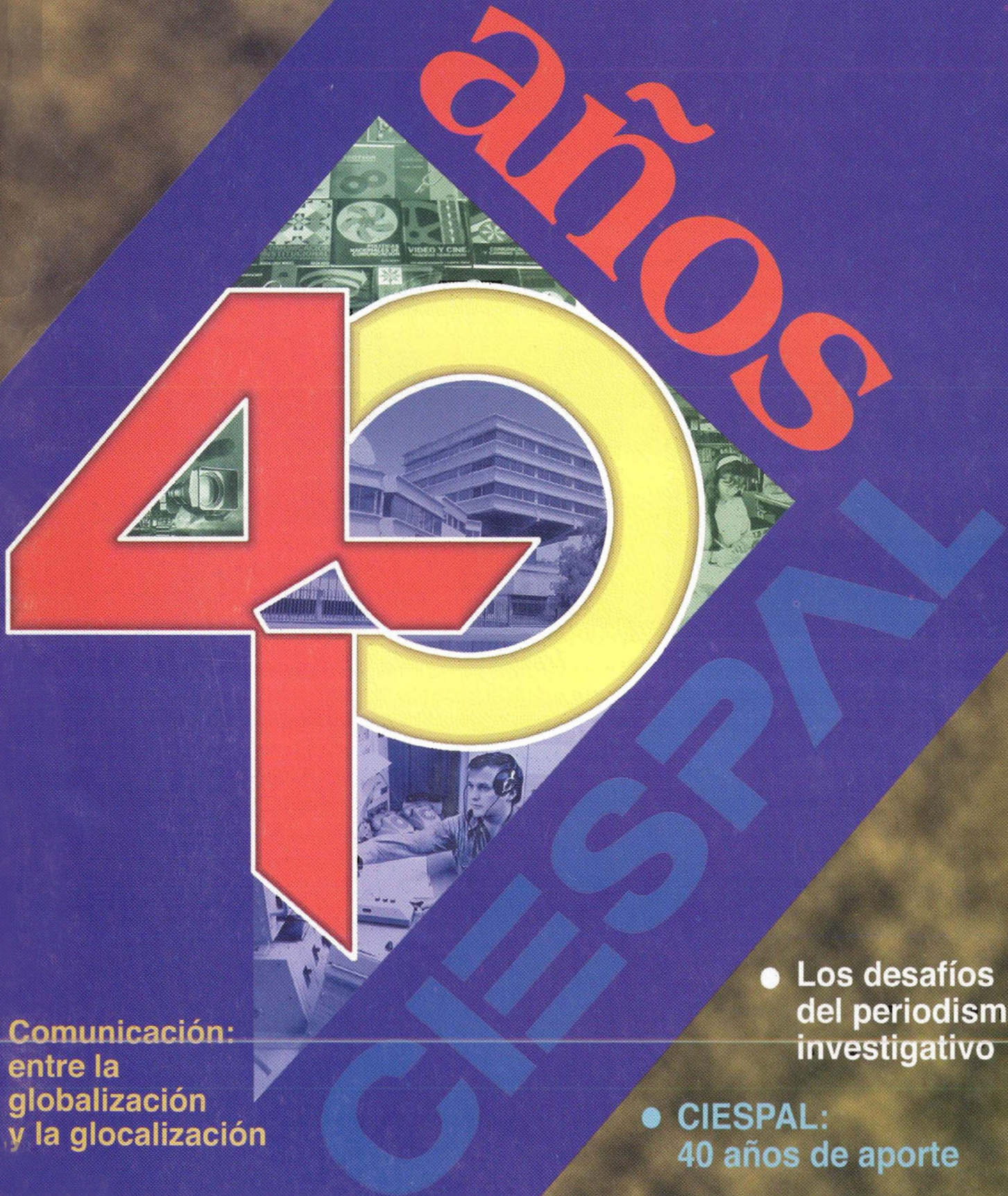


# Chasqui

No. 67, septiembre de 1999



● **Comunicación:**  
entre la  
globalización  
y la glocalización

● Los desafíos  
del periodismo  
investigativo

● **CIESPAL:**  
40 años de aporte



# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 67 - SEPTIEMBRE 1999

## Director

Edgar Jaramillo Salas

## Editor

Fernando Checa Montúfar

## Consejo Editorial

Edgar Jaramillo Salas  
Fernando Checa Montúfar  
María del Carmen Cevallos  
Guadalupe Fierro  
Nelson Dávila Villagómez  
Héctor Espín

## Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,  
Universidad Central del Ecuador  
Mary Lou Parra de Hay,  
Ministerio de Educación y Cultura  
Paulina García de Larrea,  
Ministerio de Relaciones Exteriores  
Juan Centurión, Universidad de  
Guayaquil  
Carlos María Ocampos, OEA  
Consuelo Feraud, UNESCO  
Luis Espinoza, FENAPE  
Jorge Iván Melo, UNP  
Lenin Andrade, AER

## Asistente de Edición

Martha Rodríguez

## Corrección de Estilo

Manuel Mesa  
Franzisca Muche

## Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

*Chasqui* es una publicación de CIESPAL

Apartado 17-01-584, Quito, Ecuador

Tel. 506 149. 544-624

Fax (593-2) 502-487

E-mail: [chasqui@ciespal.org.ec](mailto:chasqui@ciespal.org.ec)

<http://www.comunica.org/chasqui>

Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de *Chasqui*. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a *Chasqui*.

## NOTA A LOS LECTORES

Es la época de las vacas flacas, pero confío en Ud.", me advirtió el Dr. Asdrúbal de la Torre, ex director general del CIESPAL, cuando el 2 de mayo de 1995 me propuso el cargo de editor de *Chasqui*. Y así era: en diciembre de 1994, el auspicio de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania había concluido y, por tanto, la revista dejaba de recibir un importante ingreso económico que, durante 14 años, le había convertido en uno de los más importantes proyectos editoriales de Latinoamérica, en el área de la comunicación.

Sí, efectivamente, empezaba la época de las "vacas flacas"... en lo económico, mas no en lo humano pues, además del equipo del CIESPAL, estaba una larga lista de colaboradores, muchos de ellos con un importante prestigio internacional, que constituían el capital humano de *Chasqui*; y centenares de lectores que, no obstante la creciente crisis económica de la región, eran un soporte importante vía suscripciones.

Fue un reto que no dudé en asumir y que me ha marcado en la enorme responsabilidad que implicaba y en la enriquecedora experiencia -personal y profesional- que prometía. Fue un reto tenaz por el prestigio y la calidad de una de las más importantes revistas de comunicación de la región. Han pasado más de 4 años -17 ediciones- y este fundamental ciclo en mi vida llega a su fin. Nuevas tareas, nuevos retos y nuevos caminos que me propongo transitar llaman mi atención.

Al iniciar mi gestión como editor me propuse fortalecer y renovar este espacio como un foro para el debate y la socialización de pensares y sentires en torno al apasionante mundo de la comunicación, desde la perspectiva latinoamericana. Más importante que el balance que yo pueda hacer, está una realidad que los lectores sabrán evaluarla en su verdadera dimensión. En cualquier caso, los resultados corresponden al trabajo de un equipo que a lo largo de estos años me ha acompañado: Martha Rodríguez (asistente de edición), Isaías Sánchez (distribución y ventas), Maggie Zambano y Liz Ruano (secretarías), Manuel Mesa (corrección de estilo). A los que se suman los compañeros de la imprenta quienes, pese a las carencias, cumplieron apropiadamente: Arturo Castañeda, Alfredo Castro, Antonio Macías, Jorge Pérez y Luis González.

Además, está el aporte de incontables colaboradores que con sus textos y consejos han hecho *Chasqui*. Un especial reconocimiento a Manuel Calvo Hernando y su permanente apoyo. También a colaboradores que con asiduidad aparecieron en estas páginas: Valerio Fuenzalida, Susana Velleggia, Carlos Morales, Christian Ferrer, Octavio Getino, Daniel Jones, José L. García, Javier Esteinou Madrid...

Uno de los aspectos importantes en esta época ha sido la "internetización" de *Chasqui*. Esto no habría sido posible sin la incondicional y generosa colaboración de Bruce Girard y Amy Mahan, entrañables amigos y compañeros en la esperanza, quienes crearon y mantienen nuestro *web site*, recurso invaluable para la promoción y proyección de la revista en esta era "ciberspacial".

Me queda la satisfacción del deber cumplido (no solo que *Chasqui* sigue siendo una de las más importantes revistas de la región, sino que ha logrado una mayor presencia fuera de ella) y de las magníficas relaciones que he ido construyendo con los hermanos de Nuestra América, y de otros lares, que comparten conmigo la utopía de democratizar la comunicación para democratizar la sociedad. Todas las páginas que hemos hecho juntos -alrededor de 1.600- han tenido esa intención y espero que hayan contribuido a ello.

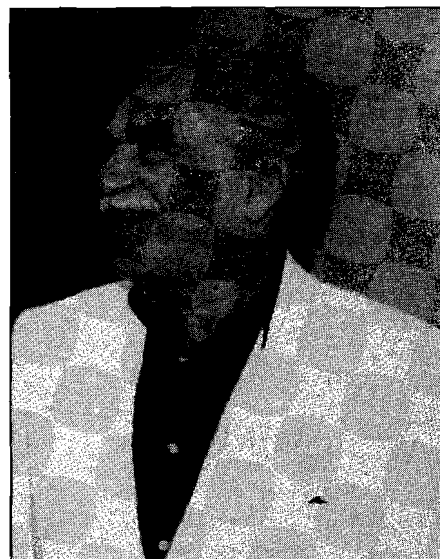
Gracias por todo y les invito a mantener el contacto (e-mail: [fcheca@ecnet.ec](mailto:fcheca@ecnet.ec)). Un fuerte abrazo.



Fernando Checa Montúfar  
Editor

## COMUNICACIÓN: ENTRE LA GLOBALIZACIÓN Y LA GLOCALIZACIÓN

**E**l creciente proceso de globalización provoca algunas tensiones, especialmente entre lo global y lo local. Frente al avasallamiento que ello implica, más aún por el debilitamiento del Estado, es necesario fortalecer prácticas regionales y locales hacia la constitución de una ciudadanía y una democracia que enfrenten adecuadamente ese proceso, inevitable y de enormes consecuencias.



### LOS DESAFÍOS DEL PERIODISMO INVESTIGATIVO

**P**ara Gabo, "periodismo investigativo" es una expresión redundante. Sin embargo, la realidad y carencias de esta profesión en la región, demandan una capacitación y prácticas investigativas sistemáticas, más aún por la creciente corrupción e impunidad pública y privada.

- 36 La investigación periodística computarizada en América Latina  
*Pedro Enrique Armendares*
- 40 Confidentes e informantes  
*Fernando Rueda*
- 44 Los obstáculos  
*Eleazar Díaz Rangel*
- 47 El derecho de acceso a la información pública en Latinoamérica  
*Ernesto Villanueva*

4 La sociedad de redes (o las redes de la sociedad)  
*Fernando Mires*

20 Medios, periodistas y globalización  
*Luis Suárez*

10 Industrias culturales y globalización  
*Octavio Getino*

24 Más allá de la PC: después de la convergencia digital la divergencia, ¿y qué?  
*Alejandro Piscitelli*

16 Políticas culturales: entre el mercado global y la democracia  
*Susana Velleggia*

28 Globalización de contenidos y últimas tecnologías  
*Francisco Ficarra*

32 De lo barrial a lo global  
*Judith Gerbaldo*



- 50 ¿Patear el tablero o resistir?  
*Sandra Crucianelli*
- 52 El periodismo investigativo en la era digital  
*Alma Delia Fuentes*
- 56 México: el periodismo económico de investigación  
*Francisco Vidal*
- 61 México: contar para cambiar. Jóvenes reporteros de investigación.  
*Antonio Ruiz Camacho*

## CIESPAL: 40 AÑOS DE APORTE

**E**nfoques críticos sobre esta institución pionera, a propósito de sus 40 años de vida.

- 66 CIESPAL: el rescate de las voces del Sur  
*Cremilda Medina*

- 70 CIESPAL: progreso y problema del comunicólogo  
*Eduardo Meditsch*
- 75 La experiencia del CIESPAL en los años 90  
*Daniel Prieto Castillo*

## APUNTES

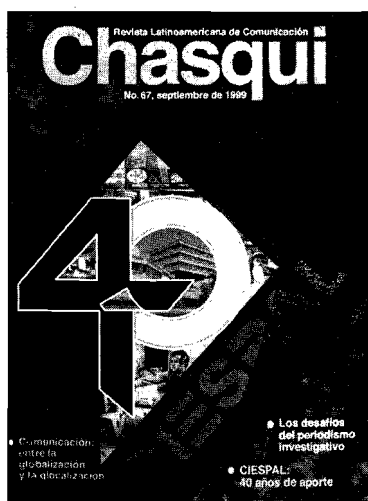
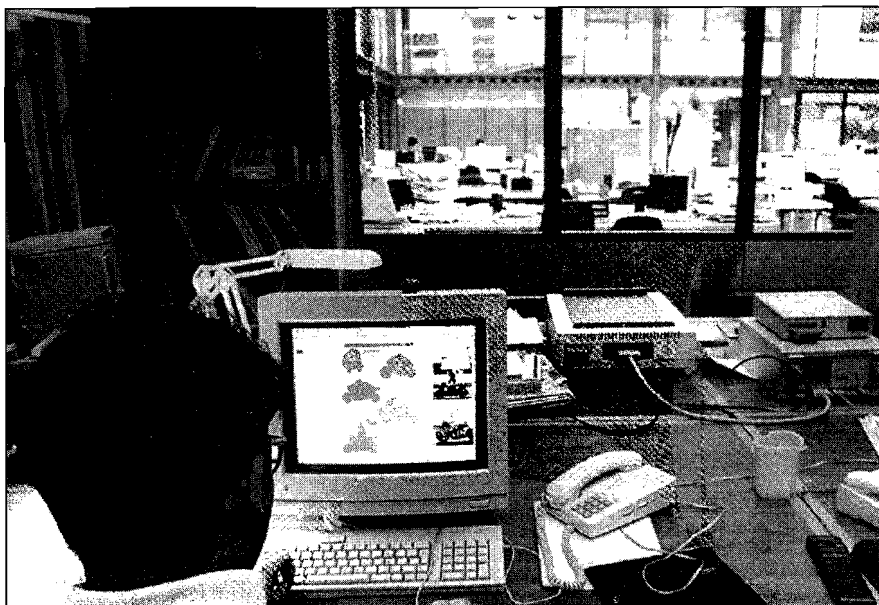
- 79 Sokal, postor  
*Christian Ferrer*
- 83 Cultura, prensa y periodismo cultural  
*Kintto Lucas*

## 86 NOTICIAS

## 87 ACTIVIDADES DE CIESPAL

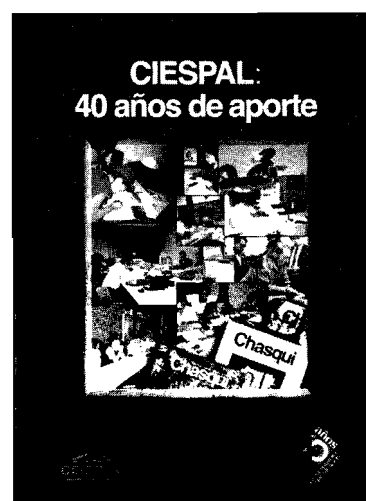
## RESEÑAS

- 88 Revistas iberoamericanas de comunicación  
*Daniel E. Jones*
- 91 Reseñas



## PORTADA Y CONTRAPORTADA

Diseño: Vinicio Guerrero





# LA SOCIEDAD DE REDES (o las redes de la sociedad)

*La mayoría de los conceptos de las ciencias sociales son metáforas que solo pueden dar cuenta imaginativa de la realidad, sin pretender ningún absolutismo sobre la llamada realidad objetiva. Sin embargo, la metáfora de las redes tiene la particularidad de sugerir relaciones que no se encuentran en la simple dualidad sociedad/Estado, pues una sociedad redificada entrega imágenes diferentes a categorías como "sociedad civil" o "actor social". El recurso de la redificación social es más importante en un período donde el deterioro de los Estados nacionales deja sociedades inermes detrás de sí, libradas a los puros arbitrios del mercado mundial. Pero si el retiro del Estado se realiza en una sociedad sujeta interiormente por múltiples redes comunicativas, las perspectivas no pueden ser solamente catastróficas, como quieren hacernos creer los ideólogos de la globalización: se hace necesario desplazar la mirada desde el Estado (obsesión marxista y neoliberal) hacia el espacio de la constitución orgánica de la sociedad.*



Archivo Chasqui

**E**n estos tiempos en que todos hablan de globalización, conviene hacer algunas distinciones. Por lo menos, distinguir entre procesos que llevan a una integración planetaria cada vez más crecien-

te, y las ideologías que han surgido en su torno.

### Otros paradigmas

No la idea de la globalización -al fin y al cabo no es un "objeto" sino una metáfora para designar a un conjunto de pro-

cesos no siempre congruentes entre sí- pero sí el globalismo, en cuanto ideología de la globalización, es consustancial a

**FERNANDO MIRES**, chileno. Doctor en Ciencias Económicas y Sociales, Privat Dozent en Ciencias Políticas, profesor catedrático en la Universidad de Oldenburg, Alemania.  
E-mail: mires@hz1.uni-oldenburg.de

uno de los paradigmas más caros a la modernidad. Dicho paradigma, en primera instancia cartesiano, parte de la premisa de que todo hecho o proceso tiene una "causa externa", inmóvil e irreductible a todo tipo de cambio (puede ser la economía, el mercado mundial o la propia globalización).

Se trata de un paradigma determinista; es decir, supone que se originan hechos y procesos que no alteran en nada la estructura de la "causa originaria" y que, en el caso de las ciencias sociales, es casi siempre economicista, debido a la hegemonía que hasta ahora han ejercido las dos corrientes principales del siglo veinte: el liberalismo y el marxismo. Independientemente de lo que pensaron los fundadores de ambas corrientes (que no eran economicistas), ellas fueron configuradas a través del tiempo bajo un formato predominantemente economicista, hasta el punto de que a muchos intelectuales les es imposible pensar que pueda existir algo en la sociedad que no esté determinado por la economía, en la forma de "intereses" para los liberales, o en la forma de "fuerzas productivas" para los marxistas.

No obstante, desde hace algún tiempo, el paradigma determinista-causalista se encuentra erosionado desde sus propios cimientos. El recurso ideológico de la globalización (o globalismo) puede ser considerado, en ese sentido, como uno de los últimos intentos restaurativos para salvar la vida de dicho paradigma. Por eso no extraña que tantos autores hayan puesto en juego toda su identidad en la construcción de una ideología globalista. Neoliberales y postmarxistas han concertado, en función de ese objetivo, una más que extraña alianza.

Sin embargo, ambas tendencias de la modernidad tendrán, tarde o temprano, que confrontarse con el surgimiento de paradigmas paralelos y competitivos. De esa "confrontación paradigmática" han de surgir nuevas posiciones, otros discursos y, quizás, más de alguna utopía.

### Metáforas y redes

Por el momento, dicha competencia tiene lugar en un estilo más bien metafórico. En algún otro momento habrá que ocuparse seriamente del tema de las metáforas en las ciencias sociales, pues ellas, que se creía que solo anidaban en el mundo de la poesía, inundan también

a las llamadas ciencias y, desde luego, a sus discursos. Tengo la impresión, incluso, de que cada concepto es metafórico, ya que un "encajamiento" definitivo entre palabra, cosa e idea sería una imposibilidad total. Y afortunadamente es así, pues el día en que las cosas y las ideas encajen totalmente en las palabras (y viceversa) no habrá necesidad de seguir pensando.

El "otro" paradigma, surgido en oposición a los de la modernidad, comienza a encontrar, lentamente, sus propias metáforas. Una de ellas ya ha sido mencionada: son las llamadas "redes" que es una metáfora que designa una posibilidad alternativa a la visión de un Estado que es "comido" por la economía o, lo que es igual, a la visión de una vida política que es usurpada por una vida económicamente racionalizada, como reza la ideología globalista. Porque independientemente de toda definición, el simple concepto de red parece portar un objetivo importante: rehabilitar la acción política que autores globalistas han dado, de modo apresurado, por muerta. De acuerdo

**L**a sociedad deja de ser, así, un "imaginario" del Estado que la necesita para realizar un "contrato", y es además un campo de interacciones en el cual se realizan procesos de transferencias que van formando el alma colectiva de una nación, país, pueblo o región. En otras palabras, mediante la metáfora de las redes, tenemos acceso a una visión multidireccional de lo social.

con Liebert "el pensamiento redificado se desdice de una visión mecanicista y funcionalista del mundo y, en especial, de las premisas de linealidad causal" (1994: 67)

Si estoy diciendo que las redes -sociales, políticas o culturales- más que rígidos conceptos son metáforas parece ser recomendable, antes de intentar definir las, entender qué es lo que "sugieren". En este sentido, la noción de red parece ser inseparable de la de "relaciones". En cierto modo, las redes son relaciones que toman la (imaginaria) forma de redes. Una red, o conjunto de relaciones, no es un hecho determinado *a priori*, sino que, por ser redes, son tejidas, del mismo modo que para que existan relaciones, estas deben ser contraídas. ¿Pero quién teje las redes? No queda más alternativa que responder: los actores que la constituyen. Por lo tanto, el tejido no es independiente de los tejedores. Quiere decir esto que en la construcción de una red no hay ningún plan preconcebido, o una lógica que la preceda, sino que son los actores, al relacionarse, quienes la van configurando.

En la elaboración de una red tenemos, se quiera o no, que incorporar momentos contingenciales y conferir al actor social una libertad de acción que ninguna doctrina puede asegurarle. El caso del tejido que han creado las organizaciones ambientalistas, es bastante ilustrativo. Al comienzo, situadas en cada país en posiciones más bien marginales, han ido articulando estructuras, hasta alcanzar a los Estados, e incluso a las propias Naciones Unidas. Las grandes conferencias, como la ya legendaria de Río, nunca habrían sido posibles sin ese permanente anudamiento de organizaciones y de opiniones.

En consecuencia, una red al ser tejida no carece de lógica; pero no es ésta una lógica externa a la red, sino que, más bien, en la medida en que la red es tejida, se configura en ella una lógica que lleva a los actores a interactuarse. Por lo tanto, la red no es un sistema; pero, paradójicamente, en la medida en que los actores la tejen -ya que las redes avanzan- van sistematizando, paulatinamente, a determinadas "porciones" de la realidad<sup>1</sup>. En correspondencia con el lenguaje de autores constructivistas, podría decirse que las redes son unidades "autopoiéticas"<sup>2</sup>. Por lo tanto, las redes, para ser tejidas, necesitan espacios.



Ahora bien: el espacio de configuración de redes no es el Estado que ya está, por ser un Estado, redificado; es decir, sistematizado mediante un conjunto organizado de instituciones, códigos, leyes y reglas. Y lo que queda fuera del Estado, no queda otra alternativa, es la "sociedad civil" (o parte no estatal de lo social). No obstante, la civilidad de lo social no surge automáticamente por la ausencia del Estado, sino que es, fundamentalmente, un proceso. En este sentido, podría decirse que la civilidad es constituida mediante redes. Las redes no designan, por lo mismo, a un fenómeno muy nuevo. Lo nuevo es que, frente al paulatino retiro del Estado respecto a espacios económicos y sociales, se ha hecho necesario reactivar la redificación de lo social, hasta el punto que hoy las redes son verdaderos puntos de autorregulación social y política.

Las ONG y la formidable expansión que experimentan en el último decenio serían, en tal contexto, organizaciones reactivadas por el retiro del Estado, pero, a la vez, formas nuevas de autoconducción social que hacen innecesaria, en muchos casos, la permanente presencia del Estado; es decir, serían signos que

**N**o sería aventurado, por lo tanto, postular que el período de globalización multidimensional, en lugar de liquidar la acción del Estado, abre la posibilidad para que surjan nuevas relaciones entre el Estado y un conjunto social cuyos actores se encuentran organizados en redes horizontales.

marcan nuevos avances en el largo proceso que lleva a la formación de ciudadanos autónomos y soberanos, y que substituyen relaciones de vasallaje respecto al Estado que bajo formas disfrazadas (corporativistas, socialistas, populistas) prevalecen en nuestro tiempo.

### Redes sociales y espacios civiles

Pero, si estamos hablando de espacios, hay que establecer una diferencia entre espacio geométrico y espacio político, social o cultural. El espacio geométrico (puede ser una calle, una plaza, un parque) precede a la acción. El espacio de la red, en cambio, sólo se constituye en la medida en que se hace. De tal modo, la red, al ser tejida, configura su propio espacio, que no es otro que la propia red. Pues, mediante la redificación política, la sociedad misma deja de ser objeto o cosa, y adquiere una condición procesual y, por lo tanto, imposible de ser "fijada" para siempre, en un determinado tiempo o lugar.

Así, si el espacio de lo político es configurado por la redificación que realizan actores de acuerdo a relaciones de comunicación y de interferencia, desaparece toda posibilidad para imaginar una instancia externa o, lo que es parecido, una racionalidad extra y metahistórica. Pues la red, repito, surge en una sociedad que existe en la medida en que es tejida.

Ahora bien, esos tejidos son al mismo tiempo que la propia sociedad, los ligamentos que la sostienen; es decir, que la hacen posible. Eso nos lleva a abandonar la noción pasiva (o determinada) de sociedad, para reemplazarla por una concepción dinámica, de acuerdo a la cual la sociedad solo puede existir en la medida en que se constituye mediante la acción de sus actores. La "sociedad civil", entonces, ya no podrá solo ser definida de modo negativo como todo aquello que no es Estado (o mercado), sino como "algo" que posee una determinada positividad; es decir, que se define por lo que es o por lo que ha llegado a ser. La sociedad deja de ser, así, un "imaginario" del Estado que la necesita para realizar un "contrato", y se convierte en un campo de interacciones en el cual se realizan procesos de transferencias que van formando el alma colectiva de una nación, país, pueblo o región. En otras palabras, mediante la metáfora de las redes, tenemos

acceso a una visión multidireccional de lo social.

El fatal error de los globalistas es que siguen creyendo que el único campo de acción política es el Estado, ya sea para administrar a la sociedad "desde arriba", ya sea para ocuparlo "desde fuera". La consecuencia mecánica que se desprende de esa creencia es simple: a menos Estado, menos política. O lo que es igual: a menos Estado, más economía. En cambio, a partir de la idea de una sociedad redificada, la política puede seguir siendo posible, aun "más allá del Estado". El "declive" del Estado no llevaría al desmoronamiento de lo social, sino a su autosustentación, mediante implementación de redes que lo cruzan en todas direcciones. Siendo el Estado, no puede sino serlo, un campo de operación política, debe regir sobre una sociedad en la cual se forman múltiples "nudos" de acción, relación e institucionalización (Liebert, 1994: 161). Así, el Estado, sin perder su centralidad, coparticipa con núcleos de poderes intercomunicados en redes. No es que la sociedad llegue a ser un "cuerpo policéntrico" (el "policentrismo" es una imposibilidad geométrica) pero sí un campo configurativo, permanentemente recreado a través de diversos tejidos.

