusiasmas el alimento para unos pensamientos más serios. Invirtiendo la famosa declaración del Presidente Kennedy comenzamos no a "pedir lo que usted puede hacer para la comunicación sino qué es lo que le puede hacer para usted la comunicación". Enfatizamos la necesidad de averiguar cómo la gente utiliza la comunicación para sus propios propósitos. En otras palabras, cuáles son las **funciones** servidas por la comunicación para el individuo. Dos ejemplos claros de los estudios

de investigación que versan sobre las funciones de la comunicación para la gente fueron el análisis de Delbert Myren de los efectos del riesgo y la incertidumbre sobre la formación de decisiones y el comportamiento de los agricultores mexicanos hacia la búsqueda de información (8), y mi propio estudio en Timbauba (9) sobre los factores psicológicos y sociológicos que afectan la búsqueda de información instrumental entre los agricultores del noreste del Brasil. El énfasis sobre la función nos llevó naturalmente al estudio de la formación de decisiones y el rol de la comunicación con relación a ese proceso.

Este interés sobre los factores en la formación de decisiones tuvo consecuencias muy importantes. Descubrimos que la estructura social fue por lo menos un factor determinante en la búsqueda de información y su recepción. Mi estudio en Timbauba indicó las tremendas diferencias en el acercamiento a la comunicación y en el conocimiento instrumental de los agricultores en diferentes estratos socio-económicos. Y James Gruning en Colombia, quien utilizó una tipología de los autores de decisiones, llegó a la conclusión que:

“...previos estudios se han concentrado generalmente sobre el comportamiento de la comunicación y sobre unas pocas variables acompañantes socio-psicológicas en aislación de la situación estructural en la cual tiene lugar la comunicación. En la mayoría de las situaciones campesinas, sin embargo, se tiene que romper las rigideces estructurales antes de que la comunicación pueda tener un efecto. El comportamiento de la comunicación y aquellos concomitantes socio-psicológicos están derivados de la situación” (10).

En el Perú, varias tesis presentadas en el programa graduado La Molina de la Comunicación, estudiaron el rol cambiante de la comunicación en una sociedad rural que está pasando por una transformación estructural radical.

Por lo útil que sería descubrir las restricciones impuestas por la estructura socio-económica sobre el comportamiento del receptor en la comunicación, no fue menos importante descubrir la fuerte influencia ejercida por la estructura socio-económica sobre las fuentes, los mensajes y los medios de comunicación. Rodrigues Díaz en el Brasil (11), Roca en el Perú (12) y Mattelart en Chile (13), entre otros, revelaron el punto al cual los grandes intereses financieros que controlan los medios de comunicación colectiva imponen el prejuicio y el torcimiento sobre el contenido para proteger sus posesiones, su estado dominante y su poder político. Con esto aprendimos que la comunicación manipulante puede ser una bendición mezclada: los mensajes y los medios de comunicación pueden ser totalmente perjudiciales al desarrollo si están utilizados para esforzar la ideología y los intereses de las clases dominantes.

En aquel entonces, otro progreso que registramos fue la realización de la asociación necesaria entre la comunicación y los factores infra-estructurales, si se iba a realizar el cambio agrícola. Los factores infra-estructurales quieren decir las condiciones establecidas para la producción por la política agrícola, tales como: los precios, los mercados, el transporte, el crédito, el almacenaje, la provisión de ingresos modernos como las mejoradas semillas, los fertilizantes, las defensivas, etc. Supimos que, **si para tomar decisiones, el agricultor requiere motivación, información y poder (“para querer, para saber y para poder”) la comunicación podría ser influyente positivamente cuando los factores infra-estructurales son favorables.** La asociación necesaria de la comunicación con el apoyo infra-estructural fue dramatizada por el Proyecto Mexicano de Puebla (14). En este Proyecto colaboraron la investigación, la extensión, la comunicación, el crédito, la póliza de seguro agrícola, proveedor de ingresos y las instituciones de mercados. El Proyecto mostró la necesidad de una adecuada política agrícola para que la comunicación rural sea verdaderamente eficaz.

La realización de la importancia crucial de las condiciones estructurales e infra-estructurales causó mucha frustración entre nosotros los trabajadores de la comunicación latinoamericana, porque nos sentimos impotentes para mejorar aquellas condiciones. Nuestro poder de mensajes y medios de comunicación fue insuficiente para ayudar a una masa de campesinos y agricultores, cogidos en la estructura opresiva de un estratificado, conservativo, a veces casi feudal sector rural latinoamericano.

Necesitamos con urgencia una nueva filosofía de la comunicación y el cambio y, esto fue proveído por Paulo Freire. El es un pedagogo brasileño, expatriado en 1964 porque sus métodos de alfabetismo y conscientización estuvieron considerados subversivos. Freire distinguió dos clases de educación en los países subdesarrollados: una clase “bancaria” de educación, en la cual el conocimiento y la experiencia del profesor están depositados en la cabeza de un estudiante pasivo por medio de métodos autocráticos (ver figura 1), y una clase “problemática” de educación, en la cual los estudiantes activos juntos con el profesor, datan de la realidad y por medio del diálogo “problematizan” al mundo con una nueva visión. El método de “conscientización” estuvo refinado eventualmente y se hizo un método de “investigación temática” 1.

La realidad es que después de leer los libros de Paulo Freire, la mayoría de los hombres de la información agrícola reconocieron humildemente con una **mea culpa** que nuestras procedencias y técnicas fueron totalmente de la educación “bancaria” y que siempre estuvimos transponiendo a los campesinos nuestras propias ideas, valores, y técnicas urbanas, por medio de mensajes persuasivos que los hicieron dependientes de nosotros. Según Paulo Freire, ésta es la típica mane-

ra de la cual las élites dominantes por todo el mundo mantienen a las masas bajo su dominio (15).

Al extremo opuesto, la clase “problemática” o “liberacionista” de educación, avalora la personalidad y la cultura campesina, ayuda al individuo a tomar conciencia de su situación y a descubrir los instrumentos culturales para su liberación, tales como el alfabetismo, la educación, la sindicalización, la participación política, etc.

Obviamente, en una sociedad reaccionaria como la nuestra, esto quiere decir revolución. Sin embargo, las ideas de Paulo Freire están arraigadas fijamente en los descubrimientos psicológicos y pedagógicos de dos grandes científicos que todavía viven: Carl Rogers y Jean Piaget, quienes están influyendo fuertemente la orientación de la educación moderna por todas partes del mundo.

Rogers, un psicólogo, descubrió por experiencia clínica que la manipulación de la persona no es eficaz a la larga, y que si de verdad quiere que se cambie la gente hay que aceptarlas como son y crear una atmósfera de respeto y libertad en su relación con ellas. Una atmósfera libre de amenazas permitirá que la persona se enfrente a sí mismo y que intente el auto-análisis. Esto terminará en el descubrimiento de su verdadera persona libre y exenta de condiciones, una persona que según Rogers es esencialmente constructiva y buena. La importancia de un positivo “concepto de sí mismo” o una “imagen de sí mismo”, los cuales llamaríamos “la suposición de la propia dignidad humana de uno” coloca la teoría de Rogers a la base de las ideas y métodos de Paulo Freire (16).

En cambio, Jean Piaget, un biólogo, nos mostró que la inteligencia, como cualquier atributo biológico, desarrolló sus estructuras cada vez más complejas según la cantidad y calidad del estímulo recibido de su ambiente. Así, un niño que vive en un barrio bajo, desnutrido y creciendo en un ambiente de bajo estímulo, no desarrolla su inteligencia en los mismos niveles que un niño que crece en un ambiente culturalmente rico (17).

Entonces, un campesino puede ser ignorante no porque él es biológicamente inferior, sino porque no se estimuló su inteligencia lo suficiente para poder pasar del “nivel concreto operativo” al “nivel abstracto operativo”. Así, una clase de comunicación que solamente informa al agricultor lo que tiene que hacer, sin desafiar su inteligencia, sin exigirle que entienda los problemas implicados y las posibles alternativas para la solución, perpetuará la atrofia intelectual del campesino. Aquí tenemos, de nuevo, otra base firme para los métodos de conscientización de Paulo Freire.

Es animador ver hasta qué punto estas ideas influyeron el pensamiento de los especialistas de la comunicación latinoamericana 1.

Comparé las recientes palabras de Luis Ramiro Beltrán con aquellas expresadas en el Seminario en Santiago en 1964:

“Frecuentemente, la comunicación significa el proceso de transmitir las maneras de pensar, sentir y comportar de una o más personas a otra persona o personas. Generalmente, se entiende que por tal “transferencia” el remitente tiene como su intención principal la de persuadir al receptor a adoptar estos modos de comportamiento.

Este concepto de la comunicación es cuestionable. Se basa en una analogía mecanicista cuya validez se puede dudar. Y, lo peor, lleva implícitamente una visión autocrática de la relación entre los seres humanos. Presume que una fuente activa opera sobre un receptor pasivo por medio del monólogo persuasivo. Así sugiere una relación vertical en la cual la fuente tenderá a dirigir o dominar el comportamiento del receptor”.

“Alternativamente, es posible entender la comunicación como un proceso de interacción social, basada en el uso de sistemas simbólicos, por los cuales los seres humanos intercambian, con una transacción dialogal las experiencias efectivas y cognoscitivas, las cuales influyen el comportamiento de cada uno con varias intenciones”.

“Esta manera de entender la comunicación presume una relación horizontal entre la fuente y el receptor, basada en el diálogo. Implica una oportunidad gratis e igual para la influencia mutua. Y no reconoce la meta de la persuasión como el principal propósito de la transacción social” (18).

El cambio en la orientación de la comunicación no ocurrió solamente en el nivel de ideas, se está implementando prácticamente, por lo menos en Chile, donde el Proyecto de la Comunicación Nacional para 1972 (19), trazado por el Instituto del Entrenamiento y de la Investigación para la Reforma Agraria (ICIRA), incluye unas actividades bien planificadas para la participación del campesino en los diferentes niveles de la formación de decisiones y de la administración, en la agricultura comunal 2.

En el Brasil, el Estado de Piauí es actualmente el teatro de un interesante experimento social de la participación del campesino en el desarrollo rural, sin una modificación estructural de la tenencia de la tierra, el cual tiene el apoyo del Ministerio de Educación, el Ministerio de Planificación, el Gobierno Estatal y la Universidad Estatal de Piauí.

RESUMEN DE LA PARTE I

La primera parte de este informe intentó mostrar que el concepto fundamental de la comunicación en América Latina evolucionó de un énfasis sencillo sobre los elementos separados del proceso de la comunicación (el contenido, los códigos, los efectos y los receptores) por medio de la comprensión de su naturaleza procesal y sistemática, al conocimiento de la influencia restrictiva y condicionada de los factores socio-estructurales. Aunque esta comprensión no es compartida de ninguna manera por todos los practicantes de la comunicación, todos enfrentan el mismo dilema: la necesidad de integrar armónicamente dos funciones importantes de la comunicación en el desarrollo: su función como un vehículo para la transferencia de la tecnología y su función como un promovedor del crecimiento personal y de la liberación social. Mientras que la mayoría de nosotros consideramos "la conscientización" y "la tecnificación" como metas que valen la pena, las urgencias del desarrollo económico y la resistencia de los élites conservativos ponen un esfuerzo excesivo en su compatibilización.

Aparte de este dilema, la comunicación como una ciencia y como un arte ha visto su campo de aplicación tremendamente aumentado y diversificado en los últimos diez años. Así, para discutir las líneas generales de una política de entrenamiento, tenemos que examinar ahora cuáles son las actuales demandas societarias sobre la comunicación.

P A R T E I I

Las demandas de la sociedad sobre el entrenamiento de la comunicación

La pregunta planteada por el presidente de este seminario parece estar dirigida a exactamente los problemas más serios que América Latina enfrenta en esta década: cómo conseguir empleo para tantos millones de desempleados y cómo distribuir mejor un ingreso actualmente concentrado densamente en la parte superior de la pirámide poblacional. Según Jacob Schatan (22), basado en los datos del ILPES y CELADE:

"...alrededor de un tercio de la fuerza laboral agrícola de América Latina está desempleado, incluyendo en este concepto todas las personas abiertamente desocupadas, aquellas que trabajan temporalmente y aquellas ocupadas en una unidad económica donde trabajan a niveles anormalmente bajos de productividad. En algunos países esa proporción alcanzaría más de la mitad".

Respecto a la distribución de los ingresos dentro del sector rural, los datos de CEPAL indican que mientras alrededor del 2% de la población activa recibió el 20% del ingreso líquido en 1965 (el cual signi-

fica un ingreso per cápita de más de U.S. \$ 7.000,00), al otro extremo de la escala social, el 65% de la población agrícola, alrededor de 19 millones de personas activas o 60 millones de personas, tuvieron un ingreso de U.S. \$ 290 por cada persona activa por cada año o U.S. \$ 90 por habitante. Esto significa que este último grupo enorme recibió un ingreso 23 veces menos de lo que recibió el grupo más rico. Schatan comenta que (22):

“Considerando que en el resto de la región la situación es semejante, o aún peor, podemos concluir que no menos de 80 millones de personas rurales en América Latina, viven bajo condiciones de una miseria extrema... solamente comparable a la situación encontrada en las regiones más pobres del mundo”.

Por supuesto, el desempleo y el bajo ingreso son solamente dos caras del mismo fenómeno: la marginalidad. Desafortunadamente, a lo mejor la marginalidad aumentará más bien que bajar: (Schatan, página 7).

“...alguna información fragmentaria nos permite declarar que el proceso de la concentración del ingreso y el aumento de la miseria de las grandes masas rurales indican que el problema pudiera hacerse más acentuado”.

La clase de solución política que se dará a estos problemas dependerá del modelo de desarrollo adoptado por los diferentes países. Algunos escogerán acelerar la migración de la gente rural a las ciudades, otros lanzarán drásticos programas de reforma agraria, y todavía otros aliviarán el problema por medio de la colonización de nuevas tierras y de esta manera aliviarán las actuales tensiones sociales.

Sin embargo, independientemente de las posibles soluciones políticas, podemos señalar que de todos modos se tendrá que tomar ciertas acciones en América Latina, las cuales para ser más efectivas pedirán la intervención de la comunicación. Al identificar aquellas acciones podemos tener una base para las guías de una política para el entrenamiento de la comunicación. La siguiente es una lista incompleta de aquellas posibles actividades:

1. “La conscientización” de los líderes

La experiencia ha demostrado (23) (24) que muchos esfuerzos iniciados por las comunidades rurales para su propio mejoramiento encontraron una seria resistencia de los líderes locales, regionales y nacionales. Puesto que muchos de estos líderes pertenecen a una previa generación, tienen intereses en el mantenimiento del *status quo*, o sencillamente tienen la mente rígida y no entienden la necesidad para el cambio; se debe encontrar las maneras para ayudarlos a ser más

favorables a la idea general del cambio. Se necesita una nueva pedagogía para aumentar la conciencia social del líder.

2. El entrenamiento de los agricultores en las destrezas de la comunicación

Solamente por medio de la participación genuina de los agricultores y los campesinos serán verdaderamente exitosos y duraderos los programas de desarrollo rural. La gente rural, en general, carece de las destrezas necesarias para expresar sus ideas, para enterarse de sus problemas y dar sus opiniones acerca de lo que se debe hacer. Siguiendo el ejemplo de Chile, los comunicadores deben encontrar las maneras para entrenar a los agricultores en el uso de las mismas maneras de comunicación que en el pasado se utilizaron **sobre ellos** y a veces **contra ellos**.

3. El desarrollo de los mecanismos de la comunicación de retorno

La capacidad de los agricultores para expresarse es una parte de un desafío más grande a los comunicadores: la invención de mejores mecanismos para informar a los centros nacionales donde se hacen las decisiones y se resuelven los problemas acerca de la situación de la población rural, sus realizaciones y aspiraciones. Actualmente rara vez las encuestas de la opinión pública cubren las áreas rurales y analfabetas de nuestros países. Muchas veces los trabajadores de extensión y de la información pasan los comunicados desde arriba a la gente en vez de la gente a las autoridades.

4. La educación masiva por los medios de comunicación colectiva

Cada vez más nos llamarán a aconsejar los gobiernos y las instituciones privadas sobre el establecimiento de los sistemas de radio y televisión en la educación. Una nueva pedagogía masiva está naciendo (25) (26) (27), la cual eventualmente puede reemplazar muchos de los sistemas tradicionales de enseñanza.

Será particularmente importante imaginar programas nuevos y creativos orientados a la juventud rural cada vez más grande y activa. Referente a lo actual, no conozco ningún programa radiofónico que esté preparado especialmente para los niños, a pesar del conocimiento general que están abiertos al cambio y ansiosos para la innovación.

5. La organización rural para la presión del grupo

La participación de los agricultores y los trabajadores agrícolas en las decisiones políticas y económicas que afectan su bienestar, solamente será posible en América Latina si se organizan en sindicatos, cooperativas y sociedades de ayuda mútua nacionalmente. El trabajo

en este campo requiere una clase especial de comunicación que no es muy desarrollada entre nosotros, pero la cual es muy necesaria.

6. La participación de la comunicación en la planificación del programa

Mientras que en el pasado se utilizaron los trabajos agrícolas de la comunicación solamente para ejecutar los planes hechos por otros técnicos sin consultarlos, en el futuro estarán llamados a sentarse a la mesa de planificación con economistas, agronomistas y administradores, para poner a trabajar su conocimiento de las variables humanas tales como el nivel de conocimiento, las actitudes, la motivación, el vocabulario, etc., para obtener la participación en el proceso de la planificación (28).

Entonces el diseño de la estrategia de la comunicación estará reconocida como una parte vital de la planificación del programa. Esto requiere un método diferente en el entrenamiento de la comunicación, el cual debe estar basado por una parte en la teoría de la planificación y por otra parte en la facilitación de la gente en ese proceso.

7. El desarrollo institucional y la coordinación

El proceso del desarrollo requiere cambios en los hombres y en las estructuras sociales, pero también exige la transformación de las viejas instituciones y la creación de nuevas instituciones. La teoría de la organización moderna revela la importancia crucial de una comunicación eficaz interna y externa para la productividad institucional (29) (30). En cambio, también la coordinación intra-institucional es necesaria para el desarrollo nacional y regional y una buena comunicación está a la raíz del desarrollo.

Sin embargo, muy pocos especialistas de la comunicación son competentes en el análisis institucional y en su desarrollo, a pesar del hecho que ahora tenemos la ayuda de una nueva disciplina: el Análisis del Sistema. Un ejemplo de una posible aplicación fértil de la comunicación y del análisis de sistemas puede estar encontrado en el campo del mercadeo agrícola. El sistema de mercadeo tiene muchos ingredientes de la comunicación dentro de su pronóstico de la cosecha, la información de precios y los sub-sistemas en la educación del consumidor, para citar solamente unos pocos de los ingredientes (31) (32).

8. La organización y la distribución de la información

Hasta la fecha, la organización y la operación de los centros de documentación y los bancos de datos han estado en las manos de los bibliotecarios y documentalistas. Sin embargo, con el movimiento de esos centros de una orientación de ingreso a una de rendimiento para servir a los grupos trabajando en los programas del desarrollo, los es-

pecialistas de la comunicación deben entrar en este campo de expansión, para complementar las habilidades de los bibliotecarios y los documentalistas con su conocimiento más amplio de las estrategias de la ciencia del comportamiento y de la difusión de mensajes.

9. La transferencia de la tecnología y la popularización de los resultados de la investigación

Aunque una gran parte de la población rural latinoamericana todavía está en la etapa para la cual la “conscientización” debe ser el primer paso hacia el desarrollo, hay otro grupo que ya ha adquirido la conciencia de sus necesidades y que ve la transferencia de la tecnología moderna como la primera prioridad. Las dos porciones de la población necesitan adquirir prácticas de producción más eficaces y lucrativas.

Cómo transferir la tecnología de una manera más dialogal y pedagógica que la de la vieja mentalidad de la transmisión, es otro desafío que enfrenta a la nueva generación de los comunicadores agrícolas. Insistimos que los esfuerzos masivos para aumentar la producción y la productividad entre las masas rurales son indispensables para el desarrollo. Cómo hacer esto sin ampliar a la vez la distancia entre las pequeñas granjas familiares y las grandes empresas comerciales, es un asunto de importancia.

La transferencia de la tecnología es solamente una faceta del problema general de la popularización de los resultados de la investigación, un problema que todavía se trata pobremente en América Latina. A pesar del hecho de que la extensión agrícola está dirigiendo a los agricultores una cantidad considerable de los resultados de la investigación (cuando son disponibles), no hay un consistente mecanismo de comunicación en la mayoría de nuestros países para interpretar y entregar versiones simplificadas de estos resultados al público por los medios de comunicación colectiva.

10. El entrenamiento técnico de la fuerza laboral agrícola sin tierras

Aunque soñemos el día en el cual cada campesino tendrá su propio pedazo de terreno y cuando ningún hombre tendrá que prestar sus servicios a otros, hasta esa época, sin embargo, millones de latinoamericanos seguirán trabajando por un sueldo en las haciendas, los ranchos y las industrias rurales. Si no es posible una revolución que les daría tierras, ¿podríamos ayudarles a mejorar su capacidad de ingreso si inventáramos métodos eficaces para entrenarles técnicamente? ¿Por qué esperar a que los entrenadores industriales hagan caso a las necesidades del entrenamiento de estos trabajadores rurales? Los especialistas de la comunicación, al estudiar los principios de la enseñanza y los métodos modernos de la tecnología instructiva, pue-

den adaptarlos para el entrenamiento técnico del obrerismo agrícola inexperto.

Este entrenamiento también tendría otro objetivo: prepararles para mover al trabajo industrial si necesitan abandonar sus opresivas condiciones rurales, y así están haciendo millones de personas. Es particularmente urgente para los hijos jóvenes de los agricultores que aspiran una mejor vida para sus hijos.

11. La información y la educación de la planificación familiar

Ultimo en orden pero no en importancia, se debe aplicar los principios y las técnicas de la comunicación a esta área compleja y delicada, la cual se acerca a las creencias y los valores profundamente arraigados. Es una área que exige el entrenamiento especial de los especialistas de la comunicación.

RESUMEN DE LA PARTE II

Si aceptamos la declaración de nuestro presidente que todavía durante algún tiempo "se tiene que tratar una porción más grande de los asuntos de ingreso y empleo en las áreas rurales", entonces estamos enfrentados en los desafíos de proporciones significantes en el campo de la comunicación al servicio del mejoramiento de la vida rural.

En esta sección tratamos de identificar ciertas acciones que, independientemente de las soluciones políticas escogidas para los problemas del desempleo y la distribución del ingreso, y no importa cuál modelo de desarrollo está adoptado, nuestros países tendrán que emprender en la próxima década.

El objetivo de este ejercicio ha sido el de descubrir las demandas de la sociedad sobre la comunicación, el conocimiento de las cuales nos puede orientar en la búsqueda de una adecuada política para el entrenamiento de la comunicación.

Nos habría gustado sistematizar estas demandas dentro de un modelo conceptual unificador, pero el tiempo nos impidió hacerlo. Así, se presentó una simple lista, de las áreas que requieren la intervención de la comunicación, y consecuentemente, cuál puede tener una influencia sobre la selección de los objetivos, los contenidos y los métodos para el entrenamiento de la comunicación.

P A R T E I I I

Las Implicaciones para el Entrenamiento de la Comunicación

La primera parte de este informe presentó, esperamos, una vista de la actual orientación filosófica de la comunicación del desarrollo en América Latina. En cambio, la Parte II nos dio una muestra de las posibles áreas que exigen la intervención de la comunicación.

Pensamos basar en estos dos aspectos nuestras sugerencias para las guías, las metas, los objetivos, el contenido y los métodos del entrenamiento.

1. Las guías del entrenamiento

- a. El concepto actual de la comunicación parece exigir del entrenamiento de la comunicación un método orientado más estructuralmente, sistemático, concentrado en el problema, intra-disciplinario, pedagógico, masivo y orientado a la acción.

Una orientación más estructural quiere decir que las personas que se entrenan deben estar enteradas de las pasadas condiciones que históricamente han determinado las actuales estructuras socioeconómicas y de las fuerzas sociales que actualmente funcionan para defender o cambiar el **status quo**, y, en consecuencia, para determinar las clases de relaciones que prevalecen entre el sector urbano y el sector rural, y entre los diferentes grupos que componen éste. Así, la persona que se entrena estará preparada para distinguir las intervenciones de la comunicación que les beneficiarán a los menesterosos en sus esfuerzos para cambiar, de aquellas intervenciones que solamente aumentarán las ganancias de los terratenientes y de los agricultores comerciales.

Más sistemático quiere decir que la persona que se entrena observará el desarrollo del sector rural como una parte orgánica del desarrollo general del país y las instituciones como sub-sistemas interrelacionados de un sistema más amplio. Como un ejemplo, ver lo que Edward Schuh (33) sugiere para el entrenamiento de los economistas agrícolas:

“También lo que ayuda es que el técnico se considera primero un economista y segundo un economista rural. De esta manera, se estudiará la agricultura con relación al sector no-agrícola y los problemas que tienen sus raíces en el sector no-agrícola estarán reconocidos más fácilmente”.

Más concentrado en el problema quiere decir que se basará el entrenamiento en la observación crítica de nuestra propia realidad, con sus propios problemas especiales y potenciales, y ya no exclusivamente en las especulaciones intelectuales basadas en las realidades extranjeras.

Más interdisciplinario quiere decir que el entrenamiento debe recibir, de una manera integrada, las contribuciones de las diferentes ciencias para permitir que la persona que se entrena vea los diferentes ángulos de un problema. Por ejemplo, los aspectos biológicos de una práctica agrícola no deben estar estudiados aparte de sus aspectos económicos y técnicos y del lado humano y social de la vida del agricultor. Las personas que se entrenan siempre deben ver la madera detrás de los árboles y evitar una caída en la falacia del ciego y el elefante.

El método interdisciplinario requiere un cambio radical en la estructura del currículum y en la metodología de la enseñanza.

Más pedagógico quiere decir que las personas que se entrenan en la comunicación ya no pondrán su inteligencia y sus destrezas, como se pensaba deseable antiguamente, al servicio de la "ingeniería humana" dirigido a realizar las preestablecidas metas económicas por medio de la persuasión y la manipulación del comportamiento. El nuevo especialista de la comunicación que está emergiendo de un método más "humanístico" debe estar considerado un profesional de la Pedagogía Masiva y del Cambio Participante.

También quiere decir que se debe aplicar los principios del aprendizaje y los tipos de aprendizaje de una manera más científica y sistemática. Por ejemplo, pienso que se debe basar la metodología de extensión en un análisis cuidadoso de las operaciones del aprendizaje que requiere toda clase de práctica agrícola u operación. Robert Cagne clasificó los tipos del aprendizaje en ocho categorías, es decir (34):

1. El aprendizaje de las señales
2. Estímulo-reacción
3. El aprendizaje en cadena o en serie
4. La asociación verbal
5. Distinciones múltiples
6. El aprendizaje de conceptos
7. El aprendizaje de principios
8. La resolución de problemas

¿Qué tipo de acciones de aprendizaje están implicados en la adopción de una nueva fórmula de abono? De una vacuna contra la brucelosis? Del plantío de contorno?

El método pedagógico también clarificará nuestra manera para establecer los objetivos educativos. Benjamín Bloom preparó una Taxonomía de los Objetivos Educativos (35), la cual clasifica los resultados del entrenamiento en tres categorías: cognoscitiva, afectiva y psicomotor. Dentro del objetivo cognoscitivo, encontramos dos grandes sub-grupos: el aumento del conocimiento y el desarrollo de las habilidades intelectuales. El segundo subgrupo está dividido en la comprensión, el análisis, la síntesis, y el avalúo, y estos objetivos están divididos finalmente en metas educativas aún más específicas.

Esto es muy importante porque debemos escoger nuestros métodos y medios de comunicación solamente si sabemos cuáles son nuestros objetivos. En el pasado, por ejemplo, pudimos haber abusado del objetivo de "aumentar el conocimiento" sin hacer mucho caso al objetivo del "desarrollo de las habilidades intelectuales".

- b. Siendo una natural función humana y un proceso universal social, la comunicación no debe ser considerada como el patrimonio exclusivo de los especialistas de la comunicación. Así, el entrenamiento de la comunicación debe estar proveído a **toda la población rural**, como una manera para realizar una relación dialogal. Sin embargo, el tipo de entrenamiento que se proveerá variará con la relativa "densidad de la comunicación" de las funciones actuadas por los diferentes grupos. Por ejemplo, las funciones de los agentes del cambio en el campo tienen más densidad de la comunicación que las de los agricultores. La siguiente figura presenta un grupo de objetivos escogidos para el entrenamiento y pedidos por el requisito de la densidad de la comunicación en su entrenamiento.

Investigadores de la comunicación

Densidad de la comunicación Profesores de la comunicación **Figura 1**
Los estratégicos de la comunicación en general

Los estratégicos del Programa de la Comunicación Agrícola

Los especialistas del funcionamiento del mensaje y los medios

Los agentes del cambio en el campo de la Institución del Desarrollo

Los supervisores y los oficiales de la Institución del Desarrollo

Los líderes y las personas que toman las decisiones al nivel nacional, regional, y local.

Los agricultores, las amas de casa, la juventud rural, los trabajadores agrícolas en general.

El espíritu de la guía es la necesidad de que el entrenamiento de la comunicación sea masivo. Debemos vencer nuestra antigua tendencia de pensar, planear y presupuestar tímidamente cuando estaban implicadas la educación y la comunicación, y debemos encontrar los arreglos institucionales, financieros y técnicos para un levantamiento masivo de las potenciales de la comunicación de la población rural. Esta política debe animar el establecimiento de centros regionales de entrenamiento y mecanismos locales de entrenamiento; la producción de literatura y materiales de entrenamiento; el uso extensivo e intensivo de la radio y la televisión para el entrenamiento de grupo, y más importante, los sistemas de refresco para las personas que han estado entrenadas y que ahora desean utilizar sus destrezas de la comunicación nuevamente adquiridas.