Las redes políticas, permítaseme la comparación, son venas y arterias de la sociedad. Y si sigo abusando con imágenes, es posible agregar que el Estado puede continuar siendo "el corazón de lo social", sólo bajo la condición de que sus interiores se encuentren redificados. Lejos, entonces, las redes de convertirse en una "alternativa" frente al Estado, pueden llegar a ser su propia condición. El Estado que reposa sobre un conjunto social anómico, puede venirse fácilmente al suelo; con o sin globalización. Una sociedad que está siendo procedualmente integrada podría impedir, en cambio, el desplome del Estado, sobre una sociedad que no es sino un amontonamiento arbitrario de rígidas instituciones para-estatales, como ocurrió ya en muchos países del llamado "mundo socialista" donde, lamentablemente, la ruina del Estado tenía, necesariamente, que significar la ruina de la sociedad, pues ahí la sociedad era el Estado<sup>3</sup>.

### El Estado y las redes

La metáfora de las redes no puede ser confundida, entonces, con otras me-

táforas imaginadas para cubrir el espacio de "lo no estatal". Una de esas metáforas es la "base". Pero las "redes" no son movimientos o estructuras de base, como suele pensarse corrientemente, ya que para hablar de bases tenemos que pensar de acuerdo a paradigmas de arquitecturas verticales que imaginan una sociedad que se constituye de arriba hacia abajo, o al revés, vale decir, en los clásicos modelos corporativistas que heredamos de la sociología tradicional. Por supuesto, en cada orden social, pueden y deben existir estructuras basales, como son las organizaciones nacionales, religiosas, ideológicas, etc. Pero éstas también pueden ser atravesadas, horizontalmente, por las llamadas redes.

Otra metáfora recurrente, es la de "nicho", tomada de la ecología, y que sugiere la idea de que la sociedad se constituye de acuerdo a subsistemas, separados entre sí, idea sobre la cual un sociólogo como Luhman ha edificado una sociología muy personal. En un conjunto social pueden formarse, y de hecho se forman, nichos, particularmente comunidades. Pero, a diferencia de las redes, los nichos son unidades estáticas que no avanzan ni se expanden, si es que no existen redes que los intercomunican entre sí.

Las redes, por tanto, no constituyen organizaciones antagónicas al Estado. En muchos casos necesitan del Estado para obtener su legitimación, o para ser arbitradas de acuerdo a una legalidad que es común a todas. Incluso, si en algún momento llegaran a constituirse en alternativas a la acción estatal (una situación insurreccional, por ejemplo) necesitan del Estado, pues una alternativa solo puede existir aceptándose la existencia de lo que se niega. Ello lleva a pensar que, cuando las redes pasan de la acción puramente social a la política, no son las organizaciones más adecuadas para levantar desde ahí una posición confrontacional, ni con el Estado ni con nada. Y ello es así porque las redes no surgen para cumplir una función sino que muchas, y ellas no están determinadas solo por el Estado, sino por los términos que surgen de los conflictos que las hacen necesarias.

Por otra parte, tejer una red implica aventurarse en un complejo proceso de compromisos; sí, incluso de transacciones, ya sea con el Estado, con institucio-

nes privadas e incluso con otras redes; pero sobre todo al interior de ellas mismas. Dicho en términos más simples: no son organismos de "toma del poder", aunque generen, inevitablemente, relaciones de poder. No están fuera de la "sociedad", sino dentro; es decir, no solo son sociales sino que además son "intra-sociales". No nacieron para cambiar una sociedad por otra, independientemente de que, objetivamente, puedan hacerlo.

### Dos tipos de redes

De acuerdo a la polifuncionalidad descrita, es posible distinguir, de modo provisorio, dos tipos de redes<sup>4</sup>.

1. Redes de identificación: aquellas que contraen unidades asociativas de actores que descubren, durante su expansión, una identidad común o de semejanza. Ejemplo: un movimiento indígena que se organiza para cumplir determinados fines (por ejemplo: autogestión, soberanía territorial, devolución de bienes materiales y culturales, etc.) y "descubre" que en el mismo país, e incluso en uno ajeno, hay otro movimiento que se plantea los mismos, o muy similares, objetivos. Es posible entonces que ambos movimien-

tos contraigan relaciones que, redificadas, les permiten articularse con otros movimientos indígenas, descubriéndose, durante el período de "tejimiento" de redes, una identidad común que les permite transformar una identidad plural en una singular; por ejemplo, en vez de referirse a los movimientos indígenas, comienzan ya a hablar de el movimiento indígena (Mires, 1991).

2. Redes de correspondencia: establecen actores que no pueden identificarse mutuamente, pero que, sin embargo, "descubren" que es posible concertar acciones comunes en torno a objetivos concretos y puntuales. Ejemplo: un movimiento indígena que se siente amenazado por la construcción de una represa hidroeléctrica en, o en las cercanías de, su territorio. Para impedir dicha construcción, teje redes asociativas con campesinos no indígenas de la región, con movimientos ecológicos, con algunas ONG e, incluso, con personeros del Estado con sensibilidad social.

A partir de ambos ejemplos, podría pensarse que el concepto, o metáfora, de red es sólo un sustituto para designar el mucho más antiguo de "alianza". Esto es,



Min Jae Hong; Backer, Spiekogel, Bales, Nordwade, Inc.



en parte, verdad. Pero hay una diferencia notable. Toda red implica una o muchas alianzas, pero no toda alianza implica la formación de redes. Con esto se quiere decir que la red es un tejido mucho más fino y complejo que una simple alianza, la que por lo común desaparece cuando se ha cumplido el objetivo que la hizo posible. Se puede luchar juntos sin establecer relaciones. Incluso, la red suele subsistir, aun después de haberse cumplido un objetivo común, pues, y esto debe ser remarcado, la conformación de redes es imposible si es que no tiene lugar una mínima institucionalización que permita su persistencia en el tiempo.

### Mas allá del Estado

Las redes, en buenas cuentas, facilitan, mediante sus ligamentos, la formación de una consistencia social que difícilmente puede garantizar el Estado, y permiten no solo anudar relaciones, sino también la posibilidad de deshacerlas, cumpliéndose, en este sentido, las dos "artes" que para un autor como Walzer son básicas en la formación de la vida social: el arte de unir y el arte de separar (Walzer, 1996). Esa es otra diferencia con las amarras que sujetan a la sociedad con el Estado, las que son muy difíciles de separar sin pasar por experiencias políticas traumáticas, como motines, rebeliones e, incluso, revoluciones.

Revoluciones son, por lo común, posibles cuando no hay una regulación interna de los conflictos sociales. La idea de "sociedad dinámica" de la cual las redes son algunos de sus atributos, prescindiría en este sentido del trauma revolucionario, no porque el cambio social es imposible, sino justamente porque es posible. Desde luego, se está hablando de sociedades altamente redificadas o, en el buen concepto de Messner, "post-estativistas", lo que no es el caso de la mayoría de los países del mundo (1997: 58); y tampoco, todavía, de los latinoamericanos.

Pero, por otra parte, hay que destacar que el proceso de redificación, social y político, se encuentra en plena expansión, de modo que el retiro del Estado no siempre deja detrás de sí desiertos o tierras áridas, sino múltiples núcleos autorredificados, los que pueden conducir y regular relaciones sociales de un modo más flexible que las, a veces, pesadas y burocráticas instituciones estatales<sup>5</sup>. Quiero decir que se está abriendo, cada vez con más expectativas, la alternativa de un nuevo tipo de relación entre lo social y lo estatal. No sería aventurado, por lo tanto, postular que el período de globalización multidimensional, en lugar de liquidar la acción del Estado, abre la posibilidad para que surjan nuevas relaciones entre el Estado y un conjunto social cu-

yos actores se encuentran organizados en redes horizontales.

Las redes tienen, además, la propiedad de traspasar los límites territoriales fijados por la existencia de cada Estado; es decir, no son solo estructuras "nacionales". Ello se demuestra muy bien mediante la articulación que han alcanzado las redes ecológicas y ambientales, cuyos ritos modernos, como son encuentros, foros y congresos internacionales, son lugares que al mismo tiempo permiten la formación de nuevas redes, hecho que llevó a escribir a un periodista, al analizar la increíble expansión de las ONG durante el último decenio, que estamos en presencia de una "Nueva Internacional" (*Die Zeit*).

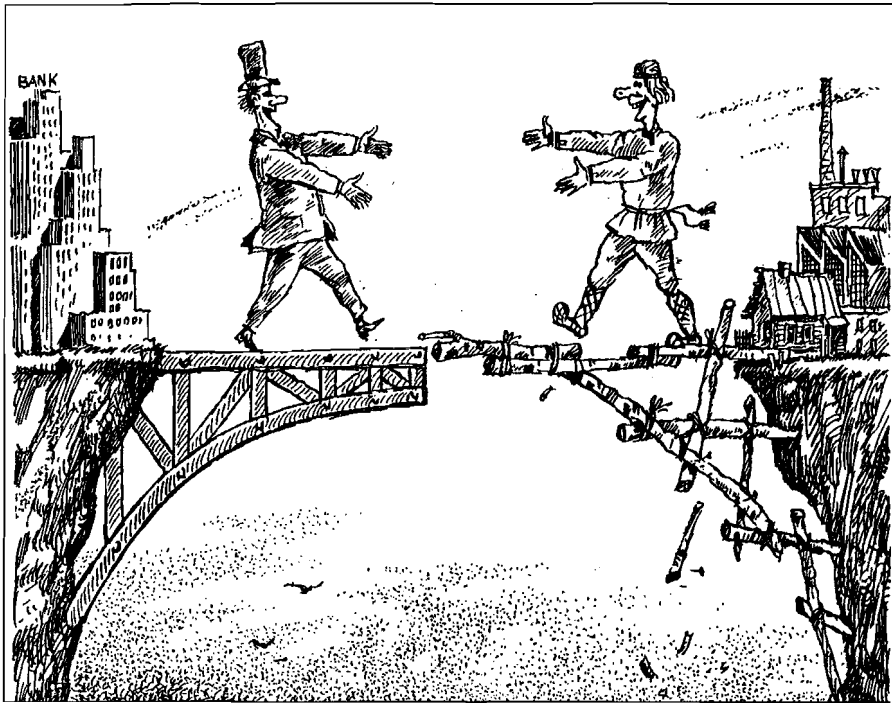
Esa es, por cierto, una exageración; pero, por otra parte, hay que convenir que la internacionalización de redes es también parte de una globalidad, que no solo afectaría al mundo económico sino que, además, es multidimensional. La idea de una globalización multidimensional es, sin embargo, muy distinta a la que predomina en círculos académicos. En una multidimensionalidad global, ninguna globalización podría existir independientemente de las demás, de modo que cada una se interfiere con otras en múltiples formas de representación. La llamada "autonomía de la esfera económica", y la utopía negra relativa al "totalitarismo del mercado", al ser interferidas por múltiples redes, serían simples imposibilidades.

Las interferencias mencionadas no solo pueden ser realizadas desde el Estado, sino desde muchas esquinas, que pueden ser sociales, políticas y culturales. Pongamos ejemplos: el mayor o menor peso de la organización sindical de un país (que también es una red, aunque antes no se llamara así) es gravitante en la determinación del precio de la fuerza de trabajo, lo que altera el precio del conjunto de productos en el mercado; en este caso podemos hablar de una **interferencia social**. Que el trabajo de las amas de casas sea remunerado o no, tiene que ver mucho con la formación de redes políticas feministas; si el trabajo casero de reproducción comienza a ser remunerado en algunos países, es porque la explotación de la mujer se ha convertido en un escándalo político; en este caso podemos hablar de una **interferencia política**. Si los inválidos y los necesita-



Carlos Américo. Dimensión Visual, Uruguay

Frente al retiro paulatino del Estado se ha hecho necesario fortalecer las redes sociales, verdaderos puntos de autorregulación social y política.



dos son más ayudados en un país que en otros, o si la reproducción de la naturaleza es financiada o no, tiene que ver con el mayor o menor grado de desarrollo de una conciencia ciudadana; en este caso podemos hablar de una **interferencia cultural**.

En síntesis, sin esas interferencias, la economía, no solo como ciencia, sino como práctica, sería una imposibilidad. Reiterando una idea ya formulada: el problema es quién y cómo se interfiere una economía. Y los agentes que interfieren en la economía no son, como hemos visto, puramente económicos. Organizar dichas interferencias en redes, locales o globales, parece ser uno de los imperativos políticos de nuestro tiempo. La política en tiempos de la globalización no llegaría así a su ocaso; todo lo contrario: sería su renacimiento. ●

#### NOTAS:

1. Para ser más claro: mediante la recurrencia a la metáfora de las redes, no se está proponiendo ningún nuevo "modelo" de interpretación social o sociológico. Por el contrario, lo "nuevo" que comportan las redes es que permiten, por primera vez, imaginar a la realidad no a base de modelos, sino de un modo, como diría Habermas, procedual (Habermas, 1996: 285)
2. De acuerdo a Druwe, "la teoría de la auto-

poiese", estrictamente resumida, parte de la perspectiva de sistemas que se autorizan a sí mismos. Las clásicas relaciones de causalidad existen solo como construcciones del observador" (Druwe, 1994: 148)

3. Es interesante constatar que en países como Hungría, Polonia, o la ex Checoslovaquia, en los cuales ya antes de la caída de las "nomenclaturas" lograron formarse tejidos de resistencia social; es decir, "redes políticas", la desintegración social post-comunista ha sido mucho menor que en países como la ex Yugoslavia, Rumania, Albania, y la propia Rusia, donde un espacio de redes civiles apenas existía. Eso ha facilitado, para el primer tipo de países, una integración mucho más equilibrada con el mercado mundial que en el segundo tipo, en los cuales, efectivamente, las "leyes del mercado" reinan sin contrapeso político (Mires, 1995, 1996).
4. La división que propongo es simplemente metodológica y no pretende ser una tipología. Quien ha realizado una tipología muy refinada de las redes es Tomás R. Villasante, las clasifica en cuatro: 1. redes internacionales de pensamiento/acción, 2. redes regionales de economías populares sustentables, 3. redes asociativas del tercer sector y del tercer sistema, 4. redes informales y conductas transversales. (Villasante, 1998: 24-43)
5. Que dicha expansión es algo muy serio, se deja documentar muy bien con los tejidos que están creando las ONG dentro y

a través de la Internet. La dirección electrónica HTTP://www.apc.org, por ejemplo, es la puerta de entrada a las redes de la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones que conectan a más de 40.000 usuarios en todo el mundo, entre ONG, activistas, educadores. La red de las redes solidarias nació hace 11 años, para facilitar el intercambio entre organizaciones sin ánimo de lucro, que tienen como objetivo el desarrollo, el pacifismo, los derechos humanos y el medio ambiente. (*El Mundo*, p. 34)

#### REFERENCIAS

- ALTVATER, Elmar; BRUNNENGRÄBER, Achim; y otros (1997), *Vernetzt und Verstrickt*, Westfälisches Dampfboot, Münster.
- BECK, Ulrich (compilador) (1998), *Perspektiven der Weltgesellschaft*, Suhrkamp, Frankfurt.
- Die Zeit*, (1994), 25 de agosto.
- DRUWE, Ulrich (1994), "Selbstorganisation", en LEGGEWIE, Claus (compilador), *Wozu Politikwissenschaft?*, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt.
- El Mundo* (1988), lunes 6 de abril, Madrid, p. 34.
- HABERMAS, Jürgen (1996), *Die Einbeziehung des Anderen*, Frankfurt.
- "Jenseits des Nationalstaats", en BECK, Ulrich (1998), *Politik der Globalisierung*, Suhrkamp, Frankfurt.
- LEGGEWIE, Claus (compilador) (1994), op. cit.
- LIEBERT, Ulrike (1994), "Netzwerke und neue Unübersichtlichkeit", en LEGGEWIE, op. cit.
- LUHMAN, Niklas (1998), "Der Staat des politischen Systems", en BECK, Ulrich (compilador), op. cit.
- MESSNER, Dirk (1997), "Netzwerktheorien", en ALTVATER y otros (compiladores), op. cit.
- MIRES, Fernando, (1991), *El Discurso de la Indianidad*, DEI, San José de Costa Rica.
- (1993), "El discurso de la miseria", en *Nueva Sociedad*, Caracas.
- (1995), "El orden del caos", en *Nueva Sociedad*, Caracas
- (1996), "La revolución que nadie soñó", en *Nueva Sociedad*, Caracas.
- PREIS, Ludger (1998), "Transnationale Soziale Räume", en BECK, Ulrich (compilador), op. cit.
- VILLASANTE, Tomás (1998), *Cuatro redes para mejor vivir*, tomo 1, Lumen Humanitas, Buenos Aires.
- WALZER, Michael (1996), *Lokale Kritik-Globaler Standard*, Rotbuch, Berlin. Original: *Thick and Thin. Moral Argument at Home and Abroad*. University of Notre Dame Press, Indiana, 1994.



# Industrias culturales y globalización



Beretta/SIS

*Como en el Renacimiento, donde están sus orígenes, la globalización necesita someter a los líderes locales, con-vencerlos, y a la memoria o imaginario de las comunidades vencidas. En tal virtud, las industrias culturales representan un valor estratégico y decisivo para controlar y manejar recursos informativos y comunicacionales; recursos que, además de persuadir sobre las supuestas ventajas del globalitarismo, generan y reproducen beneficios económicos. Hay dos aspectos que se destacan en la globalización: la transnacionalización y la concentración de las relaciones de poder, procesos que "atentan cada vez más contra la democracia cultural".*

**H**asta hace muy pocos años era habitual en nuestros países que cada producto o servicio cultural tuviera un lugar de oferta coherente con su soporte: película-sala de cine; libro-librería; disco-disquería; diario/revista-quiosco; etc. Pero bastó apenas una década para que medios, soportes y lugares de comercialización se diversificaran ampliamente: las películas en salas, tele-

visión abierta y de cable, videos, discos digitales; el libro en librerías, quioscos, supermercados; el disco ídem.

## Transnacionalización y concentración

Actualmente, el quiosco de cualquier espacio urbano sintetiza esta diversidad de ofertas, al mismo tiempo que las reúne, convertido cada vez más en sitio multimediático, donde convergen los procesos de concentración de las industrias

culturales de nuestro tiempo. El quiosco se ha convertido así en la metáfora de lo que algunos estudiosos han bautizado como concentración diversificada de la comunicación y la cultura.

De manera parecida a lo que sucede en otras regiones del planeta, las empresas latinoamericanas del sector cultura están dejando paso a la creación de con-

**OCTAVIO GETINO**, argentino. Director de cine y TV, investigador y consultor internacional de medios de comunicación. E-mail: [getino@satlink.com](mailto:getino@satlink.com)

glomerados empresariales, entre los que predominan capitales transnacionales asociados al proyecto globalizador y algunos poderosos grupos locales, dedicados a una labor de producción cada vez más diversificada de bienes, medios y servicios culturales. Lo que los une es una común vocación transnacional de rentabilidad segura y cortoplacista. El resto de los emprendimientos locales, léase pequeñas y medianas empresas (PyME's de la comunicación y la cultura), experimenta el mismo tipo de marginación o deterioro que es común a otros sectores industriales y sociales.

En la medida en que no podemos hablar de "industria cultural" sino de "industrias culturales", dadas las diferentes características y los distintos tipos de financiamiento que caracteriza a cada una de ellas, el impacto de la globalización reviste situaciones particulares, según el lugar y la función que ocupe cada industria. A lo sumo cabría clasificarlas atendiendo a los agrupamientos de algunas de ellas, según sus relaciones con el mercado y, a veces, con la política.

**L**a empresa pertenece a las personas que invierten en ella: no a sus empleados, sus proveedores, ni a la localidad donde está situada", declaraba a mediados de esta década el "racionalizador" de la modernidad empresarial, Albert J. Dunlap, sentenciando a su manera el fin de las unidades territoriales -"la localidad"- como lo intentaría hacer Fukuyama con la historia.

Así por ejemplo, cuando se aborda el tema de las industrias culturales -reciente descubrimiento de una franja minúscula de nuestras dirigencias políticas- gobiernos y oposición siguen poniendo más énfasis en el término "cultura" que en el de "industria", con lo cual remiten ésta a las naciones más desarrolladas y la primera a la tradicional visión patrimonialista y elitista de la cultura -las "artes cultas"- que insiste en separar este término de cualquier connotación comercial. Baste observar la caracterización hecha en fecha reciente por la Comisión Técnica de Industrias Culturales del Mercosur: "Más allá de las distintas definiciones que han propuesto los expertos en administración y gestión cultural, podríamos caracterizar como Industrias Culturales a aquellas que a partir de una creación individual o colectiva, sin una significación inmediatamente utilitaria (sic) obtienen productos culturales a través de procesos de producción de la gran industria".

Y aunque existe la tendencia de considerar a los sectores del libro, del disco y del cine como las industrias culturales por excelencia, la obra literaria, musical y cinematográfica parece seguir excluyendo en importancia al soporte libro, disco y película, es decir, al medio que posibilita la relación y la incidencia cultural de la obra con el público o la comunidad. A tales soportes deben sumarse los medios de comunicación (radio, televisión, etc.) a menudo relegados -cuando no directamente excluidos- cuando se trata de abordar políticas para las industrias culturales.

Es sabido que la cultura ya no se realiza solamente en los espacios públicos tradicionales (salas de teatro, salas de cine, museos, bibliotecas, etc.) sino que se desarrolla también activamente en el interior de cada hogar, sea en los espacios urbanos o en los rurales, a través de la radio, la televisión y las publicaciones periódicas (diarios, revistas, etc.). Estos medios han pasado a ser en nuestro tiempo los principales canales de circulación de productos culturales, retroalimentando los contenidos presentes en los soportes tradicionales del libro, el cine y la música, así como de las llamadas "artes cultas" (teatro, danza, artes visuales, etc.). El hecho de que habitualmente se disponga para este sector una política netamente diferenciada de la que se plantea para la producción de soportes,

responde casi siempre a la disputa por el poder de dichos medios y las implicaciones directas que los mismos tienen sobre la economía (vía publicidad), sobre la política (información y opinión) y sobre la propia formación y educación de los individuos.

Esta diversidad de constelaciones, que conforma el universo de las industrias culturales, permite observar distinto tipo de efectos de la globalización en el interior de las mismas. En términos sintéticos, podría sostenerse que el impacto mayor observado en el conjunto del sector presenta dos aspectos claramente destacados: transnacionalización y concentración de las relaciones de poder, con el consiguiente efecto erosionante -cuando no desertificante- en las pequeñas y medianas empresas locales. En este punto se repite aproximadamente aquello que es común en casi todas las industrias y en la economía en general.

La transnacionalización implica la compra o integración de empresas locales por parte de poderosos grupos que operan en diversas industrias de producción y de servicios a nivel internacional, en los que tiende a crecer la presencia del sector financiero. (Suele afirmarse, en este caso, que no falta mucho tiempo para que los fondos de pensión de las naciones más desarrolladas logren tener un poder de decisión superior al del Fondo Monetario Internacional). Finanzas, informática y telecomunicaciones son campos cada vez más interesados en participar o controlar rubros o ramas estratégicas de la comunicación social y la cultura. Sin embargo, la "desterritorialización" que es inherente al capital financiero internacional, pone un claro sello de provisoriedad a sus inversiones en estos campos, como ocurrió con otros en los tiempos de la expansión colonialista (recuérdense los ejemplos de la explotación de la plata o del estaño en Bolivia, del caucho en Brasil, del quebracho en la Argentina). Son inversiones cuya presencia puede resultar atractiva (o necesaria) en los momentos iniciales de un proceso, pero que no garantizan perdurabilidad alguna, dado que su propósito principal tiene poco que ver con el interés de desarrollo comunicacional y cultural de nuestros países, y está determinado principalmente por la búsqueda de rentabilidad en el corto o en el mediano plazo.

"La empresa pertenece a las perso-





Así como Carlos V, cualquiera de los actuales magnates de la comunicación dirá: "en mi reino nunca se oculta el sol". En la foto, Ciudadano Kane, de Orson Welles (1941).

nas que invierten en ella: no a sus empleados, sus proveedores ni a la localidad donde está situada", declaraba a mediados de esta década el "racionalizador" de la modernidad empresarial, Albert J. Dunlap, sentenciando a su manera el fin de las unidades territoriales -"la localidad"- como lo intentaría hacer Fukuyama con la historia, y poniendo en su lugar a la "familia" de inversores a cargo de cada empresa<sup>2</sup>. Esto les da a las inversiones transnacionales el mismo grado de provisoriedad y volatilidad que es común, hoy en día, en los procesos de fusiones y asociaciones empresariales de las naciones más industrializadas, con repercusiones directas en el interior de nuestros países.

Pero aunque el objetivo principal de estos procesos de transnacionalización sea el de lograr una mayor rentabilidad en materia de inversiones, subyace también en el mismo un afán de no menor importancia: el control de la producción y la oferta de contenidos simbólicos. Precisamente aquellos que pueden contribuir a legitimar los propósitos globalizadores de la economía. De este modo, una presencia mayor en los medios de información y de opinión (diarios, revistas, radio y TV) permite un accionar sistemático

tendiente a deslegitimar el papel de las dirigencias políticas locales -ya suficientemente erosionado por obra de su propio desempeño- y a influir en las demandas de la población en cuanto a sus consumos culturales y comunicacionales.

Para este accionar, el manejo directo o indirecto de los mercados tiene igual o mayor importancia que el de la producción de información y contenidos. A fin de cuentas, estos últimos pueden ser producidos a nivel local, inclusive por empresarios nacionales, crecientemente condicionados por las pautas impuestas por quienes financian los principales medios (anunciantes transnacionales), o por quienes dominan en el exterior la producción de medios (películas, discos, programas de TV, video-game, CD-ROM, publicaciones científicas y técnicas, información internacional, historietas, etc.) y abastecen los espacios ofertantes del mercado (librerías, disquerías, salas de cine, programación televisiva, quioscos, etc.).

En su doble dimensión, económica y cultural, la transnacionalización y la concentración de estas industrias resulta cada vez más necesaria para obtener dividendos directos, a los que habrán de sumarse los indirectos, producto del mayor

control de la economía local por parte de los capitales internacionales y de sus capos locales. La gravedad de esta situación radica, a diferencia de lo que ocurre en otras industrias, en que su incidencia sobre la cultura local (ideología, educación, religión, memoria, valores, artes, etc.) atenta cada vez más contra la existencia de una verdadera cultura universal, por cuanto el valor esencial de ésta radica precisamente en la complejidad antes que en la simplicidad; en la diversidad y no en la uniformidad.

Se trata de participar y enriquecer lo universal, pero desde cada sitio o, lo que es igual, anteponer el concepto de universalismo situado, propio de la democracia cultural -ya que expresa lo multidimensional de la existencia humana- a la idea de universalismo en abstracto, propia de la filosofía globalitaria.

#### PyME's y "biodiversidad" cultural

A partir de los años 60 y 70 comenzaron a entrar en crisis en América Latina los proyectos nacionales de desarrollo industrial y sustitución de importaciones -allí donde ellos habían tenido lugar- y los que se orientaban a la protección social y a una mejor distribución del producto in-

terno bruto, como era común en el Estado de bienestar de las naciones más industrializadas. Esa situación se acentuó en los años 80 y alcanzó su apogeo con la implosión de los países del área comunista y la consolidación del proyecto globalitario en todo el mundo. Ello repercutió directamente en las políticas locales terminando con las esperanzas depositadas en muchos de nuestros países en las llamadas "políticas nacionales de comunicación", traduciendo una de las principales limitaciones de las democracias surgidas en los años 80. Y si, hasta entonces, los paradigmas de la concentración eran los conglomerados Televisa en México y O Globo en Brasil, privatizaciones, neoliberalismo y globalización promoverían de manera concertada la aparición de ejemplos semejantes en casi todos los otros países (Grupo Clarín en Argentina, Organización Cisneros en Venezuela, etc.) todos ellos crecientemente asociados a inversores transnacionales.

Como sostiene el investigador español Ramón Zallo, al referirse a este tema, "la subordinación de las políticas de democratización cultural a los imperativos de la reproducción económica y social... han implicado la limitación relativa del gasto cultural público y la potencialización de la cultura escaparate... (De ese modo) la publicidad, el patrocinio y el gasto privado van ocupando el lugar que va dejando el gasto público cultural de unos Estados estructuralmente deficitarios (lo cual promueve) dos tipos básicos de cultura: la cultura e información de masas y la cultura e información de élites"<sup>3</sup>.

En nuestro caso, la concentración y la transnacionalización actúan en ambos campos simultáneamente, tanto a través de una presencia creciente en los medios de circulación masiva -prensa, radio, televisión, cine, libro y disco- como en la producción de medios destinados a determinadas élites; por ejemplo, algunas publicaciones científicas y técnicas, informática, canales selectivos de TV por suscripción, revistas para sectores especializados (economía, política, información, etc.). En uno y otro caso, tienden a reducirse las posibilidades de las pequeñas y medianas empresas locales.

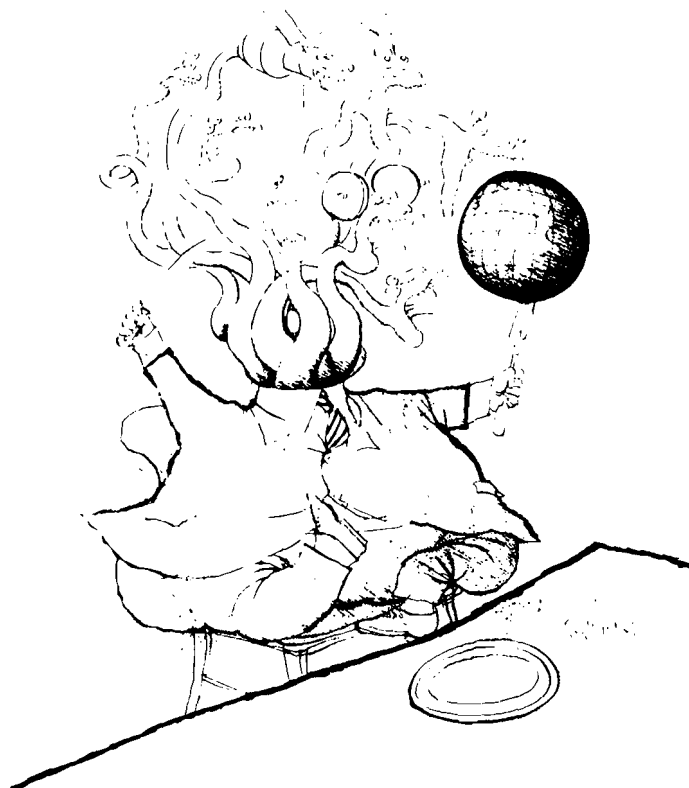
Esto no implica la extinción de todas ellas, por cuanto algunas pueden ser funcionales y complementarias a la labor de las transnacionales. Es el caso de los "la-

boratorios creativos", la creación de prototipos, el diseño de obras de vanguardia, la experimentación visual y sonora, etc., rubros que pueden estar a cargo de pequeñas empresas autónomas, a menudo de muy pocas personas, pese a que las grandes compañías serán las encargadas de adquirir los correspondientes derechos y proceder a la adaptación de esos productos al sistema de fabricación serializada, para hacerlos efectivamente rentables en el mercado<sup>4</sup>.

En cuanto a la producción de contenidos, en algunas industrias como la del cine, el video y algunos géneros televisivos (seriales, dibujos animados, etc.), ella ha estado siempre monopolizada por las grandes compañías norteamericanas, situación que se acentuó en los últimos años con la implementación de nuevas tecnologías audiovisuales (TV cable, CD-ROM, videogame, etc.). Si su competencia frente a la producción local tuvo habitualmente un carácter de verdadero *dumping* -producciones prácticamente amortizadas con precios muy por debajo de los costos que son comunes a la produc-

ción nacional- los nuevos medios y soportes de comercialización han reforzado aún más esa hegemonía.

En industrias como la del libro se mantiene la iniciativa autoral, pero ésta es cada vez más compartida -y a veces desplazada- por la iniciativa de los grandes sellos editores, a través de la producción -por iniciativa propia o de terceros- de colecciones y series de libros o fascículos, con especialistas contratados para su elaboración y que están destinados a los circuitos masivos. Esto aparece también, aunque en menor medida, en la industria del cine. Años atrás, el grupo Televisa de México, a base de la televisión y en la radio, producía paquetes de largometrajes orientados en su mayor parte al mercado hispanoparlante de los EE.UU., además del local, encargando su realización a determinados guionistas y directores, con actores y figuras altamente promocionadas en sus canales de TV. Además, contaba ya con la estructura de producción y comercialización videográfica, lo que le permitía cubrir simultáneamente los roles que iban desde la idea original



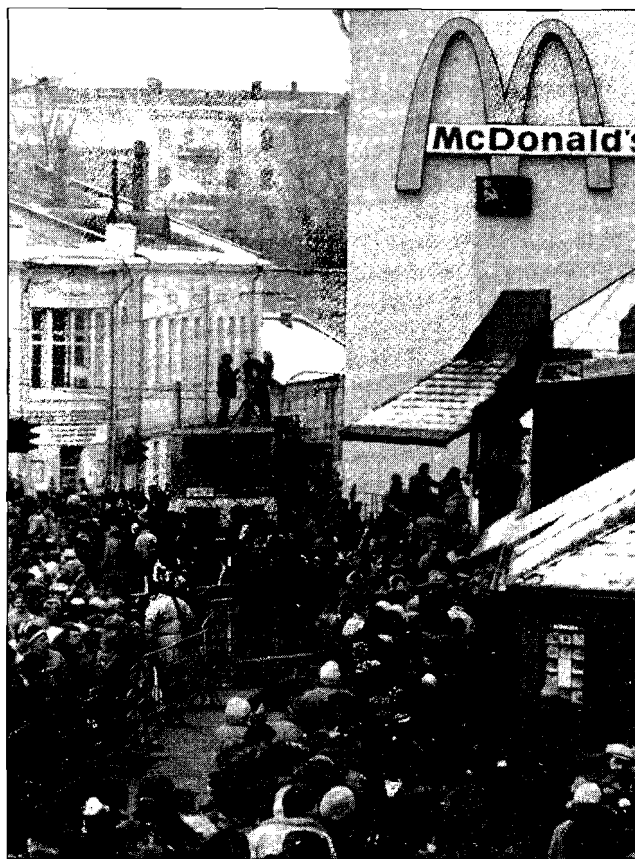
Ronald Searle, Media Studies Journal, E. U.

de cada filme, la selección del personal "creativo" y "artístico", hasta el lanzamiento en los mercados de cine, video y televisión.

Algo parecido ha comenzado a experimentarse también en la Argentina con la participación de los dos grandes conglomerados multimediales (Grupo Clarín-Canal 13 y Grupo Vigil-Canal 11), co-productores de los mayores éxitos cinematográficos locales de los últimos años, con temas y tratamientos experimentados como exitosos en el cine hollywoodense, a los que se suman escenarios y modismos locales, junto con intérpretes altamente conocidos y promocionados desde los propios canales de TV.

Frente a iniciativas como éstas se reducen las posibilidades competitivas de los autores-productores, quedando ellas sujetas a la existencia de subsidios o ayudas estatales y a una comercialización para públicos muy reducidos. Situación que se agrava todavía más ya que, si bien el autor dispone teóricamente de un mayor número de salas -las multiplex de las *major* norteamericanas o de las mestizadas con capitales locales- estaría obligado a realizar una fuerte inversión en rubros como la publicidad, el tiraje de numerosas copias para algún gran circuito de salas y la labor de control sobre las mismas. Una práctica habitual para las grandes compañías ya que, con una mayor cantidad de salas de cine y un mayor número de copias recaudan lo mismo que antes, pero en un menor lapso de tiempo. Práctica difícil o imposible de ser imitada por empresas unipersonales que, además, no cuentan con suficientes ayudas del Estado para las etapas de *marketing* y comercialización.

Dedicados los grandes conglomerados a desarrollar líneas de producción de éxito seguro, sustentadas en fuertes inversiones de promoción, publicidad y mercadeo, los emprendimientos de menor capacidad están obligados a trabajar en los espacios intersticiales o en los "nichos" -la palabra es suficientemente ilustrativa- que aparecen entre uno y otro mercado. Los pequeños editores de libros o de fonogramas se ocupan así de producir obras de nuevos creadores con tirajes reducidos; las publicaciones periódicas se orientan a franjas minúsculas de lectores, principal fuente de financiamiento de las mismas, en tanto ellas no cuentan con financiamiento publicitario.



*Globalización económica, política, cultural... gastronómica.  
McDonald's en Moscú, enero de 1991.*

La estrechez de los mercados, a los cuales estas producciones se orientan, se acentúa aún más cuando la estructura comercial tiende a repetir en cada país el mismo tipo de esquemas de promoción y de oferta que es propio de las naciones más industrializadas. De ese modo, los más poderosos sellos distribuidores reclamarán del productor tirajes de copias que puedan ser legítimos para las grandes empresas (libros, revistas, discos, etc.) -un ejemplar como mínimo en cada espacio ofertante- pero que a menudo resultan inaccesibles para pequeños productores, cuya posibilidad de venta se circunscribe a circuitos comerciales focalizados.

De una u otra manera, tales situaciones afectan conjuntamente a la fabricación y comercialización de productos culturales y a los procesos de diseño y creación artística, cultural y comunicacional. Ello es así, porque la concentración de la producción y los mercados tiende a estandarizar y serializar no solo los procesos de producción y venta de libros, revistas, discos y películas, sino también los contenidos simbólicos y las narrativas

inherentes a dicha producción. Por ejemplo, el cine de géneros, las series televisivas, las colecciones de fascículos, las modas musicales, etc.

Al privilegiarse los aspectos meramente cuantitativos del éxito comercial de un producto, las cifras resultantes determinan que las grandes empresas intervengan por encima de los autores para introducir los cambios que estimen necesarios en la producción estandarizada. Esto se observa claramente en la industria de la telenovela, el principal recurso audiovisual exportable de América Latina. Si años atrás el autor gozaba de cierto respeto en el diseño de su propuesta, la concentración de la producción reduce su papel y le obliga a introducir los cambios que puedan ser necesarios para mejorar el *rating*, ya que él mismo define el mayor o menor interés de los grandes anunciantes por determinado producto y, en consecuencia, el financiamiento de las empresas televisivas.

El valor de un producto cultural no se mide por su calidad como tal, sino según la rentabilidad económica que proporciona. En consecuencia, las principales



compañías televisivas locales ignoran el *copyright*, se apropian de las ideas y las reprocessan según su conveniencia industrial y comercial, convirtiendo a los guionistas en simples engranajes de la cadena serializada de producción, para que ellos sirvan al crecimiento del *rating* y mejoren la capacidad competitiva con las otras empresas y conglomerados. "Yo estoy cediendo mi territorio, el territorio del autor -observa en la Argentina el conocido guionista de telenovelas Alberto Migré-. Creo que el autor televisivo de por sí ya casi no existe, y la tendencia es a que desaparezca"<sup>5</sup>.

De esta manera, se erosiona cada vez más la "bio-diversidad" cultural que toda comunidad, incluyendo a sus autores y creadores, ha ido construyendo a lo largo de su historia y que está necesitada de preservar y enriquecer para beneficio de su propio desarrollo, así como de la cultura universal. La concentración del poder en el sector de las industrias culturales representa, en suma, una seria amenaza a la diversidad comunicacional y cultural y pone en riesgo la democracia. Es bien sabido, que quien tiene el poder

de decisión sobre lo que ha de producirse, lo tiene también sobre lo que no debe ser producido. Es decir, un poder equivalente al de la censura.

Esta situación tenderá a agravarse aún más en los próximos años, si es que no se implementan políticas estatales -nacionales y regionales- para garantizar relaciones equitativas y democráticas entre los intereses locales y los de otras naciones. Políticas destinadas a incidir de manera integral y simultánea sobre los campos de la economía del sector, del desarrollo social y de la cultura nacional, atendiendo a los tres principales soportes sobre los que se erige un proyecto industrial en este campo y que no son otros que inversiones, empleo e identidad cultural. Subrayamos este último concepto porque no se trata de fomentar solamente la presencia de industrias culturales en un determinado país, sino hacerlo con las del propio país -como pertenencia- para que ellas sirvan para reproducir y difundir, a través de todos los medios y soportes posibles, aquello que testimonie o exprese el imaginario colectivo y la identidad de cada comunidad.

En este punto se destaca la necesidad de reforzar los procesos de integración subregionales a fin de potencializar los recursos existentes en cada país y poder negociar, a partir de los mismos, relaciones más equitativas y democráticas con los agentes principales de la globalización. Para tal fin, la gestión estatal parecería ser cada vez más urgente y necesaria, si se aspira a que las industrias culturales nacionales sirvan, como cualquiera otra industria local, a los intereses de la población y no a los volátiles y des-territorializados traficantes de la cultura. ●

NOTAS

1. Actas de la Tercera Reunión de la Comisión Técnica de Industrias Culturales, Mercosur, Buenos Aires, 30 y 31 de octubre, 1997.
2. Z. Bauman, *La globalización, consecuencias humanas*, CFE, México, 1999.
3. R. Zallo, *El mercado de la cultura*, Gakoa, Guipuzcoa, 1992.
4. R. Zallo, op. cit.
5. Alberto Migré, entrevista diario *Clarín*, Buenos Aires, 18-7-99.

● artesanal

● abierta



● caliente

FM 88.7 MHz  
**LA TRIBU**

un atentado cultural en los '90

FM LA TRIBU • 88.7 MHz  
Lambaré 873 (1185) Buenos Aires  
Argentina • Tel/Fax: (54-1) 865-7554

comunica.org

...la urgente necesidad de crear plataformas públicas de discusión, vigilancia prospectiva del entorno, y acción ciudadana en los foros pertinentes, para evitar que el rumbo que tome la nueva época obedezca solo a objetivos de lucro corporativo transnacional.

Es preciso pensar y crear otras formas de colonizar el ciberespacio.

- Carlos Eduardo Cortés  
Chasqui # 62

La Revista Chasqui, CIESPAL  
y ChasquiKom en Internet  
<http://comunica.org>  
[info@comunica.org](mailto:info@comunica.org)

# Políticas culturales: entre el mercado global y la democracia



Ronald Sealfon, Media Studies Journal, E. U.

*En el mundo globalizado, la empresa transnacional aparece como la reina, y su fortalecimiento en el reino del mercado es inversamente proporcional al debilitamiento del Estado y de otras instituciones de esta sociedad finisecular. El sometimiento -dice la autora- a las leyes ciegas del mercado globalizado es una nueva forma de barbarie. Frente a esto es necesario forjar relaciones más equilibradas entre el Estado, la sociedad civil y el mercado a base de establecer políticas públicas activas, persistentes y articuladas entre sí en las distintas áreas de la gestión pública; el corazón de estas políticas es la cultural. En este artículo se establecen algunas líneas al respecto.*

**E**l sacrificio de lo público a la hegemonía del mercado constituye una tendencia que, con altibajos y en medio de fuertes luchas, ha sido históricamente impulsada por algunos sectores sociales y fuerzas políticas de la Argentina. Ella emergió con el golpe militar de 1955, se incentivó con los que lo siguieron, afirmándose con el de 1976, se prolongó en la democracia recuperada en 1983, hasta encontrar su punto culminante en el último decenio.

La contracara de ese proceso es el debilitamiento extremo del Estado en lo referente a la institucionalidad democrática y a sus funciones específicas -ya que

no se trata de añorar al Estado todopoderoso-; el aumento de la inequidad social y la desestructuración de los lazos societa- rios.

## ¿Hacia una nueva forma de barbarie?

La deslegitimación del quehacer político y la desmovilización de la sociedad remiten, tanto a la debilidad de las instituciones democráticas por obra de los golpes militares, cuanto a la instauración en el imaginario social -merced a una persistente labor de los medios de comunicación y buena parte de la dirigencia política- de una cultura del mercado de sesgo mítico; es decir, ideológico. Esta pasa por alto la naturaleza por demás imperfecta

del funcionamiento del mercado en ciertos contextos históricos, al no encontrar fuerzas sociales ni políticas en capacidad de introducir elementos de equilibrio y se desentiende de los problemas que genera. Es una cultura consagratoria de la irresponsabilidad social, como único estilo de vida posible.

Dichos problemas se agravan los últimos años, con el avance del proceso de globalización, cuyas características principales, la aceleración de la circulación de los flujos financieros y la expansión de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) transfron-

**SUSANA VELLEGGIA**, argentina. Socióloga, directora de cine y TV, especializada en Comunicación Educativa, profesora en la Universidad Entre Ríos, Argentina. E-mail: [getino@satlink.com](mailto:getino@satlink.com)

teras, concurren a conformar sistemas sinérgicos y relativamente autosuficientes. Librados a su dinámica "natural", esos sistemas tienden a escapar al control político de los estados y las sociedades nacionales, transfiriendo las potestades de decisión de estos actores a un actor casi excluyente: la empresa multinacional. El fortalecimiento de ésta, bajo la fachada anónima de los mercados en los que reina, es inversamente proporcional al debilitamiento de las instituciones, en torno a las cuales se organiza la vida social, política y cultural de las naciones.

La formación de un sistema mundial global supone la desestructuración de las anteriores formas de organización de cada sociedad y su reestructuración sobre otras bases. La cuestión no es dirimir si se lo rechaza o se lo acepta; es un hecho histórico, y como tal se inscribe en relaciones de poder fluctuantes y dinámicas.

Esto impone la necesidad de revisar la calidad de la inserción de las naciones y regiones en ese sistema. La mayor o menor fortaleza del Estado y de la sociedad civil, en cuanto ciudadanía, son determinantes de la mayor o menor posibilidad de relativizar los perjuicios y ame-

nazas reales de la dinámica "natural" del proceso globalizador y aprovechar sus oportunidades en beneficio del conjunto de la población.

El mercado es despersonalizado, insensible, no creativo, sin valores trascendentes; no se interesa por lo público, no da respuesta a los problemas humanos, ni propone sentidos. El sometimiento del Estado y la sociedad a las fuerzas ciegas del mercado globalizado significa una nueva forma de barbarie, a-culturadora en la completa dimensión del término.

Modificar esas tendencias no obedece solo a un acto de voluntad, aunque por ella ha de empezar todo cambio, sino a la capacidad política de incidir en la compleja red de factores interactuantes que posibiliten forjar un marco de relaciones entre el Estado, la sociedad y el mercado más equilibrado. En síntesis: construir estructuras de poder a nivel local, nacional y regional, encarnadas por fuerzas sociales concretas, capaces de neutralizar o relativizar la dinámica devastadora de las fuerzas del mercado globalizado. Esto supone el diseño y la implementación de políticas públicas activas, persistentes y articuladas entre sí, en las

distintas áreas de la gestión pública, dirigidas a fortalecer los eslabones más débiles de la trama social y a impulsar la constitución de mercados transparentes en sus áreas de influencia. El corazón de esas políticas es la política cultural.

### Política y cultura

La historia no marcha de manera lineal. Junto a las ventajas que posibilitan las NTIC, los avances de la ciencia y de la recuperación de la democracia, hemos retrocedido en calidad de vida integralmente concebida.

Frente al crecimiento de una cultura del *shopping*, el consumo y la farandulización, avanza una cultura de la pobreza y la marginalidad; frente a la modernidad en ciertos aspectos de la vida social, prosperan los arcaísmos más aberrantes de las conductas humanas. La violencia descarnada, el vampirismo de los que pretenden acumular más y más, el egoísmo individualista, la guerra de pobres contra pobres, la opresión del más débil -sea niño, mujer, anciano, o inmigrante- el temor paralizante al futuro, el escepticismo, la desconfianza, el arribismo, el autoritarismo, la corrupción (hija de la "viveza criolla" y de la desestructuración del Estado y de los controles sociales), y las formas de escapismo autodestructivo, se extienden por nuestras ciudades como los signos de una profunda crisis civilizatoria de imprevisibles consecuencias.

Aunque los efectos más dramáticos de los problemas actuales se manifiesten con crudeza en el plano socioeconómico o material -concentración de la riqueza, aumento de la pobreza, exclusión social, etc.- es en la dimensión cultural o simbólica, donde reside la llave de acceso a una verdadera transformación de la sociedad.

De lo que se trata es de civilizar al mercado y humanizar las relaciones sociales, en cuanto términos inescindibles de una misma ecuación. Esta es una tarea política, ya que exige armonizar fuerzas sociales e intereses contrapuestos, generar nuevos consensos y promover el protagonismo de nuevos actores sociales. La misma ha de conducir a recrear la institucionalidad de la democracia sobre bases de transparencia, eficacia, eficiencia y elevada ejemplaridad moral.

Pero todo ello exige volver a dar credibilidad a la política como herramienta de transformación, rescatándola de su



Johanna Farfán, Perú

Frente al crecimiento de la cultura del shopping, el consumo y la farandulización, avanza una cultura de la pobreza y la marginalidad.



actual subordinación a la economía y a las fuerzas del mercado y también de las metodologías perversas adoptadas por los mismos actores políticos que la han sumido en una crisis de legitimidad inédita. Y esta es una tarea cultural; regenerar las dañadas relaciones entre sociedad civil y política solo es posible mediante una recuperación del sentido de lo público, núcleo desde el que cotidianamente se construye ciudadanía. O sea la cultura de los ciudadanos en el sentido integral del término.

Se hace preciso derrumbar otro mito: el del "desinterés de la gente" hacia la política. Es falso que los ciudadanos rechacen la política; demandan más sentido de lo público, más poder a la sociedad y menos a las corporaciones, más equidad en la distribución de la riqueza; esto es, más política. Pero descreen en los actores teóricamente investidos de la función de lograrlo: los políticos. Tienen una clara evidencia de que la toma de decisiones políticas, lejos de defender la fuente de la que emana la soberanía en toda democracia, se ha autonomizado de ella, y sometido con docilidad a los intereses del poder económico, del poder mediático y a la lucha por el poder en las estructuras partidarias. Esa política autorreferencial, contracara de la corporativización de la sociedad bajo el imperio del mercado, es ilustrada todos los días por los medios de comunicación, beneficiarios de ella, como un género más del espectáculo.

El espectáculo de la política se especializa en descentrar de su eje las demandas genuinas de los ciudadanos, desgajándolas en reivindicaciones desvinculadas entre sí: los problemas de la corrupción, la seguridad, el ajuste de las cuentas fiscales y la "creación" de fuentes de trabajo, ante la desocupación galopante y la elevada exclusión social -todos ellos interrelacionados con la nueva estructuración de la sociedad que impone la dinámica natural de las fuerzas del mercado global sin gobierno global ni nacional- se presentan como las preocupaciones esenciales que deben ocupar la agenda de la sociedad y de los políticos.

El listado, en el orden que se desee, pasa a formar parte de las campañas electorales, orientadas por encuestas cuyos resultados, cuantitativos, se autoadjudican la representatividad de lo que



Lucio Orbogosa - Ecuador

*No es cierto que haya un "desinterés de la gente" hacia la política, sino que demanda más sentido de lo público, más poder a la sociedad y menos a las corporaciones.*

piensa la "opinión pública" en la asignación de las prioridades. Así recortada de los complejos factores que la originan y reproducen, la problemática se evidencia como una cuestión de números y, por ende, irresoluble; cuánto suben o bajan los índices que la tipifican, cuánto presupuesto se requiere para resolverla; cuántos votos son necesarios para ganar una elección; cuánta tecnología; cuántas fuerzas de seguridad... La política devenida en rama bastarda de la ciencia contable ofrece el impactante espectáculo de su suicidio ante las cámaras. ¿Y quién puede creer en los suicidas? Salvo los filósofos griegos, nadie parece recordar que la política es, en esencia, cultura; la acción creativa y fecunda de la vida de la polis.

Espacio público que, aunque atravesado por los flujos globales reordenados de las diferencias, de origen privado, sigue siendo localizado en su función es-

pecífica de proporcionar los dispositivos públicos para la vida de los ciudadanos. Una vida creativa y fecunda.

### ¿A qué cultura nos referimos?

Al hablar de cultura se la suele remitir en exclusividad a los productos de la creación: artes, literatura, espectáculo, etc., como si ellos fueran obras de un espíritu puro que operara en el vacío socio-histórico. La cultura como producto es creadora de sentidos que se nutren -y a la vez construyen- valores, prácticas y sentidos sociales de carácter histórico.

Estos sentidos podrán ser emancipadores o alienantes, individual y socialmente. Serán aptos para despertar la inteligencia creadora, la sensibilidad activa hacia el mundo natural y social, la capacidad crítica, pero constructiva, esperanzadora y entusiasta, o bien, abonarán al derrotismo, la ignorancia, la pasividad, el cinismo nihilista y las diversas formas de evasión que nos alejen cada vez más de

hallar respuestas al interrogante clave: ¿cómo construir una sociedad mejor y con mayor calidad de vida para todos?

Las islas de opulencia material podrán amurallarse y apelar a múltiples técnicas de seguridad para defenderse de la ira de los marginados y de las distintas manifestaciones de la violencia. Pero, ¿cuánta exclusión cultural puede tolerar una sociedad sin extinguirse como tal?, ¿qué vallas de seguridad podrán oponerse a la a-culturación a escala masiva que la deshumanización de las relaciones sociales implica? Existe, en toda sociedad, una cultura de las relaciones sociales, que si bien está interrelacionada a la cultura concebida como producto, la excede ampliamente. Esa es la dimensión que interesa fortalecer y desarrollar a las políticas culturales más avanzadas, ya que constituye el sustrato profundo de los sentidos que una sociedad produce y hace circular entre sus miembros, desde el cual construye su presente y proyecta su futuro.