Joao Goncalves de Souza propone la institucionalización del proceso de entrenamiento de la población rural para el cambio:

“Para obtener tales resultados más eficaz y masivamente, los países deben promover: cursos básicos de extensión rural para hombres, mujeres y niños, demostraciones prácticas, cursos intensivos, sesiones fijadas o esporádicas del sector rural, etc. Se debe hacer esto institucionalizando el programa de trabajo, el cual debe tener el carácter de una actividad continua en la cual los beneficiarios del proceso de

cambio participarían, particularmente los líderes informales de la juventud, hombres y mujeres. Las uniones de servicio, las asociaciones rurales, las cooperativas agrícolas son las maneras irremplazables para recibir y transmitir los métodos de extensión agrícola, el desarrollo de la comunidad rural, y otras técnicas para mejorar las condiciones de vivienda y empleo de los **campesinos**" (36).

- c. Esto nos lleva a nuestra última pauta: el entrenamiento de la comunicación debe estar **orientado a la acción**. Dede estar emprendido como una parte orgánica de los actuales programas de acción substantiva en los cuales las personas que se entrenan son o serán participantes. La competencia de la comunicación no debe ser un fin en sí mismo sino un instrumento a otras metas y actividades más amplias. Por ejemplo, se ha comprobado que el entrenamiento del alfabetismo conduce a la frustración y el fracaso si la destreza de la lectura no encuentra una aplicación remunerable en términos de permitir que el nuevo lector se ocupe en una actividad constructiva.

La orientación de la acción es crucial en nuestra edad del aumento de la exposición a la información. Según Lazarsfeld y Merton (37):

"Una exposición constante a esta corriente de información puede servir para narcotizar, en vez de activar, al oyente o lector común. El ciudadano interesado y bien informado puede alegrarse de su propia situación noble de interés e información, sin percibir que él se ha abstenido de decisiones y acciones..."

2. **Las metas, los objetivos, el contenido y los métodos del entrenamiento**

ahora analizaremos uno por uno los diferentes niveles de las metas del entrenamiento indicados en la Figura 1.

a. **La población rural**

Obviamente, si los agricultores y los trabajadores agrícolas van a ser los principales agentes de su propio desarrollo — como exigido por un método participante al progreso — entonces también deben ser los principales objetivos del entrenamiento de la comunicación. En efecto, **todos los otros niveles de entrenamiento deben tratar de realizar bien esta meta.**

Los objetivos de entrenamiento para este grupo grande y variado pudieran estar resumidos de la siguiente manera:

- Para aumentar el conocimiento de la población rural de su situación estructural y sus causas, así como de su privación cultural y su marginalidad social.
- Para adquirir las destrezas de la comunicación que les permitirán discutir, organizar y hacer saber sus aspiraciones y opiniones al resto de la población, particularmente a los líderes cuyas decisiones son cruciales.
- Para adquirir las destrezas de la comunicación para participar eficazmente en las etapas sucesivas del proceso de la planificación del desarrollo: el análisis de la realidad, la definición de los objetivos y las pautas; la escritura y la difusión del plan; su ejecución; el control y avalúo.
- Para permitir que difundan a otros el conocimiento técnico y las destrezas que han adquirido, para hacer la transferencia de la tecnología un proceso masivo.

Esta transferencia de información y tecnología es la clave al verdadero desarrollo rural particularmente para aquellos países que carecen de las maneras financieras para reclutar el número suficiente de agentes profesionales de cambio 1. Joao Goncalves de Souza, jefe del Programa de Cooperación Técnica de la OEA llama la atención a esto cuando escribe (36):

“Hasta ahora, la mayoría de los países latinoamericanos cuya economía y fuerza laboral son predominantemente agrícolas, han entrenado a sus agentes de cambio en el extranjero, al nivel del Master, del PhD y de semejantes niveles. Sin duda, hasta recientemente esto representó una necesidad y prioridad; pero en los últimos años se está haciendo evidente la necesidad absoluta de entrenar a los técnicos del nivel mediano y amplificar el esfuerzo de entrenamiento al nivel informal de los trabajadores rurales y sus familias. En otras palabras, muchas áreas rurales de América Latina carecen de ese elemento básico e intermediario, sin el cual la investigación científica y tecnológica, así como el conocimiento aplicable a las actividades agrícolas y sociales del ambiente rural, no alcanza a la masa de campesinos. Por eso, éste continúa en su incapacidad de mejorar sus métodos de trabajo, sus condiciones de empleo, y, en consecuencia, su vivienda y la de su familia”.

De acuerdo con los dos mencionados objetivos, ¿cuáles son el mejor contenido y los mejores métodos?

Plinio de Arruda Sampaio (39), del Programa Cooperativo de la FAO/IBD, antes asociado con el ICIRA en Chile, dice:

“Si estamos tratando con la transferencia del conocimiento acerca de la naturaleza del proceso de cambio, de sus condiciones y requisitos, parece que el mejor método es concentrar a los profesores/estudiantes en un lugar relativamente aislado (escuela, granja, etc.) durante períodos de 10 días a un mes. La aislación de la rutina diaria más la interacción permanente entre los participantes y la organización y los deberes de la vida colectiva, ayudan a crear una atmósfera favorable para la transmisión de valores y actitudes. Sin embargo, la experiencia con períodos más largos de un mes no ha sido satisfactoria, porque parece que un largo confinamiento produce cierto cansancio en los participantes, el cual causa problemas de disensión y una falta de aprendizaje.

Si el objetivo va a transferir las técnicas procedentes operativas parece que el mejor sistema sería ejecutar la actividad de entrenamiento en el lugar de trabajo en unión con las actividades normales”.

El ICIRA ha aplicado estos métodos para el entrenamiento de los agricultores así como de los oficiales locales de la Corporación de Reforma Agraria.

Para 1972, ICIRA innovará sus métodos de entrenamiento aún más imaginativamente por medio del uso de los medios modernos de la comunicación, tales como la televisión, la radio, los periódicos y las películas. Permítanos mencionar brevemente algunas de sus procedencias:

Televisión

La oficina central audio-visual de ICIRA producirá unidades de entrenamiento en video-cintas sobre las técnicas agrícolas, la administración, las procedencias sociales, etc. Por medio de ocho equipos de televisión se presentarán las cintas a los grupos de agricultores en los **Consejos Comunales Campesinos**, donde se filmará la comunicación de retorno sobre su contenido. Se enviará esta comunicación de retorno a la oficina central y se la incorporará a la unidad original de entrenamiento. Se envía otra vez la unidad revisada al campo, junto con una nueva unidad que necesita la comunicación de

retorno. De esta manera, cada situación de entrenamiento incluirá, a la vez, la participación del agricultor y el avalúo de los resultados de esa participación.

Otros medios visuales que se utilizarán son las diapositivas sincronizadas con la narración y los efectos de sonido, y pequeños filmes de un solo concepto y películas en general.

Seminarios gráficos

Se incentivará a los **Consejos Comunales Campesinos** a elaborar sus propios folletos y posters. A este efecto, se conducirán los seminarios para entrenar a los miembros sobre el uso de estos medios, con el objeto de producir verdaderos "periodistas campesinos" que estarán encargados de todo lo que se refiere a la activación, la comunicación y la propaganda.

Radio

La oficina central produjo 120 programas radiofónicos en 1972, los cuales transmitieron por cadenas regionales o zonales así como de las estaciones locales.

b. Los líderes y las personas que toman las decisiones

Los objetivos de entrenamiento para este grupo pueden ser:

- Aprender cómo escuchar la voz de la gente
- Inventar los mecanismos institucionales para la comunicación de retorno y el diálogo
- Adquirir las destrezas de la comunicación para alcanzar a la gente de una manera más democrática y pedagógica, sin el paternalismo y la propaganda persuasiva.

Es evidente que antes de tratar de entrenar a estos líderes en la comunicación deben estar expuestos a una etapa de "entrenamiento de sensibilidad" en la cual estarían invitados a aceptar la idea general del cambio como la verdadera esencia del desarrollo. En un previo informe he tratado de diseñar tal experiencia del entrenamiento de sensibilidad para abrir las mentes de los líderes para aceptar el cambio (40).

c. Los supervisores y los oficiales de la institución de desarrollo

Mantendríamos los mismos objetivos mencionados para el previo grupo, pero añadiríamos otro:

- Adquirir las destrezas de la comunicación para transmitir a sus superiores de una manera convincente los problemas, las aspiraciones y las necesidades de la gente.

Este objetivo requiere el estudio de los canales inter-institucionales de la comunicación y sus procedencias, aparte de los principios generales de la comunicación.

Plinio de Arruda Sampaio (39) informa sobre los métodos de ICIRA para el entrenamiento de los oficiales locales gubernamentales: "La experiencia ha demostrado la superioridad de la discusión en grupo, los seminarios, las mesas redondas y otras formas de actividades pedagógicas basadas en el libre diálogo entre los participantes sobre el método de conferencia".

d. Los agentes de cambio en el campo de la institución de desarrollo

Aunque los previos tres grupos también son "agentes de cambio", presumimos que los trabajadores de la extensión agrícola y la educación de salud, los promovedores de la reforma agraria, y otros, quienes están en contacto cercano con los agricultores, en el campo tienen una "responsabilidad de cambio" más grande que los demás. Hernán Carrera (41) economista del IICA en el Ecuador, describe la situación como sigue:

"Los profesionales a este nivel, en el ambiente rural, son los que llevan la responsabilidad para hacer eficaz el propuesto cambio, puesto que ellos son los que "aceptan" vivir en las áreas rurales. Sin embargo, ellos son, paradójicamente, los que tienen menos conocimiento formal de lo que hay que hacer, de lo que ellos tienen que hacer, cómo hacer lo que ellos tienen que hacer y cómo pueden saber si lo están haciendo bien o mal".

En cuanto a Francis Byrnes (42), presentará sus ideas sobre las cinco áreas de la competencia necesitadas por un buen agente de cambio, es decir:

1. La competencia técnica
2. La competencia económica
3. La competencia científica
4. La competencia agrícola.
5. La competencia de la comunicación.

Limitaré mi análisis a otros aspectos del entrenamiento de los agentes de cambio que pueden ser pertinentes. Como una base utilizaré las ideas contribuidas por un grupo de colegas y amigos a quienes pedí sus opiniones (43):

1. Se debe entrenar a los agentes de cambio para ser **receptores** más bien que fuentes de su comunicación con las comunidades rurales; **colaboradores** más bien que manipuladores. Esto implica que su **habilidad de descifración** debe estar desarrollada, para que puedan percibir adecuadamente las necesidades y problemas de la gente, dentro de una verdadera comunicación de dos vías. La actual imagen del comunicador como un “difusionista” debe estar cambiado.
2. Hasta ahora el agente de cambio ha trabajado como un canal de información desde los centros de decisiones (ver figura 2) a las comunidades B. Si esta corriente tradicional está cambiada desde B a la A, el agente de cambio continúa en su situación de intermediario, pero ya no para persuadir la B, sino la A. Así, el cambio no es solamente en el rumbo de la corriente sino que implica un cambio más profundo en el mismo sistema de planificación, y, en consecuencia, en la clase de conocimiento requerida del agente de cambio y del comunicador. Por ejemplo, necesitará más conocimiento de la planificación de programas.
3. Se debe concebir la acción de la comunicación dentro del contexto del subdesarrollo de América Latina y este contexto tiene que servir como la base para el entrenamiento del agente de cambio. Se requiere la comunicación para el cambio y no para mantener al “status quo”. Así, el agente de cambio debe tener unas ideas claras de lo que es el sub-desarrollo, incluyendo los problemas rurales bis a bis la dominación urbana.

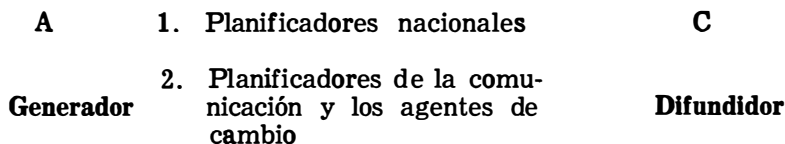


Figura 2



4. Si vemos la figura 2, observaremos que tiene cuatro cuadrantes: A y B en el campo del generador, y C y D en el campo del difundidor. Para cada cuadrante, se necesita un conocimiento y destrezas específicos. Por ejemplo, en

D (Comunicador-Comunidades) el agente de cambio necesitará el conocimiento acerca de la motivación, el uso de las ayudas audio-visuales, etc. En **B (Comunidades-Comunicadores)** necesitará los métodos de diálogo; en **A (Comunicador-Planificadores)** necesitará un concepto de teorías de desarrollo y métodos de planificación y programación, etc.

Para Max Reindl, de Chile (44) la participación del agricultor impone en los agentes de cambio la necesidad de estar mejor entrenados en la Comunicación Interorganizativa e Interinstitucional. Las razones son:

“Comúnmente se ha puesto mucho énfasis sobre los agentes de cambio en la enseñanza para comunicar con los agricultores, pero no se hace nada para enseñarles a transmitir información de los agricultores a las instituciones representadas por los agentes. La consecuencia es que los agentes de cambio carecen de la habilidad de relacionar los problemas rurales a la estructura organizativa a la cual pertenecen, así como a la estructura de la comunicación interinstitucional”.

Hernán Carrera (41) presenta dos ideas interesantes: la necesidad de entrenar a los **promovedores** y la necesidad de entrenar a **comunicadores más especializados**.

Promovedores: Aparte de la promoción general de la idea del cambio y del desarrollo, Carrera piensa que se debe entrenar a promovedores especiales para hacer pensar a la gente y discutir acerca de los diferentes aspectos del desarrollo:

“Pudimos pensar en la promoción de los cambios estructurales, en las formas de producción asociativa, tales como aquellas creadas por la Reforma Agraria; la promoción de organización campesina; la promoción de la asociación de las personas que utilizan los servicios estatales; los promovedores de la colonización; de los aumentos de producción y la diversificación de la cosecha; los promovedores de los cambios en la estructura del consumo programado para aumentar la demanda de los productos estratégicos que aceleran el desarrollo del sector agrícola; los promovedores de los programas sociales tales como la educación, la salud, la vivienda, y el desarrollo de la comunidad”.

Comunicadores más especializados: Para los agentes de

de cambio ubicados en las posiciones centrales de las instituciones de desarrollo, Carrera propone la creación de nuevas especializaciones en el campo de la comunicación, es decir:

La metodología para el entrenamiento del personal
La comunicación interorganizativa e interinstitucional
La comunicación institucional externa
La escritura científica y técnica

Aunque la mayoría de los actuales comunicadores bien entrenados, con un esfuerzo concentrado, podrían dominar estos campos específicos, es verdad que rara vez las instituciones de entrenamiento dan importancia al desarrollo de un curriculum concentrado para asegurar que estas áreas mencionadas por Carrera y otras áreas igualmente necesitadas, estén adecuadamente cubiertas.

Se envió otra valiosa idea al autor por el Dr. Hernando Bertoni (45). El Ministro de Agricultura de Paraguay, se refiere a la situación bilingüe.

“Tenemos que tomar en cuenta el hecho de que el público rural en nuestros países entienden los mensajes mucho mejor si están hablados (o escritos) en la lengua materna (guaraní en Paraguay). Así, su entrenamiento debe ser conducido por los profesores que tienen este conocimiento y no solamente de las lenguas maternas sino también del ambiente en el cual tendrán que actuar los agentes de cambio”.

El Dr. Bertoni también declara que “es necesario que se entrenen los agentes de cambio para poder tomar la iniciativa y las decisiones en las oportunidades donde se requirieron éstas”. Esta última condición exige la práctica realística en la resolución de los problemas y la toma de decisiones por las personas que se entrenan.

Podemos resumir este segmento sobre el entrenamiento de los agentes de cambio, con un recordatorio que recibimos de Thomas J. Burke (46), director de centro de entrenamiento de la Secretaría de Agricultura del Estado de Sao Paulo, Brasil:

“El hecho fundamental, al nivel de las organizaciones encargadas de promover el cambio y al nivel de los mismos agentes de cambio, es que existe el conocimiento que la

naturaleza del trabajo del agente de cambio es eminentemente educativa”

Para Burke, educativa quiere decir:

“Cada agente de cambio tiene que estar totalmente consciente de que su rol social consiste en inducir y librar el proceso de cambio, un proceso que siempre tiene un comienzo en el agricultor mismo, por medio del estímulo al desarrollo potencial del agricultor para la modificación de su relación con sí mismo, con otros y con el ambiente donde vive”.

Si éstos son los requisitos, cómo y dónde se debe preparar a los agentes de cambio para su misión difícil?

La mayoría de las personas consultadas parece favorecer la posición de que se debe entrenar a los agentes de cambio al nivel universitario. Algunas opiniones apoyan la introducción de las disciplinas de la comunicación y/o la extensión dentro del curriculum de la escogida carrera substantiva, tales como la agronomía, la medicina veterinaria, la economía, la sociología, las ciencias domésticas, etc. Otras opiniones apoyan la oferta de cursos cortos para los profesionales que están implicados en la promoción del cambio, para darles más conocimiento de la ciencia del comportamiento, de la planificación y de las habilidades de la comunicación.

Un tercer grupo de opiniones apoyan la especialización de la Extensión o la Comunicación en el último año o semestre de agronomía, medicina veterinaria, etc.

Parece haber unanimidad en rechazar una carrera especial universitaria para preparar los agentes de cambio.

Mario Yuri Izquierdo, especialista de las cooperativas de la OEA dice:

“Respecto a las alternativas que usted menciona, desde el comienzo eliminaría el nivel profesional de los estudios universitarios (de la Comunicación) porque, aunque no deben existir como una profesión por sí mismos, tienen que formar parte del curriculum regular de las varias carreras relacionadas al campo social” (47).

Ahora me toca a mí examinar todas estas opiniones.

¿Por qué no puede ser posible, y deseable, preparar a los estudiantes en las universidades con la meta específica de hacerles agentes de cambio? ¿No son los agentes de cambio rural también educadores informales de las masas? ¿No llegarán a ser educadores los profesores preparados durante cuatro años? Y ¿no es el proceso de cambio lo suficiente complejo, lo suficiente serio, lo suficiente caro, para merecer a un profesional completamente preparado, quien estudiaría cuatro o cinco años para saber ayudar a la gente a realizar uno de los procesos más cruciales y difíciles de nuestra historia, el cual es el proceso de cambiar las creencias, las actitudes, los valores, el comportamiento, las instituciones, y las estructuras sociales, para realizar un desarrollo nacional que está prolongado y de carácter igualitario? ¿Por qué no debemos pensar en un currículum especial para formar los agentes de cambio agrícola, los agentes de cambio en la salud pública, los agentes de cambio en la salud animal, los agentes de cambio en el desarrollo de la comunidad, los agentes de cambio en la estructura agraria y en las instituciones rurales?

No debe ser difícil un ciclo básico por el cual pasarían todos los futuros agentes de cambio, seguido por un ciclo específico en el cual los agentes de cambio especializarían según su campo de actividad. Si en hacer esto los estudiantes coinciden con los estudiantes de agronomía, de medicina veterinaria, etc. en un gran número de cursos relacionados a la área técnica, es sencillamente un problema administrativo. Puesto que ahora el currículum adaptable está diseminándose en nuestros países, la puerta ya está abierta para las nuevas carreras que requiere el desarrollo de América Latina.

El asunto es decidir si continuaremos a hacer la preparación de los agentes de cambio solamente una proposición suplementaria, con toda la superficialidad y la falta de una verdadera competencia que eso implica, o la haremos una opción profesional y académica. A mi parecer, la razón más convincente para la idea de una carrera de agentes de cambio es nuestro nuevo concepto del **cambio participante**. Cuando se concibió la comunicación como la manipulación de mensajes, de los medios y de la gente, solamente se necesitaba un curso corto. Hoy, si vamos a ocuparnos en una verdadera educación de las masas, de una manera interdisciplinaria y sistemática, necesitamos estudiar mucho más la relación entre la comunicación y el cambio humano.

e. Las estrategias generales y de la comunicación agrícola

La mayoría de los dilemas del entrenamiento de los agentes de cambio también aparecen de los dilemas del entrenamiento de los comunicadores que trabajan en las posiciones superiores de las jerarquías organizativas.

Sin embargo, la opinión parece ser unánime a favor de su preparación al nivel post-gradó. A este nivel también se formarían los profesores y los investigadores de la comunicación (figura 2). También la opinión es unánime que se debe efectuar el entrenamiento post-gradó en América Latina.

Pues, resulta que en toda América Latina hay solamente una universidad que ofrece cursos de post-gradó en la Comunicación Rural y esa es en Chapingo, México.

El otro programa existente, establecido en 1967 en la Universidad Agraria La Molina, fue terminado a causa de una falta de apoyo por la universidad y por IICA (48).

Me alegro anunciar, sin embargo, que la Universidad de Brasilia está planeando para comenzar un curso al nivel de Master de Ciencia sobre la Comunicación para el desarrollo, en agosto de 1973.

Es mi deseo que el programa brasileño edifique sobre los errores cometidos en La Molina, y que los estratégicos de la comunicación y los educadores de las masas se preparen hoy. Para realizar esta meta, se puede hacer unas pocas consideraciones:

1. Si su orientación será verdaderamente estructural, sistemática, orientada al problema, interdisciplinaria, pedagógica y orientada a la acción, entonces el curriculum, los métodos y la administración del programa deben ser tales para dar a los estudiantes un ambiente vivo y de aprendizaje en el cual los estudiantes internalizarán estas orientaciones.

¿Qué quiere decir esto funcionalmente?

Se debe estructurar el contenido del curriculum en la forma de **módulos integrados o interdisciplinarios**, en vez de en la forma de separadas disciplinas auto-suficientes. Por ejemplo, un módulo sobre el **Subdesarrollo y el Desarrollo** pudiera ser integrado por el espectro entero de factores que determinan el sub-desarrollo y el desarrollo. Estos incluirán los aspectos

sociológicos, económicos, psicológicos, culturales e históricos, que deben estar estudiados como las estructuras complejas que son, y con relación a sus estructuras más amplias, tales como la estructura de poder internacional, las fuerzas del mercado internacional, etc. Por ejemplo, otro módulo de curriculum pudiera ser las **Lenguas no verbales de los campesinos**. En este módulo los profesores de las diferentes disciplinas implicadas discutirán con los estudiantes las señas no verbales para las transacciones económicas, para la conversación técnica, etc. y la base perceptual, cultural y sociológica para estas señas y su significado.

2. Se debe hacer la selección de los módulos integrados para componer el curriculum graduado a base del producto final, es decir, qué es lo que se espera que haga el estratégico de la comunicación para el desarrollo rural. Ya no se debe establecer el curriculum a base de las disciplinas tradicionales y su contenido de conocimiento.

En otras palabras, el programa debe elaborar una lista de los **comportamientos finales** deseados para los estudiantes al final de su carrera, en términos de las **funciones que tienen que ejecutar competentemente**. Por ejemplo, si una de las funciones fue: **medir la influencia de la televisión sobre los televidentes rurales**, debe existir en el curriculum un módulo integrado en el cual los estudiantes aprenden los diferentes aspectos de televisión: tales como: a) las intenciones de la fuente, b) las objetivas estructuras comunicativas del mensaje de la televisión, c) las posibles reacciones del público con relación a la a) y la b), d) los mejores instrumentos para la medida del efecto, etc. (49).

Como se puede ver, en este contexto, se trata del conocimiento solamente como una manera de realizar los comportamientos operativos. Así, se edifica el curriculum sobre la base de los servicios profesionales que se rendirán, y no sobre todo el conocimiento acumulado en el campo ya amplio de la comunicación.

3. Este método de planear el curriculum puede parecer demasiado pragmático a algunas personas. Sin embargo, la necesidad de economizar en el conocimiento supérfluo debe ser compensado por la necesidad de estudiar con una profundidad adecuada aquel conocimiento que se considera indispensable.

Por ejemplo: mi programa de estudios de la **Comunicación** en los Estados Unidos cubrió de la manera **más superficial** los temas tales como:

La teoría y los métodos del aprendizaje
 La teoría de las señas (semiología)
 La teoría de la información
 La comunicación institucional
 El análisis de los sistemas
 La teoría y los métodos de la planificación
 todas las cuales son áreas del conocimiento que necesitaba
 urgentemente después de graduarme.

Se puede atribuir esta deficiencia al hecho de que ni yo como estudiante, ni la facultad tuvimos unos objetivos claros en términos de las competencias operativas para nosotros los estudiantes graduados de la Comunicación. Se puede decir que esto depende del estudiante decirlo. Esto puede ser la verdad en los Estados Unidos, donde las universidades pueden ofrecer los cursos graduados a lo largo de un espectro muy amplio de opciones. Sin embargo, eso es un lujo que no podemos brindar en los países en desarrollo, donde tenemos que limitar nuestros objetivos y trabajarlos en detalle.

Si nuestro objetivo es el de formar a un estratégico para el desarrollo rural participante, por ejemplo, tendríamos que entrar en detalle con los módulos de curriculum escogidos con miras a las competencias finales pertinentes al estratégico de la comunicación. Por supuesto, si más tarde ampliamos nuestro objetivo para preparar también el personal para los centros de información y documentación, estructurariamos otras series de módulos del curriculum.

- Las clases deben ser asistidas por tantos profesores como se considera pertinentes con respecto a los diferentes aspectos implicados en el módulo de curriculum que se está efectuando. El método del desarrollo de la clase debe seguir el **esquema del arco**, concentrado en el problema y sugerido por Charles Maguerez (50):

Teorización
 (Discusión del modelo)

Puntos claves
 (modelo simplificado
 del problema)

Soluciones hipotéticas
 comprobadas en comparación
 con el modelo

El problema

Aplicación a la realidad

R E A L I D A D

En este esquema los problemas son presentados por el profesor a los estudiantes o este grupo los lleva a la clase. Primero se requiere que los estudiantes describan su experiencia y sus ideas del problema y luego resuman sus puntos claves. Llegan a un modelo simplificado del problema, para buscar una explicación sobre las variables claves y su relación. Buscando las explicaciones apelan a la teoría, los resultados de la investigación, etc., punto en el cual el profesor participa proveyendo la orientación y haciendo preguntas. De la teoría y los previos resultados de la investigación los estudiantes extraen las posibles soluciones, algunas de las cuales son demasiado exageradas para ser aceptables dentro del contexto del modelo.

Las soluciones finales viables son aplicadas por los estudiantes a la realidad.

El proceso total implica la planificación y la toma de decisiones, y requiere la aplicación constante de la dinámica de grupo, la investigación en la biblioteca, la consulta externa y los proyectos sencillos de investigación. En este esquema las ayudas visuales ya no son los instrumentos de transmisión, manipulados por el profesor, sino que son los artefactos utilizados por los estudiantes para entender el problema y comunicar sobre ello. Cuando mucha información de hechos tiene que ser absorbida por los estudiantes, se debe utilizar la enseñanza programada u otros métodos para reservar el tiempo del profesor para los deberes más decisivos en vez de actuar como un transmisor de información.

5. El programa graduado debe mantener un contacto cercano y constante con la realidad fuera de la universidad. En América Latina los estudiantes graduados en Comunicación pueden tener toda clase de instituciones como laboratorios en los cuales trabajan y aprenden. Si tomamos el Brasil como un ejemplo, ABCAR, la organización de extensión nacional, está tratando de organizar 16 unidades estatales de la planificación, cada una de las cuales son un estratégico de la programación de la comunicación. INCRA, la organización de reforma agraria nacional y de la colonización está preocupada porque su cadena de comunicación interna está funcionando ineficazmente. El Ministerio de Agricultura está reestructurando su organización de investigación en la forma de una moderna empresa au-

tónoma con un método dinámico para la investigación biológica, tecnológica y socio-económica y necesitará a estratégicos de la comunicación para dirigir la difusión tecnológica y la corriente de la información interna. El programa graduado de la comunicación debe firmar convenios con éstas y otras organizaciones para la práctica de los estudiantes.

6. Un peligro latente que un programa graduado de la Comunicación para el Desarrollo debe evitar es el de exagerar tanto un acento sobre el desarrollo como su acento sobre la comunicación. Tenemos que recordar que, aunque hayan muchos especialistas en el campo del desarrollo, solamente los especialistas de la comunicación dominan la ciencia y el arte de la Señal y el Símbolo y su relación al modo humano de pensar, de sentir y de comportar. Aunque estudiemos la Estratificación social y la Antropología cultural, tenemos que estudiar aún más profundamente la semiología y la psicología de la percepción, la motivación y el aprendizaje. Porque esto es nuestro oficio, nuestro campo singular de contribución.

Dos ejemplos concretos de mi experiencia justifican dicha posición:

- a. Como asesor al Servicio de la Comunicación Rural del Estado de Sao Paulo, yo había recomendado que todos los materiales de la comunicación estén revisados antes de su distribución a los agricultores. Los resultados de las primeras pruebas dramatizaron la necesidad de los comunicadores de saber más acerca de los modos de percepción y de aprendizaje de la gente rural. Cuando se probó un folleto acerca del control de la brucelosis, se descubrió que:

La mayoría de los agricultores no leen los folletos como se esperaba, es decir, de la primera página a la última. Ellos comenzaron por donde quiera que se despertó la atención.

Ellos no siguieron la serie deseada de ilustraciones indicadas por flechas y números. Saltaron de una ilustración a otra de una manera totalmente errática, según la atracción relativa de las figuras.

Ellos ignoraron los sub-títulos en el texto.

Interpretaron los dibujos literalmente: porque un dibujo de una vaca y un ternero en un pastizal tenía un contraste fuerte de blanco y negro, ellos dijeron: "Hubiera habido una sequía

terrible; el sol estuvo muy fuerte. Hay poca hierba, por eso los animales se enferman". Evidentemente el artista se concentró en dibujar la vaca y no hizo caso a la cantidad de hierba que dibujó para representar el pastizal. Pero para el agricultor esto es un asunto serio.

Tuvieron una seria dificultad al leer las palabras cortadas en el medio al final de una oración y continuadas en la próxima.

Tuvieron dificultad de relacionar el texto a su correspondiente ilustración, especialmente cuando se cambió su posición relativa.

Cuando se usó un color como un código para algo, tal como el rojo para representar la "infección de la brucelosis", los agricultores interpretaron todo el color rojo como una indicación de la infección de la brucelosis.

Rara vez se entendieron los símbolos abstractos. Por ejemplo, "tachando" un objeto, (es decir, cubriendo el objeto con una cruz para significar "eliminado") no fue entendido por la mayoría de los agricultores.