Se trata de una cultura de la civilidad, abierta al encuentro de lo nuevo, no en carácter de "novedad", sino por su aporte a una mejor calidad de vida. Y ésta no se limita a la satisfacción de las necesidades materiales básicas sino que, al mismo tiempo, se sustenta en la vivificación de la dimensión espiritual del ser humano, en la liberación de su imaginación y en la movilización de su conciencia como ciudadano. Todas ellas, potencialidades

aplastadas bajo el peso de las necesidades materiales, reales o imaginarias, que conducen a visualizar al consumo -de bienes materiales o de "diversiones"- como remedio único a la angustia.

Esta prioridad no implica subestimar la cultura en cuanto producto. Por el contrario, ofrece un marco revitalizador de la misma; abre los horizontes de la libertad creadora derribando los límites que le impone el mercado, en cuanto plantea nuevos interrogantes que demandan respuestas innovadoras; establece criterios de calidad sustentados en la facultad del arte de proponer sentidos que se integren como "presencias reales" al tejido de nuestra identidad; que posibiliten reencontrarnos con el sentido de nuestro ser en el mundo; que nos interpeleen generando un clima de comunicabilidad plural con los otros, para imaginar y experimentar cómo integrarnos desde el reconocimiento de la diferencia, a fin de construir una vida más plena. Algo cualitativamente distinto de la pretensión de unificar imaginarios desde la tiranía del pensamiento único del mercado, impuesta por una obscena cultura de la banalidad que disocia estética de ética, haciendo tabla rasa con ambas.

Desde el marco dado por el objetivo prioritario de construir una nueva cultura de las relaciones sociales, la producción artística podrá recuperar el carácter de fuerza vital transformadora que le fuera arrebatado, tanto por el adocenamiento mercantilista adormecedor de las con-

ciencias, cuanto por su encierro en la función terapéutica de consolar a las élites desencantadas de este fin de siglo.

La cultura es decisiva en épocas de crisis, no para "divertir", impedir pensar o hacer olvidar momentáneamente el dolor de una existencia insatisfactoria, rutinaria o indigna -como suele proponer cierta cultura- chatarra massmediática- sino en cuanto fermento de superación y renovación, que impulse a un proyecto de vida mejor, a nivel personal y colectivo, a una sociedad con autoestima, responsabilidad social y confianza en su capacidad de construir el futuro. Esta cultura es, por otra parte, soporte fundamental de una economía sustentable.

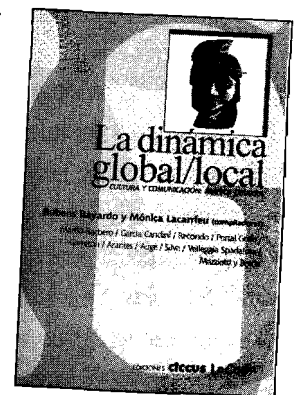
En su contribución a una nueva cultura de las relaciones sociales, con eje en la valoración del sentido de lo público, el civismo, la solidaridad y la integración social, la cultura artística podrá realizar plenamente las potencialidades que le adjudica George Steiner: "El arte y la literatura serios son de una indiscreción total. Preguntan por las más hondas intimidades de nuestra existencia. Esta interrogación (...) propone un cambio. (...) El encuentro con lo estético es, junto con ciertos modos de la experiencia religiosa y metafísica, el conjuro más 'ingresivo' y transformador a que tiene acceso la experiencia humana. Si hemos oído correctamente el aleteo y la provocación de esa visita, la morada (de la vida) ya no es habitable de la misma manera que antes". ●

**LA DINAMICA GLOBAL/LOCAL. Cultura y comunicación: nuevos desafíos.**

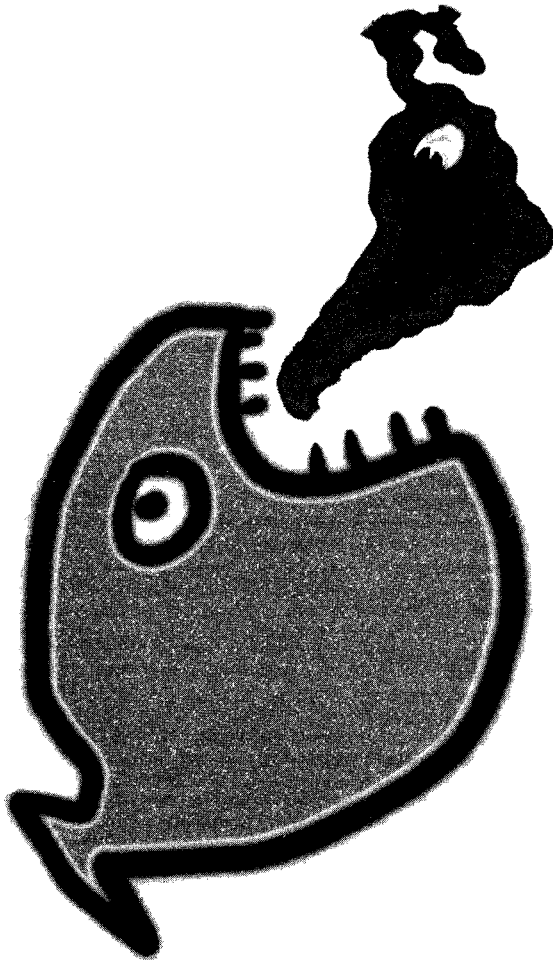
**Rubens Bayardo y Mónica Lacarrieu (compiladores). Ediciones CICCUS La Crujia. Buenos Aires, abril de 1999.**

Los trabajos reunidos en este libro constituyen una polifacética reflexión en torno a un tema de acuciante actualidad. Desde distintos campos disciplinarios, varios estudiosos, cuyo pensamiento en la materia se nutre tanto de su producción anterior como de investigaciones en curso, brindan sus aportes más actualizados.

"¿Desde dónde pensar la globalización si es el sentido mismo de lugar el que con ella está cambiando?, ¿qué saberes moviliza?", se pregunta con acierto Jesús Martín-Barbero en las páginas que dan comienzo al itinerario propuesto por la obra. Los autores procuran dar respuesta a esos interrogantes y a los nuevos desafíos que las sociedades confrontan, abordando las preocupaciones fundamentales que suscita la interrelación de lo global y lo local, desde la trama que da sentido a la existencia de los individuos y las sociedades: la cultura y la comunicación. Las configuraciones territoriales y las transformaciones que impulsan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación; la categoría de frontera, la producción de ciudadanía y las nuevas formas de hacer política; los relatos, la memoria y las identidades; la audiovisualidad y el pasaje de la representación analógica a la digital, conforman el horizonte en el que se despliegan los análisis sobre dicha problemática.



# MEDIOS, PERIODISTAS Y GLOBALIZACION



María Centeno, Nueva Sociedad, Venezuela.

*El creciente debilitamiento de los Estados y la falta de voluntad de los países latinoamericanos para enfrentar conjuntamente y desde sus propios intereses la globalización neoliberal, trazan un marco que presenta serios retos a medios y periodistas.*

*El desempleo o empleo precario, la falta de garantías y políticas públicas, las presiones del poder nacional y transnacional, los crecientes riesgos profesionales, etc., son condicionantes que afectan crecientemente la labor periodística y que demandan acciones conjuntas de los gremios y de las sociedades en las que se inscriben y a las que se deben.*

**H**ay que partir de que la globalización de los medios masivos de información y del periodismo es una consecuencia de la globalización tecnológica en que estos se apoyan y desarrollan, y a veces se debaten en medio de carencias, dependencias y deformaciones. Y también, en ocasiones, por el engarce a contenidos (valga la paradoja) más próximos a los centros remotos de la información que de su entorno nacional o local.

Ciertamente, sin las posibilidades del nivel actual de la tecnología, la información ofrecería más rezagos y huecos en grandes regiones del planeta. Pero al mismo tiempo su inequitativa distribución, su instantaneidad e incluso un apresuramiento estimulado irracionalmente por la competencia de los medios que alimenta, es a veces causa de vacíos y deformaciones informativas y hasta excesos que afectan la educación y la formación cultural de los públicos nacionales.

La tecnología globalizada, pues, ha dinamizado al periodismo pero también lo ha trastocado con un nuevo contenido y formato, que hay que comprender y utilizar para no alejarlo definitivamente de su sentido original de comunicación y de servicio entre personas, comunidades, regiones, países. Se ha dicho que así como el mundo pasó por diversas edades (de piedra, de hierro, de bronce, etc.), ahora estamos en la edad o sociedad de la información. Esto comenzó siendo cierto, pero el desarrollo globalizado de

---

**LUIS SUÁREZ**, español. Periodista, colaborador de las revistas *Siempre*, *Macroeconomía* y de la Agencia *Notimex*; presidente de la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP).

E-mail: felap@laneta.apc.org

Ponencia presentada en el Seminario "Periodismo y democracia en América Latina: globalización e integración regional", organizado por la FELAP, en República Dominicana, en abril de 1999.



las tecnologías, y su empleo para fines prácticos en la finanzas y en la economía, ha vertido el concepto dentro del más abarcador de sociedad de la comunicación, predominante sobre el concepto original que arrancaba de la fuerza expansiva del periodismo.

Lo que antes parecía lo mismo, comunicación e información, hoy constituye un binomio. Ya hace varios años que los teóricos han puntualizado las diferencias entre ambos conceptos. Es claro que no necesariamente lo que se comunica informa y sobre todo no siempre se corresponde con lo que se requiere, se debe y conviene informar para conservar y estimular los valores éticos y la conciencia formativa y cultural de los seres humanos.

Algunos autores han diseñado lo que consideran el triángulo perfecto de las tecnologías conforme a su ubicación, posesión y utilización actuales, en tres aspectos medulares: lo económico, lo político y lo social, combinación que genera gigantescas ganancias en las telecomunicaciones, la informática, la microelectrónica y la robótica. No solo a nosotros, los periodistas, sino a muchos editores y propietarios de medios esta globalización nos quita de las manos la posibilidad protagónica. La información se va convirtiendo en un servicio, como un concepto sustantivo que no siempre quiere decir servir conforme a los valores éticos del periodismo sino a los del mercado. Es decir, servicios conforme a la categoría terciaria, propios del *marketing*. Y es así por el marco gigantesco en que la globalización nos ha situado, ya que la industria de telecomunicaciones es la tercera de importancia mundial: en 1995 llegó a mover 95 mil millones de dólares.

Los grandes saltos de la tecnología han generado una gran concentración de los medios de comunicación. Tecnologías y concentración influyen en el carácter más general y ambiguo que hoy se tiene del periodismo. Aunque por definición todo periodista pertenece al campo de la comunicación, en cuanto que la información requiere de los medios comunicacionales, no siempre éstos conservan la "pureza informativa".

Como en su tiempo dijo MacLuhan, el medio se apodera frecuentemente del mensaje, o sea, del contenido informativo, en lo que podría traducirse el concepto dialéctico de que la forma también es

contenido. Solo que en este tránsito, el contenido ha ido sufriendo mutaciones y al llegar a su destino no siempre corresponde a su naturaleza original o resulta ajeno e incomprensible.

De ahí nuestra demanda de que el desarrollo y la integración del ser humano ha de tener en el periodismo un apoyo que estimule y no amorte su capacidad de entender. A veces no es así y otras lo contrario, según el manejo de la información y el tiempo que en ella se dedique a las cuestiones que sensibilizan e importan a la conciencia social del ser humano y a su entorno inmediato.

### Restricciones sociales de los poderes públicos.

La globalización y el neoliberalismo de sus políticas han ido produciendo el alejamiento del Estado de no pocas de sus obligaciones sociales que le dieron sentido como nación, con independencia y democracia con justicia social.

En la medida en que los medios de comunicación han de someterse a esas mismas leyes anárquicas, no escritas y

tampoco controlables, del mercado, su presencia original se halla bajo grandes presiones desnaturalizadoras, que demandan mayores esfuerzos y vigilancia de sus propietarios, editores y periodistas que no hayan perdido o no quieran perder su vinculación con la historia. La ley de la ganancia, más allá de lo legítimo, no puede ser la única que rijan la existencia de los medios de comunicación de esta época que han revolucionado las comunicaciones.

Sobre ellos también recaen las consecuencias del abandono de políticas sociales de los poderes públicos, una de las cuales es el desempleo y el encarecimiento de los bienes de consumo materiales y culturales y de los insumos y servicios periodísticos. La gente compra menos periódicos o ninguno y, sin desconocer la gran importancia de los medios electrónicos, cuyas tendencias requieren asimismo de una adecuación a los problemas del contenido informativo, el carácter de encadenamiento globalizador va imponiendo cada día una intervención menor de los factores locales y naciona-



les, por lo tanto disminuyendo su contenido de esos rasgos.

Predominan los temas más alejados del entorno del hombre y la mujer de un país determinado, se le dan menos elementos de conocimiento de la política, mucho más del movimiento de las bolsas, la globalización bursátil, con signos y lenguajes incomprensibles -porque ese mercado que por antonomasia ya no es donde el ama de casa va a comprar, sino aquel donde se apuestan las acciones que su familia no tiene-, y se va atrofiando su capacidad de opción y participación, y, por lo tanto, afectando el funcionamiento extensivo de la democracia e, incluso, induciendo al abstencionismo escéptico y orgánico.

El desarrollo comunicacional ha incrementado la responsabilidad que en ese orden de la capacitación tienen hoy los medios de comunicación, pues su importancia ha crecido como voceros de

**A**mérica Latina se lleva en esto una ensangrentada palma, pues es la región con mayor número de periodistas asesinados y desaparecidos, o de caídos bajo balas perdidas que, en ocasiones, paradójicamente llevan dedicatoria. Las estadísticas de la FELAP arrojaban, entre 1970 y 1998, año en que esta actividad criminal adquiere renovado impulso, 151 casos de desaparecidos y 434 asesinados.

sectores de la sociedad, al punto que de hecho disputan esa influencia y conducción a los mismos partidos políticos, respondiendo más o menos a sus diversas tendencias o enfrentándolas editorialmente, si bien no pueden prescindir de un abanico plural en sus informaciones que le garanticen -valga aquí también la palabra- un mercado público.

Respetamos, por supuesto, la existencia plural de los medios de comunicación y el carácter de propiedad conforme a la legislación y las condiciones sociales de cada país. Sin embargo, es lamentable que no pocos Estados de América Latina hayan ido abandonando, a través de la privatización, medios de información pública que cumplían una función reguladora, y a su vez estimulante, de las obligaciones no menos públicas de los medios privados; en todo caso manteniéndolos, para la mejor competencia, menos estatizados o gubernamentales con servicio informativo más plural.

### El marco social de los periodistas

La falta de capacidad de los países latinoamericanos, para adoptar determinaciones conjuntas o de defensa nacional dentro de la globalización, traza también el marco social de nuestro periodismo. En América Latina, los capitales volátiles que se van al menor síntoma de inestabilidad social, que es un efecto de esa misma incapacidad y de la retirada de políticas sociales públicas, exigen y obtienen garantías como si fueran a quedarse de por vida, pero no corren los riesgos.

Concordamos en que el periodismo no constituye un espacio aislado del total de la sociedad. Tiene sus especificaciones propias de desempeño y una figura cada día más amplia y en ocasiones confusa por cuanto sirve también de mampara para otras actividades productivas o comerciales, cuyas reglas éticas son distintas. Por lo tanto, medios -sobre todo los que tienen más apego a las raíces nacionales- y periodistas sufrimos fenómenos semejantes a otros sectores sociales.

Hay entre todos, con diferentes niveles y tiempos, una interrelación explicable que parte de causas más generales, por ejemplo, el desempleo. Según datos de la Organización Internacional del Trabajo, se estimaba que en 1994 había 820 millones de personas entre desocupados

y subocupados en la fuerza laboral mundial. Y cada año 38 millones de personas adicionales ingresan a ampliar la fuerza laboral existente sin encontrar plazas de trabajo. No podríamos dar una respuesta exacta, pero conviene formularnos una pregunta sacudidora: ¿cuántos de ellos son periodistas? Incluso en los países más desarrollados, como los 24 que forman la OCDE, hay 36 millones de desocupados, casi 10 millones más que en 1990.

Porque si la tecnología no se aplica para reducir el esfuerzo del trabajo, dotando a esa fuerza laboral ocupada de mejores condiciones de descanso, salud y formación cultural, de integración de la familia y de convivencia comunal, sino para desplazar mano de obra e inteligencias humanas, se convierte también en una de las causas del desempleo en el periodismo contemporáneo. Existe una desigualdad grande en la posesión de medios tecnológicos. Por otro dato, se ve que la tecnología no anda lejos de las redes financieras: en Estados Unidos la inversión en sistemas informáticos representa el 40 % del total mundial, y el gasto por habitante en esos equipos es 8 veces superior al promedio mundial.

No obstante las diferencias de niveles que podemos encontrar entre uno y otro país latinoamericano, una situación también "globaliza" negativamente a nuestro gremio en la región: la pérdida del trabajo. Los reajustes en los medios crean la cesantía y el trabajo precario. También desaparecen, especialmente los medios escritos, y se encadenan financieramente los televisivos, aunque ningún género se libra de lo que podríamos llamar dulcemente la crisis.

No puede negarse la fuerza de atracción que el periodismo, y su ensanchado campo de la comunicación social, ejerce en las nuevas generaciones. Cada año salen de las escuelas de periodismo -o de comunicación social-, miles de profesionales que no encuentran ocupación en esa nueva gama de actividades afines al más definido periodismo tradicional, y que deben dedicarse a otra cosa o a ninguna porque los puestos de trabajo, ya hemos visto, no abundan en otras. En países de mayor desarrollo existe el seguro del desempleo. Para disfrutar de esa reivindicación justa es necesario haber tenido precisamente trabajo y perderlo. Pero las nuevas generaciones no tie-

nen seguro de desempleo pues de él nunca salieron.

Existe la tendencia a contratar temporalmente, sin generar derechos laborales, a los jóvenes egresados de las escuelas de periodismo. En todo caso se renueva el compromiso, como si fuera de prueba, en las mismas condiciones de corto tiempo y poco pago, no bajo la connotación salarial, sino de gratificación. Y no es que esas nuevas generaciones carezcan de capacidad para ejercerlo eficientemente, pero de este modo no solo en América Latina, también en países desarrollados de Europa, son sustituidos los periodistas ya experimentados y con muchos años de trabajo fructífero y ejemplar. Esta gran contradicción, y no como lucha generacional, se da hoy en nuestra profesión que efectiva y dignamente puede enriquecer sus venas con la incorporación de las nuevas generaciones de periodistas.

Hay que decir, por supuesto, que en América Latina los periodistas no tienen seguro de desempleo, y que, además, reciben salarios desiguales según los niveles de los países, en muchos casos también sin la protección de las respectivas legislaciones. De ahí que estemos planteando la necesidad de que se establezcan leyes, en muchos países llamadas Estatuto del Periodista, no solo para proteger laboralmente, y en su ética, a los trabajadores de los medios, sino también para asegurar a los medios y a la sociedad los enunciados constitucionales del derecho a la información.

Desgraciadamente, ciertos sectores de la propiedad y dirección de los medios creen que la regulación del derecho a la información es una taxativa gubernamental para limitar la libertad de expresión. Elaborado consciente y responsablemente por todos los actores y la sociedad, sería su garantía.

### Riesgos de la profesión

El peso de las estadísticas es tan macizo que puede sustituir de manera convincente a los alegatos verbales y literarios, cuando con razón afirman que hoy el ejercicio de nuestra profesión comporta graves riesgos materiales.

Estos van desde la pérdida injusta e ilegal del trabajo, como represalia por apagarlo a la verdad de los hechos o al

dictado de la propia conciencia, hasta la eliminación física del periodista. Pero, asimismo, existe un riesgo menos asible, aunque comprobable, en la descomposición ética y moral de los deberes periodísticos como consecuencia de presiones de los poderes más corrompidos y corruptores de una sociedad a la vez penetrada por la suprema razón mercantilista, debilitada en gran parte por los efectos negativos de prácticas neoliberales con esa divisa.

En todo el mundo se cometen agresiones de esos tipos contra los medios y los periodistas. La muestra de una credencial de periodista o la ilusa inscripción en la camiseta de "no disparen, soy periodista", no solo no contiene a los sicarios sino que pueden incitarlos a la agresión y a cumplir con más certeza el siniestro mandato recibido.

América Latina se lleva en esto una

ensangrentada palma, pues es la región con mayor número de periodistas asesinados y desaparecidos, o de caídos bajo balas perdidas que, en ocasiones, llevan dedicatoria. Las estadísticas de la FELAP arrojaban, entre 1970 y 1998, año en que esta actividad criminal adquiere renovado impulso, 151 casos de desaparecidos y 434 asesinados.

Tan importante como la clarificación de los móviles, que en su gran mayoría siguen siendo los de eliminar periodistas para silenciarlos e intimidar a los demás, es la adopción de medidas que reduzcan los hechos. Sabemos que es difícil encontrar instrumentos que los impidan totalmente, pero hay que concretar los compromisos de las autoridades y de los demás actores de la conflictividad, a fin de reducirlos. Y uno de ellos es exhibiendo a los culpables. ❁



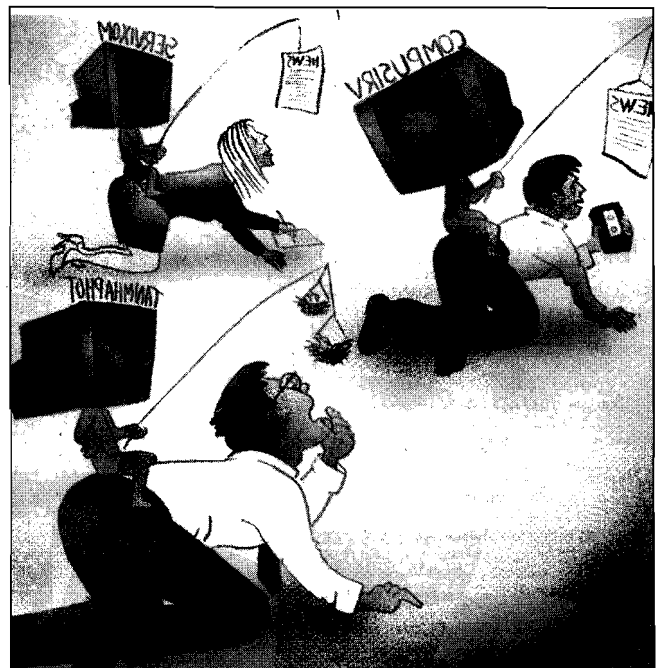
Bernardo Alberto Peña, Colombia

"Discusiones bolivarianas"



# Más allá de la PC: después de la convergencia digital la divergencia, ¿y qué?

*Tener la última computadora no solo es prestigio y distinción, es utilizar un cañón para matar un mosquito, pues los usuarios rara vez utilizan más del 5% de sus potencialidades. La paranoia consumista de PC responde a la estrategia de obsolescencia planeada que garantiza ventas crecientes en el futuro inmediato. Pero esto está cambiando: la gente prefiere aparatos más sencillos y mucho más baratos. Dentro de la propia industria informática (incluido Bill Gates) están conscientes de este hecho y admiten que estamos arribando a la era postPC. Implicaciones interesantes se desprenden de este fenómeno que, en principio, afectaría la voracidad consumista, azuzada por la todopoderosa industria, y beneficiaría a los millones de usuarios. Pero esto no es una dádiva, es la dialéctica inherente a la lógica del mercado.*



Cappellera 78, España

**L**a nota de tapa del más importante de los suplementos informáticos del diario argentino *Clarín* mostraba hace poco a la computadora soñada. Un supermaquinón que costaba cerca de 5.000 dólares con todos los chiches. La máquina que siempre quisimos tener, la que permite

ALEJANDRO PISCITELLI, argentino. Director del Departamento de Estrategias Digitales, profesor titular de la Universidad de Buenos Aires y de posgrado en varias universidades latinoamericanas. E-mail: apiscite@well.com

hacer las exquisiteces más extraordinarias y nos hace sentir los reyes... de la creación informática. Con una salvedad.

La nota sostenía que ese sueño se haría pronto realidad para muchos. Porque cumpliéndose la ley de Moore a rajatabla, en solo 18 meses esa máquina bajará a la mitad su precio, su rendimiento se duplicará y lo que hoy es un sueño pronto se convertirá en realidad.

Hasta ahora este esquema funcionó. Pero no solo desde la perspectiva de la *performance* y el rendimiento, sino de un

lado no explorado en la nota que es la contracara de esta democratización. Si en todo momento hay computadoras soñadas y estas cuestan cifras inalcanzables para el bolsillo común, ello se debe a que la dinámica de la innovación tiene sus ciclos, que los productos nuevos y originales (y destacables) necesariamente deben ser inaccesibles para el conjunto.

Pero, sobre todo, que los adoptantes pioneros no solo están comprando caballos de fuerza, potencia y capacidades de

procesamiento inusuales, sino especialmente prestigio y distinción, los cuales solamente existen cuando quienes lo detentan son pocos y elegidos, no cuando sus usos y costumbres son adoptados por el montón.

Sea como fuere, parece -al menos está pasando en EU aunque difícilmente la costumbre se exporte sin más aquí, cholulos como somos- que el mito de la computadora soñada como disparador de la cascada de compras está pasando al olvido.

La contracara de la ley de Moore (y desde Intel hasta Dell están pagando el precio de sus terribles consecuencias) es que las máquinas que un día fueron el techo por su poder, hoy se han convertido en el piso. Y al ser tan poderosas (y permitir realizar la mayoría de las tareas de los usuarios comunes, en particular la conexión a Internet) empieza a dejar de ser creíble y se vuelve innecesario su reemplazo cada 6 meses como pretenden los vendedores de novedades post-industriales.

Pero, ojo, que quienes nos hemos vuelto escépticos no somos solo los críticos periféricos, sino los propios analistas de la industria y, sobre todo, sus protagonistas como los capos de NEC que están aterrorizados teniendo que admitir hoy que la era post-PC no es un slogan sino una presión de mercado a la que hay que aprender a responder.

### La PC un dinosaurio sin futuro

No es una discusión menor. Y nos concierne a todos. Hace ya rato que se habla de que la PC no tiene futuro. Y esto se dice en varios sentidos. Que la penetración de las PC hogareñas en el mercado líder y testigo que es EU ya llegó a su techo o casi. Que es imposible seguir creyendo y suspirando por índices de crecimiento de ventas anuales como los

que tuvimos en los últimos años. Que las PC son demasiado difíciles de manejar. Que la gente se contentaría para tareas menores con aparatos mucho más sencillos, etc., etc.

Pero si quien nos promete tal escenario es nada más y nada menos que Donald Norman, cofundador de la consultora Nielsen, Norman Group (junto a Jakob Nielsen, otro viejo y apreciado conocido nuestro), uno de los apóstoles de los info-aparatos que hacen un par de cosas sencillas y bien, las cosas se ponen un poco más interesantes.

Porque si estos personajes se animaron a dejar sus sillones de privilegio en Sun, Apple y Hewlett-Packard y pusieron su propio negocio -que hoy ya cuenta con más de una decena de clientes-, es porque no solo están convencidos de la premisa, sino que apuestan mucho a sacar una buena tajada de la conclusión: **no hace falta usar una PC para procesar información.**

Tanto Andy Groves como Bill Gates la tienen clara y están diseñando *chips* y *software* para cuanta cucaracha camine por ahí. Para nosotros los usuarios, aunque hace mucho que venimos escuchando esta letanía, parece que el momento estaría llegando en que por fin podríamos liberarnos de la tiranía de las máquinas de escritorio, o incluso de las *laptops* que, pesando cerca de 3 kg., siguen siendo absurda e inútilmente pesadas.

El rasgo distintivo de estos aparatos es su simplicidad, poder limitado pero básicamente su transparencia, accesibilidad y ubicuidad. Y uno de los primeros ejemplos en este sentido ha sido la genial Palm Pilot de 3 Comm que ya vendió cuatro millones de unidades y acaba de sacar un nuevo modelo, la Palm V, que pesa 110 gr. (contra 170 gr. de la 3) y su espesor es de apenas 1cm contra 1.6 cm. de la anterior).

La principal novedad en esta estrate-

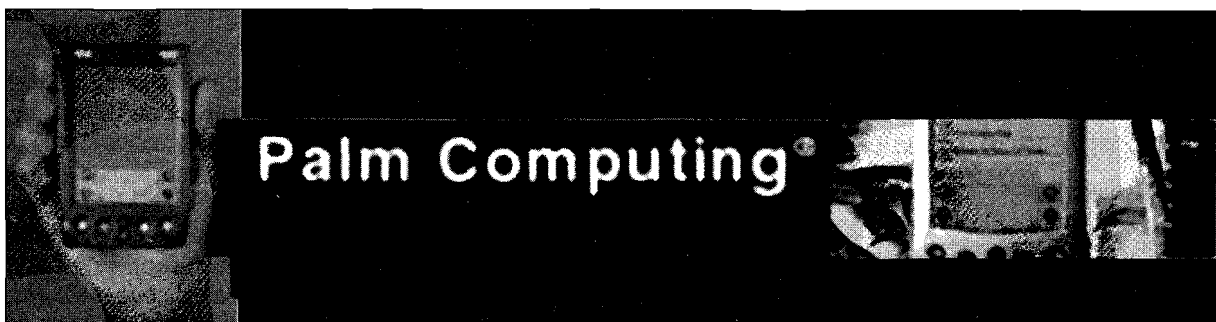
gia liliputiense y nanocefálica es la necesidad de entender la evolución de estos aparatos, en términos de divergencia, en vez de la convergencia digital dentro de la que estas variantes pueden emerger. Y también aquello que hasta no hace mucho nos pareció genial, a saber un simulador de propósito general, como lo fue la computadora, se convierte en una innovación vestigial si lo que necesitamos son simplemente aparatitos, lo más tontos posibles, que apenas sepan hacer una o dos cosas, pero que las hagan con precisión, invariablemente bien y, sobre todo, a un costo realmente nimio.

Confesando lo que hasta ahora era su inconfesado, los capos de las grandes compañías de computación sacan una conclusión obligada: las máquinas de hoy son tan absurdamente poderosas que los usuarios rara vez hacen uso de más del 5% de sus potencialidades -pero, claro, tenemos que pagar por todo lo que podrían hacer.

¿Será la hora de acoplar las enseñanzas de Schumacher, acerca de lo pequeño que es hermoso, al mundo elefantiásico y orgulloso de sí mismo apoltronado en consignas tales como "si se puede, se debe hacer", "cuanto más, mejor", "crecer y multiplicarse sin parar" de la industria informática?

Si así fuera, habría algo que ganar de esta inversión paradigmática. Porque en vez de estar corriendo, fascinados atrás del microprocesador más rápido, o de la tarjeta aceleradora más fabulosa, o del CD de chiquicientos x, de lo que se trataría esta vez es de que los fabricantes vencieran la lógica bonapartista que los caracteriza, identificaran nuestras necesidades y las satisficieran con productos capaces -algo imposible de lograr por parte de la computadora- de esconder su complejidad.

Varios datos muestran que más allá de nuestros deseos de siempre (y de los



de Norman, Nielsen y los críticos más lúcidos de la tecnología como Langdon Winner o Neil Postman) es la propia lógica del mercado la que está obligando a estos monstruos a cambiar sus estrategias.

Después de todo, el crecimiento del parque de computadoras está aumentando a una tasa del 15% anual, muy alejada de esas fabulosas cifras de mediados de los años 90, cuando el 35% anual era la norma y no la excepción.

Además, con precios cada vez más pequeños las ganancias se verán violentamente acotadas y no pasarán del 5%, para el conjunto de la industria. Para aguarles un poco más la fiesta a los fabricantes de PC, IDC predice que si bien el acceso a la Internet, que se está haciendo hoy en un 94% vía la PC, bajará al 64% en el 2002, fecha en que se venderán mas aparatejos (*set-top boxes*, teléfonos *web* y computadoras de bolsillo) que PC.

Por si ya no tuviera suficientes problemas, la obsesión de Gates de enchu-

far una computadora en cada hogar está -como le pasó al ilustre filósofo Edmund Husserl con la fenomenología al final de su vida- a punto de desinflarse, ya que si bien hoy el 48% de los hogares en EU tienen una computadora, es casi imposible pasar el techo de 60% para dentro de varios años.

Y con 5 compañías que venden el 50% de todas las máquinas, hasta las marcas más encumbradas van a tener más problemas para posicionarse en el futuro. Algo que hasta la propia Dell comprobó recientemente cuando, en vez de aumentar en un 50% sus ventas trimestrales, solo lo hizo en un 38%.

Todo está en movimiento, y nuestro amado gurú Steve Jobs, aunque descuenta que habrá cuerda para rato en las máquinas de escritorio (sobre todo si son tan lindas como la iMac o la eBook), está trabajando en una Mac de mano que ojalá remedie los infortunios de la Newton.

Y también tienen cierto futuro las mini-*laptops* PC como la Jupiter que aguanta 12 horas con una carga o el Clio de Vadem que con sus 700 gr. es mucho más útil para mandar *mails* y pasear por la *web* que nuestra amada Pilot.

### Los info-utensilios han llegado para quedarse

Dado este contexto, se entienden mucho mejor las recombinaciones de compañías y los *joint ventures* de las productoras de info-utensilios. Así, Nokia, Motorola y otras 5 compañías telefónicas están desarrollando teléfonos-*web*.

HP, IBM, Sun y Sony por su parte están diseñando y esperan poner en el mercado en días nomás, mini-*scanners*, los *chips* y el *software* que controlará esa multiplicación desaforada de aparatitos inteligentes: puede tratarse tanto de un micro-onda que es simultáneamente televisión y navegador de la *web*; como de un medidor de signos vitales que acompañará a todos los pacientes aquejados de dolencias graves crónicas, que serán tele-monitoreados por computadoras *in aeternum*.

Pero no se trata tanto de que los ingenieros, azuzados por los consumidores, reinventen la pólvora, sino también de retroinyectar en todos los artefactos y utensilios mundanos de otrora, la pizca de "inteligencia" que hace toda la diferencia. Las cámaras de fotos se convierten en apósitos de la PC, los televisores, los

teléfonos celulares y hasta las cajas de cable multiplican su identidad; y son aquello para lo que sirvieron siempre, pero también mucho más al entrar en la red de conversaciones de los artefactos entre sí.

De lo que se trata una y otra vez es de programar en los *chips* de los aparatejos esa pequeña distinción que nos hace a nosotros tan astutos. Por ejemplo, faxes que automáticamente descubren cómo utilizar la Internet para que cualquier envío se convierta en local. O los micronavegadores de Qualcomm que permitirán en pantallas ultrafinas (de alta resolución y en color) leer *e-mails* cortos.

Nada de esta movida estaría teniendo lugar si no hubiese sido por el rol catalizador (*trigger*) de la Internet. La gran mayoría de quienes demandan estos nuevos aparatejos lo hacen porque quieren subirse a la red de una u otra forma. Y al mismo tiempo crecen las dudas de que la única o la mejor forma posible de estar conectado requiera de una PC, o que la vida sea más fácil usando un cañón para matar un mosquito.

Las predicciones siempre optimistas de la consultora Jupiter sostienen que en el 2002 (¿vieron que ahora ya nadie puede tomar al 2000 como horizonte, tan cerca como está?) el 56% de los hogares norteamericanos tendrán conexión a Internet (hoy son un 32%) y que muchos más hogares (14 millones contra 1 millón en 1998) tendrán conexiones mucho más rápidas que las lentejas de hoy.

El corolario es obvio. En poco tiempo habrá mucha más gente conectada. En el mundo PC-céntrico estamos ya hablando en EU de 40 horas mensuales. Pero con la descentralización que supone la dispersión o divergencia de acceso a través de los chirimbolos (periodos cortos y concretos de conexión para averiguar qué farmacia está de turno, a qué hora empieza la película en el cine más cercano, dónde alquilar un retroproyector), ese tiempo podría llegar a la increíble cifra de las 200 horas mensuales.

Desde el punto de vista del diseño de productos, modelos de negocios y estrategias de venta, la captación de la atención de la gente supone nuevamente otra inversión copernicana. Porque ya no se trata simplemente de armar una caja, llenarla de *chips*, lucecitas de colores, un manual generalmente rasposo y un diseño cada vez más atrevido, y que después

Nada de esta movida estaría teniendo lugar si no hubiese sido por el rol catalizador (*trigger*) de la Internet. La gran mayoría de quienes demandan estos nuevos aparatejos lo hacen porque quieren subirse a la red de una u otra forma. Y al mismo tiempo crecen las dudas de que la única o la mejor forma posible de estar conectado requiera de una PC, o que la vida sea más fácil usando un cañón para matar un mosquito.



La mayoría de consumidores de tecnología informática se contentaría, para tareas menores, con aparatos más sencillos. Bill Gates lo sabe y se está preparando para responder a esta demanda.

cada cliente descubra por sí mismo para qué sirve.

Por el contrario, la nueva estrategia implica inventar servicios y después hacer aparecer los utensilios que sean capaz de proveerlos con la nada secreta esperanza de que sean solo algunas empresas privilegiadas, las que logren atrapar (*lock-in*) al cliente en su sistema, aumentando los ingresos a través del correo electrónico y la publicidad en línea.

El modelo de este negocio es la Alcatel francesa que invirtió un año de investigación en las compañías telefónicas y de medios hasta que descubrió que querían un teléfono capaz de ofrecer correo de voz, *e-mail* y faxes, todo en una sola pantalla a color. Para subsidiar el costo de este teléfono de 500 dólares, Alcatel se unió a Amazon y Yahoo! que pagarán generosos dólares en las *homepages* del teléfono. La predicción son 1.5 millones vendidos de aquí al mítico año 2002.

Como siempre, es impensable imaginarse una era post-PC sin, al mismo tiempo, hacer una escala importante en la post-TV. Actualmente, los norteamericanos pasan 3.600 millones de horas mensuales viendo TV, contra 300 millones usando PC. Por ello, hay tantos huecos puestos en la canasta de la TV digi-

tal que jugará las veces de una computadora especializada en el entretenimiento.

Entre los chiches que veremos próximamente -y que hacen posible esta revolución post-PC- estarán los microdiscos duros de IBM (la mitad de grandes que una tarjeta de crédito, almacenando 340 Mb por 350 dólares, con la perspectiva de costar 100 dólares en tres o cuatro años),

Las promesas son de todo tipo y van desde lo sublime a lo ridículo. Porque si bien nos puede fascinar la aparición del Capshare de HP, una *scanner* de mano que irradiará artículos por vía inalámbrica hasta la computadora más cercana, no le vemos demasiado sentido a un portarretratos digital que hará *slide shows* a voluntad de Sony con 50 imágenes preseleccionadas -al nada barato precio de 800 dólares.

Para no hablar del éxito del RIO de Diamond Multimedia que, aunque enormemente subdesarrollado (apenas toca 30 minutos de música), ya ha vendido 250.000 unidades en 3 meses -y calcula colocar otras 750.000 en el resto del año, como demostración de que una idea que ni existía hace un año se ha convertido en un producto más que exitoso en un tiempo récord.

Quedan mil preguntas por hacernos. ¿Quiénes están mejor posicionados para hacer esta nueva revolución? ¿Cuánto y cuántos nos beneficiaremos realmente de ella? ¿Hasta qué punto estamos entrando en una nueva era de la asociación tecnología/cultura? ¿Debemos alegrarnos, por fin, de que seamos los consumidores quienes dictemos el paso de la industria? ¿No habrá, empero, malpensados (yo señor, a lo mejor sí señor) que imaginen que todo esto no es más que una variante suplementaria del tecno-parloteo o un ejemplo repetido de bonapartismo tecnológico? ¿Que, en realidad, lo único que están haciendo los fabricantes, asustados por la caída de las ventas, es desgazar sus máquinas, vendernos sus pedazos como si se tratara del todo y, mientras tanto, siguen metiéndonos la manos en nuestro bolsillo?

Si fuera tan fácil decir quién tiene razón... cuando todos la tenemos un poco y encima por motivos muy distintos. Pero para esto habrá que esperar un tiempo y ver si estas disquisiciones eran una mera cuestión abstracta o si aquí se estaban prefigurando -para bien de nuestros intereses- las semillas de la bienvenida era post-PC. ■



# Globalización de contenidos y últimas tecnologías

*El talón de Aquiles de los contenidos, en la era de la información digital, es la concentración o globalización en su producción, especialmente en sectores emergentes de la comunicación multimedial, ya sea en soporte on-line como off-line. El conocimiento y respeto a la cultura del fruidor local es la clave del éxito comunicacional, para ello es necesario investigarla.*



**L**a posibilidad de combinar los medios de comunicación puede garantizar una mayor atención del usuario en el momento de recibir y/o interactuar con el contenido, especialmente si hay una comunicación audiovisual interactiva. En la última década, los avances del sector audiovisual, merced a la multimedia, han significado una fuente para consolidar una industria, denominada en varios países, de "contenidos multimediales" o del "entretenimiento". Si bien estamos ante dos áreas diversas, la finalidad comercial o mercantilista

tiende erróneamente a combinarlas. Lo cierto es que actualmente numerosas industrias de dicho sector salvan sus balances mercantiles anuales gracias a las exportaciones realizadas a otras latitudes, realidad ésta que es desconocida tanto por los productores de contenidos, como por los fruidores de los mismos.

Si se hace un breve análisis de la evolución de las empresas europeas dedicadas al desarrollo de contenidos para soportes digitales -léase CD-ROM, CD-I, DVD, Internet, etc.- se puede constatar en varios casos que la metamorfosis ha generado una especie de desconocimiento hacia el destinatario de los productos y/o servicios. A principios de los años 90, eran pequeñas compañías que empezaban a probar los requerimientos técnicos para la producción más que los

contenidos. En ese entonces, interesaba más la novedad del título que del contenido del producto (las lagunas de conocimientos en algunos temas hacían penosa la fruición). Pero con el paso de los años, surgió la competencia; es decir, otras compañías que también se dedicaban a producir los mismos títulos con algunas variantes. Por ejemplo, en una obra de arte se podían sacar varios títulos interactivos de un mismo artista pero desde varias perspectivas o utilizando diversos soportes tecnológicos. Pero, la constante desde los años 80 es que prima casi siempre el aspecto técnico sobre el comunicacional (el origen de tal desviación hay que buscarlo en el eterno dilema existente entre ciencias fácticas y las ciencias formales).

Además, cada uno de los componen-

FRANCISCO FICARRA, argentino. Programador y analista de sistemas, licenciado en Comunicación Social, periodista y escritor. Actualmente, profesor y director del HCI Lab. en la Universidad Ramón Llull. España. Email: ficarra@ctv.es

tes que conforman un sistema digital de información tienen entre sí una relación bidireccional. Esto significa que un fallo, ya sea en el contenido, en la presentación, en el acceso o en el almacenaje de la información afecta al resto de los constituyentes, sea cual fuese su soporte tecnológico. Por consiguiente, y a modo de ejemplo, al examinarse varias enciclopedias en CD-ROM que se comercializan internacionalmente, se puede comprobar cómo la información sobre determinados países resulta ser muy escueta, errónea en la mayoría de los casos y que puede incluso no respetar en absoluto la cultura local del usuario.

Sin embargo, uno de los aspectos más importantes dentro del sector técnico, y que viene ponderado por la informática, es la necesidad de hacer más "amigable" y fácil de utilizar sus productos y servicios. Para tal fin, se enunciaba a finales de los años 80 la necesidad de incorporar a los profesionales de las ciencias sociales en el proceso de producción. Dicha incorporación reforzaría la idea de convertir la presente década en la era de "la calidad" en cada uno de los sectores en los que interviene un ordenador. Algunos países, como Canadá, Estados Unidos, Japón, Francia, Italia, Suiza, Alemania, Reino Unido y los Países Ba-

jos respondieron rápidamente a esta necesidad. Otros, en cambio, han tardado mucho más y, lamentablemente, por motivos lingüísticos son muchas veces modelos por seguir por otros pueblos del planeta, lo que ha lentificado todavía más estos beneficios en calidad para el fruidor final. Por lo tanto, no es de extrañarse que en nuestros días se tienda hacia la concentración de la generación de contenidos, con sedes centrales en ciudades principalmente estadounidenses y canadienses.

#### Modelos para el diseño de contenidos en soporte digital

Si se abre una página *web* o se navega por un CD-ROM entran en juego un sinnúmero de variables, propias de todo proceso de comunicación humana, como pueden ser la edad, el nivel educacional, el factor económico y la cultura, por citar algunos ejemplos. Todas estas variables deben ser tenidas en cuenta en el momento del diseño y la organización de los contenidos digitales, si se pretende alcanzar los objetivos del producto y/o servicio. Estos objetivos varían desde la educación hasta el pasatiempo, pero el denominador común es la cultura.

Los estudios realizados por Nancy Hoff le han permitido formular el siguiente

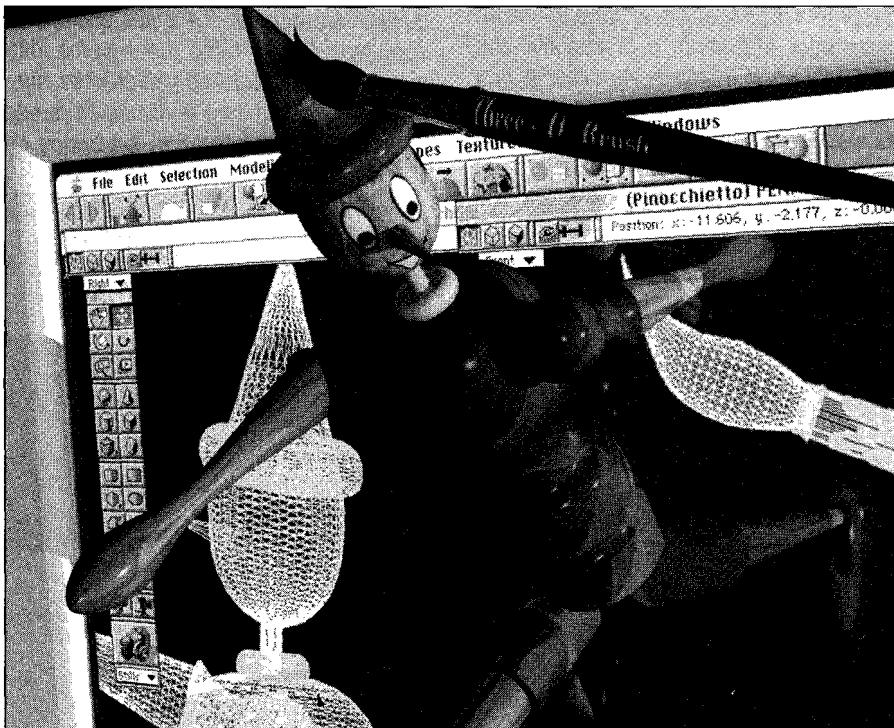
**A**l trabajar con un ordenador, en el momento de eliminar una aplicación desde la interfaz, bastará con moverla a la papelera del sistema operativo. Sin embargo, representar esta papelera para determinados países asiáticos no es una tarea trivial. Tal es así, que en Tailandia si no se colocan "moscas" sobre el icono de la papelera, el usuario del sistema no comprende su significado.

te modelo denominado *Iceberg*. Es un modelo que se relaciona con los factores culturales en la globalización e internacionalización de los contenidos para sistemas de información digital. A través del mismo básicamente se busca:

- Acceder a un mayor grado de localización del usuario o fruidor
- Identificar las metáforas más efectivas para una interfaz de ordenador.
- Evaluar la efectividad de la presentación de la información para un usuario internacional.

Este modelo se compone de tres niveles fundamentales: *superficie*, *reglas latentes* y *reglas inconscientes*.

Según Nancy Hoff, tan solo observamos fácilmente la superficie, o sea, el 10% de las características culturales de los posibles usuarios de un sistema digital de información. Estas características culturales son visibles y fáciles de estudiar. Por ejemplo: en una interfaz de ordenador se puede indagar el idioma, las diferencias entre formatos de fechas entre anglosajones y latinos, los diversos sistemas de medidas, etc. Sin embargo,



Gianni Orazi, BK Movie

en el presente modelo, el 90% de los aspectos culturales no son visibles ya que, al igual que un iceberg, está por debajo de la superficie, lo que hace necesario un estudio y una investigación de mayor duración. Aquí se incluyen las reglas latentes -implica conocer el contexto- y las reglas inconscientes que pueden estar relacionadas con la comunicación no verbal, el sentido del tiempo y la distancia, etc. Las reglas inconscientes son las más complicadas de examinar. Actualmente, el modelo *Iceberg* es el que más se consulta, si bien existen otros modelos como pueden ser el modelo "pirámide" de Geert Hofstede, o el modelo "cultura objetiva y cultura subjetiva" de Edward Stewart y Milton Bennett.

**Principales áreas de estudio de la globalización digital**

A través de estos modelos se pretende solventar las dificultades que surgen en el momento de extender un sistema de información digital. Fundamentalmente, los estudios orientados a la globalización de los contenidos en el sector de la información digital se relacionan con:

- **Las diferencias entre internacionalización y globalización.** Hay una "distancia" sutil pero importante entre ambos términos ya que el primero no tiene en cuenta a los aspectos locales, mientras que el segundo sí. La globalización, en este caso, busca aquellos rasgos comunes entre los diversos usuarios y/o fruidores que potencian la comunicación, y en caso de detectar impedimentos trata de insertar aquellos cambios necesarios de acuerdo a la cultura local.

- **Los lenguajes nacionales.** A lo largo de la historia, el lenguaje ha sido fundamental para la comunicación entre seres humanos. No existe en el mundo la lengua perfecta, lo que existe son grandes o menores diferencias entre lenguas. En el primer grupo, están aquellas que se han desarrollado de manera independiente, como puede ser el japonés con el sueco; mientras que en el segundo conjunto, es decir, con menores diferencias lingüísticas, se puede constatar cómo en varios países del Mediterráneo han evolucionado de una lengua base común, como es el latín. Lo que se busca con estos estudios es la comunicación en el "idioma del país" y mantener el uso local de los símbolos de escritura y de puntuación,

Número	Formato perteneciente al país:
1.234.56	Finlandia, Francia, Luxemburgo, Portugal, Suecia
1.234,56	Alemania, Bélgica, Dinamarca, España, Grecia, Holanda, Hungría, Irlanda, Italia, etc.
1.234 56	Rusia.
1.23456	Japón.
1.234.56	Suiza.
1.234.56	Estados Unidos, Canadá, China.

ción, las maneras de escribir los números, las escalas de medición, etc.

- **Los lenguajes visuales.** He aquí uno de los campos que se ha transformado velozmente con la incorporación de los ordenadores en las actividades humanas. Estudios realizados sobre usuarios de sistemas multimediales, señalan que las personas adultas captan un 80% de los contenidos cuando hay imágenes en movimiento -léase animaciones por ordenador y/o video- y audio. Consecuentemente, hay un gran interés en estudiar todos aquellos elementos visuales que facilitan la comunicación global, como puede ser la señalética. A partir de estos estudios, sumados a una serie de experimentos, se pueden elaborar los iconos que componen la interfaz de un programa. Por ejemplo, al trabajar con un ordenador Macintosh o compatible con IBM PC, en el momento de eliminar una aplicación o un programa desde la interfaz, bastará con moverla a la papelera

del sistema operativo. Sin embargo, representar esta papelera para determinados países asiáticos no es una tarea trivial. Tal es así, que en Tailandia, si no se colocan "moscas" sobre el icono de la papelera, el usuario del sistema no comprende su significado.

- **Los formatos nacionales.** Los formatos que acompañan la información (puntos, comas, espacios en blanco, símbolos monetarios, estructura de fechas o de horas, entre otros) permiten identificar a qué pueblo pertenece el contenido. Escribir una misma cifra con decimales, como se puede ver en el cuadro 1, varía de país en país.

- **Los símbolos.** Los símbolos son donde se asientan en gran parte la identidad cultural de un pueblo. Los símbolos pueden representar mensajes positivos o negativos. Por lo tanto, una misma idea puede comunicarse con diferentes símbolos según la cultura e incluso se puede recurrir a expresiones con los dedos de

País	Rojo	Azul	Verde	Amarillo	Blanco
EE.UU.	Peligro	Varonil	Seguridad	Cobardía	Pureza
Egipto	Muerte	Virtud Verdad	Poder Fertilidad	Felicidad Prosperidad	Placer
Francia	Aristocracia	Libertad Paz	Criminalidad	Temporalidad	Neutralidad
India	Vida Creatividad		Prosperidad Fertilidad	Exito	Muerte Pureza
Japón	Ira Peligro	Maldad	Energía Juventud Futuro	Elegancia	Muerte

la mano. Estos símbolos son llevados también a la interfaz de los sistemas digitales como iconos en aplicaciones informáticas. Por ejemplo, en el continente americano un puño cerrado con el pulgar hacia arriba en el momento de la instalación de un programa significa un *okay*, o sea, que el proceso ha concluido con éxito, mientras que en Australia, es una ofensa.