- b. El alto grado de comprensión de los materiales literarios, floridos y románticos por los campesinos ha sorprendido a mucha gente. Me refiero particularmente a los folletos populares en el noreste del Brasil. Estos son libretines baratos escritos en verso, a veces de unas 24 páginas, sobre los temas más fascinantes, tales como los crímenes misteriosos, las revueltas sociales y las aventuras románticas.

La redacción de los versos no es sencilla. Los folletos no siguen nuestro criterio racional para la escritura simplificada: palabras sencillas, significados concretos, oraciones cortas, una exacta estructura de la oración, y otras recomendaciones típicas de Fiech. Pero ¡"comunican"! Los campesinos no solamente entienden los cuentos sino que los resumen y los repiten a sus amigos y parientes analfabetos.

Esto cae bajo el nombre general de "Folkcommunication" ("la comunicación de la gente campesina"). ¿No debemos estudiar seriamente los patrones de codificación y descifración de las poblaciones rurales?

Estos dos ejemplos demuestran que el entrenamiento graduado debe preparar a los especialistas de la comunicación con un conocimiento amplio del desarrollo en vez de generalistas del desarrollo con un conocimiento superficial de la comunicación.

RESUMEN DE LA PARTE III

Esta parte discutió las pautas para el entrenamiento de la comunicación así como las posibles metas, objetivos, el contenido y los métodos del entrenamiento. Las pautas dieron importancia a la necesidad de los métodos orientados más estructuralmente, sistemáticos, orientados al problema, interdisciplinarios, pedagógicos, masivos y orientados a la acción para el entrenamiento de la comunicación. Las metas ocuparon varios niveles cuyo entrenamiento se considera crucial para la próxima década de desarrollo.

Los objetivos enfocaron la meta de la participación dialogal de la población rural en la planificación y la ejecución de las acciones de desarrollo.

Se presentaron los argumentos a favor de la profesionalización de la carrera del Agente de Cambio Rural al nivel universitario.

Se recomienda la formación de los estratégicos de la comunicación también como de los profesores, y los investigadores al nivel post-grado en las universidades latinoamericanas, bajo ciertas condiciones metodológicas y de curriculum. Se sugiere el uso de los "módulos de un curriculum integrado" para obtener una verdadera integración interdisciplinaria alrededor de los núcleos del conocimiento requeridos por los objetivos del entrenamiento. Con respecto a los métodos, el autor recomienda un esquema basado en el problema que exige la participación activa del estudiante en la realidad "problematizante", teorizándola y llegando a las soluciones adecuadas para las condiciones particulares de los países sub-desarrollados.

MATERIALES DE REFERENCIA

- (1) Beltrán, Luis Ramiro. La formación de especialistas en comunicación. En "La Comunicación en el Desarrollo Económico", informe del Seminario sobre el tema, Santiago, Chile, Octubre 26—31, 1964. p. 88—100.
- (2) Rogers, Everett. **The Diffusion of Innovations**, Glencoe, Ill. Free Press, 1962.
- (3) Bohlen, Joseph y George Beal. The social action process. IICA, ADECO Course 1960.
- (4) Spicer, Edward. **Human Problems in Technological Change**, New York. Russel Sage Foundation, 1957.
- (5) Berlo, David K. Speech at Fort Collins, Colorado, August 1958. In *Lecturas de Consulta*, ADECO Course, IICA, 1960.
- (6) Schramm, Wilbur. **Mass Media and National Development**. Stanford University Press, 1964.
- (7) IICA/AIA/Ministry of Agriculture, Santiago, Chile. Report of the Seminar on Communication in Economic Development, October, 1964 p. 9.
- (8) Myren, Delbert T. The Role of Information in Farm Decisions under Conditions of High Risk and Uncertainty. In the proceedings of the First Inter-American Research Symposium on the Role of Communication in Agricultural Development, México City, Oct. 5—13, 1964, pp. 94—00.
- (9) Díaz Bordenave, Juan. The search for instrumental information among farmers of the Brazilian Northeast. Unpublished PhD dissertation, Michigan State University, 1966.
- (10) Gruning, James. Information and the economic decision-making process of Colombian peasants. Paper submitted to the internat. Communication Division, Association for Education in Journalism, for presentation at the August 1969 Convention, Berkeley, California.
- (11) Dias, Marco Antonio Rodrigues. *Le Controle Social dans la Presse Brésilienne*. Institute Francais de Presse del Université de Paris. Mars 1968.
- (12) Roca, Luis, Los intereses económicos y la orientación de noticias sobre el movimiento campesino. *Campesino* 1 (1): 37—52 1969.

- (13) Mattelart, Armándo. Estructura del poder informativo y dependencia. Cuadernos del Centro de Estudios de la Realidad Nacional (CEREM). Santiago, Chile, N° 3: 37—76, 1970.
- (14) CIMMYT, MEXICO. El Proyecto Puebla, 1967—1969.
- (15) Freire, Paulo. Extensión o Comunicación? Santiago, Chile, ICIRA, 1969, 76 p.
- (16) Rogers, Carl. **Freedom to Learn**. Charles Merrill Publishing, Co. Columbus, Ohio, 1969.
- (17) Piaget, Jean. **Seis estudios de psicología**. Río de Janeiro, Fundo de Cultura 1961. 4ª edición.
- (18) Beltrán, Luis Ramiro. La problemática de la comunicación para el desarrollo rural en América Latina. Presentado en la Reunión Anual de la Asociación Interamericana de Bibliotecarios y Documentalistas Agrícolas, Buenos Aires, Abril 10—14, 1972.
- (19) Funes, Santiago et al.. Proyecto de Comunicaciones ICIRA 1971—1972. Santiago, Chile, 1972. 60 p.
- (20) Ministerio de Agricultura, Perú, Plan Nacional de Comunicación Agraria 1972. Oficina de Información Técnica. 110 p.
- (21) Souza, Joao Ribeiro de Projeto Piaui, Un Modelo Brasileiro de Desenvolvimento Integral Participativo. Teresina (Piaui), Projeto Piaui, 1971.
- (22) Schatan, Jacob. El problema del desempleo agrícola en América Latina. Trabajo presentado en el Seminario sobre la Marginalidad en América Latina. Santiago, Chile, Nov. 23—27, 1970.
- (23) Adams, Richard et al. **Cambios Sociales en América Latina**. México. Libretos Mexicanos Unidos, 1965.
- (24) Erasmus, Charles J. **Man Takes Control**. University of Minnesota Press 1961.
- (25) Díaz Bordenave, Juan, La radio y la televisión en la educación de las masas. IICA, Public. Misceláneas N° 39, 1966.
- (26) Beltrán, Luis Ramiro. Radio forum y radio escuelas rurales en la educación para el desarrollo. IICA, Materiales de Enseñanza de Comunicación, N° 25, 1971. 58 p.

- (27) Bernal Alarcón, Hernando. Educación fundamental integral y medios de comunicación social, Bogotá. Acción Cultural Popular, 1971.
- (28) Carvalho, Horacio Martins de. Comunicacao e Processo de Planejamento unpublished paper, Brasilia, June 1972.
- (29) Havelock, Ronald G. Planning for Innovation Through Dissemination and Utilization of Knowledge. Ann Arbor, the University of Michigan, Institute for Social Research, July 1971.
- (30) Axinn, George. A Strategy of Institution Building. Paper presented at the Center for Economic Development and Administration Conference on Institution Building and Development Tribhuvan University, Katmandu, Nepal, June 1971.
- (31) Woods Thomas y Judith G. Fender (editores). Proceeding of the Conference on Institution Building and Technical Assistance, Washington D.C., Dec. 4—5, 1969.
- (32) Smart, Lyman, F. (editor). Proceedings of the Regional Conference on Institution Building. Logan, Utah State University, August 17—21, 1970.
- (33) Schuh, Edward. **Pesquisa sobre o Desenvolvimento Agrícola no Brasil**, Brasilia Ministerio de Agricultura, 1970.
- (34) Gagné Robert. **The Conditions of Learning**, Holt, Rinehart and Winston. 1965.
- (35) Bloom, Benjamín (editor). **Taxonomy of Educational Objectives**, New York, David McKay C., 1965.
- (36) Souza, Joao Goncalves de Personnel letter to tre author.
- (37) Lazarsfeld, Paul and Robert K. Merton. Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada, in MacDonald et al. **La industria de la cultura**, Madrid, Alberto Corazón, p. 254—6.
- (39) Sampaio, Plinio de Arruda. Personnel letter to the author. Incremento acelerado de la productividad. **Desarrollo Rural en las Américas**, Vol. II N° 2, Agosto 1970.
- (39) Sampaio, Plinio de Arruda. Personal letter to the author.
- (40) Díaz Bordenave, Juan. Bases tentativas para un curso sobre la idea del cambio. Paper submitted at the meeting of the Asociación Latinoamericana de Fitotecnia, en Bogotá. Nov. 22—28, 1970.

- (41) Carrera Andrade, Hernán. Personal letter to the author.
- (42) Byrnes, Francis C. y Kerry J. Byrnes. Agricultural Extension and Education in Developing Countries. Charter B. 9 of the book **Rural Development in a Changing World**, edited by Raanan Weitz for MIT Press. May 1969.
- (43) Ramos, Eduardo. IICA—CIRA, Memorandum to the author. April 1972.
- (44) Reindl, Max. Personal letter to the author.
- (45) Bertoni, Hernando. Personal letter to the author.
- (46) Burke, Thomas Joseph. Personal letter to the author.
- (47) Yuri, Izquierdo, Mario. Personal letter to the author.
- (48) Salinas, Luis. IICA memo to the author, May 1972.
- (49) Eco, Umberto. Para una indagación semiológica del mensaje televisivo. En Umberto Eco et al **Los Efectos de las Comunicaciones de Masas**, Editorial Jorge Alvarez, Buenos Aires, 1963.
- (50) Maguerez, Charles. Elementos para una pedagogía de massa na asistencia técnica agrícola. Relatório de assessoria prestada a Coordenadoria de Assistencia Técnica Integral, Secretaria de Agricultura, Estado de Sao Paulo, Campinas, 1970.

C I T A S

- 1) : Tenemos que reconocer que precisamente esta orientación de efecto fue la base del primer programa graduado de la comunicación, establecido por la Universidad Agraria de La Molina, Perú, con la colaboración del IICA y el Consorcio de las Universidades del Medioeste para las Actividades Internacionales (MUCIA).

El método fue obviamente manipulativo. Sin embargo, en aquel entonces nuestra conciencia estaba tranquila porque se consideró la manipulación — “la manipulación responsable” — no solamente normal sino buena. David K. Berlo, (5) jefe del Departamento de Comunicación de la Universidad Estatal de Michigan, y uno de nuestros “legitimadores”, dijo en un discurso en Fort Collins a la clausura de un curso de NPAC de adiestrar al entrenador:

“Somos manipuladores. No podemos ser de otra manera, no debemos ser de otra manera. Repito. Somos manipuladores. Somos los agentes de efecto. Cuando comunicamos queremos que nuestro público sepa que algunas cosas son verdaderas y algunas no lo son — como nosotros las vemos. Queremos que nuestro público entienda que algunas interpretaciones son adecuadas y algunas no lo son — como nosotros las vemos... Comunicamos para manipular. Comunicamos para cambiar. La persona que dice que no es su intención manipular, persuadir, producir cambios y alteraciones en su público, o esconde su verdadero propósito o demuestra una falta de conocimiento de la naturaleza del proceso de la comunicación. El enseñar es manipular, el escribir es manipular, el transmitir por la radio es manipular”.

- 2) : Enfasis proveído

- 1) : Enfasis proveído

- 1) : El método mismo implica la comunicación en su mejor momento, puesto que los “temas culturales” del campesino están “codificados” según códigos de sonido o gráficos que más tarde se presentan a los campesinos como instrumentos para descubrir su propia situación existente y estructural, identificar sus necesidades y planificar las acciones para vencer sus limitaciones.

- 1) : Obviamente la evolución de la orientación de la comunicación no es independiente del concepto del “desarrollo”, siendo solamente una manifestación de un cambio ideológico más amplio. La mentalidad de la información-transmisión va con un concepto

del desarrollo como un crecimiento económico por medio de la modernización tecnológica. El nuevo concepto más humanístico de la comunicación como un diálogo está de acuerdo con el concepto más reciente del desarrollo íntegro.

- 2) : El método participante no está muy difundido todavía en América Latina. Aún en el actual Perú revolucionario, el Plan Nacional de la Comunicación Agrícola para 1972, explica su objetivo de la siguiente manera:

“...La comunicación, por medio de los Planes Zonales de la Comunicación, coordinará, sostendrá, y dinamizará la difusión de las tecnologías agrícolas en cada zona agraria, para que el Plan de la Comunicación Nacional, la cual se ha preparado con la participación directa de los Jefes de las Oficinas Zonales de la Comunicación y los Jefes de la Planificación Zonal, pueda contribuir para alcanzar las metas establecidas en el Plan Nacional del Desarrollo Agrícola” (20). Aquí no se menciona la participación del agricultor.

LA NO HOMOGENEIDAD DEL ESTADO NACIONAL Y LA CORRIENTE INTERNACIONAL DE LA COMUNICACION

Por:

KAARLE NORDENSTRENG
Profesor de Comunicación
Director, Instituto de Periodismo y Comunicación Colectiva
Universidad de Tampere
Finlandia

y

TAPIO VARIS
Conferenciante, Instituto de Periodismo
y Comunicación Colectiva
Universidad de Tampere
Finlandia

En la historia de la comunicación puede distinguirse cuatro etapas: primera, la adquisición del lenguaje, que es a la vez el nacimiento del hombre como un ser humano; segunda, el desarrollo de la escritura junto a la comunicación oral; tercera, el cambio fundamental que se produjo en esta etapa tuvo lugar cuando la reproducción de la palabra escrita por medio de la imprenta fue posible realizarlo; y cuarta, la aparición de la comunicación electrónica, comenzando con el telégrafo, el teléfono, la radio y la televisión y

continuando ahora con el desarrollo de los satélites de comunicación.

En relación a la función y el rol de los medios de comunicación colectiva en las sociedades capitalistas, cabe hacer tres observaciones básicas: 1) El uso de los medios de comunicación para esconder los antagonismos de las clases sociales dentro de la sociedad y para compensar los síntomas de alienación; 2) El uso de los medios de comunicación colectiva para ilegitimar las concretas alternativas sociales al orden existente en la sociedad; y 3) El uso lucrativo de los medios de información como una sucursal de la industria comercial.

En la época actual de integración económica, el capital está siendo más internacionalizado y llegando a ser imposible en práctica y artificial en teoría distinguir entre los elementos nacionales y extranjeros en los medios de la comunicación colectiva: los dos sirven las mismas funciones lucrativas igual que el control de la conciencia. Como se indica en el análisis de esta temática, las fronteras nacionales no son tan críticas como las fronteras dentro de las naciones, y en consecuencia, una discusión de los fenómenos internacionales como "la corriente internacional de la comunicación" (título de este documento), deben ser por lo menos tratados en parte, en términos de los fenómenos intranacionales (por ejemplo, los intereses de las clases sociales). Teniendo en cuenta estos aspectos, se estudian algunos hechos acerca de la procedencia del material para los programas de televisión en todo el mundo.

1. INTRODUCCION

A menudo el título de un informe científico contiene la esencia de la nueva contribución que el autor presenta para promover — o confundir — el desarrollo del pensamiento científico. Así, la idea principal de este informe está incluida en el concepto de la “no homogeneidad del estado nacional”, es decir en la declaración que las fronteras cruciales en el mundo no existen entre naciones sino dentro de ellas.

Desde luego es verdad que las naciones constituyen unas unidades naturales y útiles para el pensamiento diario y el análisis científico, como es indicado por C.W. Mills (1968, páginas 135—136). Pero en cambio hay el peligro de que no haremos caso de lo que ocurre dentro de las naciones y solamente tratar el concepto de la nación como una “caja negra” sin especificar su estructura interna y sus fuerzas antagónicas. Por ejemplo, el concepto popular de McLuhan de un “pueblo global” es engañoso puesto que no toma en cuenta la sociedad concreta con sus tensiones internas. De igual manera, a menudo se analizan los problemas relacionados a la corriente internacional de información sin considerar la estructura interna de las sociedades; esto también es verdad para los esfuerzos más recientes para oponer el principio tradicional de la libertad de información puesto que en la práctica tiende a trabajar a favor de las naciones económicamente fuertes y contra los países débiles y en vías de desarrollo. En consecuencia, las “naciones débiles” están recomendadas a seguir una estrategia de “soberanía cultural”, con “defensas culturales” para protegerles del dominio expansivo extranjero, “el imperialismo cultural”, (ver Schiller 1969 y Smythe 1971).

El proceso actual de integración económica internacional ha llamado más y más la atención, por lo menos en Europa, al carácter artificial y engañoso de la idea de un estado nacional soberano y homogéneo. Por un lado, se planifican y se practican el comercio y la producción internacionalmente dentro de las secciones integradas política, económica y militarmente, mientras por otro lado el trabajo manual ha confrontado las realidades de un mercado internacional. En este contexto se sabe más ampliamente — y no menos por la clase obrera misma — que en todos los países basados en una economía capitalista donde hay la misma clase de antagonismo permanente entre el sistema de producción y aquéllos que ganan su vida dirigiendo el sistema, y que la clase obrera es internacional no solamente en sus lemas sino también en la práctica (ver Mandel 1960). Tales desarrollos actuales han causado un renacimiento y un aprecio aumentado de unos documentos que tienen cien años de existencia tal como el Manifiesto del Partido Comunista:

Por medio de su explotación del mercado mundial la burguesía ha dado un carácter cosmopolitano a la producción y el consumo en cada país. Al gran disgusto de los reaccionistas, ésta ha usur-

pado ciertas ventajas al desmero de la industria nacional. Todas las originales industrias nacionales han sido destruidas o se están destruyendo diariamente. Son desalojadas por nuevas industrias, cuya introducción es un asunto de vida y muerte para todas las naciones civilizadas, por industrias que ya no labran la materia cruda e indígena, sino la materia cruda sacada de las zonas más alejadas; industrias cuyos productos son consumidos, no solamente en casa, sino en todas partes del mundo.

Esta cita clásica pone el concepto de la "comunidad internacional" en un contexto concreto. La comunidad internacional no puede ser algo abstracto, encima de naciones y clases, sino algo que recibe sus formas concretas bajo el dominio de cierta clase de sistema económico mundial.

Puesto que el sistema económico mundial nunca ha estado limitado a los estados nacionales, sino que se ha extendido para dominar la interacción entre naciones, es especialmente importante percibir las básicas estructuras económicas y las ventajas que están ligadas a ellas debajo del actual fenómeno internacional de la conciencia. Estas estructuras básicas no siguen las fronteras nacionales que hace inútil usar el concepto de la nación como la unidad básica de análisis para pensar en la corriente internacional de comunicación. Tampoco se debe utilizar los conceptos psicológicos que se refieren a la conciencia no material como el principio de guía de análisis, puesto que las tendencias principales de la comunicación al nivel internacional son determinadas principalmente según los factores económicos básicos y no como un fenómeno social independiente, como a menudo se supone. Por lo tanto, además de la idea de la no-homogeneidad del estado nacional este informe apoya otro principio básico: una distinción entre los niveles físico y psicológico y la prioridad del fenómeno materialista y económico sobre el fenómeno de la conciencia social. Así no se debe ver la comunicación colectiva como una institución aislada para la distribución de información, cultura y entretenimiento, sino como un órgano íntegro del cuerpo social, en el cual las venas más profundas y las vías del sistema nervioso transversan el tejido político-económico.

Para poder analizar objetivamente el estado actual de las corrientes de la comunicación mundial necesitamos una perspectiva histórica sobre las maneras en las cuales se ha integrado la comunicación en el sistema de producción de la sociedad y en la estructura internacional de las naciones.

2. EL DESARROLLO HISTORICO DE LA COMUNICACION EN LA SOCIEDAD

En la historia de la comunicación, se puede distinguir cuatro puntos decisivos. El primero de éstos fue la adquisición de lenguaje, el cual quiso decir a la vez el nacimiento del hombre como un ser huma-

no. El segundo fue el desarrollo del arte de la escritura al lado de la comunicación basada en el habla. El tercer cambio fundamental tuvo lugar cuando la reproducción de la palabra escrita por medio de la imprenta —la comunicación colectiva— fue posible. Y finalmente, el cuarto cambio ha tomado lugar durante nuestro curso de la vida — la aparición de la comunicación electrónica, comenzando con el telégrafo, el teléfono, la radio y la televisión, y continuando ahora con el desarrollo de los satélites de comunicación.

Sin embargo, no se puede acercarse prolíficamente al campo de la comunicación, y a los puntos decisivos en su historia en aislamiento del resto de la sociedad. La comunicación entre los seres humanos es solamente parte de esa actividad social que, en el último análisis, se ha dirigido hacia la ganancia de la vida. Después de todo, las dos principales diferencias entre el hombre y las otras criaturas son que el hombre es capaz de comunicarse con sus prójimos por medio del habla, y que él utiliza sus instrumentos para contender con su ambiente. Así la historia del hombre es a la vez la historia de la comunicación, y la historia de la comunicación es a la vez la historia de la actividad económica del hombre.

Así es necesario examinar la historia de la comunicación en términos de la estructura social en las diferentes etapas históricas, como ha hecho Smythe (1969, páginas 53—55). La historia de la comunicación en el sentido estricto —cubriendo los últimos cinco siglos— cubre un período muy breve desde el punto de vista de la comunicación en su totalidad; además, los principios básicos no han cambiado durante este período en ningún aspecto notable. Seguidamente delinearemos brevemente una reseña histórica para recordar el funcionamiento de un estado nacional desde el punto de vista de la comunicación.

La forma más temprana de la sociedad humana —y la manera más primitiva de ganar la vida— fue el clan, que consistía en unas pocas familias migratorias en busca de la caza y la comida a base de plantas. Estos cazadores-colectores formaron una clase de equipo —incluyendo a las mujeres— que trabajó intensivamente sin ninguna otra estructura interna significativa que el liderazgo de un patriarca o una matriarca. En un sentido, estas pequeñas sociedades tribales estuvieron bastante igualitarias, es decir democráticas internamente; en cambio hay que recordar que, a pesar de su habilidad ingenua de desarrollar los implementos y la agricultura, los hombres primitivos no estuvieron libres de su ambiente, puesto que su pensamiento fue impregnado por la magia, con una creencia religiosa en las fuerzas secretas de la Naturaleza.

La sociedad tribal fue una comunidad oral, en la cual se transmitió la tradición cultural (creencias, destrezas, etc.) de una generación a otra por medio de la experiencia inmediata: el ver y el escuchar

con los propios sentidos y el aprendizaje por imitación. Pero el habla (y otras expresiones vocales) no fueron las únicas formas de comunicación; se habían desarrollado las ahumadas con respecto a la caza en un terreno montañoso, mientras se utilizaron tambores y otros instrumentos de sonido para ayudar a los cazadores a moverse en el bosque. También se utilizaron a los mensajeros para llevar mensajes entre los diferentes grupos móviles del clan. En cambio, el arte del dibujo no sirvió los propósitos de la comunicación, sino las necesidades mágico-religiosas; los símbolos de la serpiente alrededor de los campos, por ejemplo, funcionaron como artefactos del culto de fertilidad.

La organización patriarcal aparente en los clanes de la época de caza-y-recolección fue modificada ligeramente con el cambio al pueblo extendido del período de la agricultura. Puesto que el pueblo incluyó un número de familias, el jefe del clan comenzó a perder su posición como el líder incondicional de la comunidad. Para reemplazarle, apareció un nuevo grupo de líderes religiosos, el sacerdocio. En primer lugar la gran importancia de los sacerdotes en la sociedad del pueblo se debió al hecho de que ellos reemplazaron a los antepasados de la familia o del clan como una fuerza integrante en la sociedad; su control sobre el liderazgo del grupo fue aún más fuerte que el de sus propios jefes, puesto que los sacerdotes también controlaron el terreno del pueblo extendido. El terreno no perteneció a ningún individuo privadamente; perteneció a los dioses, cuyos representantes autorizados en la tierra fueron los sacerdotes. El nacimiento del sacerdocio a la vez quiso decir el nacimiento de un lenguaje sagrado, que no fue entendido por los otros miembros de la sociedad que no estuvieron iniciados en los asuntos sagrados. En esta etapa de la historia, esta comunicación secreta entre los sacerdotes todavía fue exclusivamente oral.

En un sentido se puede considerar el pueblo extendido como un puente entre la sociedad tribal primitiva y el estado organizado. El próximo punto decisivo en la historia humana después del pueblo fue el nacimiento del estado (nacional) hace unos 5000—7000 años, con la conquista de Mesopotamia por los sumerios. Comparado al pueblo, el estado temprano fue una sociedad relativamente grande, con una población de varios miles de personas y con una organización militar para la defensa de la sociedad.

El primer prerequisite para la urbanización y el nacimiento del estado fue que se consigue la comida y el agua necesarios por los miembros de la sociedad. Se realizó esto por medio de una cultivación intensificada que fue posible por el uso de la mano de obra de los esclavos. La utilización de esclavos fue especialmente apropiado en el caso del trabajo colectivo que exigió destrezas sencillas, tal como fue necesario más y más con el desarrollo de implementos. El uso de esclavos como una fuerza de trabajo libró a los otros miembros de la sociedad de la necesidad de realizar deberes directamente rela-

cionados a la ganancia de la vida. Así aparecieron constantemente nuevas ocupaciones al lado de la agricultura, se aumentó la división del trabajo y la sociedad estuvo más diversificada en su funcionamiento.

Un nuevo factor importante en esta sociedad es el comercio; no solamente el intercambio de mercadería entre dos comunidades, sino también la transferencia de mercadería en una base extensiva y de largo alcance, efectuada por un grupo separado: los comerciantes. En efecto el comercio fue esencial a esta sociedad; por ejemplo, la actividad de construcción requirió materias crudas y equipo los cuales no fueron disponibles en su país (es decir, Egipto importó todo su metal del extranjero). La expansión del comercio trajo consigo un sistema de medidas, necesarias para fijar las reglas convencionales del comercio que extendieron sobre un número de comunidades. A la vez, también se desarrolló el concepto del dinero; se utilizaron los metales preciosos principalmente a cambio de mercadería.

El desarrollo del comercio cubriendo áreas amplias significó un aumento crucial en la comunicación entre sociedades. Los comerciantes se llevaron información acerca de otros lugares y objetos lo que ilustró concretamente las costumbres y las condiciones predominantes en otras sociedades. La cultura material igual que las maneras de pensar comenzaron a ser uniformes sobre áreas más amplias, a través de la tierra y el mar. La clase mercantil indudablemente posesionó la perspectiva más amplia del mundo, la cual se basó en experiencia de primera mano.

Los comerciantes transmitieron sus experiencias oralmente a otros hombres, y así funcionaron como un canal de comunicación de otras partes del mundo, algo como se describió en los cuentos de las Mil y Una Noches.

El punto de vista del comerciante naturalmente fue superior al de un vendedor y comprador de mercaderías; sus observaciones estuvieron fundadas sobre una ventaja comercial (más bien que por ejemplo, sobre una creencia religiosa), y él también tuvo que tomar en cuenta lo que podría comunicar a otros comerciantes y a los otros miembros de su comunidad sin poner en peligro sus propios intereses comerciales. Junto con la expansión de la comunicación, se desarrolló la supresión de información importante, la cual desde luego se había practicado hace mucho tiempo; después de todo, la magia está basada en el conocimiento secreto.

Los comerciantes son un ejemplo de una clase social que comienza a desarrollarse en una sociedad con cierta división del trabajo. Además de esta clase, podemos distinguir la tradicional población campesina, los artesanos en todas las áreas desde las artes domésticas hasta la construcción, y los esclavos, quienes se habían obtenido en relación a la conquista militar. Como antes, los sacerdotes formaron

la clase imperante; junto con éstos, sin embargo, se desarrolló gradualmente un grupo selecto militar. Menos individuos estuvieron libres e iguales a los demás; y un mayor número se humillaron al estado de sirvientes de los soberanos.

Con el progreso de la urbanización, el sacerdocio obtuvo más poder, mientras los sacerdotes y sus templos se hicieron objetos de adoración religiosa junto con los dioses. En tal estado clerical, los sacerdotes también promulgaron leyes seculares, proveyendo una guía detallada para la vida práctica. La función de la ley fue sobre todo instruir a cada grupo social respecto a lo que le esperaba por la clase imperante; por esta razón, la ley también incluyó unas direcciones prácticas relacionadas a la ocupación. El ejemplo mejor conocido es el Código de Hammurabi en Babilonia.

La preservación de la ley requirió el desarrollo del arte de la escritura; lo característico de la ley desde el principio fue escrita concreta y permanentemente. A la vez el Código de Hammurabi es un ejemplo de la más antigua forma de escritura conocida grabado en tablas de barro. Se vincula el desarrollo de la escritura al proceso de urbanización; la sociedad comenzó a ser tan compleja que sin tales ayudas su administración fue imposible.

Además de la necesidad de poner por escrito las leyes, también la escritura fue necesaria para la contabilidad en la administración del estado; los sacerdotes fueron los administradores de los dioses aquí en la tierra y ellos necesitaron los archivos exactos respecto al arrendamiento de la tierra y el pago de los impuestos. También la escritura fue necesaria en el comercio; las medidas y los valores de las mercancías tuvieron que ser escritos y aprobados en conjunto por las personas implicadas en el intercambio.

La escritura no solamente funcionó como una ayuda a la memoria, y así permitió que los hombres trasciendan el tiempo; también mejoró las posibilidades de la comunicación sobre el espacio. Ahora se podría enviar los mensajes escritos con mensajeros de un lugar a otro, reemplazando los mensajes orales transmitidos de la misma manera. Por largo o complejo que fuera el mensaje, no había ninguna necesidad de temer que se le olvide en camino. Además, ahora es posible enviar mensajes secretos, inaccesibles a extraños.

La supresión de información comenzó a ser de gran importancia en los asuntos del estado, y fue fácil en la práctica, puesto que solamente el sacerdocio y sus escribanos sabían escribir. Así sólo un grupo pequeño de hombres sabían la información secreta. Desde el principio el arte de la escritura fue un privilegio exclusivo de los poderosos en la sociedad, y sirvió al estado.

Aunque se utilizó la escritura por mucho tiempo, como una ayuda a la memoria para relativamente pocos asuntos de la administración del estado, y sólo pocos miembros de la sociedad tuvieron este arte, todavía se debe notar que en principio la escritura hizo posible la transmisión del conocimiento durante varias generaciones. Se debe considerar esto como una abertura importante en la historia de la humanidad; la anterior tradición oral estuvo limitada necesariamente a lo que cada individuo vio con sus propios ojos o lo que él oyó de los otros. Fue técnicamente posible comunicar los pensamientos de uno a pesar del tiempo o del espacio, a los contemporáneos que estuvieron a una distancia de miles de millas y a los descendientes que vivirían miles de años después.

El cambio del pueblo urbanizado al estado organizado, generalmente tuvo lugar por medio de la actividad militar; nómadas pastorales atacaron un pueblo o una ciudad, tomaron posesión del control y establecieron una organización poderosa basada en la fuerza militar. Sin embargo, los soldados no reemplazaron a los sacerdotes totalmente; el sacerdocio y la clase militar comenzaron a trabajar juntos, puesto que en sumo grado tuvieron los intereses en común. Los soldados se concentraron en rechazar las olas de atacadores, por medio de las tropas mercenarias y los esclavos bajo su mando, mientras los sacerdotes continuaron manteniendo la estructura interna de la sociedad, utilizando la religión para conservar la actividad y el pensamiento de la población en una condición segura.

El nacimiento de los estados y la introducción de la organización militar también quisieron decir una ampliación del tamaño de la sociedad, por medio de la fusión de las ciudades con su terreno cultivado. Como consecuencia había aumentado la homogeneidad de los valles de los ríos con respecto a la lengua y la escritura. Comenzaron a construirse caminos para los propósitos administrativos y militares; a la vez se produjo un crecimiento en el comercio dentro del estado y en la comunicación en general. Se transmitieron los mensajes políticos y militares en forma escrita por medio de los mensajeros. Los jefes locales, sujetos a los soberanos centrales, difundieron la información del estado entre la población. En esta etapa, la propaganda política hace su aparición junto con las leyes y las instrucciones obligadas a los ciudadanos: la difusión premeditada de información favorable a aquéllos que estuvieron en el poder —información verdadera igual que falsa —entre la población.

Así en el nacimiento del estado había tres grupos sociales con un rol central en la comunicación: los líderes militares o los soberanos, los sacerdotes (algunos de los cuales llegaron a ser administradores del estado), y los comerciantes. Estas tres clases trabajaron juntas porque se necesitaron la una a la otra; por ejemplo, los comerciantes transmitirían los secretos militares de otros países para obte-

ner el pago en dinero o en la exención de impuestos. En cambio, también había conflictos ocasionales de interés entre los grupos: generalmente los mercantes desearon la paz, mientras que los soldados estuvieron inclinados a resolver las diferencias de opinión por medio de la guerra.

Mientras tanto, la gran masa de la gente que está fuera del centro administrativo se quedó fuera de tal comunicación. Además de lo que el soberano —los sacerdotes y los comerciantes— escogió decirles, ellos también tenían sus tradiciones populares, las cuales aparentemente existieron antes, en la época de la caza y recolección. Además de los mitos tradicionales, también había temas más comunes, derivados de las conversaciones de la vida cotidiana. La experiencia de la gente no alcanzó más allá de su medio, a menos que el pueblo incluyó a un soldado de fila, quien naturalmente hubiera visto más del mundo en las excursiones militares. Entre una mayoría de la población, se transmitió el conocimiento tradicional de una generación a la próxima de una manera oral, puesto que todavía no se conoció el arte de la escritura.

Esta situación quedó estable durante miles de años; fue solamente en los tiempos modernos que se le permitió a la gente tener un acceso de primera mano a la tradición literaria. Hasta entonces, su perspectiva mundial fue compuesta, por un lado, por material derivado de la tradición oral, y por otro, por la información recibida de los soberanos políticos, los sacerdotes y los comerciantes. En cambio, las últimas tres clases tenían una información muy buena acerca del estado de su propia sociedad y del resto del mundo. Tenían control sobre el conocimiento y los canales de la comunicación, y ellos explotaron éstos para su propio bien y del estado. Mientras la tecnología y los medios de comunicación desarrollaron desde el tiempo de las sociedades tribales, en adelante se los utilizó sistemáticamente para suprimir un sector de la sociedad y ayudar a otros para concentrar más poder en sus propias manos. En efecto se puede ver la creación del estado como una solución organizacional al problema de asegurar y legitimatizar este desarrollo hacia la desigualdad y no democracia.

Este modelo básico de la comunicación no fue afectado por los cambios en el tamaño del estado durante los siglos posteriores, de los estados pequeños a los imperios mundiales, y luego de nuevo a los estados-ciudades y estados nacionales. El vacío de la comunicación en la sociedad entre las clases privilegiadas y la masa de la gente se encuentra en todos los estados organizados a pesar de su ubicación — en el área mediterránea o en China como en los estados prehistóricos de Sud América.

El período medieval en la historia europea, con su economía y administración feudal y con el dominio de la Iglesia Católica, es un

ejemplo perfecto de los mismos principios antiguos de la organización social y los medios de comunicación. En el tiempo de las Cruzadas, la organización feudal de la sociedad comenzó a ceder a una economía urbana, basada en el comercio. Un factor importante de este cambio fue el apoyo dado al comercio por la Iglesia, la cual antes había condenado el comercio como pecaminoso; se necesitaban los barcos de los comerciantes para el transporte de los cruzados. El desarrollo de la economía urbana también fue estimulada por las experiencias traídas del Oriente, donde la vida económica estuvo mucho más desarrollada que en Europa.

Las ciudades y el comercio comenzaron a prosperar en Europa. El comercio entre las ciudades y estados fue efectuado por las grandes casas comerciales, y la transformación del intercambio de mercancías característico de la economía natural al uso de dinero como un medio de intercambio fue acompañado por el desarrollo de las instituciones bancarias. El crecimiento de las ciudades significó el aumento en los gremios de artesanos y la formación de una clase burguesa. El comercio comenzó a acumular negocios cada vez más grandes, tales como el grupo Hansa en el área báltica; esto le dio un creciente poder político.

Durante este período —a fines de la Edad Media del siglo 12 al 15— vemos en efecto el cambio de poder de la Iglesia Católica Romana, la cual había ejercido un control espiritual sobre la sociedad feudal, a los representantes del principio del capitalismo, del comercio y de la industria; el Papa y el sacerdocio han perdido su significación como los aliados de los soberanos y son reemplazados por la clase de comerciantes, bancarios y burgueses. A la vez, la economía de la ciudad se expande hacia una economía mercantil basada en el estado. El comienzo del comercio por mayor y de la elaboración industrial de las materias primas son rasgos característicos de la nueva economía capitalista.

El comercio creciente y la urbanización de la sociedad trajeron un crecimiento de la comunicación, aun entre la gran masa de gente que vivía alejada de los centros comerciales. Sin embargo, no tuvo lugar ningún cambio fundamental; en realidad, ahora Europa había alcanzado el punto que se alcanzó en el Oriente varios siglos atrás. Desde el punto de vista de la comunicación en la sociedad, otros sucesos que tuvieron lugar al lado del nacimiento del capitalismo fueron de mucha importancia: las travesías del descubrimiento, el nuevo valor puesto en la cultura nacional y en los idiomas nacionales, las revueltas de los campesinos y los artesanos contra la aristocracia y la burguesía que les gobernaron, y finalmente la decadencia del poder de la Iglesia Católica, sellada por la Reforma, la cual a la vez afirmó el derecho del individuo a la auto-determinación y la igualdad de los hombres ante Dios.

La Reforma^{ción} jugó un rol importante también en la diseminación de la capacidad de leer y escribir, puesto que enfatizó la diseminación de la Biblia entre la gente de su propio idioma. Al principio el material de lectura disponible estuvo limitado al catecismo y otros textos religiosos, así es como todavía no podemos hablar de un cambio del derecho a la información de las clases privilegiadas a la masa del pueblo. Sin embargo, la nueva diseminación del alfabetismo creó las condiciones necesarias para tal cambio. Por supuesto, se demoró mucho para que el alfabetismo fuera verdaderamente muy generalizado y las escuelas fueran organizadas para la gente, y aún hasta hoy día persiste este problema; pero fue esencial el esfuerzo hacia una expansión de la comunicación. El siervo nunca antes había podido aprender a leer, ni tomar decisiones acerca de su propio trabajo y de los asuntos sociales.

La diversificación creciente de la sociedad y la expansión de la comunicación que tuvieron lugar a fines de la Edad Media requirieron una técnica completamente nueva para la transmisión de mensajes; mientras el número de lectores comenzó a crecer, las cartas y los manuscritos ya no fueron suficientes. Antes de que el conocimiento y el poder que lo acompañan pudieran difundirse entre las masas de gente, se necesitó una técnica eficaz para la duplicación de mensajes. De verdad, la invención de la prensa señaló el comienzo de la historia de la comunicación colectiva; sólo ahora fue técnicamente posible transmitir mensajes largos y complejos simultáneamente a una audiencia grande y heterogénea .

Otra innovación hecha posible por la prensa, aparte del libro fabricado en gran escala, fue el periódico. Los noticieros informando acerca de los asuntos de la actualidad fueron necesitados sobre todo por los comerciantes, para quienes tal información, como: la situación política, los desarrollos de guerras, el hundimiento de barcos, las cotizaciones de la bolsa de valores, etc., fue muy importante. Antes, los comerciantes tenían que estar al día por medio de conversación o correspondencia personales, pero naturalmente esto fue mucho más trabajoso que leer la misma información en un periódico. El diario fue una manera de racionalizar la adquisición de información, puesto que ya no fue necesario que cada individuo haga este trabajo.

Sin embargo, cabe anotar que la información transmitida por los primeros periódicos no fue ni más reciente, verdadera, ni más confiable que la adquirida por medio de un contacto personal; las fuentes de las dos usualmente fueron las mismas. Además, los contactos personales continuaron a ser necesarios, para suplementar los informes breves de los noticieros y para asegurar el secreto de la información necesaria a la actividad comercial.

El periódico jugó un papel importante en la estabilización de la economía capitalista. Se publicaron los primeros periódicos regulares

(semanalmente) en Alemania, Inglaterra, Holanda y Francia — los centros de comercio y colonización europeos. El contenido principal de los primeros periódicos consistió en noticias extranjeras, pero durante el siglo 18 las propagandas privadas comenzaron a aparecer, tratando principalmente de los productos vendidos por los comerciantes.

Mientras que la frecuencia de las publicaciones aumentó durante el siglo 18, más periódicos comenzaron a aparecer diariamente. El periódico comenzó a quebrar las barreras del tiempo, igual que la prensa había destruido las barreras geográficas y sociales. Sin embargo, se debe tener en cuenta que hasta fines del siglo 19 las condiciones de transporte fueron muy primitivas; la transmisión de mensajes — sea cartas o periódicos — de un lugar a otro empleó básicamente las mismas formas como en la antigua Roma o en Persia: por barco, caballo y jinete.

Durante miles de años, no tuvo lugar ningún desarrollo intrínscico en los métodos para la transmisión de mensajes, hasta la invención del telégrafo eléctrico a mediados del siglo 19. Hasta entonces, se transmitieron mensajes de emergencia y expresos en Europa de un lugar a otro por métodos que datan de la época de caza y recolección: por señales de sonido y por señales ópticas visibles a largas distancias.

La expansión tremenda de la industria y mercado durante el siglo 19 hubiera terminado antes sin la invención de la comunicación electrónica junto con la comunicación escrita a mediados del siglo. La electricidad hizo posible la conquista de los obstáculos físicos planteados por la distancia; la transmisión de un mensaje de un lugar a otro ya no requirió de transporte. Ya se podría transmitir mensajes instantáneamente, en principio para cualquier distancia.

Las primeras formas de comunicación electrónica requirieron alambres; éstas fueron el teléfono y el telégrafo. Para el comienzo del siglo 20, todas las ciudades más importantes y las naciones del mundo fueron conectadas por el sistema telegráfico. La distancia dejó de ser un obstáculo a la comunicación; en principio el mundo había llegado a ser sincrónico. Sin embargo, anotemos que se utilizaron el telégrafo y el teléfono exclusivamente para la comunicación privada — de un individuo a otro — y no para la comunicación colectiva que implicaba una audiencia grande y no especificada, como fue el caso con los libros y los periódicos. El sistema telegráfico y telefónico sirvió principalmente a las necesidades de la comunicación administrativa y comercial, la cual incluyó la supresión de información; para el comercio en particular fue indispensable e importante poder transmitir información de un lugar a otro rápida y secretamente.

Desde el punto de vista de la gente en general, entonces, los nuevos inventos no significaron ningún cambio esencial, puesto que el

hombre común no tenía el modo de adquirir ni a veces usarlos. A comienzos del siglo 20, la palabra impresa — libros y periódicos — continuaron representando las únicas formas de la comunicación colectiva. Para entonces la prensa se había desarrollado en una institución significativa junto con el proceso de industrialización: la concentración de la población en las ciudades industriales creó una audiencia potencial para la circulación masiva y el nacimiento del movimiento obrero movilizó el medio impreso en el servicio de la acción política. La prensa también comenzó a ser una industria notable para la creación de capital, especialmente, puesto que canalizó más propaganda.

La innovación decisiva en el campo de la comunicación tuvo lugar solamente con el comienzo de la comunicación inalámbrica, la cual permitió la recepción del mismo mensaje simultáneamente en un número ilimitado de lugares. El telégrafo y el teléfono habían sido restringidos por su dependencia en los alambres; el uso de ondas electromagnéticas libró la comunicación de esta restricción. Ahora la comunicación pública y sincronizada fueron posibles técnicamente; en efecto, la comunicación por radio no podría ser nada más que pública, puesto que fue imposible prevenir que otros oyeran lo que se difundió. Ya la persona que recibió el mensaje no tenía que ser alfabeto, puesto que el mensaje consistió en un lenguaje ordinario. El único requisito para la recepción de los mensajes electromagnéticos fue la posesión de un receptor.

En la radiodifusión pública de los años 1910 — 1939, el tono general de los programas, usualmente, era dignificado, instructivo y evitó toda exageración. En verdad podemos decir que sobre todo se utilizó la radiodifusión pública para guiar a la gente y educarle según una manera conformista de pensamiento, en vez de proveerle con aquella información de la cual ha carecido durante la historia y sin la cual se ha sometido humilde e indudablemente para servir los propósitos de aquellas personas que han poseído el conocimiento y, así el poder. Desde el principio, los programas radiofónicos han contenido más material dirigido hacia la gente y considerado apropiado por aquellos en el poder, en vez del lenguaje de la gente a los poderosos; los ciudadanos fueron instruidos respecto a lo que deben pensar, en vez de ser proveídos con una información diversificada que les permitió formar sus propias opiniones. Se puede comprobar esta perspectiva general de la llamada radiodifusión “controlada por el Estado” igual que la radiodifusión comercialmente organizada.

La introducción de la televisión no ha cambiado el amplio sistema general de difusión en ningún sentido significativo: la televisión simplemente entró en el sistema operativo de la radio y tal vez fue más comercial que la radio. Al respecto podemos concluir que, desde la Edad Media hasta la actualidad, los impresos, y más tarde las formas electrónicas de la comunicación, en general, han servido a la expansión de la comunicación a un grupo pequeño que poseía el con-

trol sobre el poder a casi todos los miembros de la sociedad. Por supuesto esto no ha significado necesariamente una democratización de la comunicación, en el sentido de que el grupo en el poder ha rendido el uso de los medios de comunicación como una manera de favorecer sus propios intereses.

Así la comunicación colectiva basada en la tecnología actual, continúa seguir los principios adoptados en los antiguos estados religiosos. La única diferencia es que los medios modernos de la comunicación son aún más eficaces — y sutiles — para manipular la conciencia de la gente. Pero también hay otro aspecto de la situación: los grupos que están fuera de la esfera de poder han comenzado a reconocer la importancia de la comunicación colectiva y a exigir el derecho para determinar lo que los medios de información van a comunicar.

Podemos ver que en el desarrollo histórico, las clases sometidas de la sociedad primero tuvieron que poder analizar cuidadosamente las condiciones de su sociedad para poder destruirlo y construir un sistema nuevo y más progresivo. Los seres humanos podían volar solamente después de que se dieron cuenta de las fuerzas que les encadenaron a la tierra y de las maneras por las cuales podrían vencer la fuerza de gravedad. Así el hombre también no podrá librarse de la explotación hasta que las masas de la gente, por medio de su propio esfuerzo intelectual, se den cuenta del por qué son explotados, de las regularidades sociales que les prohíben seguir una libre vida de bienestar mental y material.

Por ejemplo, la burguesía revolucionaria de Francia creó en el siglo 18 una ideología que, en muchas formas, reflejó la base teórica de la revolución burguesa. Los intereses de la burguesía creciente fueron representados como los intereses de la sociedad total. En una época posterior del desarrollo se puede ver el nacimiento del socialismo como el análisis más sofisticado y progresivo del estado de los asuntos y su curso futuro.

Hoy los intereses globales de los EE.UU. y otras naciones capitalistas se encuentran en oposición a los intereses socialistas. Varios estudios, han indicado la manera en la que la corriente de la comunicación en el mundo es de los centros poderosos a la periferia. Esta dependencia ideológica de los países en vías de desarrollo a los países imperialistas se revela mejor en el caso de los cambios radicales. Cuba es un ejemplo: en varias ocasiones Castro y las organizaciones culturales han enfatizado que en el comienzo la gente solamente fue revolucionaria emocionalmente, pero muy confundida respecto a los problemas políticos y sociales. La conciencia de la gente había sido completamente penetrada por los periódicos, revistas, películas, libros y otros medios de comunicación imperialista (1).

Argelia es otro ejemplo. Fanon (1967) describe la manera por la cual la radio en Argelia antes de la liberación del país funcionó exclusivamente en bien de los colonizadores. Sin embargo, la radio también podría ser utilizada para despertar la conciencia de las masas. La radio no fue la fuerza motriz, sino solamente una fuerza cooperante; la fuente principal de movilización fue el movimiento de liberación.

La conciencia del público en general — la conciencia masiva — resulta ser un fenómeno estratégicamente central durante el transcurso de la historia humana. Por un lado, la conciencia masiva ha funcionado a favor de las regresivas estructuras sociales; por otro, puede combinar con un conocimiento progresivo y una práctica social. Así hay razón para tratar con los aspectos teóricos de la conciencia antes de continuar a los problemas de la comunicación internacional.

3. EL ROL DE LA CONCIENCIA

La investigación de la comunicación colectiva en los países anglo-sajones, generalmente no ha prestado mucha atención a la relación entre las formas de la conciencia y los aspectos de la sociedad. Algunos libros se refieren a la naturaleza de los medios de comunicación colectiva como los reflectores de la realidad (la hipótesis del reflejo) o como los creadores de la realidad (la hipótesis del control social.) Sin embargo, se hacen tales observaciones solamente de paso, sin ninguna consideración profunda de las fuentes del conocimiento humano o de su relación a la realidad objetiva.

Con relación al acercamiento apropiado del marxismo que fue expresado por Raymond Williams (1966), quien enfatiza que la comunicación, como una forma de la conciencia social, no solamente refleja la realidad sino que forma una parte íntegra de ella: mucha gente parece suponer como una cosa natural que, primero, hay una realidad y, segundo, hay una comunicación acerca de ella. Nosotros rebajamos el arte y el aprendizaje al suponer que siempre son actividades de segunda mano: que hay la vida, y entonces después hay estas relaciones acerca de ella... la lucha para aprender, describir, entender, educar, es una parte central y necesaria de nuestra humanidad. La lucha no comienza, a segunda mano, después de que haya ocurrido la realidad. Es, en sí misma, una manera principal por la cual se forma y se cambia la realidad continuamente...

El punto de vista de Williams refleja, no claramente, una clase de dialéctica entre la realidad y el individuo que está consciente de esa realidad. En primer lugar, tenemos que distinguir entre la realidad subjetiva, es decir, la que existe en la conciencia de los individuos, y la realidad objetiva, la cual está fuera de la conciencia humana e independiente de ella. (Aquí nosotros ignoramos esas escuelas de pensamiento, tal como la escuela de sofisma que no re-

conoce la existencia de una realidad objetiva independiente de la conciencia humana).

La realidad subjetiva es la realidad como existe en la mente de los seres humanos en un momento dado; como tal, se la puede iluminar por las encuestas de opinión. En cambio, la realidad objetiva es esa que existe independientemente de los seres humanos, tal como la declaración que la Tierra es redonda. Respecto al fenómeno social, los factores objetivos incluyen la estructura económica de la producción en la sociedad y las leyes de su desarrollo.

Otro punto es la manera en la cual se cambia la realidad y la parte jugada en tal cambio por la comunicación, y por el conocimiento. Según las teorías de Marx sobre la sociedad, la conciencia de la gente es determinada por una estructura social concreta, por la posición de cierto individuo dentro de la estructura de producción. Aunque los factores materiales de la estructura social siempre son los principales, esto no quiere decir que la conciencia no puede a su turno afectar la existencia social. No es una relación determinística sino dialéctica, es decir, Lenin enfatizó en sus Cuadernos Filosóficos que la conciencia del hombre no solamente refleja el mundo objetivo, sino que también lo crea. Según este punto de vista la función de la comunicación es la de despertar en los hombres una necesidad de una conciencia social, inducirles a utilizar su conciencia como fuerza que puede efectuar el cambio social. En este sentido, el marxismo enfatiza el hecho de que se debe considerar la conciencia social no solamente como un cumplimiento de funciones pasivas, como por ejemplo, los defensores de la radiodifusión comercial desean verla como una fuerza activa dirigida hacia el futuro del hombre y de la sociedad (Philosophisches Wörterbuch 1971, página 425). También se refleja esto en la ideal Gramscian del hombre, a la cual la ciencia social idealista no ha podido postular su propio concepto "equilibrado" (Gramsci 1970, página 58):

...la pregunta: ¿Es preferible "pensar" sin poseer un conocimiento crítico, de una manera "desunida" e irregular, en otras palabras "participar" en un concepto del mundo "impuesto" mecánicamente por el ambiente externo, es decir, por uno de los muchos grupos sociales en los cuales todo el mundo está automáticamente implicado desde el momento que entra en el mundo consciente...? o ¿Es preferible desarrollar por uno mismo un concepto del mundo consciente y crítico, y así de este trabajo en el cerebro escoger el círculo propio de actividad, participar activamente para hacer la historia del mundo, y sencillamente aceptar pasivamente y sin cuidado el impreso de la propia personalidad de uno mismo de afuera?

Hoy día la misma idea de un público crítico y autónomo contrastado con el tradicional público manipulado (y quizás cuasicrítico) ha

sido aceptada por la mayoría de los intelectuales y aún por muchos líderes políticos de los países capitalistas. Esto es lo que dijo el Presidente de Finlandia en 1971:

“La democracia no puede funcionar bajo condiciones cuando un pensamiento crítico e independiente todavía no prevalece entre los ciudadanos de una nación, cuando las costumbres aceptadas y la presión de la opinión pública forman el contenido de la perspectiva del mundo de la gente. Bajo tales condiciones, no podemos hablar de la voluntad de la gente; esto es solamente un reflejo, un eco del mensaje que se ha originado en un grupo pequeño de individuos privilegiados que ejercen el control sobre los canales del poder y de la influencia. Cuando este es el caso de la llamada economía del mercado libre, la cual se llama a sí misma la sociedad de libre selección, no tiene derecho a criticar las llamadas sociedades totalitarias”.

En realidad Finlandia no está lejos de este ideal, como es indicado por Littunen y Nordenstreng (1971): los últimos años de difusión finlandesa han revelado claramente que “el pluralismo en una sociedad con la hegemonía de una sola clase social es una ficción propagandística más bien que una práctica diaria” (página 23). El ejemplo de Finlandia indica que aún en un estado moderno, industrial y capitalista ciertas normas y valores institucionalizados tienen una posición dominante. Estos valores dominantes determinan las tendencias generales y el carácter de la mayoría de las instituciones de la superestructura (la legislación, la moralidad, las instituciones políticas y otras actividades ideológicas tales como la educación, la religión y otras funciones de socialización). En un país capitalista como Finlandia estos valores institucionalizados son esencialmente burgueses y están completamente opuestos a los valores socialistas. No solamente es el sistema escolar edificado sobre la moralidad burguesa y el aprendizaje condicionado por los premios de las virtudes burguesas, sino que la maquinaria de la agitación diaria y la propagación refuerza este “Weltanschauung”.

Nosotros definimos una hegemonía existente como un mecanismo que completa el pensamiento y el “Weltanschauung” de la gente. La relación entre la conciencia y la hegemonía es dialéctica. La conciencia puede promover o prevenir el desarrollo histórico según la clase de influencia ideológica que domina a las masas. Se utiliza el término “la conciencia falsa” para referirse al atraso histórico que existe cuando la conciencia masiva refleja la realidad de una antigua sociedad en bien de las clases dominantes. El concepto de la hegemonía presenta el asunto del surtido y la demanda en la comunicación colectiva en un sentido esencialmente diferente, comparado con el predominante principio comercial occidental que considera el gusto predominante del receptor, como la última guía para diseñar el contenido de los mensajes.

La comunicación como una parte de la preparación ideológica es necesaria para levantar a las clases oprimidas. Se necesita el poder para controlar las contrafuerzas reaccionarias y para reducir al mínimo su influencia. Durante el cambio social cualitativo, cuando por ejemplo, una sociedad católica cambia al socialismo, la influencia del catolicismo no desaparece con el cambio en la estructura del poder sino que continúa a ejercer un efecto sobre la conciencia de las masas. Lenin se dio cuenta de esto cuando él enfatizó que una revolución no es análoga a una persona que está muriendo y se le lleva. No se puede llevar a la vieja sociedad, sino que descompone entre la gente y contamina la nueva sociedad. Gouldner, el sociólogo americano (1970) se da cuenta de lo mismo cuando él describe el cambio cualitativo de una sociedad. El describe la manera en la que la vieja sociedad se mantiene por medio de teorías e ideologías que establecen su hegemonía sobre la mente de los hombres.

Quando una sociedad capitalista se transforma a una sociedad socialista, las libertades de la vieja prensa usualmente son restringidas o abolidas para destruir la hegemonía burguesa. Chile es un ejemplo actual de otra clase, donde se ha preservado la vieja libertad de la prensa; aunque debemos tener en cuenta que Chile todavía no es un país socialista sino que solamente está yendo hacia el socialismo. Otro ejemplo interesante en el mundo moderno es la República Democrática Alemana. Este país está pasando por un cambio fundamental de una sociedad fascista a una sociedad socialista. Hay que observar la función de los medios de comunicación colectiva contra este fondo, recordando a la vez la influencia de los viejos valores institucionalizados y de la propaganda ideológica fuera de la República: la meta de los medios de la comunicación colectiva es desarrollar la conciencia socialista. Se critica esta base explícitamente ideológica de la comunicación en el Oriente como un ejemplo de deformación ideológica. Podemos preguntar qué clase de deformación ideológica es practicada por los medios de comunicación colectiva del Occidente, qué clase de sociedad mantienen y qué clase de hombres promueven.

Contra este fondo, podemos preguntar qué es lo que los medios modernos de comunicación — especialmente la televisión — ofrecen a los hombres, qué clase de información les proveen para el desarrollo de su conciencia social o para prevenir ese desarrollo. Nosotros estamos interesados en la clase de conciencia social que los medios de comunicación colectiva tratan de introducir a las naciones en vías de desarrollo y cómo se los utiliza en las naciones tecnológicamente más desarrolladas como un educador de la conciencia socialista en las sociedades socialistas y como un informador, educador y medio de entretenimiento en los países capitalistas.

4. EL MUNDO EN TRANSICION

El desarrollo histórico del hombre ha dirigido a la actual situación global, marcada por dos teorías divergentes de la vida humana y

la organización social: el capitalismo y el socialismo. Además de esta dimensión ideológica hay el problema de los países en vías de desarrollo. Sin embargo, la evidencia histórica tiende a mostrar que la privación relativa de las sociedades colonizadas (el subdesarrollo) está vinculada cercanamente con el nacimiento del capitalismo; en consecuencia el neo-colonialismo no es un problema separado; (ver Frank 1969 y Smythe 1969). Así el punto crítico en el mundo actual son los roles de las dos ideologías dominantes, con sus variantes.

En términos de los previos pasajes, podemos decir que estos dos sistemas mundiales han movilizad los canales de la comunicación en la sociedad, para ganar o mantener una hegemonía de conciencia entre los intelectuales y el público general. Representando una etapa históricamente más temprana del desarrollo, el capitalismo se proyecta en una relación defensiva a la conciencia: se dirige a mantener el status quo (Magdoff, 1969). En cambio, el socialismo reclama una relación activa y renovante al concepto humanístico del hombre como a su ambiente material. El consecuente antagonismo ideológico es un factor clave para estructurar los sistemas de información del mundo. Los dos sistemas ejercen una influencia sobre la gente por los medios de comunicación colectiva, aunque las formas de su propagación son bastante diferentes (menos notables en las sociedades capitalistas) y las últimas teorías de la vida y los ideales del hombre son muy diferentes.

Los problemas asociados con la aplicación y la propagación del socialismo se quedan afuera del alcance de este informe. En su lugar, podemos tener una observación más cercana del rol del control de la conciencia masiva en los países capitalistas y en sus esferas de influencia.

Con respecto a la función y el rol de los medios de comunicación colectiva en las sociedades capitalistas, se pueden hacer tres observaciones básicas:

- 1.-- El uso de los medios de comunicación colectiva para esconder el antagonismo de las clases sociales dentro de la sociedad y para compensar los síntomas de alienación;
- 2.-- El uso de los medios de comunicación colectiva para ilegitimar las concretas alternativas sociales al orden existente de la sociedad;
- 3.-- El uso lucrativo de los medios de comunicación como una sucursal de la industria comercial.