- **La estética del diseño.** Aquí se debe tener en cuenta todos los aspectos históricos del diseño que han tenido un impacto en la cultura local, ya que las diversas corrientes de diseño internacional suelen tener una influencia en los artistas y arquitectos de una comunidad, principalmente. Al hablar de diseño se hace referencia a la tipografía, las formas de las letras, las formas geométricas, el color, etc. *A priori*, aspectos relacionados con el color tienen una connotación muy particular, lo que implica a veces el estudio por parte de sociólogos y psicólogos. En el cuadro 2 se presenta una tabla con el significado de los colores en las diferentes culturas.

### Conclusiones

Tal como sostiene Derrick de Kerckhove, que "en apariencia el diseño actúa como relaciones públicas de la tecnología, exaltando sus productos y perfilando

su imagen en el mercado", se puede observar cómo en la globalización de contenidos no se trata pues de un mero diseño o presentaciones atractivas para promover conocimientos parcializados e incluso erróneos sobre la realidad que envuelve a un usuario de nuevas tecnologías. En nuestros días, en el contexto internacional, son numerosos los grupos de investigación que están llevando a cabo experimentos para alcanzar unas estrategias comunicativas que resulten lo más cercano posible a la realidad local de todos. En estos grupos de trabajo, el rol del comunicador social puede ser muy importante. Desde su formación y experiencia profesional tiene una visión global y local de los fenómenos que pueden implicar grandes éxitos a la hora de elaborar contenidos para los modernos soportes de la información.

Para algunos países, fue un grave error la lentitud en incorporar en los equipos de producción a profesionales de las ciencias sociales. Este hecho ha generado distorsiones en varias empresas productoras de contenidos digitales, ya que hoy cuentan con grupos de creadores de contenidos que no solo ignoran la realidad de otras latitudes, sino que, además, pueden tener una visión tan centralista del mundo que ahogan su potencial mercado de consumidores. El conocimiento y

respeto a la cultura del fruidor local no solo es la clave del éxito comunicacional, sino que lo será también de los futuros beneficios económicos. ■

### BIBLIOGRAFÍA

- BECK, U. (1998), *¿Qué es la globalización?* Paidós, Barcelona.
- BIANUCCI, P., ROVERO, M. (1995), *I colori della vita*, La Stampa, Torino.
- BRYANT, J., ZILLMANN, D. (1996), *Los efectos de los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona.
- CASTELLS, M. (1996), *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*, Vol. 1, Alianza Editorial, Madrid.
- ECO, U. (1993), *La ricerca della lingua perfetta*, Editori Laterza, Roma-Bari.
- FERNANDES, T. (1995), *Global Interface Design*, AP Professional, London.
- HOFT, N. (1995), *How to Export Information about High Technology*, John Wiley & Sons, New York.
- IFRAH, G. (1997), *Historia universal de las cifras*, Espasa-Calpe, Madrid.
- KERCKHOVE, D. (1999), *La piel de la cultura: Investigando la nueva realidad electrónica*, Gedisa, Barcelona.
- MILES, I., RUSH, H., TURNER, K., BESANT, J. (1993), *I.T. Information Technology*, Baskerville, Bologna.
- STEWART, E., BENNETT, M. (1991), *A Cross-Cultural Perspective*, Intercultural Press, Yarmouth.

## Estudios sobre las Culturas Contemporáneas

Revista semestral de investigación y análisis

Programa Cultura - CUIS - Universidad de Colima.

Espacio editorial de investigación teórica y metodológica en relación a la cultura.

Suscripciones:

(Incluye envío correo aéreo)

México: N\$ 100.00 \* Otros países: US\$ 45.00  
 Envíe giro postal o telegráfico a Programa Cultural,  
 Universidad de Colima  
 Apdo. Postal 294, Colima, Col., 28000, México.  
 Tel. (52-331) 3 03 97 - Fax (52-331) 2 75 51  
 E-mail: pcultura cgic.ucol.mx

Estudios sobre las  
**CULTURAS  
 CONTEMPORÁNEAS**

Revista de Investigación y Análisis





# DE LO BARRIAL A LO GLOBAL

*Ante la impresionante concentración mediática de finales de milenio, ¿qué lugar queda a las organizaciones sociales?, ¿a los grupos ciudadanos que con sus prácticas diarias trabajan en la construcción de un mundo más justo y más humano? La autora propone una serie de estrategias para que las organizaciones asuman el rol de emisoras de mensajes, que logren posicionamiento y visibilidad pública. Conceptos que, junto al de imagen institucional, están ligados para que se reconozcan como un interlocutor válido. Reconocimiento público que legitima sus prácticas y les permite mejorar sus condiciones de negociación, vinculándose con los poderes públicos desde una posición de poder.*



Cristian Tauchner svd, Ecuador

**E**s posible justificar la solidaridad, como artistas, escritores y científicos, en cuanto disfrutamos de cierta emancipación, o al menos tenemos interés en que sigan formando parte de la vida social la emancipación y la renovación de lo real, eso que se nom-

bra utopía. Quizá sea hora de emanciparnos del desencanto" es la invitación de Néstor García Canclini, ante el ocaso de las viejas formas participativas y los renovados conflictos de la globalización.

La impresionante concentración mediática de finales de milenio, que impacta fuertemente en los alcances y límites de la libertad de expresión, en la realidad de los trabajadores de prensa y las posibilidades de la sociedad civil, nos enfrenta a grandes desafíos.

La fragmentación social provocada por el neoliberalismo y los regímenes autoritarios, además de pesada herencia, refleja aislamiento e incomunicación. Hoy más que nunca, el rígido discurso hegemónico de los monopolios pone obstáculos para que los sectores sociales no participen en el reparto del espectro radioeléctrico, en el uso de las nuevas tecnologías, en el mantenimiento de los medios alternativos, y para que incidan con sus voces en la conformación de agendas públicas que contemplen sus temáticas.

JUDITH GERBALDO, argentina. Licenciada en Comunicación Social, coordinadora del Área de Comunicación de CECOPAL, coordinadora de Capacitación y Relaciones Públicas en *Radio Sur 90.1 FM*, Córdoba. E-mail: fmsur@onenet.com.ar

Este contexto de creciente concentración de medios revela la vigencia de nuevos excluidos, que no son analfabetos en el sentido tradicional, pero que están fuera del proceso de inserción en el mundo laboral. En estos días, en los que cada vez es más difícil vivir, donde se batan récords de desocupación, de empeoramiento de las condiciones de trabajo, de pérdida de la calidad de vida, ¿qué lugar le queda a las organizaciones sociales, a los grupos ciudadanos que con sus prácticas diarias trabajan en la construcción de un mundo más justo y más humano?, ¿qué desafío imaginamos para ellos?

### En el juego de los medios

La posibilidad de ocupar un lugar en el espacio público parte de un concepto de autorreferencia elemental y no siempre reconocido: asumirse como emisores de mensajes. "La mayoría de las organizaciones ha ignorado a la comunicación como parte importante de sus planteamientos, tanto para la difusión de su proyecto, de su posición, de sus denuncias y sus planes, como para hablar de derecho ciudadano a la comunicación. Plantear la democratización de la comunicación es plantear la democratización de la sociedad y viceversa", decía Mario Kaplún.

Una parte importante de la sociedad no conoce a las organizaciones comunitarias, "no las ve". Se dice que ellas no tienen visibilidad pública. La fuerza y la energía de estas organizaciones puede ser enorme, pero muchas veces es invisible. El diseño e implementación de estrategias de comunicación, adecuadas a los distintos públicos con los que la organización se relaciona, permite que los demás se enteren de su accionar.

Claro que lograr visibilidad no significa solamente aparecer y participar en la agenda de los medios de comunicación, significa también tener acceso a mejores formas de negociación para la consecución de recursos humanos y financieros que mejoren sus condiciones de subsistencia. Las organizaciones tienen que reconocerse como interlocutores válidos, para así vincularse con el poder desde otro lugar. Esto es, llegar a negociar con los poderes locales, provinciales o nacionales, desde una posición de poder. Legitimadas por el reconocimiento social y la propia identificación de capacidades y destrezas.

Para esto, la capacitación en comunicación es fundamental, es necesario combinar el saber técnico con los elementos de la propia identidad y necesidades. Conocer y reconocer qué decir y cómo hacerlo, buscando el mejor posicionamiento institucional. Los medios reconocen como fuentes de información y toman como referencia a algunas organizaciones especializadas en temáticas específicas. ¿Esto se logró de manera espontánea o se plantearon una política de comunicación que les permitiera insertarse en el espacio público?

En realidad, lo han conseguido a través de distintos caminos. Por ejemplo, interesando a los medios de comunicación en la difusión de sus inquietudes, demostrándoles que son temas que interesan a sus públicos: oyentes, lectores, televidentes. Otras organizaciones han conseguido estar en la agenda pública, debatiendo con los funcionarios gubernamentales vinculados a sus problemáticas. Algunas han logrado reconocimiento presentando propuestas, anteproyectos de ley, con solicitudes de intermediación en los ámbitos políticos (Legislatura, Consejo Deliberante) y consiguiendo el apoyo

de uno o más bloques partidarios o de legisladores sensibles a la propuesta. Otras organizaciones consiguieron visibilidad participando como expositores en congresos y seminarios. De una u otra forma tratan de ser reconocidas como fuentes de información por los medios. Tratan de constituirse en referencias obligadas al momento de abordar (los medios, el gobierno, la universidad) las temáticas que trabajan e investigan y con las cuales quieren incidir en el establecimiento de las prioridades sociales.

En Córdoba, Argentina, un claro ejemplo lo constituye la Unión de Organizaciones de Base por los Derechos Sociales (UOBDS), movimiento social integrado por más de 100 organizaciones de villas y barrios populares. Han logrado que se los tuviera en cuenta a la hora de debatir y formular las políticas sociales y de vivienda en la provincia, y toda vez que entra en el debate público la temática de la pobreza. Sus experiencias, logros e investigaciones se constituyeron en fuentes de información necesarias para formular observaciones en los medios, y consulta o confrontación, en el ámbito del poder político.



Maria Centeno, Nueva Sociedad 152, Venezuela

La estrategia más global consiste en fortalecer la constitución de actores sociales con capacidad de movilizar a sectores postergados, para plantear una agenda social con nuevas prioridades. Esto les permitirá participar en múltiples escenarios de negociación y cumplimentar con la misión institucional que se han fijado.

Las organizaciones comunitarias despliegan su accionar en el ámbito de lo local y logran que sus tareas se potencien, construyendo redes y alianzas entre sí y con otros actores sociales. Las convergencias con múltiples organizaciones y ámbitos les otorgan mayor poder y representatividad para obtener resultados favorables en las negociaciones.

Habrà que definir la mejor estrategia para cada coyuntura, pero también habrá que estar preparados para dialogar desde una posición de poder y, para esto, la organización deberá contar con una política general de comunicaciones. Tendrà que evaluar la importancia de la comunicación, el impacto creciente sobre las propias prácticas, la incidencia real en los pasos futuros y tener en claro qué se quiere decir y para qué.

De lo contrario, estas organizaciones corren serios riesgos de ir quedando en

**L**as organizaciones comunitarias despliegan su accionar en el ámbito de lo local y logran que sus tareas se potencien, construyendo redes y alianzas entre sí y con otros actores sociales. Las convergencias con múltiples organizaciones y ámbitos les otorgan mayor poder y representatividad para obtener resultados favorables en las negociaciones.

el camino y, lo que es más grave aún, sin cumplir aquellos objetivos fundacionales que las llevaron a agruparse.

### Una herramienta estratégica

Suele suceder que la gente no sabe nada de las organizaciones comunitarias, o que tiene una imagen distorsionada de ellas y de lo que hacen. Incluso, mucha gente cree que quienes trabajan en lo social tienen intereses partidarios o que les resulta un buen negocio formar parte de estos ámbitos. Entonces, desde la perspectiva del ciudadano común, resulta casi coherente que no se acompañe ni se apoye a quienes no se conoce, o se conoce mal.

Para llevar adelante una política de comunicación es necesario que estén presentes algunos elementos fundamentales:

- Una organización que asuma el rol de emisora de mensajes, de propuestas orientadas hacia algunas temáticas específicas, que le son propias. Recordemos que el emisor, en un proceso de comunicación, es quien dirige sus mensajes hacia otro actor social, denominado receptor, pero que siempre es su interlocutor.
- La decisión de proporcionar un carácter permanente y sistemático: que las acciones que se emprendan no sean hechos aislados, sino que señalen una dirección, formen parte de una propuesta global.
- Aspirar al posicionamiento y logro de la visibilidad pública de la organización, instrumentando las acciones y estrategias necesarias para tales fines.

La propuesta es no condicionar ni confundir las prácticas que definen la misión institucional, a los requerimientos mediáticos. En todo caso, lo deseable es que las acciones públicas sean el resultado de políticas instrumentadas para la consecución de metas institucionales.

Para las organizaciones, se trata de encontrar un modelo que abarque la comunicación interna, la interinstitucional y la externa, cada una con acciones distintas pero interconectadas desde la explicitación de una política de comunicación institucional.

La experiencia que hemos desarrollado a nivel nacional, en el marco del Pro-

grama de Capacitación a Distancia en Gestión de Organizaciones Comunitarias (PCAD), capacitando a cientos de organizaciones en comunicación, nos demuestra que las principales limitaciones de las instituciones sociales pasan por la carencia de recursos humanos y económicos, dificultades para promover la participación ciudadana comprometida con el proyecto, reducida capacidad de autosostenibilidad, fuertes demandas en capacitación para el fortalecimiento institucional, y escasa sensibilización social del sector empresarial que, con acciones de auspicios y mecenazgo podrían garantizar muchas de sus iniciativas.

Falta aún una larga tarea en este (tercer) sector. Las ONG brindan acompañamiento y fortalecimiento, para que el entramado social se multiplique en redes de solidaridad que acudan en auxilio de los sectores más desprotegidos de nuestra sociedad. Tarea con la que interpelan al Estado para que asuma los roles y responsabilidades que le competen.

### La imagen institucional

Se puede decir que la imagen institucional es consecuencia de su política comunicacional. En parte es acertado, en parte no. Porque cada acto de comunicación construye imagen, y lo hace a través de aquello que se dio a conocer y de lo que se pretendió que quedara en la intimidad de las cuatro paredes y trascendió.

Una organización bien puede tener una excelente y difundida imagen pública, hacer campañas, ser respetada como autoridad en algún tema. Puede ser bien reconocida por los que solo ven su imagen publicitaria. Pero a la hora del trabajo concreto con la gente, de evaluar el servicio que brinda, su producto o los resultados de sus prácticas, no tienen nada que ver con "la imagen que se había formado". Porque la imagen no es solo lo que se dice de sí mismo, sino fundamentalmente lo que se hace. Podríamos decir que la imagen es el conjunto de valoraciones, creencias y asociaciones que se tienen a partir de las comunicaciones directas o indirectas de personas, productos, servicios, marcas, empresas e instituciones u organizaciones.

¿Qué cosas comunican? ¿Qué componentes inciden en la imagen? Hablamos de dos componentes fundamentales:

- La imagen física: referida a todo lo externo, a la sede en la que funciona. Su aspecto, presentación. La forma en que se atiende a la gente. Lo externo también es imagen, son las cosas percibidas de manera inmediata: los logos y presentaciones gráficas (carteles, cartillas, folletería, papelería) que usa la organización.

- La imagen conceptual: es el resultado de la imagen que transmite la organización a partir de los hechos, acciones y posiciones comunicadas a los públicos a quienes se dirige. La imagen conceptual dependerá también del modo de funcionamiento. Desde la manera de receptor alguna problemática comunitaria y la velocidad o no de respuesta, hasta la disposición para la atención al público o la premura para contestar cartas, consultas, informes o auditorías. Es importante lo que la gente ve y lo que hace la organización en su entorno, no solo depende de lo que dicen los directivos.

### Visibilidad, credibilidad y legitimación

¿Para qué necesitamos elaborar, reconstruir o fortalecer nuestra imagen pública? ¿Cuál es la necesidad de planificar estrategias de posicionamiento? Habrá que analizar los requerimientos de cada organización. Una vez definidos, evaluar las estrategias que se ejecutarán para captar la atención de los medios y de la gente que tiene hábitos de consumo de esos medios, y de las características, costumbres, modos de vida e intereses de nuestros interlocutores.

La clara discriminación de los elementos que hacen la diferenciación y el posicionamiento de nuestra organización, con respecto a otras semejantes, nos permitirá instalarnos en los intereses de los beneficiarios de nuestras prácticas. Tarea que requiere creatividad. Tenemos que difundir mensajes bien elaborados, que tengan claridad y precisión sobre los objetivos y la misión institucional.

Las organizaciones manejan información, tienen conocimientos sobre temas en los que trabajan cotidianamente (desnutrición infantil, SIDA, pobreza, violencia contra la mujer, problemática de la vivienda, entre otros), que podrían constituir aportes valiosísimos para profundizar la agenda de temas de los medios, tan cargadas de propuestas viciadas de lugares comunes y escasamente enrique-



Archivo Chasqui

*La capacitación en comunicación a las organizaciones sociales es fundamental para que estas se asuman como emisoras de mensajes y logren visibilidad pública.*

cedores de la conciencia ciudadana. El reconocimiento y la legitimidad potenciarán la capacidad de articular acciones con movimientos sociales, redes y otras organizaciones en función de objetivos y proyectos comunes.

### Riesgos y desafíos

Lucrecia Escudero afirma que hoy no tiene sentido preguntarse acerca de la maldad o la bondad de los medios, porque "el paisaje moderno es impensable sin ellos", y agrega "sería como preguntarse acerca de la bondad o la maldad de los árboles". La construcción de la realidad que dan los medios a los hechos de la vida pública, a los señalamientos de los políticos, a las críticas de los opositores, a las demandas, acciones y sueños de las organizaciones y los hechos de los movimientos sociales, es inexorable.

La lógica de producción de las grandes corporaciones, no solo está invadiendo los grandes medios nacionales, sino también los medios provinciales están siendo succionados por esta modalidad. Sabemos que los aliados naturales de las organizaciones sociales son los medios populares, emisoras comunitarias, que informan con ese color, aroma y sabor tan próximo, tan cercano. Aunque nuestra propuesta pasa por promover alianzas estratégicas con todos los medios de comunicación, con los más sensibiliza-

dos y preocupados por el desarrollo y protagonismo de la sociedad civil. La idea es ocupar espacios, afirmando la propia legitimidad.

Uno de los mayores riesgos se puede dar en que se organicen prácticas sociales para instalarse en la agenda mediática. Por conseguir presencia en el espacio público, se pueden descuidar caminos estratégicos, dejar de lado la misión institucional y fabricar acciones para estar en los medios. La posibilidad de instalar a nuestras organizaciones sociales en el espacio demarcado por el juego mediático, tiene sentido si sirve para destacar los aportes de las organizaciones y movimientos sociales para la satisfacción de demandas y la búsqueda de una mejor calidad de vida.

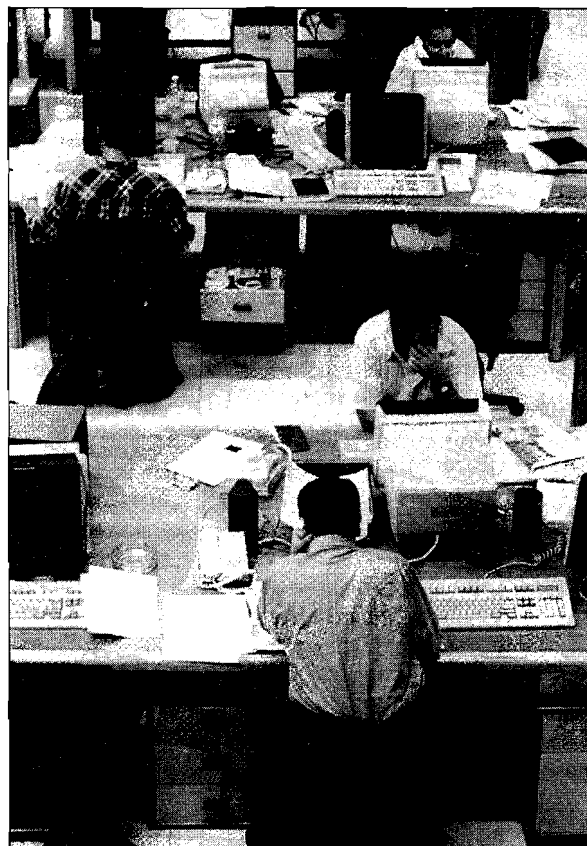
Instalar en el espacio público a las organizaciones sociales, dotarlas de mayor visibilidad, también significa influir en la agenda de los medios y, por tanto, en la preocupación de la clase política, con los temas que realmente importan y que deberían contribuir a trocar la realidad cotidiana en escenarios que ofrezcan relaciones más fraternas y en igualdad de oportunidades para los sectores más desprotegidos.

Y ese anhelo ojalá pudiera instalarse en el imaginario colectivo. ■



# La investigación periodística computarizada en América Latina

*El uso de técnicas computarizadas en el periodismo de investigación contribuye a erosionar el monopolio oficial de la información. Los reporteros pueden encontrar en Internet fuentes alternativas para llegar a lo que los funcionarios pretenden ocultar, analizar esa información mediante el uso de hojas de cálculo, administradores de bases de datos, etc., y compararla con los comunicados de prensa oficiales. Publicados los reportajes, los funcionarios se ven obligados a responder y, muchas veces, a liberar la información que antes limitaban u ocultaban. El autor expone y ejemplifica la experiencia desarrollada en América Latina por el Centro de Periodistas de Investigación, con sede en México, que realiza actividades en Periodismo Asistido por Computador.*



Computera 64, España

**E**l Centro de Periodistas de Investigación inició sus actividades en 1996, como un proyecto de la organización Investigative Reporters and Editors (IRE), con sede en Estados Unidos. La idea fue la de construir una red de apoyo y colaboración entre periodistas mexicanos interesados en la investigación periodística y en el periodismo, asistido por computadora (PAC), tal como lo ha hecho IRE durante más de veinte años en Estados Unidos y otros países.

El momento para lanzar el nuevo proyecto no podía ser más oportuno. En la

última década, México ha experimentado grandes cambios y el país pasa por una incierta transición política no exenta de sobresaltos. La transformación económica ha ido acompañada por constantes disputas electorales, el ascenso de la oposición de izquierda y derecha que amenaza el dominio del gobernante Partido Revolucionario Institucional (PRI), asesinatos políticos y hasta el surgimiento de movimientos guerrilleros campesinos en el sur del país.

Este proceso es seguido de cerca por una sociedad cada vez más consciente y participativa y, sobre todo, cada vez más dispuesta a llamar a cuentas a su clase

política. En este contexto, la situación de los medios también es muy diferente en un país en el que la calidad periodística ha enfrentado una batalla desigual contra los demonios gemelos de la cooptación y de la censura. El mismo gobernante que sabía ser sumamente generoso con los subsidios abiertos o encubiertos, podía convertirse en un enemigo mortal cuando algún medio publicaba reportajes "incómodos".

**PEDRO ENRIQUE ARMENDARES**, mexicano. Periodista, director ejecutivo del Centro de Periodistas de Investigación de México.

E-mail: [re@dsi.com.mx](mailto:re@dsi.com.mx) [nanuc@dsi.com.mx](mailto:nanuc@dsi.com.mx)

El autor agradece las ideas aportadas para este texto por Alma Delia Fuentes.

Ahora, si bien el gobierno sigue ejerciendo una influencia inapropiada sobre los diarios, muchos de ellos dependen cada vez más de la preferencia de los lectores y anunciantes y menos de los subsidios oficiales. La censura oficial, mientras tanto, ha disminuido a un nivel que asombra a los más escépticos.

Todo ello es propicio para el periodismo de investigación el cual, si bien no es nuevo en México, tampoco se ha desarrollado al nivel que requiere la opinión pública. Lo mismo ocurre, aún en mayor medida, con la investigación periodística computarizada.

Cuando iniciamos nuestras actividades en México, la respuesta fue muy positiva y nos llevamos una sorpresa: a pesar del marcado centralismo que padece el país, o quizás por ello mismo, nuestro proyecto despertó un mayor interés en otras ciudades distintas a la capital. Más aún, pronto empezamos a recibir preguntas y solicitudes de talleres y seminarios en otros países de América Latina, y pronto el Centro se convirtió en un proyecto continental con actividades en Colombia, Brasil, Argentina, Perú, Panamá, Puerto Rico, Guatemala y Nicaragua.

### Tanto interés como escepticismo

Nuestra llegada a las redacciones latinoamericanas, por lo general, provocaba una curiosa mezcla de interés y escepticismo. Los colegas reconocían la importancia del periodismo de investigación y algunos lo practicaban ya con resultados notables, pero pocos habían utilizado las herramientas como Internet, hojas de cálculo y administradores de bases de datos.

Más aún, cuando mostrábamos algunos ejemplos de PAC hechos en Estados Unidos, muchos reaccionaban con una especie de "envidia de la computadora": los reportajes les parecían excelentes, pero esgrimían todo tipo de argumentos para explicar por qué este tipo de periodismo no se puede practicar en América Latina. Algunos decían que en nuestros países no existe información en formato electrónico o que las estadísticas oficiales no son confiables, mientras que otros insistían en que pocos reporteros de la región tienen acceso a computadoras modernas y acceso a Internet.

En lo que todos coincidían, y por supuesto es un obstáculo considerable, es que, dada la cultura política tradicional

que persiste en América Latina, los políticos y burócratas tienden a considerar la información pública como un recurso personal y asumen el derecho de compartirla o no con la prensa y con la sociedad en general. Este problema es particularmente serio en países como México, donde la ley de acceso a la información es ambigua y casi inútil, y en países con un pasado autoritario reciente, en los que las restricciones ilegítimas a la investigación periodística aún se disfrazan como "consideraciones de seguridad nacional".

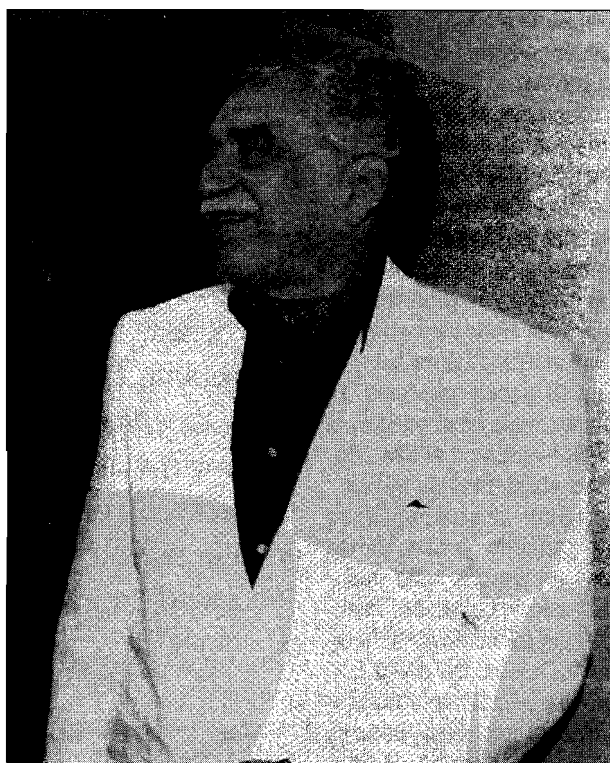
En estos tres años, sin embargo, hemos confirmado que la investigación periodística por medio de técnicas computarizadas no solo es posible en América Latina, sino que su uso puede contribuir a erosionar el monopolio oficial de la información. Por ejemplo, los reporteros pueden encontrar en Internet fuentes alternativas para llegar a lo que algunos funcionarios pretenden ocultar, y después analizar esa información mediante hojas de cálculo o administradores de bases de datos y después compararla con los comunicados de prensa oficiales. Una vez que se publican los reportajes esos mismos funcionarios se ven obligados a responder, y en ocasiones el resultado es la liberación de la información que antes

limitaban. No es un proceso automático ni demasiado frecuente, pero ocurre.