La primera característica del periodismo burgués es mejor revelada por la práctica diaria de los medios de comunicación. La tendencia obvia de presentar los asuntos en términos de individuos en vez

de grupos sociales es un método eficaz para reducir los problemas sociales al nivel individual. Tal presentación no señala ninguna base para la solidaridad del grupo entre los menesterosos, la cual, por supuesto, es para bien de la clase gobernante. En su lugar, le propende tratar de mejorar sus fortunas y buscar una movilidad social hacia arriba por medio del esfuerzo personal y su propia industria, en vez de una acción colectiva (ver Ossowski 1963, página 154). El uso enfatizado del material de "interés humano" y del "entretenimiento recreativo sin peligro" forman un sustituto para conquistar la alienación que es creada al poner el hombre contra la tecnología (ver Vieweg-Walther 1970).

El segundo punto es ilustrado por las noticias actuales y extensivas y otras campañas contra los países socialistas. Usualmente se hace esto al considerar algún aspecto del socialismo como "bueno" y otros aspectos como "malos", y el sistema completo como utópico. Entonces se comparan las aplicaciones concretas del socialismo al concepto utópico e idealístico del socialismo. Es notable que el socialismo recibe la mayoría del aplauso en la prensa capitalista cuando se puede observar un conflicto dentro o entre los países socialistas.

La tercera función principal de la comunicación colectiva en las sociedades capitalistas es su uso industrial como una manera de ganar dinero, análoga a otros campos de la vida económica. Que esto no es un aspecto insignificante es ilustrado por el hecho de que, por ejemplo, en Finlandia se utiliza el 2 — 3% del producto bruto nacional para producir la comunicación colectiva, es decir la misma proporción como cualquier rama de la producción (por ejemplo, la industria textil). De la cantidad total de dinero implicado en el funcionamiento de las instituciones de los medios de comunicación colectiva, el 70 por ciento es controlado por el capital privado y solamente el 20% está bajo un control parlamentario (el presupuesto de la Compañía Finlandesa de Difusión). Así el capital no solamente se interesa en utilizar los canales de comunicación para manipular la conciencia masiva según sus intereses, sino que también en utilizarlos directamente para producir una ganancia. La propaganda juega un rol principal en esta "alianza entre la ganancia y el control de la conciencia": da a los medios de comunicación casi la mitad de su ingreso y es un componente esencial en la corriente de mensajes que funcionan como una barrera cultural para proteger el sistema económico.

En la época actual de integración económica, el capital ha sido más internacionalizado y está llegando a ser imposible en práctica y artificial en teoría, distinguir entre los elementos domésticos y extranjeros en los medios de comunicación colectiva; los dos sirven las mismas funciones lucrativas igual que el control de la conciencia. Como se indicó al principio de este informe, las fronteras nacionales no son tan críticas como las fronteras dentro de las naciones, y en consecuencia, una discusión de los fenómenos internacionales —

como “la corriente internacional de la comunicación” en nuestro título — debe ser por lo menos en parte en términos de los fenómenos intranacionales (por ejemplo, los intereses de las clases sociales). Teniendo en cuenta estas consideraciones, ahora estudiaremos algunos hechos acerca de la composición de la corriente del material para los programas de televisión.

Un estudio todavía en marcha en la universidad de Tampere ha tratado de establecer lo que se puede llamar un inventario de la producción de los programas de televisión por todo el mundo (para una presentación general del proyecto ver Varis 1971). Una observación general de la estructura de los programas en varios países es que el patrón comercial ha sido ampliamente penetrante aun a las estaciones no comerciales de televisión controladas parlamentaria o gubernamentalmente. Se presenta una idea tentativa de la situación global en las tablas 1—3 (Apéndice). La dependencia general a la producción extranjera en los países de tamaño mediano parece ser alrededor del 30% del tiempo total de programación (tabla 1). La influencia del material importado es más evidente en la categoría de entretenimiento (tabla 2). El punto crítico en este intercambio internacional es que las fuentes de importación parecen ser muy concentradas a los mismos centros originales. La calidad y las tendencias de estas producciones son determinadas por “el gusto” comercial.

La dependencia a la producción extranjera con respecto a los programas de información es más difícil estimar. Sin embargo, parece que semejantes relaciones existen aquí como fue el caso del entretenimiento (tabla 3). Desafortunadamente nuestro estudio todavía no ha alcanzado la fase donde podremos delinear los sistemas internacionales de películas y material de video, es decir, el “mercado de productos plásticos” de la televisión. Será interesante completar la perspectiva global presentada en el campo de las películas principales por Guback (1969) con el material de televisión.

Nuestra información está lejos de ser completa, pero es lo suficiente clara para ser verídica. Nosotros nos interesamos por el asunto de la actitud que será tomada por los individuos interesados en el “uso humano y democrático” de la comunicación colectiva (Schiller, página 19). ¿Qué clases de soluciones organizacionales son deseables y factibles?

Solamente estamos comenzando a encontrar algunas respuestas tentativas. Sin embargo, algunos principios están comenzando a surgir: por ejemplo, en la época actual, no hay ninguna razón para dirigirse a la clase de sistema de la comunicación descentralizada y multilateral que Enzenberger parece estar recomendando. En sí misma es una idea romántica de la gente comunicando en sus propios términos, pero es una idea no realística en el campo de los medios concentrados e internacionalizados de hoy día; es históricamente in-

genuo pensar que el capital internacional cederá repentinamente los medios de la comunicación estratégicamente importante a la gente.

A nuestro ver, se tiene que aceptar la concentración de la etapa actual. Esto no es el punto de vista del predominante pensamiento americano, aun en el caso de los científicos progresivos tal como Schiller. Las preguntas importantes son: ¿Quién controla la producción concentrada, cuyas metas sirve, y según cuyos términos funciona? Los trustes y monopolios capitalistas en el campo de la comunicación colectiva como en otros campos han estado fuera del alcance del control por la audiencia colectiva y han sido controlados exclusivamente por el capital. Sin embargo, actualmente, están comenzando a unirse más y más al estado y al proceso político para la toma de decisiones (por ejemplo, el complejo militar-industrial), en el cual la gente tiene por lo menos una voz formal. Así el control parlamentario de la producción, es decir el control concentrado sobre un sistema concentrado, es, en la etapa actual de la historia, la estrategia más lógica, aunque tal control probablemente no afectaría la dirección básica de la producción (ya sea en el campo de la comunicación o en cualquier otro área) en ningún grado notable; durante la historia el estado burgués se ha encontrado al lado del capital y del poder en vez de estar junto a las masas.

Así, mientras se trata de obtener un control más democrático de la comunicación, tenemos que seguir los desarrollos sociales cercanamente; o es necesario perder la fe, aun si los resultados de nuestros esfuerzos parecen ser escasos o si la línea progresiva se somete a varios comentarios (como ha sido el caso de la difusión finlandesa; Littunen y Nordenstreng 1971). Debemos tener en cuenta que la etapa actual en la historia de la sociedad capitalista e industrial es caracterizada por una exposición creciente e irrevocable de los conflictos sociales, a pesar de la manera por la cual la maquinaria de manipulación y mercadería llena inexorablemente la conciencia de la población con los mensajes conformes a los intereses del estado y del sistema de producción.

Los países escandinavos son un buen ejemplo; aunque a menudo han sido mencionados como democracias ejemplares; las fallas ya están comenzando a aparecer en la fachada elegante. Este es el caso de Suecia, el país escandinavo más avanzado. En un último esfuerzo se ha iniciado una campaña grande nunca vista allí, la cual ha interpretado como un caso típico de la propaganda para el monopolio estatal del capital. En nombre de la "información social", la gente está enseñada, con el uso de sus propios impuestos, a pensar de tal manera que no se ponga en peligro la estructura del poder. Pero aun aquí, la comunicación no puede remediar el problema básico; los países escandinavos continuarán como democracias manipulativas, en las cuales no se basa la actividad social en la iniciativa de la gente sino en la presión inexorable de la producción y la maquinaria de la mercadería. Sin embargo, debemos anotar que tal sociedad no puede fun-

cionar por mucho tiempo; tarde o temprano tiene que adoptar un acercamiento activo y fundamentalmente renovante a sus problemas.

Ha llegado la moda a asustar a la audiencia con unas imágenes Orwellianas y Huxleyanas del futuro, con sus visiones de una sociedad basada en la manipulación total (ver Nordenstreng 1970, página 5). Los autores de este informe ya no hacen esto; en primer lugar, porque hemos perdido la fe en la omnipotencia de la comunicación, y en segundo lugar, porque sentimos que la utopía Orwelliana es una posibilidad histórica, un cuento de fantasmas para los adultos. Si la historia mundial verdaderamente dependería de la credulidad de la gente, nuestro desarrollo hubiera acabado al nivel de los ritos paganos de la sociedad tribal o, a más tardar, con las divisiones de clases del feudalismo. Sin embargo, el poder renovante siempre lleva a la sociedad adelante a un nivel más alto, a pesar de la resistencia de los contemporáneos. Al satisfacer su función crítica y creativa la comunicación colectiva aumentará la conciencia de las masas hacia una certeza de otro futuro.



REFERENCIAS

- Declaración sobre la Actividad Cultural, Primer Congreso Nacional sobre la Educación y la Cultura, Cuba 1971.
Ediciones Gor, 26 de Julio de 1970.
- Fanon, Frantz: *A Dying Colonialism*, New York 1967.
- Frank, Andre Gunder: *The Sociology of Development and the Underdevelopment of Sociology*, Zenit reprint 1/1969.
- Gouldner, Alwin W.: *The Coming Crisis of Western Sociology*, New York 1970.
- Guback, Thomas: *The International Film Industry*, Indiana University Press 1969.
- Littunen, Yrjö-Nordenstreng, Kaarle: *The Informational Broadcasting Policy: The Finnish Experiment*, International Symposium "New Frontiers of Television". Bled, Yugoslavia 1971 (será publicado en las procedencias del simposio).

- Magdoff, Harry: *The Age of Imperialism. The Economics of U.S. Foreign Policy*, New York 1969.
- Mandell, Ernest: *Die EWG und die Konkurrenz Europa — Amerika*.
- Marx, Karl-Engels; Friedrich: *Manifesto of the Communist Party*, Moscow, 1967.
- Mills, C. Wright: *The Sociological Imagination*, Oxford University Press 1968.
- Nordenstreng, Kaarls: *A Policy Approach to Communications Futurology*, en Informe sobre una Mesa Redonda "Communication 1980" sobre la Investigación de la Comunicación Colectiva y la Política, the Finnish Broadcasting Company 1970.
- Ossowski, Stanislaw: *Class Structure in the Social Consciousness*, London 1963.
- Philosophisches Wörterbuch 1, Leipzig 1971.
- Schiller, Herbert I.: *Mass Communications and American Empire*, New York 1969.
- Smythe, Dallas W.: *Conflict, Cooperation and Communication Satellites*, in *Mass Media and International Understanding*, Ljubljana 1969.
- Smytre, Dallas W.: *Cultural Realism and Cultural Screens*, International Symposium "New Frontiers of Television", Bled, Yugoslavia 1971 (será publicado en la procedencia del simposio).
- Varis, Tapio: *Approaching International Inventory of Television Program Structure: Preliminary Report of a Pilot Study*, International Symposium "New Frontiers of Television", Bled, Yugoslavia 1971 (será publicado en las procedencias del simposio).
- Vieweg, Klaus y Walther, Willy: *Veränderungen in der Informationsstruktur des imperialistischen Journalismus, Probleme aus Theorie und Praxis des Journalismus del DDR*, 1/1970.
- Williams, Raymond: *Communications*, Penguin Books 1966.

A P E N D I C E

Tabla 1. Porcentaje de programas importados de televisión (intercambio e importado) en los varios países (alrededor de 1970).

País/institución	Horas de los programas importados
EUROPA	
Finlandia	Aprox. 40
República Fed. Alemana	—
Irlanda	54 (1202)
Italia	—
Países Bajos	22 (732)
Noruega	20 (342)
Portugal	24 (856)
Rumania	27 (—)
Unión Soviética/Leningrado TV	—
Reino Unido/ITV	13 (—)
Yugoslavia/Belgrado	18 (330)
MEDIO ORIENTE	
Israel	—
Irak	52 (1658)
Libano/Tele-Oriente	—
Arabia Saudita/Riyadh TV	31 (832)
Arabia Saudita/Aramco TV	100 (—)
República Árabe Unida	41 (2636)
Yemen	—
ÁFRICA	
Ghana	34 (152)
Kenya	—
ASIA	
Japón/NHK, General TV	1 (94)
Filipinas/ABS—CNB	29 (3756)
República de Corea/TBC	31 (1569)
Taiwán/TV empresa	—
AMERICA	
República Dominicana/Corp. Com.	—
México/Telesistema	—

Tabla 2. Proporción de las Series y Películas del Tiempo Total de Programación y la Cantidad y Fuentes Principales de la Producción Extranjera en las Varias Estaciones de Televisión

País/Institución	% de la programación total		% del material importado		Fuentes principales de importación
	Series	Películas	Series	Películas	
EUROPA					
Finlandia	13	—	87	—	EE.UU., Inglaterra Francia.
República Fed. Alemana	8	9	—	76	EE.UU., Inglaterra
Irlanda	11	—	100	—	EE.UU., Ongla., Bél.
Italia	4	4	—	—	—
Países Bajos	21	2	72	75	EE.UU., Inglaterra, Bélgica
Noruega	8	6	—	—	EE. UU. Inglaterra
Portugal	8	4	100	100	EE.UU., Francia.
Rumania	(entretenimiento 14 %)				
Rusia	(películas 12%)				
Inglaterra	8	8	—	—	
Yugoslavia	2	7	100	87	EE.UU., Inglaterra, Francia.
MEDIO ORIENTE					
Israel	5	8	—	—	E.U., Inгла., Francia.
Irak	6	6	100	100	Arabia, Inгла., Fra.
Líbano	25	24	100	100	E.U., Inгла., Arab.
Arabia Saudita	27	2	100	—	E.U., Inгла., Líbano
Arabia Saudita	100	—	100	—	EE.UU.
Rep. Arabe Unida	16	7	90	33	EE.UU., Francia, Arabia Saudita
Yemen	61	10	100	100	E.U., Inglaterra, Arabia, Rusia.
AFRICA					
Ghana	—	—	—	—	EE.UU.
Kenya	—	—	—	—	—
ASIA					
Japón	7	1	3	96	EE.UU., Inglaterra, Italia.
Filipinas	32	9	54	22	EE.UU., Inglaterra
Corea	13	3	100	25	EE.UU.
Taiwán	47	1	39	100	EE.UU.
AMERICA					
República Dominicana	41	8	100	100	EE.UU.
México	38	17	100	—	EE.UU.

Tabla 3. Proporción de Asuntos Actuales, Noticias y Documentales en el Tiempo Total de Programación y la Cantidad de Fuentes Principales de Producción Extranjera en las Varias Estaciones de Televisión.

País/Institución	% de Asuntos Actuales Noticias y Documentales en el Tiempo Total de Programación	% de material importado	Fuentes principales de importación
EUROPA			
Finlandia	47	—	—
República Fed. Alem.	36	14xxx	—
Irlanda	21	37	EE.UU., Ingla.
Italia	25	—	—
Países Bajos	25	15	EE.UU., Ingla. Alem. Occi.
Noruega	36	20	Ingla., Escandi- navia, EE.UU.
Portugal	44x	16	EE.UU.
Rumania	25xx	—	—
Rusia	16	—	—
Inglaterra/BBC	22	—	—
Inglaterra/ITV	16	—	—
Yugoslavia	38	—	EE.UU.
MEDIO ORIENTE			
Israel	22	50xxx	EE.UU., Ingla. Francia, Italia
Irak	6	—	—
Líbano	22	—	—
Arabia Saudita	—	—	—
Arabia Saudita	—	—	—
Rep. Arabe Unida	14	13	E.U., Rusia, Fran. Inglaterra
Yemen	30	100	Rusia, Alem. Ori. Francia, Ingla. Italia
AFRICA			
Ghana	—	—	—

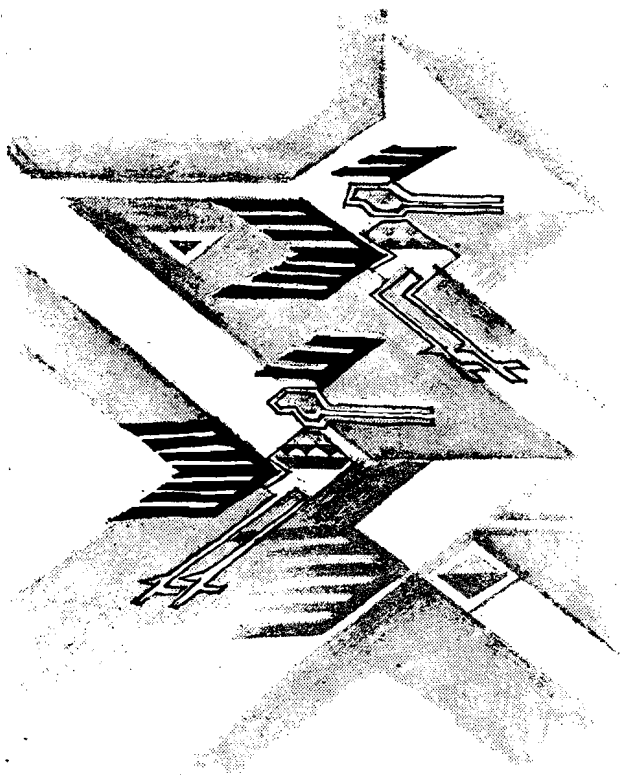
(CONTINUACION TABLA 3)

País/Institución	% de Asuntos Actuales Noticias y Documentales en el Tiempo Total de Programación	% de material importado	Fuentes principales de importación
ASIA			
Japón	39	12	EE.UU., Ingra. Canadá, Rusia Francia
Filipinas	26	29	E. U., Ingra., Ja- pón, Fran. Aust.
Corea	26	33xxx	EE.UU., Ingra.
Taiwán	—	—	—
AMERICA			
Rep. Dominicana	24	100xxx	EE.UU.
México	16	—	EE.UU.

x) Principalmente documentales (31%).

xx) Otro sistema de categorización.

xxx) % de documentales solamente.



investigación

**AMERICA LATINA,
KISSINGER Y LA UPI:
ERRORES Y OMISIONES DESDE MEXICO**

**Por: Fernando Reyes Matta,
Institute for Communication Research
Universidad de Stanford, 1974**

Análisis de la información transmitida por la Agencia Internacional de noticias UPI, durante los días 21, 22 y 23 de febrero de 1974, a raíz de la Reunión de Ministros de Relaciones Exteriores de América, en Tlatelolco. Incluye ejemplos del contenido ideológico de la información difundida y de la obvia intención de informar los problemas de acuerdo al interés de los Estados Unidos, con perjuicio para los intereses de los países latinoamericanos y particularmente de Ecuador y Venezuela; presentando "una América Latina que no es la que los latinoamericanos viven, pero en la que termina por creer por la fuerza comunicativa que tiene la agencia".

El grupo interdisciplinario de Stanford, en esta indagación, revisa los despachos de la UPI, analiza los hechos reales que ocurrieron durante la mencionada Reunión y concluye que algunos periódicos "fueron víctimas de un viejo esquema de dependencia entre la agencia vendedora de noticias del mundo y América Latina, porque tal información era errada y distorsionadora de la realidad", y sin embargo publicaron esas informaciones que eran realmente contrarias al interés de su propio país, como el caso de los diarios del Perú, que se supone estaban más estrechamente vinculados a la tesis del Gobierno de su país.

Por otro lado, el estudio presenta las omisiones importantes que hace la UPI sobre la participación de los cancilleres latinoamericanos en dicho evento, oscureciendo la intervención de algunas figuras de América Latina, según la conveniencia de los Estados Unidos y resaltando la del Secretario de Estado Kissinger, a quien se presenta como una figura mágico mística, mientras olvida totalmente a otros cancilleres, a pesar de que sus planteamientos eran fundamentales o abiertamente opuestos a Estados Unidos.

Asimismo, el trabajo encuentra que dicho servicio informativo da una connotación de dependencia a la posición de los cancilleres latinoamericanos; se alteran las posiciones reales y se nota una distorsión muy clara, con la omisión deliberada de los temas y planteamientos que interesan a la América Latina, dando gran dimensión a aquellos asuntos de incumbencia esencialmente norteamericana.

ANTECEDENTES

La reunión de los Ministros de Relaciones Exteriores de América Latina con el Secretario de Estado norteamericano Henry Kissinger, en febrero pasado, pretendió establecer las bases de un "nuevo diálogo" en las relaciones entre ambas partes.

Si los observadores de la reunión y varios de sus participantes estiman que en ella algo se avanzó, y los latinoamericanos estiman que lograron sostener una posición común tercer mundista, la esencia de ese avance y del "nuevo diálogo" fue ignorada o distorsionada por la agencia internacional de mayor penetración en América Latina, la United Press International (1).

Los tres días de la UPI en su servicio en español, dirigido a más de 700 clientes latinoamericanos sirvieron para ratificar lo que en junio de 1972 habían declarado los Cancilleres del Pacto Andino: "observamos con preocupación que los mayores volúmenes de información internacional que circulan entre nuestros países son procesados fuera de la subregión". Tal preocupación tenía tras de sí una suma de experiencias respecto a distorsión, manipulación, omisión informativa y promoción de determinados intereses políticos, que la UPI registra en su quehacer dentro de América Latina, desde cerca de 1920, cuando logró penetrar el mercado latinoamericano tras suscribir su primer contrato con "La Prensa", de Buenos Aires.

El total de la información transmitida el 21, 22 y 23 de febrero contiene ejemplos elocuentes de promoción de conceptos (como el de "comunidad hemisférica") o de temas (como el de la "energía"), sustentados de acuerdo a los intereses de Estados Unidos. De manera habitual surge en los despachos la frase "según funcionarios norteamericanos", para dar cuenta de ciertos detalles de la reunión, lo cual evidencia una crítica situación de dependencia si consideramos que ese total de información está destinado a circular en América Latina, ya que los medios de comunicación de Estados Unidos tienen escaso interés en la información del resto del continente (2).

(1) En un estudio publicado en 1967 por CIESPAL, Quito, queda en evidencia que UPI cubre el 49,5% de todas las informaciones internacionales publicadas. Es la agencia con más oficinas en el mundo: 238. Sigue AFP con 165.

(2) Un estudio de Al Hester sobre contenido de tres días de UPI en servicio que entregaba en Georgia, julio 1973, señala que del total de información exterior el 4,1% corresponde a América Latina.

Esos tres días de Tlatelolco (como se denominó a la conferencia por la zona de ciudad de México donde se efectuó) ratificaron un itinerario conocido, pero no por ello menos grave:

- UPI selecciona la información de América Latina según su criterio de intereses coincidente con una estructura de dominación.
- UPI procesa la información recogida y desde su cuartel general en Nueva York la reenvía al continente.
- UPI informa a los latinoamericanos de una América Latina que no es la que éstos viven, pero que terminan por creer por la fuerza comunicativa que la agencia tiene.

Cuando se sigue ese itinerario en sus detalles recogiendo toda la transmisión desde su apertura hasta el cierre, y se la compara con otras fuentes de información, se encuentra más de una sorpresa. Esto aumenta sí ese contenido es estudiado luego en la difusión que alcanzó en determinados medios en América Latina.

Y entre las sorpresas algunas como éstas:

1. Difundir como presunto texto final de la conferencia un borrador norteamericano con conceptos resistidos por los latinoamericanos.
2. Señalar como proposición de los latinoamericanos aceptada por Kissinger, una proposición que el día antes había sido planteada por éste.
3. Minimizar o ignorar la presencia de aquellos países ubicados en la "órbita de Estados Unidos" o con los cuales se han logrado ciertos acuerdos.
4. Ignorar los planteamientos sobre coerción económica, seguridad económica, balanza de pago y rol de empresas multinacionales hechos por los latinoamericanos.
5. Imponer como temas preponderantes ciertas cuestiones, como la de la energía y Cuba, desvinculándolas además, del contenido implícito en el llamado nacionalismo latinoamericano.

En la Conferencia de Tlatelolco los representantes de América Latina pretendieron hablar de igual a igual con Estados Unidos, sosteniendo sus propios puntos de vista. Mientras lo hacían, la información de sus acciones y palabras era sobrepasada por una versión — la de

UPI — que transmitía otra imagen, logrando ganar titulares de primera página en diarios de todas las tendencias y nacionalidades al interior del continente latinoamericano.

LA TRAMPA DE UN BORRADOR

El sábado 23 de febrero de 1974 el diario “El Espectador”, de Colombia, publicó en su primera página un titular — “SURGE ACUERDO” — reproduciendo a continuación un cable despachado por UPI desde México.

El texto era muy significativo, porque anticipaba el carácter de la declaración que emitiría la Conferencia de Tlatelolco luego del encuentro del Secretario de Estado, Henry Kissinger, con los Ministros de Relaciones Exteriores de América Latina y el Caribe.

Dijo el cable:

MEXICO, FEB. 22 (UPI).— LOS CANCELLERES AMERICANOS SE ENCAMINABAN ESTA NOCHE A CERRAR LA CONFERENCIA DE TLATELOLCO CON UN COMUNICADO EN QUE EXPRESAN EL “PROPOSITO DE RECUPERAR EL ESPIRITU DE COMUNIDAD QUE CON TANTA FRECUENCIA SE LE HA ESCAPADO A LA AMERICA”.

ESTE COMUNICADO, TITULADO “DOCUMENTO DE TLATELOLCO”, TAMBIEN INDICARA QUE LOS CANCELLERES SE PROPONEN CONTINUAR EL DIALOGO INICIADO EN MEXICO DURANTE LA CUARTA ASAMBLEA GENERAL DE LA ORGANIZACION DE ESTADOS AMERICANOS (OEA), A CELEBRARSE EN ATLANTA (GEORGIA) DEL 19 DE ABRIL AL PRIMERO DE MAYO.

AUNQUE LOS CANCELLERES TODAVIA NO HAN ELABORADO UNA VERSION FINAL DEL COMUNICADO, HA CIRCULADO AQUI UN BORRADOR DE DOCE PAGINAS PREPARADO POR ESTADOS UNIDOS.

Luego de estos tres párrafos iniciales, la información se extendió en otros detalles, pero que siempre incidieron en destacar que de la importante reunión entre América Latina y Estados Unidos surgía “una acción política de largo alcance, a fin de trabajar para lograr una comunidad americana”. Asimismo el cable se refirió a cinco puntos que, dijo, “fueron aprobados y aceptados por todos los cancilleres”, uno de los cuales expresaba: “la comunidad americana debe basarse ante todo en la justicia no en la fuerza”. En su principal discurso ante la Conferencia, al inaugurarse ésta, Henry Kissinger había insistido en el

concepto de “comunidad”, para encuadrar la relación América Latina-Estados Unidos.

El cable — el 232 L del 22-febrero — fue despachado con carácter de urgente desde México. Como era de esperar recibió la acogida adecuada en los diferentes diarios, radios y estaciones de televisión latinoamericanas servidas por UPI. Así, el cable fue publicado en la primera página de “El Imperial” de Guatemala, “La Prensa” de Buenos Aires, “El Comercio” de Quito, y en las páginas centrales de “La Nueva Crónica” de Lima”, por señalar algunos ejemplos concretos.

Todos ellos fueron víctimas de un viejo esquema de dependencia entre la principal agencia vendedora de noticias en el mundo y América Latina, porque tal información era errada y distorsionadora de la realidad.

El propósito de los países de América Latina y el Caribe era, justamente, evitar la calificación de “comunidad occidental” que Kissinger planteó como modelo de relación política para el continente. Durante toda la conferencia América Latina enfatizó que su realidad, con sus problemas, expresiones y características, se identifica con la problemática del Tercer Mundo. Y se agregó: desde tal posición tiene, sin embargo, una forma de relación particular con Estados Unidos, por proximidad y participación de un mismo continente. Pero como Estados Unidos es la primera potencia mundial con un quehacer propio de ese carácter, las formas de la relación América Latina-Estados Unidos están, en definitiva, resueltos dentro de un marco donde uno vive en los altos niveles del desarrollo y el otro en los límites de la pobreza y la dependencia.

La Declaración final fue reflejo de tales conceptos. En ninguna parte surgió el concepto “comunidad hemisférica” o “comunidad occidental”.

¿Dónde había estado la trampa de la UPI en la cual cayeron decenas de medios de información latinoamericanos?

Por una parte, en dar al borrador de declaración preparado por Estados Unidos la calidad de comunicado con el cual “**los cancilleres americanos** se encaminaban... a cerrar la conferencia”. Por otro lado, en omitir toda referencia a los documentos paralelos que se preparaban por el lado latinoamericano. La información fue transmitida al día siguiente en el primer despacho importante de la mañana (UPI 02—23 07:40 AED), pero aquí ya no se habla de un borrador norteamericano. Todo está atribuido a “los Cancilleres”.

Estos despachos, firmados por Juan W. Walte, dan otro argumento a quienes en muchas ocasiones se han referido al carácter de

las agencias informativas norteamericanas en el continente — AP y UPI — diciendo que “siempre han estado en correspondencia con la política respectiva del Departamento de Estado” (3).

LA FIGURA ESTELAR Y LOS OTROS

En una medición de las referencias personales que hace la UPI en sus textos durante los tres días señalados, se hace evidente que el personaje central es Kissinger. En términos periodísticos objetivos tal relevancia es comprensible, aunque una investigación más profunda podría cuestionar el carácter “mágico-mesiánico” con que la UPI presenta siempre al Secretario de Estado en sus informaciones.

Así, en el despacho 003 L, enviado a primera hora de la mañana del 22, se dice que Kissinger y los 24 Cancilleres latinoamericanos y del Caribe tratan de definir claramente sus relaciones económicas y políticas, después de que el alto funcionario norteamericano propuso un ‘nuevo programa para las Américas’ ”.

¿Qué implica tal frase?

En esencia, que la circunstancia **definición** sólo se hace posible después que Kissinger hace una **proposición**. Es la propuesta norteamericana la que determina esas futuras relaciones, con lo cual se ignora, se margina o se minimiza el origen de tal debate surgido de las exigencias latinoamericanas, movilizadas por una suma de circunstancias nacionalistas dadas durante 1972—73, las cuales llevaron a la configuración de una plataforma común en Bogotá y a la búsqueda de una discusión cara a cara, que tiene lugar en México.

Ese despacho del día 22 marca una evolución de lo que un día antes, también en cable 003 L, se había dicho al mostrar a Kissinger dando “la respuesta de Washington a las proposiciones latinoamericanas acerca de las formas de las relaciones hemisféricas del futuro”.