Al mismo tiempo, los reporteros latinoamericanos están constatando que gran parte de la información oficial que sí está disponible -incluyendo censos, estadísticas de salud y datos electorales- no solo es confiable, sino que representa un tesoro periodístico que hasta la fecha no ha sido suficientemente explotado.

También es curioso comprobar cómo muchas dependencias gubernamentales, en su afán por aparecer modernas, mantienen sitios muy completos en Internet en los que puede obtenerse con rapidez la información que un reportero tardaría días o semanas en conseguir en las oficinas de prensa tradicionales, debido a la mala organización o al retraso burocrático intencional.

Los reporteros latinoamericanos también recurren cada vez más a la información producida en el sector privado, incluyendo por supuesto la información financiera y económica. Aquí es más común que los administradores de la información estén dispuestos a compartir sus archivos y, además, que estén disponibles en formato electrónico y listos para ser analizados.



Capriles del. España

*Para Gabo, el periodismo de investigación es una expresión redundante.*

### Algunos ejemplos, algunos resultados

Nuestros talleres son bastante interactivos y muchos colegas que participan en ellos empiezan de inmediato a aplicar las técnicas que aprenden. Por ejemplo, durante un taller sobre el programa Access que impartimos en Brasil, utilizamos como ejemplo datos del Servicio de Inmigración y Naturalización de Estados Unidos, sobre inmigrantes latinoamericanos a este país. Pocos días después uno de los reporteros participantes en el taller publicó una nota de primera plana sobre la "fuga" de ejecutivos brasileños a Estados Unidos, atraídos por la economía del país. Es cierto que no era un novicio en el PAC, pero hemos visto a muchos otros colegas, sin capacitación previa en estas herramientas, que aun antes de que terminara el taller empiezan a utilizarlas en su trabajo o por lo menos sacan las empolvadas cajas de recortes para empezar a modernizar sus archivos.

Algunos colegas están haciendo trabajos muy interesantes mediante la creación de bases de datos propias, a partir de información que logran obtener en formato impreso. Por ejemplo, tanto en México (diario *Público* de Guadalajara) como en Venezuela (Carlos Subero, de *El Universal* de Caracas) han aparecido reportajes sobre el perfil y las historias humanas de las personas sentenciadas por delitos de narcotráfico.

En ambos casos los reporteros obtuvieron la información de fuentes judiciales -en Venezuela fue relativamente fácil, en México fue una verdadera batalla- para después diseñar su base de datos, captar la información y analizarla mediante la computadora. El reportaje de *Público*, por ejemplo, demostró que tan solo el 5% de los arrestos había sido resultado de la investigación policiaca. El resto de los sentenciados cayó en manos de la justicia debido a cateos al azar, delaciones o incluso accidentes de tráfico.

Los reporteros latinoamericanos también están sacando provecho de aquellos campos en los que está mejorando el acceso a la información, incluyendo la información oficial en formato digital. Jose Roberto Toledo, del diario *Folha de Sao Paulo*, ha utilizado información estadística producida por dependencias del gobierno para hacer retratos, con frecuencia estremecedores, de su sociedad. El año pasado usó datos del Minis-

terio de Salud para informar a los lectores de Sao Paulo que en esa ciudad el homicidio es la causa de muerte entre niños de 10 a 14 años de edad, y que en un gran número de casos los asesinos son los padres.

Otro terreno fértil es el de la cobertura electoral. En muchos países latinoamericanos existen abundantes datos electorales, compilados tanto por el gobierno como por organismos privados, y que con frecuencia pueden obtenerse en Internet. Tomemos el ejemplo de México: en las controvertidas elecciones de 1988, los resultados de algunas casillas rurales tardaron varios días en llegar a la ciudad de México. Seis años después, en las elecciones de 1994, las autoridades electorales empezaron a subir a Internet los conteos iniciales en la noche misma de las elecciones, y para la madrugada siguiente los reporteros mexicanos y extranjeros tenían resultados extraoficiales muy completos.

Hay otra veta potencial que no hemos explotado plenamente, quizás porque las leyes al respecto son nuevas en muchos países: el financiamiento de las campa-

ñas políticas y la relación entre los intereses privados y el comportamiento de los funcionarios electos. La información no es tan abundante como en otras regiones, pero está mejorando y la que existe en algunos países se presta ya para seguimientos periodísticos avanzados.

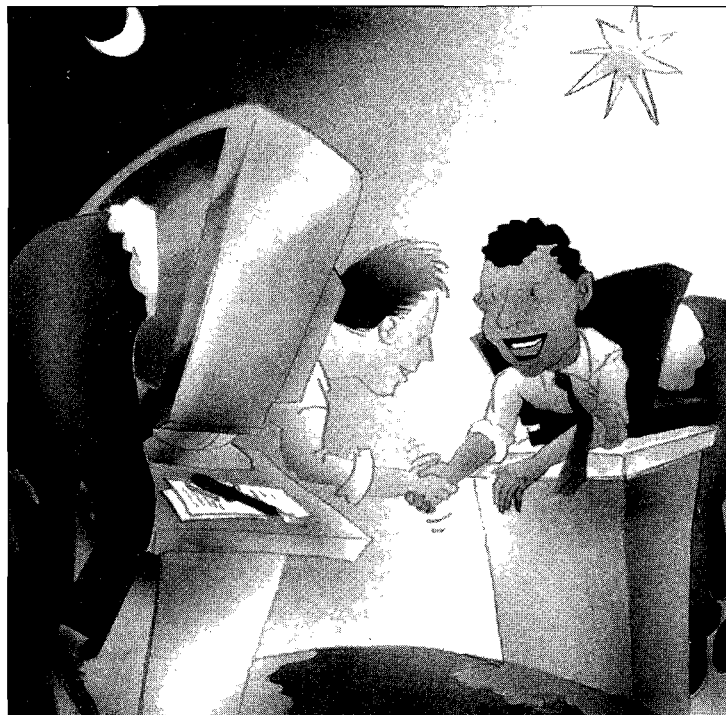
Mientras tanto, los periodistas latinoamericanos han encontrado nuevas formas para burlar los obstáculos al acceso a la información; una de ellas es buscar en otros países lo que se trata de ocultar en los suyos. Para ello Internet es particularmente útil, ya que permite identificar y hacer contacto con fuentes internacionales -académicas, periodísticas, no gubernamentales y aun sitios de otros gobiernos- que ofrecen información relevante para los países latinoamericanos.

Gerardo Reyes, reportero del diario *The Miami Herald*, narra una anécdota significativa. Durante un taller de Internet para periodistas centroamericanos utilizó como ejemplo el sitio de la General Accounting Office, una dependencia que evalúa las actividades del Congreso de Estados Unidos. De pronto un participante saltó de su asiento, ya que navegando al azar había dado con datos sobre la ayuda militar de Estados Unidos a su país. Corrió entusiasmado al teléfono para notificar a su diario del hallazgo porque, según explicó, a nivel doméstico su gobierno aún oculta esa información por "razones de seguridad nacional".

El fin de la guerra fría también contribuye a abrir nuevas vetas. La reportera mexicana Claudia Fernández utilizó Internet -y mucha paciencia- para hacer un interesante reportaje sobre el papel de la KGB en México durante los años 50, cuando la capital de este país era una especie de Viena latinoamericana en la que pululaban espías estadounidenses, soviéticos y de otros países de la OTAN y del Pacto de Varsovia.

Claudia recurrió a la página de National Security Archives, una ONG estadounidense que obtiene, clasifica y distribuye documentos desclasificados por Washington, para consultar centenares de cables enviados a Moscú por la embajada soviética en México. Con esa información pudo describir las actividades, los sobrenombres e incluso la identidad real de muchos mexicanos -incluyendo militantes, artistas y gente de la calle- quienes colaboraron con la KGB en esa época.

**D**ada la política tradicional que persiste en América Latina, los políticos y burócratas tienden a considerar la información pública como un recurso personal y asumen el derecho de compartirla o no con la prensa y con la sociedad en general.



### Algunos problemas

Un problema real es que si bien hay carencias técnicas en muchas redacciones, cuando los medios hacen esfuerzos por dotar de equipo moderno a los reporteros es frecuente que estos se resistan a capacitarse para utilizarlos, bien por temor a la tecnología o bien porque consideran que su tiempo es demasiado "valioso" para perderlo aprendiendo a usar las computadoras.

Hemos visto, en demasiadas redacciones, computadoras modernas reducidas a máquinas de escribir electrónicas, y con frecuencia los reporteros ni siquiera sospechan los recursos que se esconden en un directorio de Office que quizás nunca han abierto. Consideran que es más fácil acudir al centro de información de su medio, cuando existe, o al boletín oficial.

Por su parte, muchas empresas periodísticas tampoco parecen demasiado interesadas en invertir en la capacitación de sus reporteros para promover el uso del PAC. Su *leitmotiv* es la recurrente crisis económica, pero en realidad muchos medios de la región aún no están convencidos del potencial que representan el periodismo de investigación y el PAC para competir con sus rivales.

Y también hay riesgos. Por ejemplo, algunos colegas se entusiasman con la

información obtenida en Internet o con los datos duros propios del análisis mediante hojas de cálculo y administradores de bases de datos, y se olvidan de lo básico, incluyendo la obligación de usar la información para escribir un reportaje interesante. Con frecuencia se publican notas que no son más que párrafos áridos alrededor de varias tablas y gráficos, o reportajes fallidos que se desfallecen unas líneas abajo de la entrada.

Esto, confiamos, es algo que irá desapareciendo a medida que se termine la novedad para los reporteros y para los lectores, y en especial cuando los editores, que actualmente están deslumbrados con las posibilidades del PAC, retomen los lápices y vuelvan a hacer su trabajo.

Puede surgir un problema cuando quienes se inician en el PAC no tienen también una comprensión apropiada de los temas que cubren o carecen incluso de conocimientos básicos de estadística. Por ello, la creciente facilidad de uso de los nuevos programas puede provocar que los reporteros inexpertos manipulen los datos de manera que arrojen conclusiones sesgadas o de plano incorrectas, las que pueden aparecer en el diario como "noticia". La computadora permite hacer miles de operaciones por segundo, pero también se presta a cometer miles de errores por segundo.

Sin embargo, estos y otros problemas tenderán a disminuir a medida que los reporteros y, por supuesto, los lectores, sean más refinados y exigentes. A ello puede contribuir la expansión de una red de periodistas dedicados al PAC quienes, además de ampliar sus habilidades, estén dispuestos a compartirlas con colegas recién llegados a este campo.

Pero, además, el conocimiento y el uso del PAC en América Latina puede ayudar a superar el antiguo debate sobre si el periodismo de investigación es una especialidad en sí misma o si, como afirma Gabriel García Márquez, se trata de una expresión redundante. Es común que muchos egresados de las escuelas de periodismo tengan sueños de convertirse en estrellas del periodismo de investigación, y también es claro que ese tipo de vacantes son muy escasas. Pero lo que sí es posible es que todos los jóvenes periodistas conozcan la metodología del periodismo de investigación y se capaciten en las técnicas y herramientas del PAC, y apliquen esos conocimientos en su trabajo cotidiano. De esa manera, si bien no tendremos legiones de periodistas investigadores, sí habrá un creciente número de reporteros rigurosos y sofisticados quienes contribuirán a incrementar la calidad del periodismo en general. ●



# Confidentes e informantes



Diana Rodríguez, Colombia

*El informante es el que mantiene una relación ocasional con el periodista, el confidente lo hace habitualmente. En cualquier caso, su valor -aunque hay riesgos, sobre todo con el primero- es enorme para el periodista investigador, no obstante el anonimato que los caracteriza. Los móviles de estas fuentes de información son el dinero, la venganza, la justicia (o lo que creen que esta significa)... Aunque su uso plantea dilemas éticos, son muy importantes -según el autor- para cumplir el propósito fundamental del Periodismo de Investigación: sacar a la luz los ilícitos públicos y privados que alguien quiere mantener ocultos, caso contrario, ¿no sería otro el desenlace del caso Watergate sin Garganta Profunda?*

**L**a escena es siempre la misma en todas las películas. Dos policías vestidos con trajes usados, bebiendo café y fumando pitillos sin parar, esperan nerviosos dentro de un coche destartalado. Minutos

**FERNANDO RUEDA**, español. Profesor de Periodismo de Investigación en la Universidad San Pablo-CEU, redactor jefe de la revista *Tiempo*, colaborador de la radio *Onda Cero*.  
E-mail: frueda.tiempo@grupozeta.es

después, aparece un hombre sin personalidad, con cualquier síndrome de abstinencia, y se desparrama en el asiento trasero. Intercambia unas pocas palabras con los "polis" y les entrega un insignificante trozo de papel doblado.

Los dos hombres que representan a la Ley comprueban lo que hay escrito en el mensaje y le entregan dinero o droga. El confidente guarda su recompensa y desaparece. Instantes después, los poli-

cías abandonan el vehículo y se dirigen al piso del edificio que el desharrapado les había escrito. Luego, posiblemente a puñetazos, detendrán al malo.

Ellos habrán hecho un gran trabajo. Posiblemente estuvieron durante mucho tiempo siguiendo la pista del criminal. Quizás en otros momentos estuvieron a punto de echarle el guante. Su fortaleza física les ayudó en el momento de la de-

tención. Incluso, las pistolas que llevaban fueron de mucha utilidad. Pero, si todo lo anterior fue necesario para llevar a cabo el trabajo con éxito, sin la presencia del confidente no habrían conseguido nada. Ese hombre al que toda la sociedad considera una escoria, ese hombre que tal vez se drogue, ese hombre que malvive en un caserón sin techo, ese hombre... ha sido clave para el éxito de la operación.

### Un periodista detective

A los periodistas nos pasa lo mismo que a los policías, detectives privados o jueces: sin alguien que "cante", que rompa la "ley del silencio", no somos nada. Puede que el profesional que se limita a informar diaria, semanal o mensualmente de los acontecimientos de la vida política, judicial y social, no necesite disponer de confidentes y le baste con tener a su alcance fuentes "normales". Es decir, fuentes institucionales -gabinetes de prensa, por ejemplo- y otras fuentes más privadas como políticos o jueces. Sin duda, para este tipo de periodismo las necesidades son claramente menores.

Es como si el periodismo consistiera en un paseo por el bosque. El periodista informador se limitaría a ir recolectando hojas de los árboles más interesantes o arrancando las setas más bonitas. Por el contrario, muy pegadito a él, el periodista investigador buscaría olores extraños, se pararía en cualquier esquina y cavaría y cavaría hasta encontrar, a cinco o diez metros de profundidad, el tesoro escondido.

Porque el periodista informador lo que transmite es una noticia que está destinada a ser publicada y que nada ni nadie intenta ocultar. Pero el periodista investigador busca precisamente lo contrario: historias que, si no fuera por su duro trabajo, nadie conocería.

El primero entraría en la habitación donde se ha producido un crimen y narraría al día siguiente cómo fue el asesinato, quiénes son los principales sospechosos y algunos datos más. El segundo buscaría causas, conexiones, pistas y, finalmente, no pararía hasta denunciar al asesino.

Es el mismo trabajo, como antes decía, que cumplen el policía o el juez. Sólo que el periodista lo hace para contarlo

en su periódico, revista, radio o televisión, mientras policías y jueces lo hacen para meterlo en prisión.

En este trabajo duro, sacrificado, que en muchos países del mundo supone amenazas si no la muerte, juegan un papel fundamental los informadores o confidentes.

Según el prestigioso periodista de investigación y profesor universitario español Pepe Rodríguez, en su libro *Periodismo de investigación: técnicas y estrategias*, "el informante mantiene una relación ocasional con el periodista, en muchos casos limitada a una simple llamada telefónica o a uno o varios encuentros personales para informar sin más o para pactar con el periodista las condiciones en las que está dispuesto a entregar alguna información, documentación o paquete de documentación ya elaborada. El informante ocasional es una fuente inesperada y, en infinitas ocasiones, de enorme rentabilidad informativa".

El confidente, según el propio Rodríguez, es una fuente "con la que se establece una relación habitual, producto de

**E**l problema es que una parte de ellos disponen de información supervaliosa y si el periodista demuestra ser tan listo como inteligente puede conseguir una gran exclusiva. Para ello deberá demostrar diplomacia y paciencia, seguirle el juego sin perder el control y no publicar jamás ni una sola línea de información sin haberla previamente contrastado.

un trato personal más o menos prolongado. Podría decirse que el informante va en busca de la calidad profesional del periodista, mientras que el confidente, además, busca la calidad humana".

### Dinero, venganza, justicia...

El caso Watergate nunca habría acabado con la carrera política del presidente Nixon si "Garganta profunda", el mejor confidente de Bob Woodward y Carl Bernstein, no hubiera "cantado" importante información secreta y les hubiera dirigido por el camino adecuado. Luego intervinieron otras fuentes personales -algunas, seguro que bastante buenas- y, por supuesto, fuentes escritas -facturas, cuentas, documentos oficiales- que corroboraron y dieron credibilidad.

Pero nada, absolutamente nada, de tanto valor periodístico como el testimonio de los confidentes. Y eso que una de las características de estas fuentes, sin duda la más importante, es su anonimato de cara a los lectores, oyentes o televidentes. Porque si su identidad fuera conocida, serían duramente reprendidos. Entre las diversas situaciones que podrían vivir, está que fueran detenidos -si son funcionarios del Estado y están develando información secreta, por ejemplo-, expulsados de su trabajo -si la información que nos ofrecen es de la empresa en la que trabajan y por lo tanto se convierten en trabajadores infieles-, amenazados físicamente -si cuentan datos de la mafia para la que trabajaron- o, más vulgarmente, su mujer podría pedir el divorcio -si están contando sus líos amorosos con un conocido político-.

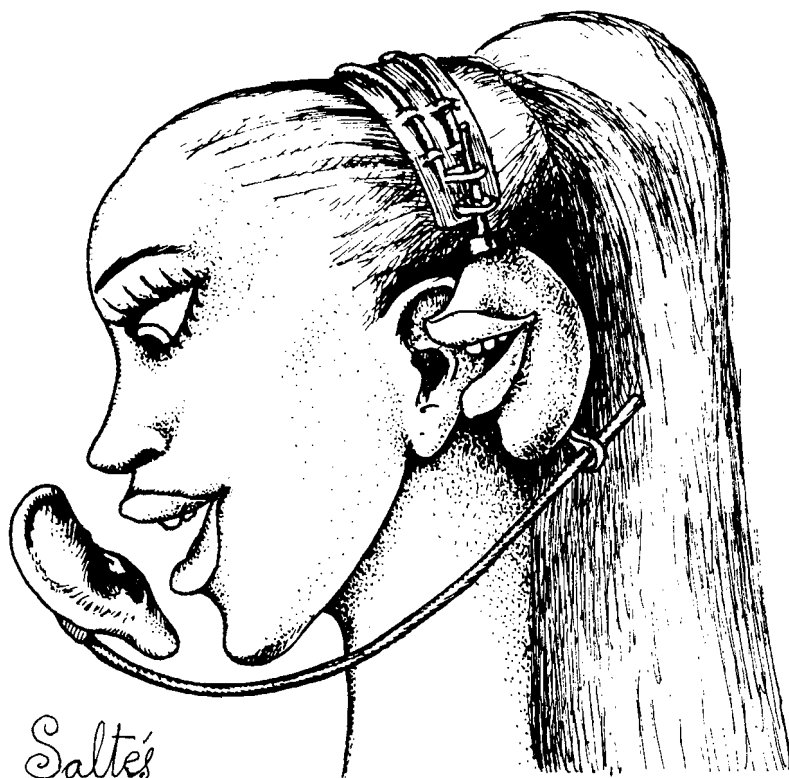
Los móviles que impulsan a los confidentes a acercarse a un periodista son de lo más dispares. Todo vale. Unos vienen simple y llanamente por dinero. Saben -o creen- que tienen una información que vale mucho dinero y solo buscan sacar rentabilidad. Aunque sé que en España, en algunos casos, se ha pagado dinero a cambio de información, por lo general todos los medios de comunicación no aceptamos este tipo de contratos. Muchas personas creen que los medios están dispuestos a pagar millones de pesetas a cambio de informaciones escandalosas, pero casi nunca la información tiene el precio que pretende el confidente. En una parte considerable de los casos, aceptan cifras muy pequeñas. Pero si lo que quieren es dinero, los confidentes

deben irse a otro sitio, porque los medios de comunicación no les van a hacer ricos.

Hace unos años, me visitó en la revista *Tiempo* una elegante señora, con pinta de marquesa, que me pidió doce millones de pesetas a cambio de darme una información escandalosa de un famoso político de derecha. La curiosidad periodística y el deseo de no "dejar escapar a la pieza" me llevó a encerrarme con la señora que rondaba los 50 años durante tres horas. Estaba empeñada en que firmáramos un papel aceptando pagarle el dinero antes de que nos dijera quién era el político al que se refería. Había trampa. Estaba seguro. Al final, la agoté y me reconoció que era una información sobre un político de ...Portugal. Ni se llevó una peseta, ni me llegó a contar nada. Era un simple intento de timarnos.

Otros confidentes actúan por sentimientos de venganza, muy relacionados con el odio a personas o empresas. Es el caso del trabajador que es expulsado injustamente de una empresa o el de la mujer a la que su marido engaña con otras. Este es uno de los casos más usuales y más útiles para el trabajo de investigación periodística. La fuente ha tenido un acceso directo a la información necesaria y obra convencida de que está haciendo justicia.

En España, uno de los grandes escándalos de la etapa democrática fue el protagonizado por Juan Guerra, el hermano de Alfonso Guerra, uno de los más destacados políticos socialistas, que durante muchos años fue el número dos de Felipe González cuando era presidente del Gobierno. Pues bien, diversos periodistas de investigación sacaron a la luz los trapos sucios del hermano del entonces vicepresidente. Lo curioso, pero muy importante para el presente trabajo, es que la fuente originaria de la historia fue la mujer del propio Juan Guerra. Utilizando la licencia literaria, y por no alargarme, lo que sucedió fue que la esposa contrató un investigador privado para saber lo que hacía su marido y descubrió que lo que a ella no le daba se lo daba a otras y no bastándole con eso, se había convertido en un preboste de la política de Andalucía. Con el deseo de hacerle daño, filtró ese informe a la prensa. Años después, Juan Guerra tuvo que hacer frente a varios procesos judiciales impulsados por las denuncias de la prensa.



Otro de los motores que impulsan a los confidentes es el deseo de hacer justicia aunque, para qué negarlo, en bastantes ocasiones su concepto de la justicia es bastante particular. Creen que se están cometiendo desmanes, quieren frenar actitudes despóticas, denunciar tramas negras y cosas así.

El caso más famoso e importante que hemos vivido en España, en las últimas décadas, ha sido el del GAL (Grupos Antiterroristas de Liberación), una trama montada por el Ministerio del Interior español en la pasada etapa socialista, con el fin de hacer frente a la violencia del grupo terrorista vasco ETA. Si pesan condenas judiciales contra un ministro del Interior, varios de sus altos cargos y muchos policías es gracias a la labor de investigación de la prensa. Y, cómo no, a que algunos confidentes se jugaron la vida ofreciendo pistas. No puedo decirlo a ciencia cierta porque desconozco los detalles, pero estoy seguro de que algunos de los confidentes que ofrecieron las primeras informaciones, estaban convencidos de que ese tipo de terrorismo no se debía permitir promovido por el Estado. Es cierto que ellos estaban participando, pero quisieron acabar de la única forma que se les ocurrió: contándoselo a los periodistas.

Si fuéramos exageradamente serios, a esta relación deberíamos añadir miles más. Porque cada uno de los confidentes que se acerca, en cualquier lugar del mundo, a un periodista tiene una motivación personal. Pero dada la extensión de este trabajo nos vamos a limitar a las citadas.

### Los riesgos

No obstante, me gustaría hacer una matización que los periodistas no solemos reconocer para no desprestigiarnos, pero que se da con cierta frecuencia en el periodismo de investigación: los confidentes desconocidos.

Son personas que normalmente llaman por teléfono a los periodistas para ofrecerles una importante información, pero que no desean que ni siquiera el profesional conozca su identidad. Dicho en lenguaje vulgar: no se fían ni de su padre. Son fuentes peligrosas para el periodista investigador por dos motivos. En primer lugar, porque sin identificar a las fuentes es más difícil situar la información; y en segundo lugar -y esto me lo dice mi experiencia de más de quince años haciendo periodismo de investigación-, porque a los confidentes hay que mirarlos a los ojos, tomar copas con ellos, saber si tienen familia...

El problema es que una parte de ellos disponen de información supervaliosa y si el periodista demuestra ser tan listo como inteligente puede conseguir una gran exclusiva. Para ello deberá demostrar diplomacia y paciencia, seguirle el juego sin perder el control y no publicar jamás ni una sola línea de información sin haberla previamente contrastado.

Durante la guerra del golfo contra Saddam Hussein, una mujer me telefoneó un día. Me aseguró que disponía de información que acreditaba que un empresario español había estado violando durante los años anteriores el bloqueo internacional de armas contra Irak. Durante varias semanas probó mi pericia profesional, puso a prueba mi habilidad para contrastar datos y me sometió a largos interrogatorios sobre mis posturas políticas. Todo por teléfono y tras identificarse con el alias de "Marta".

Finalmente, me hizo llegar por correo un montón de papeles que acreditaban sin lugar a dudas las exportaciones de armas del empresario español y el camino que había seguido para evitar los controles impuestos por el Gobierno.

Tras publicar en *Tiempo* la información, el empresario se querelló contra mí. Lo curioso fue que no dijo en ningún momento que lo que yo publiqué fuera falso, sino que yo... le había robado los papeles o conocía a la persona que lo había he-

cho. Por suerte para mí, cuando la jueza me llamó a declarar le conté que los papeles me habían llegado por correo y no conocía la identidad de quien me los había enviado. Archivé la denuncia, aunque nunca supe si realmente me creyó o pensó que era una estratagema para proteger a mi fuente. Lo llamativo periodísticamente era que todo lo que le dije fue cierto.