El tercer día de la conferencia, esto es el 23 de febrero, la evolución alcanza su punto más alto. De un primer día en que Kissinger venía a dar respuesta a los latinoamericanos, pasando por la búsqueda de una definición como consecuencia de la propuesta de Kissinger, se llega a una terminación “con un llamado conjunto en pos de una co-

(3) “Pueblos Sub Informados”, E. Díaz Rangel, Universidad Central de Caracas. Uno de los pocos libros publicados en América Latina sobre el problema de la dependencia de la información internacional.

munidad americana", de acuerdo al redactado por Estados Unidos, que la UPI se encargó de difundir como borrador de declaración de la conferencia, según lo ya dicho.

Bajo tal evolución asoma siempre un Kissinger convertido en "figura estelar de la conferencia", para el cual se monta un tinglado semántico, desenfocándolo del carácter de representante del Gobierno de Estados Unidos y mucho menos de la Casa Blanca en crisis. Es la individualidad Kissinger, con su propio respaldo y significado, el que asoma poniendo sus habilidades diplomáticas en juego frente a las demandas latinoamericanas. La frase "Kissinger y los 24 Cancilleres de América Latina y el Caribe" es una constante a lo largo de los tres días de información.

Si tomamos el total de líneas despachadas a toda la red de tipos desde México sobre la Conferencia de Tlatelolco, y las medimos considerando las personalidades con las que tienen referencia, surgen porcentajes muy significativos.

Por una parte la relevancia dada a Kissinger: el día 21 encontramos el 58% de las líneas referidas a él; el 22 el porcentaje aumenta al 65%, para alcanzar el sábado 23 al 66% (Ver TABLA 1).

Del mismo modo, el criterio con que UPI opta por determinadas personalidades para informar, refleja una posición respecto al acontecer latinoamericano. Las personalidades que alcanzan relevancia a lo largo de los tres días son Alberto Vignes, Canciller de Argentina; Aristides Calvani, Canciller de Venezuela; Shridath Ramphal, de Guyana; Emilio Rabasa, de México — presidente de la reunión — y Alfredo Vásquez Carrisoza, de Colombia, promotor del encuentro.

En cada una de tales situaciones es posible encontrar una explicación si aplicamos a ella un criterio de análisis coincidente con los problemas de intereses del Departamento de Estado. Argentina es la voz nueva de exigencias latinoamericanas surgida en el continente tras la caída del Gobierno del Presidente chileno Salvador Allende. Detrás de la política internacional de Argentina están las relaciones con Cuba, las negociaciones comerciales para vender vehículos y otros bienes de origen norteamericano producidos en Argentina, en un quiebre importante del bloqueo de Estados Unidos a Cuba. Es, en suma, la voz de Alberto Vignes una voz importante para el cuadro de información en que se mueve UPI. Así lo demuestra cuando el día 21 envía el despacho 007 L, escrito por Timothy Berry que sintetiza lo conversado por los periodistas con Vignes, luego que éste se reuniera con Kissinger tras la llegada del Secretario de Estado a México. El cable es repetido más tarde y luego el despacho 044 L ratifica el interés con que la UPI sigue al Canciller argentino. Este cable transmite completo el texto de un documento distribuido por los asesores de prensa de la delegación argentina conteniendo "la posición que sostendrá el Ministro de Rela-

ciones Exteriores de ese país, Alberto Vignes, en relación con los temas a debatirse en la reunión hemisférica..." La extensión del documento, su información y lo excepcional de la relevancia que se da a una declaración que recoge las posiciones de un solo país al iniciar la conferencia, demuestran a quien observe con detención los despachos informativos que, para la UPI, Argentina era un actor clave en Tlatelolco.

Tal opción en si no es cuestionable. Pero ella demuestra lo que ha sido siempre el criterio de aproximación de la UPI al acontecer latinoamericano; actuar en las zonas conflictivas de la relación América Latina-Estados Unidos y elegir allí lo que es noticia. Tal conducta desplaza los intereses propios de los latinoamericanos y sus aspiraciones, refiriéndolos a lo que parece importante para los intereses norteamericanos. Todo ello bajo la presión de un requerimiento ineludible para la acción de la UPI: la potencialidad vendedora de la noticia.

Así, Venezuela significa petróleo-próxima nacionalización-aumento de vínculos hacia Cuba.

Guyana es voz crítica, antimperialista, promotora de relaciones con Cuba.

Ambos casos encontraron una difusión incrementada en relación con su rol crítico. Un documento de Venezuela sobre el petróleo será ampliamente difundido el día 23, el cable 114-L con 122 líneas, mientras la información sobre la intervención de Venezuela en el tema de las empresas transnacionales no pasa más allá de 17 líneas agregadas al despacho sobre la cuestión cubana planteado por Guyana y otros países en la sesión de ese día (cable 201 L, despachado bajo el epígrafe CUBA 2-22 JJW, URGENTE).

El análisis de los porcentajes en relación con las referencias-líneas por personalidad, entrega también otras sorpresas. Prácticamente se lleva a una mínima expresión a ciertos Ministros, como son los casos de Miguel Angel de la Flor, de Perú; Juan Antonio Tack, de Panamá; Mario Gibson Barbosa, de Brasil; Juan Carlos Blanco, de Uruguay; o Ismael Huerta, de Chile. En otros casos, como Lucio Paredes de Ecuador, se ignora totalmente su presencia.

¿Por qué se produce tal situación? ¿Qué razones llevan a la UPI a minimizar a tales representantes latinoamericanos, cuando en los despachos informativos de otras agencias se da cuenta de importantes intervenciones de ellos?

Quizás no sea tan equívoco suponer que la UPI les resta importancia porque les ubica dentro de un campo "no conflictivo". En otras palabras, la UPI estaría sensibilizándole en el área favorable a los intereses de Estados Unidos. Ello explicaría el rol que se da en la con-

ferencia a los representantes de Brasil, Uruguay, Chile, Paraguay, por ejemplo. La extensión de un trato similar, de omisión informativa, a los Ministros de Perú y Panamá se explicaría por la mentalidad UPI "no conflicto-no noticia". El acuerdo firmado por el propio Kissinger a comienzos de febrero en Panamá en relación al Canal, y el acuerdo suscrito en Lima a comienzos de la semana de la Conferencia entre representantes de Estados Unidos y Perú superando los problemas pendientes sobre nacionalización, habrían constituido para la UPI un antecedente suficiente para despreocuparse de los Ministros Tack y De la Flor. El resultado es que ambos, si uno se refiriera exclusivamente a la UPI para saber qué pasó en Tlatelolco, no habrían tenido una participación significativa.

¿Es esa la verdadera situación? Veamos el caso de Miguel Angel de la Flor, del Perú.

Después que éste regresa de Lima — viaje repentino para suscribir acuerdo con Estados Unidos — su participación en México es destacada por otras agencias. LATIN envía el día 21 un despacho reproduciendo los puntos principales de un documento que Perú ha presentado al seno de la conferencia, el cual sostiene que "sólo cuando los Estados Unidos decidan abandonar el uso de la fuerza y respetar el derecho de cada país a darse su propio sistema de gobierno, podrá hablarse de una nueva relación entre Estados Unidos y América Latina". El documento propone una serie de medidas específicas destinadas a salvaguardar la independencia económica latinoamericana y robustecer las perspectivas de un diálogo igualitario entre América Latina y Estados Unidos.

Tras el discurso de Henry Kissinger, el día de la inauguración, el Ministro peruano señaló su rechazo a la tesis de la "interdependencia", expresando que "uno de los asuntos más serios desde el punto de vista ideológico es el problema de la dependencia, el cual no puede ser puesto de lado". Y luego agregó: "el problema básico aquí es el de la unidad, pero de una unidad latinoamericana basada en la independencia, soberanía nacional". Por otra parte, De la Flor — según un despacho difundido por la agencia cubana PRELA — dijo que "Perú no puede aceptar los vagos e imprecisos términos usados por Kissinger en relación con el mantenimiento de Enmiendas promotoras de medidas coercitivas (Enmienda Hickenlooper y otras) y los esfuerzos que él haría para 'disminuir sus efectos' ".

Nada de esto se informa por el servicio de UPI. Tras el discurso de Kissinger y durante todo el día 21 de febrero, el canciller peruano sólo es mencionado en dos líneas, en el cable 171 L, que recogió las reacciones iniciales al discurso. Dice: "General Miguel Angel de la Flor Valle, de Perú: 'lo considero un discurso con muchos aspectos positivos' ".

El 22 de febrero es el Canciller del Perú el que plantea uno de los puntos importantes de la conferencia: "Cooperación para el Desarrollo". La UPI da aquí otra lección de desenfoque, transmite un cable de síntesis global de la conferencia dentro del cual el párrafo sexto expresa:

PERU FUE EL VOCERO DEL GRUPO QUE ESTUDIO EL PUNTO NUMERO UNO "COOPERACION PARA EL DESARROLLO". EN ESTE SENTIDO EL GRUPO SUGIRIO LA CREACION DE UN FONDO DE EMERGENCIA PARA AYUDAR A PAISES REGIONALES EN CASOS DE DESASTRES NATURALES Y GRAVES PROBLEMAS ECONOMICOS. KISSINGER, SEGUN UN FUNCIONARIO NORTEAMERICANO RECIBIO AFIRMATIVAMENTE ESTA SUGERENCIA Y PROPUSO QUE SE TRABAJE SOBRE EL ASUNTO LO MAS PRONTO POSIBLE".

Es verdad que tal idea estaba en medio de la intervención del Canciller peruano hecha en nombre de todos sus colegas. Pero no constituía el punto fundamental ni la esencia de lo planteado respecto a los problemas existentes entre América Latina y Estados Unidos en relación con el campo de la "Cooperación para el Desarrollo".

Y si escurramos con análisis semántico encontraremos aún más; una connotación de dependencia sumisa. Se refleja allí una América Latina que sólo atina a sugerir. No demanda, no plantea, no exige, no requiere con urgencia. Hay sólo una "sugerencia", tras la cual el texto desplaza la acción hacia un actor donde la sugerencia llega. Ese actor es Kissinger. Por el lado de América Latina la palabra es envuelta en abstracciones: se menciona a un país y a un grupo. La contraparte es un nombre propio, con su propia aureola explicitada y promovida por la UPI: Kissinger, colocado en una instancia de superioridad. El aprueba o rechaza. Y en este caso "según un funcionario norteamericano", como de manera significativa señala la agencia, Kissinger "recibió afirmativamente la sugerencia" Y tras la aceptación el personaje - actor determinante del destino que la sugerencia tenga - le otorga un futuro cuando "propuso que se trabaje sobre el asunto lo más pronto posible".

Bajo tal análisis, el Canciller peruano que habló en nombre de sus colegas latinoamericanos, resulta ser un vocero de tono menor, cuya energía no traspasa las barreras de la sugerencia. Y así lo publican los diarios de su país, de distintas tendencias, (La Prensa y La Nueva Crónica) cuando dan cuenta del cable de UPI escrito por el mismo Juan J. Walte. Es cierto que tales diarios tienen acceso a otras agencias, y las utilizan en este caso. Sin embargo, por tradición informativa, por influencia, por peso de penetración simultánea en radios y televisión, lo dicho por UPI marca la tendencia de la informa-

ción, que se reflejará en los principales titulares de los diarios latinoamericanos.

El día 23 de febrero el Ministro peruano no existe para la UPI. Sin embargo, ese mismo día las agencias LATIN y AFP distribuyen información dando cuenta de los detalles de una conferencia de prensa, donde De la Flor se refiere a los temas más significativos de la Conferencia.

Este caso específico es una muestra clara de la dependencia y sus proyecciones en que viven los países latinoamericanos en materia de información internacional. La participación de Perú es alterada o ignorada por la agencia internacional más influyente en América Latina; pero los diarios peruanos, por una inercia cultural, aceptan como válido lo que el teletipo les dice y publican el enfoque que la UPI hace de la Conferencia. Lo increíble es que tal fenómeno se registra no sólo con el diario tradicional "La Prensa", de ideología identificable con UPI, sino también con el periódico "La Nueva Crónica", promotor de la Revolución peruana, el cual el tercer día de la Conferencia publicó en sus páginas centrales como información principal el cable UPI con el concepto "comunidad hemisférica", él mismo al cual tanto se había opuesto en México el Canciller peruano.

TEMAS PREFERIDOS, TEMAS IGNORADOS

Desde la perspectiva latinoamericana la Conferencia de Tlatelolco implica llegar a una forma de diálogo que se venía desarrollando desde otro encuentro de especial significado en el continente: la conferencia de Viña del Mar, en 1969.

En aquella ocasión se habían hecho evidentes las posibilidades implícitas en una acción conjunta. Con la llegada de 1970 nuevos fenómenos se registraron al interior de América Latina. La situación en Chile, la maduración del Pacto Andino, las conferencias tercermundistas especialmente la de Lima (Grupo de los 77), y de la UNCTAD en Chile, crearon factores bajo los cuales se incrementó una toma de conciencia sobre los problemas que afectan a una independencia real. Algunos hablan de neo-imperialismo, refiriéndose a la acción de las corporaciones multinacionales, a los obstáculos y dependencias creados con la transferencia de tecnología, a las presiones y coerciones ejercidas desde el ámbito del crédito internacional. Todo ello está implícito dentro de un nuevo espíritu de entendimiento determinado por las concepciones del pluralismo ideológico: no marquemos tanto las diferencias, como los problemas sobre los cuales podemos hablar conjuntamente.

Tal es el "back ground" que está detrás del encuentro de México. América Latina llega para abordar los temas que le interesan.

Kissinger, por su parte, ha incluido la cuestión de la energía, pero el tema no logrará especial relevancia dentro de la Conferencia por la oposición de los latinoamericanos a tratarlo, especialmente de Venezuela y Ecuador.

¿Cómo reacciona la UPI frente a esta temática?

Por una parte cometiendo el error al cual no escapan tampoco otras agencias noticiosas: el aislamiento de la actualidad. Desvinculan los acontecimientos de su back ground, de sus razones, anecdotizándolos. Con ello, logran convertirlos en circunstancias. Y como tales, pierden su sentido real determinado por una sucesión de contenidos ideológicos y políticos.

Por otro lado, en lo que constituye la parte más delicada de este fenómeno de dependencia informativa, se constata una distorsión muy clara. Se ignoran los temas y planteamientos que interesan a América Latina. Se sobredimensionan aquellos asuntos del interés de Estados Unidos.

Si tomamos los temas ENERGIA, EMPRESAS TRANSNACIONALES Y CUBA, según los cables transmitidos y las líneas dadas a cada uno de estos temas en ellos, vemos que la cuestión energética es colocada en lugar prioritario, lo mismo que el tema cubano desde la mitad de la Conferencia cuando comienzan las referencias a él en los debates.

LINEAS POR TEMA TRANSMISION UPI TLATELOLCO

Días de Febrero, 1974	21	22	23	TOTAL
ENERGIA	85 líneas	128 líneas	6 líneas	219 líneas
EMPRESAS MULTINACIONALES	72 "	31 "	15 "	118 "
CUBA	20 "	98 "	77 "	195 "

El porcentaje de cada tema sobre el total es el siguiente:
 ENERGIA 41% | EMPRESAS MULTINACIONALES 22% | CUBA 36%

Más allá de los indicadores de las cifras está el carácter de las referencias a tales temas. En algunos casos se ha debido contabilizar líneas en favor del tema EMPRESAS MULTINACIONALES (o

Transnacionales como prefieren llamarlas los latinoamericanos) porque aparece enumerado entre los puntos del temario, pero sin que se expresen opiniones respecto de él. Respecto de los temas ENERGIA o CUBA, los párrafos siempre tienen mayor "color" informativo.

Cualquier asistente a la Conferencia de Tlatelolco, como participe u observador, sabe que el tema de la energía no jugó un rol importante ni se adoptaron acuerdos significativos al respecto. Pero en la visión dada por la UPI tiene un carácter muy distinto. Respecto de Cuba, muchas veces el tratamiento que se le da es anecdótico, y casi siempre promotor de la continuación de las dificultades para dicho país. Se destaca quienes se refirieron al asunto, como guardó silencio Kissinger, los comentarios en torno a una taza de café en un intermedio, la actitud de Kissinger respecto de Cuba en la conferencia de prensa (es el encabezamiento y lo principal en el informe sobre ella), etc., pero poco o nada se dice del significado que tiene, por ejemplo, que la cuestión cubana está cada vez más sobre el debate.

Mientras tanto, los temas propios del interés latinoamericano que han venido madurándose desde largo tiempo, encuentran por parte de la UPI un tratamiento minimizador. Se diluyen los contenidos, se desenfoca lo esencial.

El cable 170 L, pasa a ser el único cable importante con una visión general de los debates registrados en la conferencia. Su comienzo es un ejemplo antológico de desenfoco.

MEXICO, FEB. 22 (UPI).— AMERICA LATINA Y ESTADOS UNIDOS PUSIERON HOY EN MARCHA UN "NUEVO DIALOGO" INTERAMERICANO AL ACORDAR LA CREACION DE UN FONDO DE EMERGENCIA PARA CASOS DE DESASTRES ECONOMICOS Y NATURALES EN LA REGION.

Después de esas cuatro líneas el cable se extiende en descripción de ambiente ("de acuerdo general") hasta llegar al párrafo sexto que citáramos anteriormente en relación con Perú y su Canciller, y la "sugerencia" de crear el Fondo citado. Luego pasa a otra cosa.

¿Mintió la UPI? No, en cuanto la idea existe y la proposición fue hecha, pero no cabe duda que ella está lejos de ser la parte más significativa de toda la jornada de diálogo entre los latinoamericanos y el Secretario de Estado de Estados Unidos. Nada se dice sobre las exigencias hechas para que Estados Unidos cumpla con la entrega del 1% de su Producto Nacional Bruto al desarrollo de los países del Tercer Mundo, según lo determinan las resoluciones adoptadas en Naciones Unidas. Nada sobre las críticas a la utilización política de la Cooperación Internacional.

Respecto del tema "Medidas coercitivas de carácter económico", la información de UPI sólo alcanza cinco líneas, las cuales hacen aparecer a una América Latina concordante con Kissinger y olvidadiza de todos los ejemplos de coerción económica que le ha tocado vivir en los tres o cuatro últimos años.

Dijo UPI:

EL PUNTO NUMERO DOS, "MEDIDAS COERCITIVAS DE CARACTER ECONOMICO", FUE PRESENTADO POR ECUADOR, AMERICA LATINA APOYO LA SUGERENCIA DE KISSINGER, HECHA EN SU DISCURSO DE AYER, EN EL SENTIDO DE CREAR OTRO MECANISMO REGIONAL PARA RESOLVER DISPUTAS SOBRE ASUNTOS DE INVERSIONES Y EVITAR QUE TALES PLEITOS DAÑEN LAS RELACIONES BILATERALES ENTRE ESTADOS UNIDOS Y EL PAIS LATINOAMERICANO ENVUELTO.

(párrafo ocho, cable 170 L, 02—22)

En ninguna otra parte de la transmisión de ese día, como tampoco en la del día siguiente se volverá a hacer alusión de tan importante tema. El limitado contenido guardó profunda diferencia con lo transmitido por otras agencias o enviados especiales. Un cable de LATIN, por ejemplo, dijo:

MEXICO, D.F., 22 (LATIN).— AMERICA LATINA PIDIO HOY LA CREACION DE UN MECANISMO EFICAZ "DE PROTECCION CONTRA EL PROPOSITO, LA AMENAZA, LA ADOPCION O LA APLICACION" DE MEDIDAS COERCITIVAS DE CARACTER ECONOMICO.

HENRY KISSINGER, SECRETARIO DE ESTADO NORTEAMERICANO, RECIBIO LA DENUNCIA DE QUE "AMERICA LATINA HA SUFRIDO LA ACCION COERCITIVA DE ESTADOS UNIDOS".

El cable se refirió a las presiones y obstáculos ejercidos en el BID, y al derecho de América Latina a usar soberanamente de sus recursos naturales y de la cooperación internacional, "sin limitar sus legítimos derechos ni abandonar sus propias y justas aspiraciones". Además de un texto distinto, tanto esta agencia como AFP enviaron un despacho especial sobre el tema, lo que UPI no hizo, limitándose a las breves líneas antes citadas.

Este y otros ejemplos van multiplicando los niveles de distorsión a que llegó UPI durante los tres días de transmisión en estudio.

Durante la tarde del día 22 sus corresponsales se encandillan con el tema de Cuba y olvidan el resto de la Conferencia. Al culminar el día envían el equívoco proyecto de declaración que hemos comentado antes, con los supuestos de una "comunidad americana".

Nadie llega tan lejos como la UPI en cuanto a dar una visión errada de la reunión y sus perspectivas. Incluso la Associated Press, (AP), se apresura en informar de la eliminación del concepto "comunidad" y todo el contenido político que implicaba. Al terminar la jornada del día 22, AP envía este cable:

MEXICO, D.F., 22 (AP).— LA CONFERENCIA DE CANCELLE-RES ACORDO ESTA NOCHE RETIRAR LA PALABRA "COMUNIDAD" DEL CONCEPTO "COMUNIDAD HEMISFERICA" DEL DOCUMENTO EN QUE SE FIJARAN LAS BASES DE LA NUEVA COOPERACION CONTINENTAL..."

Aunque la información coloca el asunto sólo en términos de retirar una palabra, en todo caso implica dar con alcance esencial la información, que los encargados de Cables o de Informaciones del Exterior en diarios y demás medios habrían podido medir en todo su significado.

Sin embargo, este cable ocupó, por ejemplo, un semioculto lugar en página 9 de "La Prensa" de Lima, el sábado 23. En cambio, la primera página llevaba el siguiente titular: "Estados Unidos y América Latina crearán fondo para casos de desastres", reproduciendo el cable 170 L, antes comentado. Seguramente el informe que a diario se recibe en el cuartel general de la UPI en Nueva York desde las distintas capitales, debe haber dado cuenta de este punto a favor: primera página. Una vez más la UPI lo lograba, aunque su información no fuera efectivamente veraz.

También se registran ejemplos de malabarismo conceptual, que llegan a despertar sospechas sobre los motivos que los originan.

El día 22, en el cable 201 L, en las pocas líneas dedicadas al tema de las empresas transnacionales se dice que Kissinger, junto con reconocer algunas críticas, aceptó "QUE SE ESTABLEZCA ALGUN TIPO DE CODIGO DE CONDUCTA PARA ESAS CORPORACIONES, PERO QUE SEA A NIVEL MUNDIAL MAS QUE REGIONAL"

Al día siguiente, en el cable 054 L, dirigido a los matutinos dominicales con una visión global de la Conferencia, esa posición de Kissinger ha pasado a ser el aporte latinoamericano en la Conferencia. Los párrafos cinco y seis de ese cable dicen:

“DE LA REUNION EMERGIERON DOS PUNTOS DE ACUERDO QUE SE CONSIDERAN SIMPLEMENTE COMO INTERCAMBIOS DE PUNTOS DE VISTA”.

LA PROPOSICION DE KISSINGER DE CREAR MECANISMOS INTERNACIONALES QUE ENCAREN LAS DISPUTAS QUE SURGEN DE LA CONFISCACION DE INVERSIONES NORTEAMERICANAS SIN COMPENSACION JUSTA, FUE ACEPTADA POR AMERICA LATINA. LOS LATINOAMERICANOS A SU VEZ PROPUSIERON QUE ESTADOS UNIDOS Y LAS OTRAS NACIONES HEMISFERICAS CREARAN ESTOS MECANISMOS A ESCALA MUNDIAL, LO QUE KISSINGER ACEPTO.

Una vez más, en este caso, los medios latinoamericanos serán repetidores de tales informaciones, sin análisis crítico. Por ejemplo, este cable de UPI ocupa la primera página de “El Comercio”, de Quito, en su edición del domingo 24 de febrero.

Entre los temas que pueden consignarse de los cuales UPI no dio cuenta, pero si fueron cubiertos por otras agencias o medios, pueden señalarse los siguientes:

— Petición a Kissinger de que el gobierno norteamericano deje de ser el “portavoz” de los intereses privados norteamericano en los países latinoamericanos (AFP).

— Definiciones de “inseguridad económica” dada por Vásquez Carrisoza en su discurso inaugural, demandando el desligamiento de los intereses privados del capital extranjero de una política multilateral interamericana (LATIN).

— Exposición crítica sobre el comercio internacional y el acceso de América Latina al mercado norteamericano, hecha por el Canciller argentino, y que el propio Kissinger consideró uno de los planteamientos más fuertes y en profundidad registrados en la Conferencia (PRELA).

— Documento sobre acción de empresas transnacionales en América Latina, presentado por el Canciller de Venezuela, donde se denunciaron las intervenciones políticas de tales empresas en el continente y se demandó la acción del Gobierno norteamericano para impedir tales acciones (AP).

— Documento sobre crisis de energéticos, presentado por Ecuador a la Conferencia, que acusa a los países industrializados y a las compañías transnacionales de propiciar la llamada “crisis energética” (LATIN).

Estos ejemplos, verificables en lo publicado en diversos diarios de América Latina, llevan a más de una pregunta central. ¿Por qué la UPI tiene tal comportamiento informativo? ¿Qué factores determinan su acción, la cual tiene como consecuencia ser una fuente equívoca de información para la opinión pública latinoamericana? ¿Es legítimo que América Latina deje producirse tal fenómeno, sin hacer exigencias, cuando en última instancia se trata de una acción que determina tomas de posiciones o conceptos en la relación entre los países latinoamericanos y de éstos con el mundo?

INTENTOS DE EXPLICACION Y REACCION DEL TERCER MUNDO

La revista "Mensaje", editada por la comunidad jesuita en Chile, publicó en agosto de 1973 un artículo sobre la UPI y su rol en el continente. Dijo: "América Latina depende de los países capitalistas desarrollados y UPI se esfuerza en mostrarlo cada día. Por ello, UPI es un agente de penetración imperialista en América Latina". La afirmación no era gratuita. Surgía como consecuencia de un estudio hecho sobre una semana de la UPI en julio de 1972.

Díaz Rangel, en su libro antes citado, dijo en 1967: "El monopolio de las agencias norteamericanas es de doble carácter. De un lado son, prácticamente, las únicas en importar, y como es natural, suministran aquellas noticias que no lesionan los intereses imperialistas, colonialistas y neo-colonialistas. De otro lado tienen en sus manos casi exclusivamente la exportación de noticias de cada país subdesarrollado al resto de los países del Tercer Mundo".

Junto a tales estudios, y lo que dejó en evidencia la investigación realizada por CIESPAL, Quito, sobre "Dos Semanas en la Prensa de América Latina", hace ya una década, están las investigaciones publicadas en revistas norteamericanas que constituyen otro aporte a los análisis del problema; aunque en este último caso hay una óptica norteamericana que no evalúa tanto el fenómeno al interior de los países latinoamericanos y la consecuencia de la interrelación entre éstos vía una agencia internacional de noticias ajena a la región. Un reciente artículo de Al Hester en que da cuenta de sus últimas investigaciones al respecto, constituye un buen ejemplo de esto último.

Todos estos estudios llevan a un mismo punto: ratifican un alto nivel de dependencia informativa, dentro del cual se crea una opinión pública, cuya irradiación alcanza a niveles no sospechados de la vida diaria.

Las informaciones transmitidas en 1964 sobre la crisis del Congo llevan a un autor de música popular a crear una cumbia: ¿Qué pasa en el Congo?. Repetitiva y de mal gusto, la cual como verso de especial significado declara: "que blanco que pillan lo hacen mondongo". Aquello fue la consecuencia de una imagen, de una versión inculcada en la atmósfera social donde el autor encontró su motivación. Ella fue reflejo de lo captado: los blancos buenos, los negros malos. Por cierto, nada había allí respecto de mercenarios y acciones colonialistas.

Los países del Tercer Mundo comienzan a tomar conciencia del problema, con espíritu de conjunto. En Argelia, durante la conferencia de los países No Alineados, septiembre 1973, la declaración política expresó que "los países en vías de desarrollo deben emprender una acción concertada en el campo de las comunicaciones", colocándose como una de las tareas más significativas la "reorganización de los actuales canales de información, los cuales son un legado de un pasado colonial y que ha obstaculizado las comunicaciones libres, directas y rápidas entre ellos". El nivel de Jefes de Estados reunidos en Argel le dio y dará trascendencia a estas frases y otras vinculadas al futuro de las comunicaciones en el mundo.

Antes, en UNCTAD 72, la resolución TD/L. 64 subraya que "los medios de alcance internacional tienen una función importante que cumplir en la toma de conciencia, por parte de la opinión pública y la comunidad internacional, de los problemas de desarrollo, y que dicho papel debe ejercerse con toda objetividad".

En uno y otro foro va surgiendo una posición política conjunta, frente a un fenómeno que desborda el entendimiento entre los pueblos y, en muchos casos, desvirtua sus intereses auténticos y sus propósitos.

Todo ello tiene una razón central. Las agencias occidentales de noticias, y en especial UPI que es la única fundada sin respaldo gubernamental o de asociaciones de empresarios publicistas, tienen por misión vender noticias. Operan con las razones del mercado.

¿Qué significa esto desde la perspectiva de América Latina?

Esencialmente que UPI, por ejemplo, haga negocio con nuestra realidad, con nuestra actualidad continental.

Elige ciertos hechos, ignora otros, aglutina verdades parciales cuyo resultado final no es verdadero; oficializa lo coloquial dándole un rango que, en más de una ocasión, ha logrado perturbar las relaciones entre países latinoamericanos. Todo esto bajo las determinantes de hacer circular pronto las noticias, de darles fuerza y calidad vendedora. Bajo tal escuela se va creando un estilo periodístico, cuyo

lenguaje supuestamente frío y no comprometido transmite una presunta objetividad, pero que en última instancia disfraza los contenidos parciales y subjetivos posibles de encontrar en la suma de cables transmitidos desde Nueva York. Dar agresividad a la noticia se convierte para cada corresponsal latinoamericano, en un modelo, y se incrementa en uso de los estereotipos que han logrado cruzar la barrera de los encargados de procesar la información en Nueva York, especialmente de aquella que se envía por la red de Estados Unidos, Europa y resto del mundo.

Pero aún hay más. La información que UPI recoge en América Latina, con contenidos e intereses ajenos a la región, está destinada de manera esencial a circular y venderse en los diarios y medios latinoamericanos. Negocia con nuestra relación interior, obteniendo ganancias, por ello que se suman al total de sus operaciones. En 1972 la UPI sobrepasó los US\$ 55'000.000 en sus operaciones internacionales. Es un fenómeno multinacional que opera con las características de las empresas multinacionales, identificándose sus redes y cuarteles generales en las mismas ciudades.

En un trabajo presentado a la llamada Conferencia de las Américas, realizada en Stanford University, junio 1974, donde se convocaron periodistas y expertos de comunicación de América Latina y Estados Unidos, uno de los más conocidos investigadores norteamericanos sobre el tema de las Comunicaciones, Wilbur Schramm, ha dicho:

“La habilidad de mandar, dirigir, seleccionar información puede llegar a ser una fuente de poder comparable a los recursos naturales, tecnológicos y económicos”.

Tal afirmación tiene especial significado si la analizamos desde una posición latinoamericana o tercer mundista.

Si en la defensa de los recursos naturales y la independencia económica se ha incrementado una posición latinoamericana que exige respeto a sus decisiones soberanas, ¿no será ya la hora de tener una táctica similar para defenderse de las consecuencias crecientes que acarrea la dependencia informativa?

Es evidente que una táctica sólida pasa por una serie de decisiones al interior de América Latina. Es necesario estudiar y definir el problema en profundidad, demostrando sus consecuencias, para responder a las airadas voces que se levantarán en algún momento en nombre del “free flow information”. Bajo los fundamentos de ese “flujo libre de información” se ha ido desarrollando la penetración de los sistemas internacionales de noticias, de las redes televisivas y se planifica el futuro de las redes de televisión espacial en grandes corporaciones de información mundial como la UPI.

Del mismo modo, es necesario reformular el problema en los propios medios latinoamericanos, en términos de no continuar sirviendo de instrumentos de distorsiones u omisiones concebidas desde un enfoque exterior ajeno a la realidad latinoamericana como se ha demostrado en este trabajo. La mera reproducción de cables, la no constatación de sus contenidos, la falta de ubicación de ellos dentro de un "back ground" posible de elaborar en los medios, por señalar algunas posibilidades concretas, debe ser reemplazada por una política que entregue a personal de alta calificación la responsabilidad del manejo de la información internacional.

En suma, es evidente que la lucha contra la dependencia que ha caracterizado ciertas posiciones de América Latina durante la década del 70 no puede olvidar el problema de la información y sus implicancias, si verdaderamente se quiere alcanzar niveles de soberanía y expresión latinoamericana auténtica.

Tabla I: REFERENCIAS PERSONALES EN PORCENTAJE DE LINEAS TRANSMITIDAS

Días de Transmisión	21—Feb.	22—Feb.	23—Feb.	Porcentaje en el TOTAL
Emilio Rabasa	2.5 %	6 %	11 %	6.7 %
Henry Kissinger	58 %	65 %	66 %	63.3 %
Luis Echeverría	6 %	0.3 %	—	2 %
Miguel de la Flor	0.2 %	1.5 %	—	0.5 %
Alfredo Vásquez Carrisoza	6.5 %	2 %	—	2.8 %
Alberto Vignes	21 %	—	1 %	7.5 %
Aristides Calvani	1.3 %	7 %	18 %	8.8 %
Ismael Huerta	0.2 %	1.5 %	—	0.5 %
Mario Gibson Barbosa	0.5 %	0.3 %	—	0.2 %
Gonzalo Facio	0.3 %	—	—	0.1 %
Shridath Ramphal	—	10 %	—	3.3 %
Juan Antonio Tack	—	1.5 %	—	0.5 %
Jorge Arenales	0.5 %	—	—	0.1 %
Alberto Guzmán	0.5 %	—	—	0.1 %
Héctor Cámpora	—	4 %	—	1.3 %
Carl Albert	—	1 %	—	0.3 %
M. Mansfield	0.8 %	—	—	0.2 %
Fidel Castro	—	—	3 %	1 %

Quienes no aparecen en esta lista nunca fueron mencionados por la UPI durante los tres días de transmisión desde Tlatelolco.

LA RADIO COMO EXPRESION LIBRE DEL AYMARA

**Por: Néstor Hugo Quiroga y Xavier Albó
CIPCA, LA PAZ, BOLIVIA (1).**

En el campo de los principios teóricos sobre las posibilidades educativas de la radio, es indispensable precisar algunos conceptos fundamentales como: una pedagogía de la expresión y de la comunicación; una pedagogía integral; y los sistemas abiertos de comunicación.

La siguiente etapa, dentro de este análisis, es la aplicación de estos principios fundamentales a la tarea concreta de crear un sistema abierto que procese y genere intercomunicación (que, por tanto, eduque y autoeduque), en un ambiente definible como la vasta comunidad aymara, a través de un subsistema comunicador específico llamado radio.

Prescindiendo de otros detalles de procedimiento, dadas las características especiales del grupo aymara, la organización interna de la radio tendrá que tomar en cuenta los siguientes aspectos: a) Combinar una transmisión secuencial de contenidos y una transmisión reiterada de los mismos

contenidos, para asegurarse que el mensaje llegue a una transmisión eficaz. La razón es que la audiencia aymara, como todo grupo adulto poco dinamizado, por procesos educativos, tiene fuertes bloqueos de comunicación, incluso a nivel de receptividad de información. b) Multiplicar los canales de comunicación, aunque el sistema esté centrado en la radio, por ejemplo: el canal escrito, a través de boletines de programación, libros de textos, un servicio de correspondencia personal o grupal, distribución de folletos complementarios, etc. Otro canal es el contacto físico directo entre la audiencia y la radio a través de frecuentes visitas al medio rural aymara y de un servicio de visitas de grupos aymaras a la radio, cursillos sistemáticos de radioescuchas, y dinámica de grupo en los mencionados cursillos. c) Dar preferencia a programas radiales que en sí mismos incluyan como elemento constituyente situaciones concretas de comunicación de retorno.

Cabe señalar que todo el enfoque y metodología delineados, tiene una serie de implicaciones de tipo lingüístico y paralingüístico que se presentan a modo de corolario. En general se refieren más a la "forma" que a los "contenidos". Pero, sin negar importancia a los contenidos, es ya cosa sabida que la forma, al tocar la estructura misma de la comunicación, puede tener tanta o mayor importancia como los contenidos en cualquier proceso educativo.

INTRODUCCION

Hace un año en una reunión semejante, tenida también en México, ya se señalaron los defectos que presentaba la educación sistemática escolar en el medio quechua y aymara de Bolivia, y por otro lado, se mostraron las nuevas oportunidades para una educación asistemática, tal como aparecía, en forma espontánea, en las radios, especialmente en las de índole más popular. Algunas características propias de la situación boliviana, tanto en las mismas radios como en la audiencia quechua y aymara, hacían todavía más apetecible esta oportunidad: se saltan las barreras del aislamiento geográfico y de la diversidad lingüístico-cultural, superándose al mismo tiempo los bloqueos del analfabetismo, que frustran tantos intentos que utilizan los esquemas tradicionales (Albó, 1974).

Partiendo de tal diagnóstico, en el presente ensayo ofrecemos una reflexión teórica y metodológica sobre las posibilidades educativas que se abren en este campo. El propósito es poner a prueba una visión pedagógica fundamentada en los medios de comunicación, que se contraponga a la concepción de una mera acumulación informativa. Para poder lograr este objetivo, se debe crear una situación educativa que estimule la participación activa y que brinde posibilidades de auto-educación. Evidentemente, lo que aquí presentamos tiene más proyecciones programáticas que descripciones de una realidad ya lograda. Pero en muchos aspectos, este enfoque ya se está experimentando en el medio aymara de Bolivia.

Por otra parte, no se trata de algo realmente nuevo, sino de la aplicación de algunos principios fundamentales de la pedagogía activa a nuevas situaciones de comunicación masiva en un medio cultural y socialmente oprimido y marginado. En síntesis, se trata de dar prioridad pedagógica a la comunicación horizontal, surgida de las bases, más que la comunicación vertical surgida desde arriba, de una fuente educadora distinta de los grupos educandos (2).

1.— PRINCIPIOS TEORICOS

Antes de entrar en los aspectos radiofónicos y lingüísticos propiamente dichos, conviene precisar algunos conceptos fundamentales que definan el nuevo enfoque. Esos se refieren tanto al nuevo esquema educativo como a la clarificación del concepto de comunicación subyacente en el mismo.

1.1 UNA PEDAGOGIA DE LA EXPRESION

La educación debe basarse ante todo en la expresión libre y radical del llamado "educando". Este es el presupuesto básico del que surgirá la creatividad y la pedagogía activa.

Cuando hablamos de “expresión libre”, nos referimos a dos aspectos de la misma. Una es la expresión exterior — vital y comunicativa — que relaciona al individuo con el medio y que se encuentra condicionada por la sociedad a la cual pertenece. El otro tipo de expresión, es la interior, la cual sufre un proceso más complejo de desenvolvimiento y responde a una psicología más íntima. Aquí radica la verdadera autenticidad del individuo. Esta expresión puede quedar sepultada viva, si no se le ofrecen estímulos y un ambiente propicio para su desarrollo.

El término “libre” se debe identificar con una verdadera autoeducación, en el sentido de que el propio individuo debe tomar la iniciativa, y el medio, en nuestro caso la radio, debe facilitar y ayudar a expresar su potencialidad.

Todas las formas de expresión facilitan la autoexpresión de ideas y sentimientos, normalmente inhibidos y reprimidos en el hombre campesino. Pero la autoexpresión nunca llegará a ser creadora, sino es a través de la comunicación o encuentro con los demás.

Se puede confirmar que esta forma de “expresión libre” debe configurar una educación radical, que debe reflejar un espíritu crítico, opuesto a una actitud cerrada, que siempre es castradora. Brota así una actitud radical caracterizada por la audacia con que se enfrenta la realidad, por la disposición a escuchar, a dejar cualquier sectarismo y al esfuerzo para transformar la realidad objetiva. Una educación radical debe ser esencialmente dialógica, total, manifiesta, profunda, crítica y creativa; por lo tanto, liberadora.

De esta forma, la educación a través de la expresión libre y radical es una manera de realizarse, de irradiarse, de construirse. Es hacerse. Es estar en acto.

Como consecuencia de ello, toda tarea pedagógica deberá partir de una expresión poco académica y hasta a veces incierta, para ir llegando, poco a poco, a expresiones más precisas, más comprensibles y hasta cierto punto, más compartidas.

1.2. UNA PEDAGOGIA DE LA COMUNICACION

Dentro de esta nueva pedagogía uno de los primeros problemas, y al mismo tiempo, una de las metas prioritarias es solucionar a través de la propia experiencia las dificultades con que tropieza el diálogo de los propios sujetos-objetos de la educación a los diversos niveles. Si no hay diálogo, no hay proceso educativo.

Ya no cabe hablar de un educando receptor pasivo de nuevas normas y conocimientos. La relación que se establece entre el juego del

docente y el alumno es el de dos personas distintas, una más realizada y otra en vías de realización, pero ambas activamente implicadas en el intercambio. El acto pedagógico debe transformar y promover al educando, pero sólo en la medida en que aquel que lo dirige también se modifique y se promueva a sí mismo. En alguna forma todos resultan educadores y educandos. A lo más, habrá algún "animador" que empuje, catalice y sistematice el creciente procesamiento de información generado por el diálogo.

Donde quiera que quepa diálogo, cabe generar un proceso educativo, y donde quiera que el diálogo se encuentre bloqueado, se bloquean las posibilidades de una verdadera educación. Por lo mismo, los problemas y las metas de la nueva educación activa se presentan donde haya problemas de comunicación, sea en el nivel familiar, en el nivel social, —comunitario o nacional— o en cualquier otro. Y viceversa, cuanto mejor se consiga el flujo de comunicación sin interferencias, tanto mejor se educan los implicados en esta comunicación.

Haciendo un análisis más particularizado de la problemática, podemos pensar en innumerables casos. En nuestra gran comunidad latinoamericana se habla mucho para no decir nada, pero nadie escucha a los socialmente marginados y nadie los llama para hablar. La mayoría de las veces la idea de contentación es la de ocuparlos, guiarlos, dirigirlos y darles órdenes. Visto desde la perspectiva contraria, aparecen las condiciones de existencia en que permanecen grandes grupos sociales marginados y atrapados por las dificultades económicas, inquietos por el problema de su futuro y traumatizados por un pasado escolar oscuro. Ahora bien, si muchos niños, jóvenes y adultos, sobre todo en estos grupos sociales oprimidos, escriben, hablan e incluso piensan de manera confusa y desarticulada, ello se debe con frecuencia a que, desde el principio, no han sido entregados para hablar ni para escuchar, o dicho de otra forma, no han tenido iguales oportunidades de comunicación y de diálogo verdadero. Como subraya Beltrán (1974), uno de los grandes problemas de la población rural latinoamericana es que ésta vive incomunicada y que la estructura de poder dominante no favorece el cambio de esta situación de incomunicación.

1.3. UNA PEDAGOGIA INTEGRAL

Dado todo lo anterior, surge la dimensión totalizante de esta pedagogía que aquí propugnamos. El proceso educativo debe afectar todos los niveles en que se efectúe la socialización. La educación debe ser integral. Su sentido de totalidad debe abarcar toda la interacción e intercomunicación social en sus diferentes aspectos: la rutina familiar, la vida en la comunidad o en el barrio, los centros culturales o recreativos, la radio, los otros medios de comunicación social, las ferias y también — pero sólo en este contexto más amplio — la escuela. Esta concepción de totalidad se contrapone a la ilusoria concepción de

una pedagogía especializada, parcial o separada, que enseñe intensamente, sin tener en cuenta el conjunto de determinaciones que gobiernan la vida del hombre y de la sociedad.

De ahí se siguen una serie de consecuencias, tanto a nivel de contenidos como al de instrumentos educativos.

Debe partirse de las necesidades y motivaciones reales de la comunidad que educa y se educa. El proceso educativo debe desarrollarse en el medio natural en que transcurre la vida rural aymara. El contexto verbal y no verbal debe adecuarse a este medio natural.

Una consecuencia más honda de este sentido totalizante, y de los otros principios ya señalados, es que la educación liberadora resultante será también por necesidad una educación transformadora de estructuras. Puesto que la estructura existente de hecho bloquea muchos diálogos, hay que tomar conciencia de que este tipo de educación supone un cambio total en los esquemas vigentes; lleva a promover cambios en vez de apoyar pautas sociales establecidas (3).

Dentro de ello, el punto quizás más significativo es que estimula el diálogo horizontal entre los grupos educandos — en nuestro caso entre grupos aymaras oprimidos — en vez de fortalecer dependencias verticales.

Aunque se asienta el principio totalizante de nuestro enfoque, no se puede esperar que una pedagogía de conjunto se organice con rapidez. Hay que ir paso a paso, examinando primero lo prioritario y lo factible del proceso total. Por eso nos hemos esforzado en definir las líneas y los objetivos de fuerza de una pedagogía “provisional”, o más en concreto, las líneas de fuerza de una pedagogía de la expresión y de la comunicación activa. A través de estas líneas aparecerán opciones de orientación que den sentido y significado a la totalidad.

Pero, además, hay que ir buscando la forma para que estos esquemas provisionales vayan encajando dentro de una sistematización más global. También hay que tantear posibles caminos aceleradores y multiplicadores del proceso, dadas las urgentes necesidades de los grupos oprimidos que deben beneficiarse. La integración de los principios anteriores dentro de un sistema abierto de comunicación masiva puede proporcionar una ruta productiva para esta búsqueda.

1.4. EDUCACION CONTINUA

Esta nueva idea introducida como alternativa sería nuestro objetivo último: de concebir la educación a lo largo de toda la existencia con la ayuda de las más modernas técnicas de comunicación de masas. Esta idea de educación continua, continuada o permanente tiene sus bases teóricas en la Psicología Evolutiva, pues pretende abarcar el

ciclo total de la vida humana, desde su gestación en el seno materno hasta la muerte. A primera vista, esta idea expresada parecería simplemente una yuxtaposición al sistema vigente; pero no es así, puesto que está presentando una nueva alternativa al sistema, sabiendo las explicables resistencias a abandonar los viejos esquemas de educación. Esta perspectiva, debe ser entendida con sentido crítico, y concebir la educación como una Gestalt, o sea, como un proceso continuo, permanente y total.

Esta alternativa tiene sus fundamentos basados en las deficiencias de la educación sistemática recibida en la niñez; o en el caso de los campesinos altiplánicos que no recibieron antes esa educación o porque perdió la poca educación recibida, (analfabetismo por desuso).

La vieja concepción estática y elitista de la educación hace que nazca este nuevo enfoque que puede llegar a romper todos los esquemas tradicionales que permanecen todavía vigentes en todo el continente latinoamericano. Es necesario aclarar que este tipo de educación permanente o continua se funde con la otra idea de ver a la educación como un sistema abierto que estimule y oriente la capacidad de autoeducación de toda la sociedad.

1.5. SISTEMAS ABIERTOS DE COMUNICACION (4)

Sistema abierto significa un modo de organizar una pluralidad de elementos, de modo que adquieren una nueva significación al interactuar entre sí, llegando a ser interdependientes en razón a un propósito general que los incluye, y en donde el equilibrio de su funcionamiento se ve regularmente controlado, realimentado y reajustado por constantes ingresos de información externa.

El primer punto que se debe precisar, dentro de tal tipo de sistema, es el elemento que unifica a la multitud de elementos componentes, para determinar qué está dentro y qué queda fuera de dicho sistema. Lo que queda dentro se llama el **ambiente** del sistema, el cual queda circunscrito por unos **LIMITES** que dividen este ambiente de los otros sistemas. Por supuesto que muchos sistemas son, a su vez, subsistemas de sistemas más envolventes, y algunos ambientes pueden ser compartidos por más de un sistema. En el caso que nos ocupa, podríamos decir que el ambiente que define el sistema abierto de comunicación que propugnamos es la vasta comunidad aymara, la cual a su vez es parte de ambientes más amplios como el campesinado boliviano, el estado boliviano, etc.

Otro elemento identificante del sistema es el propósito general que incluye a todos sus componentes y que orienta el tipo de procesamiento de la información que pasa por el sistema. Este propósito es el que moviliza al sistema. El móvil puede ser simplemente el de-

codificar un mensaje, u ordenar los componentes para fines definidos, o transformar una estructura, etc. En nuestro caso, el propósito claro del sistema abierto sería asegurar plena fluidez de comunicación en todo el ambiente (aymara) para facilitar la expresividad, creatividad y — a través de ello — también la receptividad dinámica frente a la información externa que entra en el sistema procedente del mundo no aymara, esperando que con todo ello se vaya transformando la estructura desbloqueada y participante activa en el proceso de desarrollo. Es decir, el propósito es poner en marcha una pedagogía de (y a través de) la comunicación, sobre todo horizontal.

La propiedad más importante de un sistema abierto, para los fines que pretendemos, es su autoregulación a través de la retroalimentación (feedback). El sistema es abierto y en consecuencia recibirá un constante feedback del ambiente. Por eso su propia estructura se halla en permanente transformación. De lo contrario, perdería su eficiencia al proveer un producto tal vez no requerido por el medio o ambiente.

Consiguientemente, el sistema abierto tiene constantemente una doble fuente de información; la que procede de fuera del sistema, y lo que procede de dentro del sistema a través del feedback. La información externa se parece algo a la comunicación de tipo vertical o a la instrucción de tipo bancario, propia de los sistemas más tradicionales. Pero incluso ésta; al pasar por el sistema, se hace cíclica e intervalizada, con lo que desaparece el aspecto de verticalismo (5).

Con todo esto por delante, la fluidez del sistema dependerá en gran parte de la manera en que tengan establecidos subsistemas internos. En nuestro caso, podemos distinguir dos claros subsistemas: el comunicador y la audiencia. El primero es el que canaliza la información a todo el sistema a través de sus propios subsistemas (como por ejemplo, la programación, la organización interna, etc.) El segundo, recibe en principio esta información, pero a su vez, a través del feedback, devuelve la información pertinente, ya procesada de acuerdo a su percepción y necesidades, con miras a que el producto final esté cada vez más de acuerdo con las exigencias del ambiente (la comunidad aymara) y con el propósito general del sistema (la dinamización a través de la fluidez de la comunicación). De esta forma, la información irá circulando de canalizador a audiencia y viceversa en forma cíclica, de modo que, junto al constante ingreso de información externa, todo el sistema se siga alimentando y autoregulando.

Para el perfecto funcionamiento del sistema es esencial un último subsistema, no reducible a los anteriores, que asegure la constante evaluación de procedimientos y del producto final, de acuerdo a las necesidades del ambiente y al propósito general del sistema. El gráfico 1, inspirado en Lafourcade (1972) sintetiza todas estas características de un sistema abierto de comunicación.

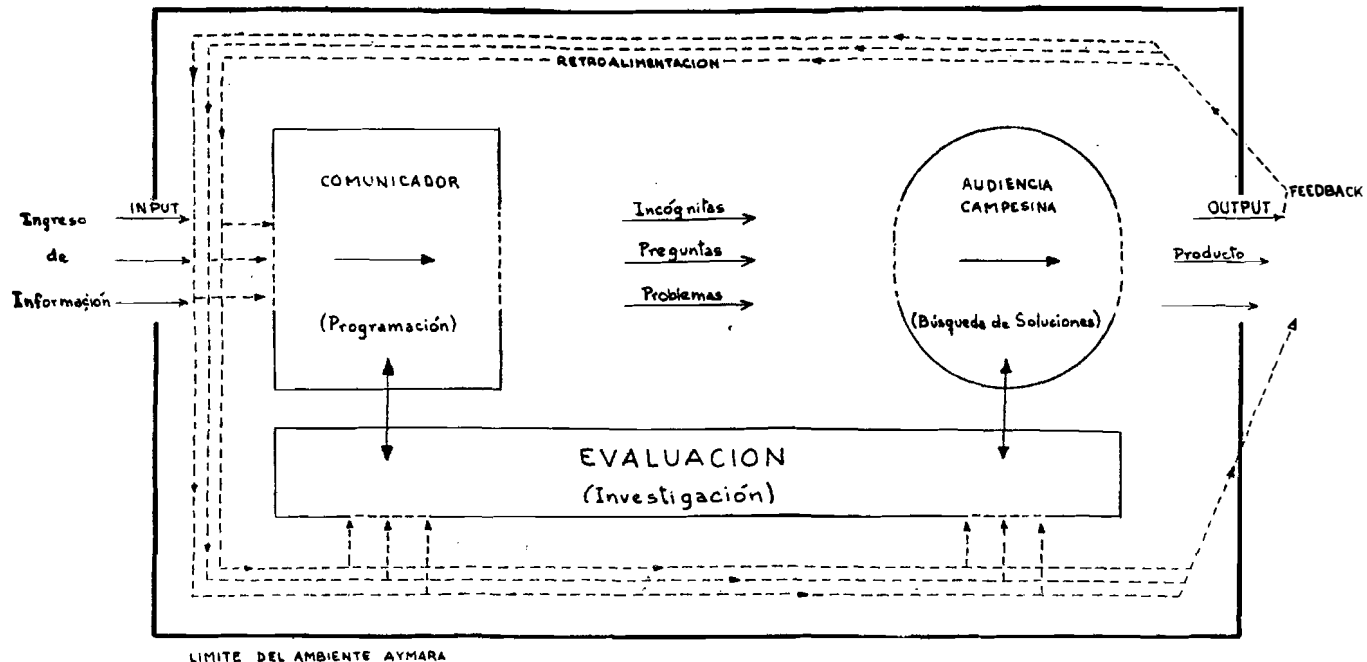


Gráfico 1. SISTEMA ABIERTO EN LA COMUNICACION RADIAL

2.— METODOLOGIA DE LA NUEVA EDUCACION RADIAL

El siguiente paso será la aplicación de todos estos principios teóricos a la tarea concreta de crear un sistema abierto que procese y genere intercomunicación (y que, por tanto, eduque y autoeduce), en un ambiente definible como la vasta comunidad aymara, a través de un subsistema comunicador específico llamado radio (6).

Al hacer tal intento, tropezamos desde un principio con un problema serio. Hasta aquí, hemos insistido en el valor educativo de la comunicación del educando (pedagogía de la expresión) y de la comunicación entre educandos — educadores (pedagogía del diálogo). Esta clase de comunicación es relativamente más fácil para conseguirla en grupos pequeños y físicamente presentes cara a cara. Tal es, por ejemplo, el método propugnado por Freire. Pero cuando se intenta aplicar los mismos tipos de comunicación horizontal a los medios de comunicación social uno se encuentra con el problema de que éstos son, ante todo, medios para transmitir información generada en un centro transmisor a una audiencia más o menos pasiva. En otras palabras, la pedagogía de la expresión y de la comunicación se basan en la comunicación horizontal y libre “de” y “entre” los grupos educandos (que de esta forma son al mismo tiempo educadores). En cambio, la técnica de los medios de comunicación masiva tienden a limitarse a una comunicación vertical “a” dichos educandos. Si no se tiene un cuidado especial, la educación a través de un medio masivo de comunicación repite los errores de una pedagogía tradicional meramente transmisora de informaciones, de tipo “bancario”, en vez de ser liberadora. (Freire 1970).

En último término, el problema se centra en la dificultad de asegurar que un sistema canalizado a través de un medio masivo como es la radio, tenga un proceso eficaz y sistemático de retroalimentación, procedente de la audiencia y del ambiente en general. Es decir, el problema consiste en buscar las estrategias eficaces que vinculen la información directa de la radio con el ambiente o mundo aymara y que generen un intercambio constante en ambos sentidos.

Tales estrategias deben buscarse en la organización interna de todo el sistema abierto de comunicación radial, tanto en el diseño del subsistema comunicador (por ejemplo, en la programación) como en el del subsistema audiencia (por ejemplo, organizando una red de radioescuchas). Para ello es también importante que las fuentes de información, que dan origen a todo el proceso, provengan ya del propio medio. Es decir, debe lograrse que la radio, en su labor comunicativa, se alimente sistemáticamente de los sentimientos, expresiones, incentivos, etc. del ambiente aymara al que busca servir.

Ello supone tener bien montado un subsistema de investigación que asegure un buen conocimiento del ambiente y de la audiencia concreta.

2.1. DISEÑO DE LA PROGRAMACION EN EL SUBSISTEMA COMUNICADOR

Prescindiendo de otros detalles de procedimiento, dadas las características concretas de la audiencia aymara, la organización interna de la radio tendrá que tener en cuenta puntos como los siguientes:

a) Hay que combinar una transmisión secuencial de contenidos y una transmisión reiterada de los mismos contenidos, para asegurar que el mensaje llegue a transmitirse eficazmente. La razón es que la audiencia aymara, como todo grupo adulto poco dinamizado, por procesos educativos, tiene fuertes bloqueos de comunicación, incluso a nivel de receptividad de información. Para especificar esta combinación entre la organización interna de los contenidos y el reforzamiento de los mismos, se debe tener en cuenta aspectos como los siguientes: la selección de los contenidos, su propósito, la forma de su procesamiento, su aplicación, la selección de los horarios, etc. Supongamos, por ejemplo, un programa diseñado para que el campesino conozca las leyes que le defienden y que señala sus obligaciones (7). Un primer punto de la estrategia a seguir, será seleccionar las leyes más pertinentes dadas las necesidades objetivas y subjetivas del campesino. Después habrá que ordenarlas no sólo en una secuencia lógica (de las leyes más generales y simples a las más concretas y pormenorizadas), sino también en una secuencia psicológica (partiendo de las leyes que respondan a necesidades más urgentes y sentidas). Este último punto es importante, si buscamos crear un sistema abierto. La selección de un determinado horario y de la duración de cada programa es otro elemento importante de la estrategia. Dada la finalidad del programa, debe averiguarse a qué hora estará más disponible el tipo de campesino adulto interesado en este tema, qué dosis de contenido puede asimilar y durante cuánto tiempo. Todo ello asegura una transmisión secuencial de contenidos. Pero, además, en el diseño mismo del programa debe asegurarse la transmisión cíclica reiterativa, hasta un nivel que — según standards no campesinos ni aymaras — parecería de redundancia excesiva, generadora de hastío. Una primera forma, la más simple, es la mera repetición de un mismo programa en otra fecha u horario. Otra, es la introducción de capítulos-resumen cada dos o tres capítulos sucesivos. Una tercera manera es la introducción del elemento cíclico dentro de la estructura misma de cada capítulo, quizás, a través de un “repris” de la parte inicial o central del programa, antes de que éste finalice (por ejemplo, repitiendo el contenido clave de una ley, sea en forma genérica debidamente popularizada, sea a través del ejemplo o episodio de la vida real mediante el cual se haya explicado). La introducción de elementos de

apoyo relacionados con programas precedentes, es otra forma importante para asegurar la transmisión cíclica y, a través de ella, la inter-nalización de conceptos y de nuevas interrogantes estimuladores de creatividad, etc. Pero todo ello, se comprenderá mejor en los párrafos siguientes.

b) Hay que multiplicar los canales de comunicación. Aunque el sistema esté centrado en la radio, y en la radio se incluyan reiteraciones de los mismos mensajes condimentados de diversas formas, hay que tener en cuenta, también, otros canales. He aquí algunos: el canal escrito, a través de boletines de programación mensual, libros de textos, un servicio de correspondencia personal o grupal, distribución de folletos complementarios, etc. Otro canal es el contacto físico directo entre la audiencia y la radio, por ejemplo, a través de frecuentes visitas al medio rural aymara, y de un servicio de visitas de grupos aymaras a la radio, cursillos sistemáticos de radioescuchas, contacto organizado entre grupos de radioescuchas, estimulados, por ejemplo, a través de técnicas de dinámica de grupo en los cursillos mencionados.

c) Dar preferencia a programas radiales que en sí mismos incluyan como elemento constituyente situaciones concretas de retroalimentación o feedback. Este punto es central en nuestro planteamiento. Ya no cabe hablar realmente del comunicador como de la "fuente" del mensaje. Se convierte literalmente en un "canal" que "retransmite" informaciones generadas y elaboradas, al menos parcialmente, en la propia audiencia aymara. A través de técnicas específicas los propios programas se alimentan con información proveniente de la audiencia. Las técnicas pueden variar de programa a programa. A modo de muestra, mencionaremos las siguientes:

En el programa ya citado, "El Campesino y la Ley", la retroalimentación se consigue a través de un sistema de consultas sobre aspectos legales, a las que se responde por medio de la radio, incluyendo además, dado el caso, las reacciones y opiniones de otros campesinos a una determinada consulta o problema.

En cambio, en otro programa sobre comercialización, el mero hecho de anunciar semanalmente los precios de los principales productos campesinos en la ciudad, (contrastados a veces con los precios pagados por los intermediarios en el campo), puede crear una reacción automática para conseguir precios más convenientes, e incluso puede generar organizaciones comercializadoras. Estas reacciones se incluyen después como un aspecto informativo del programa.

En otros programas, la técnica puede ser la de introducir preguntas reflexivas, presentar situaciones problemáticas, ambiguas, incógnitas, etc. Es decir, aplicar la noción de "palabra generadora", de Freire, en un contexto más amplio: episodios y situaciones generadoras.

Un medio importante para canalizar sistemáticamente el feedback, podría ser la formación de una red de correspondencia con cartas, formularios, etc. relacionados con determinados programas, de modo que las respuestas enviadas pasen a formar parte de los programas de apoyo y reiteración cíclica de contenidos.

Con todo, en una situación en la que domina el analfabetismo, no conviene centrar excesivamente los procedimientos de feedback en una mediación de tipo escrito. Hay que incluir otros elementos más directos, como por ejemplo, la creación de una red análoga a través de grabaciones hechas por los campesinos, aprovechando contactos físicos con la radio como los mencionados en el párrafo anterior. Otro camino puede ser el de convocar concursos relacionados con la problemática de un determinado programa. Hay por ejemplo, un programa llamado "Cuentos del Achachila", consistente en cuentos concientizadores, cuyo feedback reside en un concurso de cuentos y de interpretación de estos cuentos, de acuerdo a la problemática de la vida diaria (8).

En la práctica, aspectos como los señalados no deben aparecer en forma aislada, sino en combinación articulada. Por ejemplo, los programas mencionados hasta aquí quedan todos ellos encuadrados dentro de una referencia común y permanente a unos mismos personajes bien caracterizados. Estos personajes a su vez aparecen relacionados con una comunidad típica, llamada **Panqar marka**, que caricaturiza e idealiza las situaciones reales del mundo aymara y que es, a su vez, el objeto de una radio novela en torno a la cual se forman grupos de discusión entre los oyentes, con técnicas semejantes a las de los radioforums (9). Todo el conjunto queda reforzado por otros canales, a través de la organización de un sistema de preguntas, discusiones en grupos, concursos, materiales escritos, complementarios, cartas y formularios de respuesta, y otros medios que aseguren la perfecta alimentación del programa a partir de la audiencia.

En una situación como la del aymara de Bolivia, en la que abundan los contactos entre los mundos rural y ciudadano, son pensables éstos y otros medios. De hecho, la posibilidad de acceso físico al micrófono ha generado ya en Bolivia movimientos de base, en buena parte espontáneos, como la creación de programas e incluso de emisoras en manos de aymaras. (Albó 1973).

Más aún, una de las organizaciones de base más importantes en todo el mundo aymara ha debido su origen, se ha capitalizado centavo a centavo y mantiene su creciente popularidad gracias a sus programas diarios radiales, alimentados exclusivamente por los propios aymaras, miembros de la organización.

2.2. LA ORGANIZACION AL NIVEL DE LA AUDIENCIA

Más explicaciones precedentes suponen que, como contrapartida, del diseño de la programación, conviene también introducir otro tipo de

mecanismos propios del subsistema "audiencia". Esta debe tener también su propia organización interna con miras a que el sistema abierto de comunicación radial logre su cometido.

Proyectivamente la audiencia tendría que ir llegando a identificarse con el ambiente total del sistema, es decir, con toda la colectividad aymara. En cuanto este ambiente es a su vez parte de ambientes más vastos, como la colectividad boliviana, etc. la tarea es aún más ardua. Pero el hecho es que, en la práctica la audiencia es un grupo mucho más reducido. Aún suponiendo que todas sintonizaran sus radios simultáneamente, sólo se llegaría a un veinte por ciento que tiene radio en buen estado y con pilas cargadas. Por ello es importante la organización interna de esta audiencia aún reducida, con la esperanza de que a través de esta organización se alcance más rápidamente su expansión a toda la colectividad aymara.

La experiencia de radioforums, estimulada por la UNESCO (1968) en varias zonas rurales del mundo, da mucha importancia a la organización interna de la audiencia. Ahí estriba precisamente la clave del éxito del sistema (Beltrán 1971). A través de esta organización se facilita la penetración de los contenidos educativos transmitidos por muchos canales, incluido el contacto físico y mutuo de los grupos organizados de oyentes, quienes a través de sus discusiones toman conciencia de sus propios problemas.

Pero la formación de grupos organizados de radioforums es costosa. Supone una red vasta de auxiliares que, con su presencia física, vayan estimulando la formación y subsiguiente supervisión de los centros. Por otra parte, en ciertos contextos culturales la formación de un grupo de radioforum puede resultar tan artificial e impuesto como la formación de una radio-escuela formal (10).

Para obviar esta dificultad, deben buscarse nuevos caminos más naturales y congruentes con las posibilidades económicas y las expectativas culturales de la audiencia y ambiente del sistema. Este es un punto que aún se halla en estudio. Pero en un mundo como el aymara se vislumbran vías de solución como las siguientes: aprovechar las ocasiones y motivos de asociación ya existentes para la formación de grupos de escucha y, —con ayuda de los estímulos dados en el mismo programa radial— provocar las discusiones y acciones de dichos grupos naturales. Por ejemplo, hay muchos grupos religiosos de diversas denominaciones que se reúnen semanalmente, cada sábado o domingo, para pasar juntos prácticamente toda la jornada entre cánticos, rezos y esparcimiento. Asimismo, son muchos los grupos que se forman para campeonatos de fútbol, trabajos colectivos, asambleas comunitarias, etc. Con la debida investigación y tacto, la radio puede insertarse dentro de esta estructura de asociaciones tradicionales, sin exigir demasiadas distorsiones a la rutina diaria. Quizás la misma ausencia de recep-

tores puede aprovecharse como un estímulo para la formación de grupos basados ante todo en lazos de parentesco, amistad, etc. La inclusión de elementos recreativos, de concursos, etc. en el esquema puede ayudar a este proceso.

Otra forma de organización de la audiencia, más difícil, pero a la larga quizás de efectos más duraderos y profundos podría ser la simulación de foros o diálogos de discusión entre grupos dispersos a lo largo y a lo ancho del altiplano aymara, por ejemplo, procesando grabaciones de grupo distantes que se refieren a las mismas problemáticas. De hecho los concursos son en el fondo otra forma de diálogo intercomunitario, con tal que se sepan escoger temáticas generativas y que se minimice el aspecto competitivo.

Técnicas como las sugeridas pueden paliar el problema de crear una costosa red de supervisión, pero nunca llegarán a eliminar la necesidad de mantener un intenso contacto físico entre el subsistema comunicador y el subsistema audiencia. Los frecuentes viajes de la radio al campo y del campo a la radio seguirán siendo un pilar fundamental de todo sistema abierto de comunicación horizontal.

Sobra decir que, para la organización interna del subsistema audiencia, la colaboración con instituciones que trabajen en la dinamización del campo será sumamente conveniente. Pero incluso en este punto deberá tenerse un criterio selectivo, dando prioridad a la colaboración con instituciones surgidas de la base y con las que cuenten con fuerte apoyo de las bases y al mismo tiempo estimulen la participación activa de las mismas. En cambio puede ser que convenga prescindir positivamente de otras agencias que se rigen excesivamente por criterios de imposición vertical.

3.— LA DIMENSION LINGUISTICA

Todo el enfoque y metodología delineados hasta aquí tiene una serie de implicaciones de tipo lingüístico y paralingüístico que deben ser apuntadas a modo de corolario. En general se refieren más a la "forma" que a los "contenidos". Pero, sin negar importancia a los contenidos, es ya cosa sabida que la forma, al tocar la estructura misma de la comunicación, puede tener tanta o mayor importancia como los contenidos en cualquier proceso educativo. La forma es en sí misma una clase de mensaje que se transmite, quizás incluso con mayor eficacia al pasar casi inadvertida al nivel de conciencia.

3.1. LA SELECCION DEL IDIOMA

La primera consecuencia que se sigue de todo lo dicho es que la cuestión de la educación bilingüe, en la forma en que suele presentarse, es tal vez un falso problema o al menos un problema secundario (11). Muchas veces se plantea sólo en el sentido de qué idioma es técnica-

mente el medio más eficaz para “meter” en la mente del educando determinados conocimientos. A veces se plantea incluso como la búsqueda del idioma más eficaz para que el alumno llegue a adquirir y a adoptar habitualmente el idioma oficial dominante. No negamos aquí la necesidad de que se adquirieran determinados conocimientos e incluso idiomas. Pero, si nos mantenemos en planteamientos como éstos, nos movemos sólo en el campo de la “instrucción”. En cambio lo que en el fondo nos interesa es la “educación” en el sentido más hondo (y etimológico) de la palabra: *educere*, ayudar a que salga a la vista lo que está dentro en forma aún implícita. Ahora bien, si se toma en serio este fin, es evidente que el problema no se plantea ni siquiera al nivel de educación “bilingüe”. La utilización de la lengua nativa resulta simplemente lo obvio. No se cuestiona, claro está, la necesidad paralela de adquirir la competencia (al menos al nivel de “instrucción”) en otros idiomas empezando por el oficial, precisamente para ampliar el flujo de comunicación a nuevos ambientes. Pero al nivel de “educar” de dentro afuera, lo materno es lo básico. Si debe buscarse la comunicación horizontal, si debe estimularse la expresividad y creatividad del aymara, y si se aspira lograr que la comunidad aymara sea al mismo tiempo el objeto y el sujeto del proceso educador, es evidente que el idioma —expresión del alma de un pueblo— debe ser el que habla habitualmente dicho pueblo.

Incluso al nivel de enseñanza del castellano presupuestos como los de la presente discusión pueden ser útiles en la selección del método. La mayoría de las emisiones se limitan a usar de hecho el castellano, sin ninguna preocupación pedagógica de hacerlo comprensible al oyente que no lo sabe. Varias emisoras educacionales han dado un paso más adoptando sistemáticamente un esquema bilingüe en que el mismo mensaje es repetido en castellano y en una o dos lenguas nativas. En 1974 una emisora ha lanzado un programa diseñado expresamente para la enseñanza del castellano por el método oral (12). Sin embargo incluso en estos casos suele olvidarse un aspecto importante relacionado con la presente discusión. Nos referimos a la utilización del principio sociolingüístico de la diferenciación funcional en el uso de cada lengua. El aymara bilingüe usará el castellano en determinados contextos y funciones (por ejemplo, en sus viajes a la ciudad o en trámites oficiales), pero mantendrá el aymara en otros contextos, como el familiar. Ahora bien, en muchos programas castellanizadores se usan ambos idiomas indiscriminadamente, o incluso se insiste en usar inicialmente frases propias para situaciones, como el hogar; en que el segundo idioma que se pretende enseñar es disfuncional. Este método de empezar por situaciones familiares sería útil para otros casos, como el de alfabetizar en lengua materna. Pero resulta difícil que tal enfoque despierte motivaciones eficaces para que el aymara adulto utilice, por ejemplo, el castellano en su cocina... a menos que se pretendiera positivamente la plena transición a un monolingüismo castellano, contra los presupuestos de todo este trabajo.

3.2. SELECCION DE DIALECTOS

El aymara de Bolivia y del sur del Perú tiene, como cualquier idioma, una serie de variables regionales y al menos dos dialectos sociales bien definidos. Pero la fragmentación dialectal no llega a los niveles del quechua del Perú o del maya en Mesoamérica. En ningún caso impide la mutua comprensión entre los que hablan diversos dialectos.

Dentro de los dialectos geográficos el que se habla en el campo cercano a La Paz es el que de hecho tiene mayor prestigio y, probablemente por lo mismo, es el que presenta un ritmo más acelerado de innovación. También es el que de hecho se difunde más por las radios, situadas mayormente en la capital. Por todo ello, si llega a crearse algún tipo de aymara standard radial, es probable que éste sea cercano al dialecto paceño. Con todo en un enfoque educativo que surja de la base tiene poca importancia el asunto de la standarización, al menos como punto de partida. Más bien resulta deseable que cada grupo llegue a expresarse tal como habla realmente. La sensación de llegarse a entender bien con individuos y grupos que, por su deajo, son obviamente de otros lugares puede llegar a crear el sentido de solidaridad panaymara y al mismo tiempo logra mantener el sentido de identidad de cada grupo. Las variantes dialectales subrayan la unidad dentro de cierto pluralismo de un modo semejante a lo que sucede en los centros de peregrinación donde las variantes regionales de indumentaria se confunden y al mismo tiempo se diferencian dentro del sentido unitario creado por la fiesta compartida. O como sucede en los encuentros latinoamericanos en que cada uno habla "su" castellano. En Bolivia este criterio se ha utilizado también en la elaboración de materiales escritos educativos realizados por las propias comunidades (Plaza y Yapita 1974, Albó et al. 1974).

En cuanto a los dialectos sociales dentro del aymara, los dos más claramente diferenciados podrían llamarse el **jaqi aymara** y el **q'ara aymara**; **jaqi** significa "persona" (i. e. el individuo aymara); **q'ara** es el nombre dado al blanco o mestizo. El primer dialecto lo hablan los campesinos y también muchos ex-campesinos, emigrados a la ciudad. El segundo, lo hablan los bilingües de origen no aymara que quizás desde la niñez han necesitado el aymara para determinado tipo de relaciones habituales. Es el aymara del patrón, del "vecino" en los pueblos mestizos, etc. En Oruro y Potosí, las variedades regionales paceñas pueden causar un efecto social parecido al del q'ara aymara. En la región de La Paz, y también en las demás, uno de los principales rasgos diferenciadores de este dialecto "patronal" del aymara es la pronunciación de préstamos del castellano que ya son de uso corriente en aymara. Por ejemplo, en q'ara aymara se pronuncia **Pedro**, **libro**, mientras que en jaqi, aymara se dice **piru**, **liwru**. Hay además un sinfín de detalles en el uso de sufijos libres, construcciones sintácticas, etc. en los que aparece el sustrato costellano del q'ara. Si el diseñador de los pro-

gramas radiales aymaras no tiene en cuenta estos detalles, es fácil que encargue la transmisión de programas a locutores que hablan el q'ara aymara. Más aún, es posible que un locutor ex-campesino que se maneje bien en ambos dialectos sociales tienda espontáneamente a escoger el dialecto q'ara para demostrar mayor status. En un enfoque educacional de tipo verticalista, de arriba a abajo, este hecho no presentaría mayor problema. Dadas las relaciones de tipo paternalista que caracterizan al sistema vigente, el campesino radio-escucha tampoco tendría mayor problema en aceptar sumisamente consejos y mensajes que le llegan con una clara señal identificante del grupo q'ara. Pero en una pedagogía activa surgida de la base, la selección de uno u otro dialecto tiene sus ecos. Si se usa el dialecto q'ara, automáticamente se crea cierto distanciamiento social entre locutor y audiencia. Si se usa el dialecto jaqi, y un sinfín de variedades regionales, es más fácil crear un clima de igualdad y de sintonía dialogante entre iguales pero distintos. El recurso a radionovelas populares, entrevistas con gente de base, uso de locutores de claro origen campesino, etc. ayudan a crear este clima, entre otras razones porque facilitan la proyección de corrientes sociales populares.

3.3. ASPECTOS PARALINGÜÍSTICOS

Para concluir, una observación sobre el uso de libretos escritos en aymara. En el mundo de la radio se trata de un standard mínimo para controlar la calidad y los contenidos. Esta razón sigue siendo válida en el caso de programas aymaras. Pero al usarlos en este contexto cultural, surgen también otras circunstancias que podrían desaconsejar su uso. A fin de cuentas los libretos son un elemento propio de una cultura escrita, mientras que el aymara sigue viviendo en gran parte en una cultura ágrafa debido en parte a la política escolar castellinizante. En este caso lo que se ganaría en control de calidad a través del libreto escrito, se pierde en espontaneidad y, por tanto, en comunicación eficaz, no sólo en la lectura del libreto, sino también en su misma redacción. Además la dependencia de la letra escrita puede empujar más fácilmente al uso del dialecto q'ara. Por todo esto, excepto en el caso de locutores y libretistas debidamente entrenados — escasos, pero existentes — a veces resulta preferible utilizar simples esquemas, quizás redactados en castellano, y olvidarse de libretos muy elaborados. Por lo mismo, es también conveniente multiplicar las transmisiones en directo, más aún si hay participación directa de aymaras de base que no son radialistas profesionales, a pesar de que todo ello vaya en contra de los presupuestos mínimos de calidad, según los criterios de las emisoras urbanas no-aymaras.

NOTAS

1. Trabajo presentado en el simposio sobre educación bilingüe en el 73, encuentro anual de la American Anthropological Association en la ciudad de México, en noviembre de 1974. Es una ampliación de un primer esbozo (Quiroga y Albó 1974) presentado en el simposio de socio-lingüística del 41 congreso de americanistas reunido también en México en septiembre del mismo año.

2. Un recuento reciente y muy bien documentado de la literatura sobre la comunicación en América Latina (Beltrán 1974: 21-22) reconoce la falta de iniciativas para una comunicación horizontal entre campesinos y la falta de estudios sobre este aspecto. Casi toda la comunicación es de tipo vertical o menos impuesta, incluso en los esfuerzos de teleducación, abundantes en Latinoamérica. Este es el módulo, por ejemplo, en la mayoría de las intervenciones en los diversos seminarios de teleducación organizados por el Instituto de Solidaridad Internacional. Incluso en la reciente evaluación de las escuelas radiofónicas de Bolivia (ERBOL 1974a 1974b) y en la práctica actual del Instituto Nacional de Telecomunicación del Perú (INTE) el elemento comunicación horizontal apenas aparece como criterio evaluativo. Sin embargo, la búsqueda de nuevos caminos basados en la intensa participación popular en el proceso de comunicación educativa va apareciendo en un número creciente de estudios y de proyectos como los señalados en Duhourq (1972), Gerace (1972a, 1972b), Ruiz (1972), INDICEP (1973), e incluso en proyectos de tipo nacional como los surgidos de los congresos de lenguas nacionales en Bolivia (Albó et al. 1974) y en las recomendaciones de expertos en una reciente reunión de trabajo de UNESCO (1974).

3. Superando de esta forma la principal crítica que se hace a la mayoría de los enfoques en la comunicación de masas vigente en el continente, e incluso a las teorías de comunicación, sobre todo a las de las escuelas norteamericanas.

4. En esta parte tenemos en cuenta los elementos más esenciales de la conceptualización desarrollada por Lafourcade (1972) y Quiroga (1973) en sus esquemas educativos para ambientes suburbanos y rurales argentinos. Estos elementos vienen de la cibernética y la teoría de la información, pero aquí se hace hincapié especial en la cualidad de "abiertos" como característica de estos sistemas.

5. En las fases iniciales de la dinamización de un grupo oprimido y socialmente marginado debe mantenerse inevitablemente una cierta tensión entre la comunicación horizontal o interna surgida de la base (que debe aumentar cada vez más) y la comunicación vertical o externa. Ello se debe a que al principio el individuo que siempre ha vivido oprimido difícilmente consigue expresar lo que realmente sien-

te y lo que realmente necesita sea por cierto mecanismo de autodefensa, sea porque la situación de opresión limita su propio horizonte. Una comunicación exclusivamente horizontal en el punto de partida podría perpetuar la situación de marginación. Pero es claro que incluso esta información externa, a través del feedback, debe interiorizarse e irse haciendo cíclica a través de la comunicación horizontal, por intermedio quizás de los llamados líderes de opinión existentes en las propias organizaciones de base.

6. Aunque aquí nos concentramos en el uso de la radio, es evidente que los principios apuntados son también aplicables a otros medios de comunicación masiva. Por ejemplo, Gerace (1972) ha sugerido la organización de una red vía cassettes, Ruiz (1972) ha sugerido la elaboración de textos y literatura creada en y por las bases, el Centro Portales está experimentando el uso de títeres y el Instituto de Cultura Aymara de Puno experimenta una red de comunicaciones intercomunitaria a través de proyección de diapositivas locales. De hecho, como veremos más adelante, conviene la utilización simultánea de diversos canales y medios de comunicación masiva.

En principio ninguno de los medios de comunicación queda excluido; pero, en aquellos que suponen mayor costo y una tecnología más compleja, como el cine, resulta también más difícil establecer una comunicación realmente horizontal. Hemos insistido en el ejemplo de la radio por ser el de aplicación más inmediata en un mundo como el de los aymaras y quechuas actuales. Pero desarrollos como la popularización del videotape en cassette están abriendo rápidamente el camino hacia nuevos usos. Quienes planean la utilización de medios más ambiciosos, como la televideo-educación vía satélite, deberían, con todo, tener también en cuenta los principios de una comunicación horizontal. De lo contrario la utilización de técnicas más sofisticadas puede ser profundamente antieducativa, al limitarse a imponer verticalmente nuevos conocimientos y actitudes, probablemente reforzadoras de una dependencia y un statu quo injusto.

7. La mayoría de ejemplos proceden de las experiencias realizadas conjuntamente por CIPCA y Radio San Gabriel, una de las emisoras filiales de ERBOL.

8. Entra aquí otro elemento de posible utilidad en programas para un ambiente como el aymara: el juego constante entre el mito y la realidad. El mito estimula el pensamiento creativo no sólo para comprender las situaciones reales, sino también para transformarlas.

9. Para mayores detalles sobre la mecánica de la radionovela *Panqar Marka*, que sintetiza elementos desmenuzados después en otros programas, ver el folleto explicativo de Hugo Fernández (1974).

10. Con frecuencia las radioescuelas decaen después de los primeros años. La vida de los radioforums también es limitada. Una de las razones pueden ser que, a pesar de que con esta técnica se enfatiza más la participación activa del oyente, muchas veces el método es aún demasiado vertical, de arriba a abajo, sobre todo cuando los radioforums se diseñan primordialmente para acelerar la adopción de innovaciones técnicas, inexistentes en el horizonte cultural del oyente.

11. En su análisis exhaustivo de los estudios realizados sobre educación bilingüe, Paulston (1973) ha llegado por otra vía a la misma conclusión: el verdadero problema no es usar uno u otro idioma en la educación, sino impartir buena educación, sea cual sea el idioma empleado.

12. Con todo, este programa no utiliza criterios lingüísticos de enseñanza de idiomas, como el de hacer análisis contrastivos entre el castellano y el aymara.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Albó, Xavier. 1974. "Idiomas, escuelas y radios en Bolivia". Cuaderno Investigación CIPCA N° 2. La Paz, (Aparecerá también en las actas del simposio sobre sociolingüística y planeamiento lingüístico de PILEI y CONACYT, México, 1973).
- . Pedro Plaza, Juan de D. Yapita y Luis Rojas. 1974. "Sociolingüística y educación en Bolivia". La Paz. (Policopiado: proyecto de investigación).
- Beltrán, Luis R. 1971. "Radio forum y radioescuelas rurales en la educación para el desarrollo". Bogotá: IICA.
- . 1974. "Communication research in Latin America: the blindfolded inquiry?". Trabajo presentado en la International Scientific Conference on Mass Communication and Social Consciouness in a Changing World. Leipzig, 17-20 septiembre 1974.
- Duhourq, Carlos A. 1972. "Proyecto DEYCOM, un intento de comunicación popular". *Revista del CIAS*. (Argentina) 21 (215): 17-29.
- ERBOL. 1974a. "Evaluación de las escuelas radiofónicas de Bolivia". Santiago de Chile: SEDECOS.
- . 1974b. "Diagnóstico de los materiales pedagógicos de ERBOL". La Paz.
- Fernández, Hugo. 1974. "Panqar Marka". Cuaderno CIPCA N° 4. La Paz.
- Freire, Paulo. 1970. *Pedagogía del Oprimido*. Montevideo: Tierra firme.
- Gerace, Frank .1972a. "Hacia una tercera comunicación". Lima: Centro Latinoamericano del Lenguaje Total. (Policopiado).
- . 1972b. "Participación y comunicación". Lima: Centro Latinoamericano del Lenguaje Total. (Policopiado).
- INDICEP. 1973. "La dinamización cultural". Publicaciones especiales en educación popular. (Oruro). Serie B, doc. 1.
- Instituto de Solidaridad Internacional. 1970. *Sociología y pedagogía de teleducación*. IV Seminario Latinoamericano para profesores de teleducación. Lima. (Cieneguillas).

- Lafourcade, Pedro D. 1972. "Hacia una teoría molar del curriculum". San Luis. (Argentina): Universidad del Cuyo, fac. de pedagogía.
- Paulston, Christinne B. 1973. "Implications of Language learning theory for language planning". Trabajo presentado en el simposio sobre sociolingüística y planeamiento lingüístico de PILEI y CONACYT, México.
(Aparecerá en las actas).
- Plaza, Pedro y Juan de D. Yapita. 1974. "La discriminación lingüística y social". La Paz. INEL (Policopiado; proyecto de investigación).
- Quiroga, Néstor H. 1973. "Una experiencia educativa: la escuela-taller". San Luis (Argentina) (Proyecto de investigación).
- Quiroga, Néstor H. y Xavier Albó. 1974. "Nuevos horizontes en educación radial aymara". Trabajo presentado en el 41 congreso de americanistas. México, setiembre 1974. (Aparecerá en las actas).
- Ruiz Durán, Jesús. 1972. "Con una antena en la cabeza y los pies en el suelo". *Textual*. (Lima, Perú) N° 4.
- UNESCO. 1968 "An African experiment in radio forums for rural development: Ghana 1964-1965". Reports and papers on mass communication, N° 51. Paris: UNESCO.
- . 1974. "Informe final de la comisión de expertos para un proyecto sobre culturas autóctonas". México. UNESCO.
(Policopiado).

Diario "La Unión"

García Moreno 622 - 626 — Telf. 213-885 — Ap. 3117
Quito - Ecuador

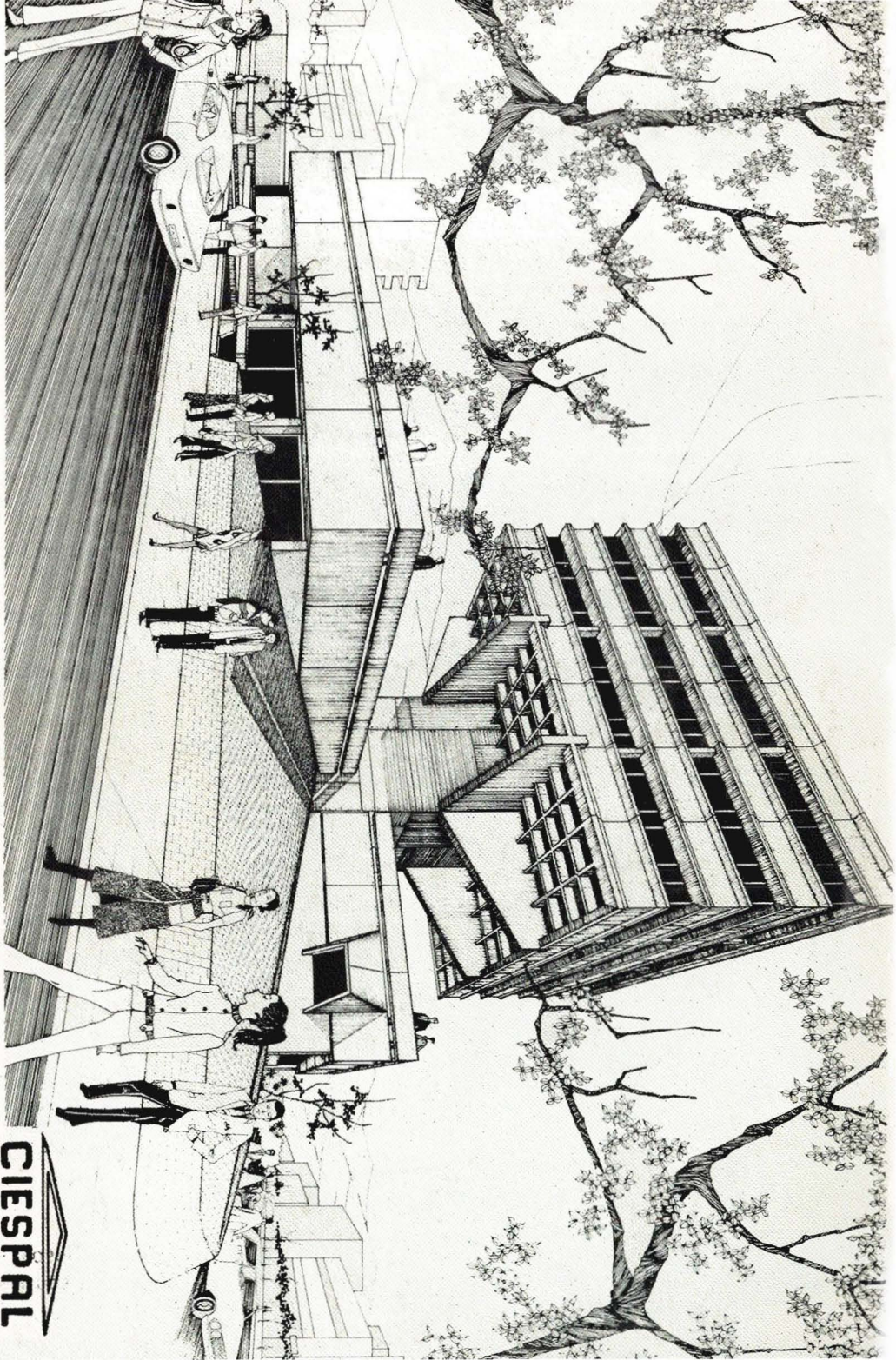
Introducción a la Investigación de la Comunicación Colectiva

Ralph O. Nafziger
y
David M. White

Segunda Edición
CIESPAL
Quito - Ecuador
1972

- Pida a Ciespal -
- Ejemplares disponibles -





NUEVO LOCAL DE CIESPAL Perspectiva del edificio cuya terminación está prevista para 1974