### Lo verdaderamente importante

Una discusión se plantea en la sociedad española, y en la de cualquier país del mundo: si es éticamente admisible que unas personas resentidas, unas malas personas, unas personas que han participado en los delitos, unas personas que actúan por dinero, sean aceptadas por un periodista de investigación y se publiquen sus revelaciones.

El periodista español Miguel Angel Nieto, en su libro *Cazadores de noticias*, en el que cuenta cómo se descubrieron los grandes escándalos de la democracia, crea el término "juguetes rotos" para referirse a un tipo de fuentes que se caracterizan por sentirse abandonados y maltratados y que como consecuencia directa de ello se deciden a colaborar con la prensa. Son personas que sentían que lo tenían todo y que por diversos motivos lo han perdido. Necesitan hablar, denunciar a sus enemigos. Sin ellos quererlo se

han convertido en fuentes potenciales, en "juguetes rotos".

Yo defiendo que la importancia del periodismo de investigación reside en la publicación de historias que saquen a la luz corrupciones que instituciones públicas o privadas y personalidades de todo tipo tratan de ocultar, para dar oportunidad a la sociedad a fin de que ponga en marcha sus mecanismos de autodefensa y poner fin al caso denunciado. Lo que menos importa es la motivación que lleva al confidente a facilitar la información.

Además, hay un detalle importante que los no iniciados en el periodismo parecen desconocer. Los confidentes pueden ser el origen o el soporte de muchas informaciones, pero en ningún caso un periodista puede publicar una historia sin haber contrastado sobradamente los datos que va a develar. Si lo hace, todo lo que cuenta es responsabilidad del profesional y lo importante es el contenido de lo que se denuncia.

Ahora bien, los poderes -tanto públicos como privados- que son denunciados por los periodistas de investigación, tienen la necesidad de defenderse frente a las informaciones que les implican en corruptelas. A veces, el camino es acusar a los periodistas de servir a intereses ocultos, pero cada vez es más frecuente -y este es el tema que nos ocupa- arremeter contra las supuestas fuentes. Para ello las desprestigian recordando su desordenada vida familiar, su participación en crímenes, su colaboración con personas pertenecientes a los sectores más tenebrosos de la sociedad y cosas así. Como he dicho, olvidan que lo importante en la información ya publicada no es la fuente, sino los datos que se aportan.

¿Es que se puede tomar en serio y darle alguna importancia al hecho de que la fuente que destapó la financiación irregular del PSOE fuera un contable al que no quisieron darle dinero los socialistas? Puede que fuera una mala persona, un chantajeador o cualquier otra cosa. Pero el hecho cierto es que ofreció a la prensa los papeles que demostraban esa financiación ilegal. La información que salió publicada demostraba el delito. Que el "juguete roto" fuera uno de los corruptos daba exactamente lo mismo. ¿Cómo se podría acabar con las bandas mafiosas organizadas si no se pudiera disponer de uno de ellos que se aliara con la Policía para meter al resto en prisión? ●



*Texto periodístico escrito por Horacio Verbitsky a base, especialmente, de las confesiones del capitán Francisco Scilingo sobre los "vuelos" que arrojaban a presos políticos vivos en el Atlántico en los años 70.*

# LOS OBSTACULOS

*Una de las dificultades que impide el ejercicio del periodismo investigativo es la falta de legislación que facilite el acceso a documentación oficial, sostiene el autor, y analiza los avances al respecto en las constituciones de varios países latinoamericanos. Otros factores que impiden la investigación en profundidad son el desinterés y las presiones de los propietarios de los medios, la deficiente formación de los periodistas y los riesgos de atentados o agresiones.*



Rai Ferrer. Cappelena 78, España

**E**l 12 de noviembre de 1996, un grupo de periodistas venezolanos escribimos, a la Comisión para la Reforma Constitucional, una carta donde pedíamos se incluyera en la Constitución un artículo, que antes había sido rechazado, redactado en esta forma: "Los funcionarios que representan los poderes públicos están obligados a informar sobre las materias encomendadas a su dirección. Se exceptúan de esta disposición las materias clasificadas como secretas de acuerdo a la ley".

**ELEAZAR DÍAZ RANGEL**, venezolano. Periodista, columnista de varios diarios, ex presidente de la Federación Latinoamericana de Periodistas, profesor titular de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.  
E-mail: diaze@camelot.rect.ucv.ve

En esa carta argumentábamos que "Se trata de una disposición que contribuiría a mejorar la información periodística, que haría más transparente la gestión gubernamental y la propia acción legislativa, que daría acceso al ciudadano a información oficial no clasificada secreta, y que no tiene resistencia del sector empresarial de los medios, y más bien su apoyo y el del periodismo profesional", señalamiento este último que consideramos necesario hacer, toda vez que el sector mediático empresarial se había opuesto a incluir en la reforma constitucional un artículo que consagrara el derecho a réplica, no obstante aparecer en seis constituciones de América Latina. Tales reformas quedaron definitivamente engavetadas.

Tres años después, el grupo Periodistas con la Constituyente propuso que un artículo parecido sea incluido en la nueva Constitución que en febrero del año 2000, cuando se venzan los seis meses para su redacción, tendrá Venezuela. Se supone que esta materia está siendo discutida en la Asamblea Constituyente. Tales iniciativas son parte de los esfuerzos de los periodistas por derribar los obstáculos del periodismo investigativo.

## El acceso a la información

En septiembre se cumple un año de la nueva Constitución de Ecuador, donde se aprobó un artículo con esta redacción: "No existirá reserva respecto de cualquier información que repose en los archivos



públicos, excepto los documentos calificados como reservados por razones de defensa nacional y los otros casos expresamente establecidos en la ley". De esta manera, Ecuador se convirtió en el séptimo país de América Latina que tienen disposiciones legales que establecen el derecho de acceso a la documentación oficial, con las limitaciones conocidas.

En 1985, en Colombia fue aprobada la Ley 57 que consagra el derecho de acceso a la documentación oficial no secreta y su Constitución de 1991 estableció ese derecho como principio constitucional. En la oportunidad de su presentación, Guillermo Cano, Director de *El Espectador* y años después muerto por los narcotraficantes, escribió en un artículo: "Diversos sucesos recientes, protagonizados por sujetos de tortuosas conductas, tanto en el sector público como en el privado, actualizan la necesidad de fomentar la cabal información a que las personas tienen derecho sobre actos que afectan sus intereses directos, o los intereses generales de la comunidad. La libertad de información está consagrada en nuestra Carta Fundamental, pero con ello no basta. Puede convertirse esa libertad en una enunciación puramente teórica, sin consecuencias prácticas y reales, quedando desprovistos los asociados de noticias y datos a los cuales tienen derecho. Información, más información, información amplísima, es un requerimiento de la era actual, que sólo admite las limitaciones que por motivos morales o de suprema necesidad pública se consagra en la propia Constitución Nacional".

Los otros países donde existe disposiciones similares son Brasil, Costa Rica, Guatemala, Paraguay y Perú, y aspiramos que Venezuela sea el octavo.

Pero no se crea que la vigencia de estas disposiciones garantiza el acceso a los archivos. La Unidad de Investigación del diario *El Tiempo*, de Santa Fe de Bogotá, encontró serios obstáculos cuando investigaba el funcionamiento del Congreso y el rendimiento de los congresistas, le negaron el acceso a las actas de las comisiones permanentes, y debieron acudir a los tribunales, y finalmente el Consejo de Estado autorizó el acceso a esos documentos que el Congreso, que había aprobado la ley que daba acceso a los archivos oficiales no clasificados secretos, les negaba.

Como en cualquier definición del periodismo de investigación, siempre se encuentra una sencilla fórmula o clave: se propone dar a conocer algo que alguien o algunos quieren ocultar, es lógico suponer que precisamente en las dependencias gubernamentales de todos los niveles (nacionales, provinciales o municipales) habrá siempre dificultades para que puedan ser consultados documentos que contribuyen a conocer la verdad, a comprobar las denuncias o acusaciones que se investigan y que pueden implicar a uno o más funcionarios. Difícil que algún periodista de cualquier país latinoamericano no haya encontrado con relativa frecuencia tales obstáculos, que a veces es posible vencer con la perseverancia y tenacidad en su búsqueda y la comprensión de algún funcionario honesto, a veces, a riesgo de su cargo.

De manera que el acceso a documentos o archivos, tanto del sector público como del sector privado, es uno de los más importantes obstáculos para la investigación periodística. En países como Estados Unidos y Canadá existen leyes o disposiciones legales que permiten el acceso a esa documentación en el sector

público, gubernamental y, como hemos señalado, en siete países de América Latina. Naturalmente que la falta de esa legislación no cierra todos los caminos para el desarrollo de la investigación periodística. En países como Argentina y México, donde no existen, hay muy buenos ejemplos de investigaciones periodísticas en profundidad que incluso han desbordado las páginas de la prensa y han sido recogidos en libros. *El robo de la corona*, de Horacio Verbitsky, sobre casos de corrupción en el gobierno del presidente Carlos Menem, es de los mejores ejemplos.

### Otros obstáculos para el PI

Pero no son estas las únicas dificultades para investigar en profundidad. Habría que añadir otros factores: a) desinterés de los editores o propietarios de los medios, algunas veces por sus nexos políticos o empresariales y falta de recursos económicos; b) deficiente formación como periodista investigador, y frecuentes conductas reñidas con la ética periodística, y c) riesgos de atentados y agresiones, particularmente en países como México y Colombia, provenientes de los gru-



Carlos Américo, Dimensión Visual, Uruguay

La libertad de acceso a la información no es solo un derecho de los periodistas, es un beneficio a la ciudadanía, en el marco de una verdadera democracia.

pos o mafias narcotraficantes, donde han sido asesinados varios periodistas.

Gerardo Reyes, periodista colombiano, en su libro *Periodismo de Investigación* (Editorial Trillas, México, 1996), recoge esta experiencia sobre los obstáculos en América Latina: "En una encuesta informal que hice en Chile en 1993, durante un seminario de periodismo de investigación entre 63 participantes de ese país, Colombia, Perú, Bolivia, Argentina, Paraguay, Uruguay, México, Venezuela, Panamá y Puerto Rico, los periodistas señalaron los siguientes obstáculos que afronta el periodismo de investigación en sus países y la forma cómo influyen en su trabajo:

**L**a vigencia de las disposiciones legales no garantiza el acceso a los archivos. La Unidad de Investigación del diario *El Tiempo*, de Santa Fe de Bogotá, encontró serios obstáculos cuando investigaba el funcionamiento del Congreso y el rendimiento de los congresistas, le negaron el acceso a las actas de las comisiones permanentes, debieron acudir a los tribunales y, finalmente, el Consejo de Estado autorizó el acceso a esos documentos.

"20 respondieron que el principal obstáculo para el periodismo de investigación son 'las negativas de las oficinas públicas de entregar documentos e información'; 16 señalaron este obstáculo como el segundo en importancia.

"18 respondieron que su medio 'no tiene suficientes redactores para poder asignar a uno o a un grupo la investigación de un caso'; 5 señalaron este obstáculo como el segundo en importancia.

"15 respondieron que lo que más desalienta la reportería investigativa son las 'advertencias de los jefes o propietarios del medio de no investigar temas que puedan perjudicar a anunciantes, familiares, amigos personales o dirigentes políticos'; 1 señaló este obstáculo como el segundo en importancia.

"11 respondieron que son las amenazas de muerte, represalias, intimidaciones; 7 señalaron este obstáculo como el segundo en importancia".

En enero de 1988 organizamos en Caracas unas jornadas de reflexión sobre la calidad del periodismo venezolano, y uno de los casos estudiados fue el relativo a la investigación periodística. En el informe correspondiente se lee: "En Venezuela, el enorme poder económico del Estado, como en pocos países, ejerce una gran influencia sobre los medios de comunicación, lo cual se convierte en un freno para investigar hechos ocurridos en las administración pública. Según denuncias de algunos empresarios, ese poder se incrementó con el establecimiento de dólares preferenciales que son distribuidos por dependencias gubernamentales a los empresarios, incluidos los dueños de medios...

"Varios participantes en el taller coincidieron en señalar que la mayoría de los dueños de los medios impresos son más empresarios o industriales que periodistas y, en consecuencia, administran el diario con esos criterios, prescindiendo del papel que les corresponde jugar en la sociedad a los medios. Mientras la empresa es un negocio rentable, no se preocupan por introducir cambios que mejoren los contenidos del periodismo que hacen...

"A estos obstáculos específicos, se unen los naturales de este tipo de periodismo, comunes a todos los países. Entre esos están el desgano o la falta de interés que existe en algunos periodistas, y

sus deficiencias metodológicas, hasta la falta de exigencia del lector. Pero estos son más fácilmente subsanables. Entre los periodistas venezolanos hay muchos, en Caracas y en el interior del país, en prensa, radio y televisión, capaces de planificar investigaciones, y adelantarlas exitosamente. Pero la gran resistencia a vencer es la de los editores y otros propietarios de medios". Aunque las condiciones descritas han cambiado, porque esos controles y opresiones sobre los medios desaparecieron hace años, el periodismo investigativo en Venezuela no ha podido superar los obstáculos para su desarrollo. Sigue siendo incipiente.

### ¿Qué hacer?

Frente a estos obstáculos y dificultades, ¿qué hacer? Naturalmente, no puede ser resignadamente cruzarse de brazos. El más importante de esos obstáculos es la falta de legislación que facilite el acceso a documentación oficial. El reclamo de los periodistas, organizados en sindicatos, colegios, uniones, la lucha sistemática que demanda reformas a determinadas leyes, la aprobación de nuevas, o la incorporación de algunos artículos, debe dar frutos. Pero tales demandas requieren de los profesionales del periodismo tener conciencia de esa necesidad, de su utilidad para el mejor ejercicio de la profesión, sin lo cual no habrá mayores posibilidades de alcanzar esos objetivos.

Pero la toma de conciencia y la organización a menudo tampoco son suficientes, se hará necesario ampliar el espectro de quiénes están reclamando las reformas legales, y en tal sentido, no requiere mucha audacia ni cesión en los principios, unirse a los editores y otros dueños de medios, así como a sus organismos empresariales, e igualmente a la academia, es decir, a las facultades de Comunicación Social. Porque todos ganarán con leyes que garanticen el acceso a documentos y archivos no clasificados secretos. Es más, se trata de un derecho que no es exclusivo para los periodistas, sino que beneficiará a los ciudadanos, por lo cual no debe descartarse su incorporación y la de sus organizaciones, de la sociedad civil, a su demanda.

Desplazado ese obstáculo mayor, los demás serán mucho más fáciles de quitar. ●

# Latinoamérica: El derecho de acceso a la información pública



Capçalera 77, España

*El acceso a la información pública, en un Estado democrático de derecho, es un asunto de importancia capital en la medida en que la información constituye una herramienta indispensable para el contagio de las prácticas democráticas. La reforma democrática regional del régimen jurídico de los medios será posible en la medida en que se generen esfuerzos mancomunados desde los periodistas, medios, escuelas de comunicación y sociedad civil en general.*

**E**l simple hecho de que las tareas del Estado sean susceptibles de afectar a los gobernados es razón suficiente para que sean de conocimiento general. Más aún si existe un contrato electoral signado en las urnas entre representantes y representados en torno a un proyecto de gobierno, fundado en una serie de políticas generales y particulares sobre los más distintos aspectos de la vida social, cuyo desarrollo solo puede valorarse en la medida en que el ciudadano tenga acceso a las fuentes de información de los órganos del Estado. No está por demás subrayar que la mejor manera de que el ciudadano tenga la posibilidad de investigar y revisar cómo se manejan los asuntos públicos es cuando existe un derecho vigente; es decir, cuando el derecho a la información se convierte en parte integrante del sistema normativo, lo cual supone un deber correlativo de las entidades públicas.

## Acceso a las fuentes de información

El derecho del público a saber no se agota con las conferencias de prensa, los boletines informativos y las declaraciones de funcionarios. Hay que recordar que ese conjunto de datos informativos únicamente expresa lo que, de modo discrecional, desea dar a conocer la autoridad pública. Se trata, en suma, de una perspectiva parcial e interesada de la vida colectiva, que responde únicamente a la visión que desea propagar quien detenta el control de la información. La otra cara de la moneda es, entonces, imprescindible para que el ciudadano pueda evaluar en su justa dimensión la marcha de los asuntos públicos.

El periodismo independiente en una sociedad democrática tiene como característica buscar más que el mero reflejo

ERNESTO VILLANUEVA, mexicano. Coordinador del Programa Iberoamericano de Derecho de la Información de la Universidad Iberoamericana (México). E-mail: ernesto.villanueva@uia.mx

de la luz, irradiar la oscuridad en donde pervive la corrupción. Es justo decir también que, tanto en el presente como en el pasado, las bondades sociales de ejercer un periodismo, sin compromisos con los poderes públicos o privados, han sido reconocidas. Hace apenas algunos años, el informe MacBride sostuvo que: "La búsqueda activa de los hechos de interés público es uno de los criterios por los que se juzgan las capacidades profesionales de un periodista: el periodista inquisitivo debe examinar las acciones de quienes tienen el poder y exponer todos los abusos o incompetencias. Su derecho a investigar la mala administración y la corrupción burocráticas tiene una importancia particular, porque es una de las pocas formas en que puede asegurarse que la ineficiencia y la deshonestidad no contaminen todo un sistema"<sup>1</sup>.

La lucha por darle fuerza legal al derecho a la información es relativamente reciente<sup>2</sup>. Ha sido una tarea sinuosa y complicada, debido a las resistencias de quienes ejercen el poder para ser escrutados por la sociedad civil. En un estudio sobre el sistema legal de acceso a la fuentes de información del gobierno de los Estados Unidos, efectuado en 1953, Harold L. Cross encontró que: "Los archivos de las oficinas del Ejecutivo son de hecho 'cuasi confidenciales', 'comunicaciones privilegiadas', que por lo común están fuera del alcance del público, de la prensa o de los tribunales, como si en verdad fueran los memoriales de un gobierno que administrara sus propios negocios, excepto cuando sus directivos, obrando en ejercicio de sus facultades amplias y punto menos que irrestrictas de índole discrecional, resuelven hacerlos públicos"<sup>3</sup>. Este ha sido el quid de la discusión: cómo obligar al Estado para que abra sus archivos al público. En Estados Unidos se ha logrado resolver este dilema con éxito, a raíz de la expedición de la Ley de Libertad de Información, que es de orden federal, la cual ha sido seguida por casi todos los estados de la unión americana, ampliando de esta manera el universo informativo susceptible de ser revisado. Lo mismo pasa en Canadá con el Acta de Acceso a la Información cuya estructura es muy similar a la estadounidense.

En América Latina, el camino para brindar una base legal al derecho de acceso a la información pública ha sido si-



*Los ciudadanos tienen el derecho de conocer cómo se manejan los asuntos públicos, el derecho de acceso a la información pública es una de sus garantías.*

Capitales 71, España

nuoso y complicado. Baste decir que hoy en día solo 7 países cuentan con previsiones constitucionales expresas que garantizan el derecho de acceso a la información: Brasil, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Paraguay, Perú y Ecuador. De ellos, el derecho de acceso se encuentra mejor protegido en la Constitución de Guatemala, cuyo artículo 30, a la letra dice: "Todos los actos de la administración son públicos. Los interesados tienen derecho a obtener, en cualquier tiempo, informes, copias, reproducciones y certificaciones que soliciten y la exhibición de los expedientes que deseen consultar, salvo que se trate de asuntos militares o diplomáticos de seguridad nacional, o de datos suministrados por particulares bajo garantía de confidencia".

#### **Carencia de leyes de reglamentación**

Si bien es verdad que las previsiones constitucionales de acceso a la información pública son el punto de partida, también lo es que las leyes reglamentarias representan el puerto de llegada para materializar este derecho. Y es en este terreno donde las cosas no caminan con fortuna en la región. Baste tan solo con señalar que únicamente Colombia cuen-

ta con una ley de acceso a la información pública (la Ley 57 de 1985) que dispone procedimientos, excepciones y sanciones a los funcionarios que se nieguen, sin causa justificada, a brindar información, llegando incluso a la destitución (artículo 25). En Argentina y Costa Rica, ante la falta de ley en la materia, el poder judicial funciona como garante del derecho a la información a través del juicio de amparo, circunstancia que es mejor que nada, aunque hace complejo el ejercicio del derecho a la información del público y poco práctico el quehacer periodístico.

En otros países, el derecho de acceso a la información en poder de las entidades públicas se ha reducido a enunciados normativos de naturaleza retórica en cuanto no establecen procedimientos ni sanciones a la conducta contraria a la establecida como debida, la de informar. Así, por ejemplo, el artículo 39 de la Ley del Ejercicio Profesional del Periodista de Ecuador establece que "Con las limitaciones establecidas en esta ley, los periodistas profesionales tendrán libre acceso a las fuentes autorizadas de información, para lo cual todos los organismos del Estado, las entidades privadas con finalidad social o pública y las personas privadas, les prestarán la ayuda legal que fuere ne-

cesaria". En este caso no se precisa en qué consiste la "ayuda legal", ni tampoco cómo las entidades privadas pueden contribuir a brindar información sin que tal acción pueda vulnerar el derecho a la privacidad de ellas mismas.

En México también se puede advertir otro caso de deficiente técnica legislativa que nulifica el derecho a la información. En efecto, el artículo 33 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo de México dispone que: "Los interesados en un procedimiento administrativo tendrán derecho de conocer, en cualquier momento, el estado de su tramitación, recabando la oportuna información en las oficinas correspondientes, salvo cuando contengan información sobre la defensa y seguridad nacional, sean relativos a materias protegidas por el secreto comercial o industrial, en los que el interesado no sea titular o causahabiente, o se trate de asuntos en que exista disposición legal que lo prohíba". El problema es que la propia ley no establece medidas disciplinarias para los servidores públicos que se nieguen a entregar información, ni tampoco introduce plazos para recibir datos e informes.

Las salidas no se ven fáciles; antes, bien complicadas. Existen razones que

explican, empero, este escenario. De entrada, cabe decir que el periodismo de investigación tiene como ejes legales de éxito la preexistencia de leyes de acceso a la información pública y de la juricidad del secreto profesional del periodista. El reto que hay que resolver pasa por cuatro premisas: a) es necesario involucrar más a los periodistas en el conocimiento del marco legal vigente y de las posibilidades que ofrece el derecho para maximizar el quehacer periodístico; b) se requiere profundizar los estudios de derecho comparado de la información y darles la debida difusión, de tal suerte que se pueda contar con una base argumental a favor de legislar sobre derecho de acceso a la información en América Latina; c) se necesita desarrollar programas académicos dirigidos a los periodistas, en lo particular, y a la sociedad, en general, que pongan de relieve las fortalezas y debilidades de los distintos sistemas legales en el ámbito de la información, y la conveniencia de fomentar reformas legales que ensanchen las libertades informativas y garanticen en la práctica el derecho a la información del público y d) Es menester que las escuelas y facultades de comunicación y derecho generen ámbitos de investigación en materia de de-

recho de la comunicación, creando grupos de análisis y recepción críticos que puedan orientar de manera informada el debate temático. De no desplegarse esfuerzos de manera simultánea en esas líneas de acción, las posibilidades de una reforma democrática regional del régimen jurídico de los medios serán prácticamente inexistentes en el futuro próximo. ●

#### BIBLIOGRAFÍA.

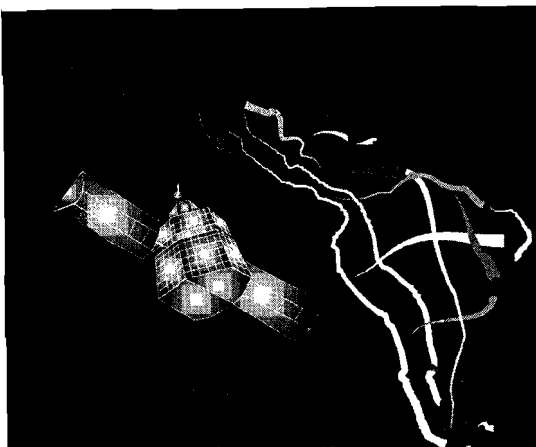
BUITRAGO López, Elker (1998), *Derecho de la comunicación*, Librería del Profesional. Bogotá.

VILLANUEVA, Ernesto (1998), *Derecho comparado de la información*, Universidad Iberoamericana-Cámara de Diputados. México.

----- (coordinador) (1998), *Temas fundamentales de derecho de la información en Iberoamérica*, UIA- Fragua, Madrid.

#### NOTAS

1. *Un solo mundo, voces múltiples* (1988), FCE, México, p. 193.
2. El antecedente más remoto del derecho a la información se localiza en la Carta Republicana de la Confederación Helvética de 1798, pero la doctrina suele señalar el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, de 1948, como la primera referencia internacional.
3. *The people's right to know*, pp. 140-215.



**américa latina en red**

**Tecnología para fortalecer el movimiento de radios populares, educativas y comunitarias en América Latina.**

Valladolid 479 y Madrid  
Casilla: 17-03-4639  
Quito, Ecuador.  
Tel.: (593-2) 524358  
Fax: (593-2) 503996  
E-mail: aler@aler.org.  
Página Electrónica:  
www.aler.org.ec



# ¿Patear el tablero o resistir?

*No es lo mismo ejercer periodismo de investigación en una ciudad pequeña que en una capital. No es lo mismo hacerlo en un diario que en TV. No es lo mismo trabajar para un medio familiar que para una corporación. No es lo mismo, definitivamente. En la mayoría de los medios, las dificultades para ejercerlo desmotivan... lo importante es resistir.*



Amorós/Porotto Star

"Periodismo de Investigación es difundir lo que alguien no quiere que se sepa. El resto es propaganda".  
Horacio Verbitsky, *Un mundo sin periodistas*.

**L**a primera vez que escuché una conferencia sobre periodismo de investigación, hace ya quince años, me sentí fascinada. El periodista-detective contaba historias increíbles, entre las que se mezclaban la necesidad de ponerlas en el tape y la intención de los poderosos por mantenerlas ocultas. Eso era lo que yo quería ser. Eso era lo que quería hacer.

Por ese entonces, trabajaba en el diario de Bahía Blanca, una mediana ciudad del interior de la provincia de Buenos Aires y convencida de que antes de pisar el terreno debía conocerlo, me tomé un tiempo bastante largo para leer, hacer cursos y tratar de aprender los secretos de esa maravillosa faceta del periodismo: la investigación. Pero no la de todos los

días, la de contrastar fuentes y obtener datos para ponerlos en un contexto, sino la que va más allá de la noticia diaria, la que trata de revelar asuntos que alguien quiere ocultar y que pueden exponerse gracias al trabajo documental, a la perseverancia y, a veces, al ingenio.

Comencé como empiezan casi todos, ocupándome de temas sociales, a los que autotitulé "investigativos", cayendo en el frecuente error de confundir "periodismo en profundidad" con periodismo de investigación. Pero las cosas no resultaron tan sencillas:

1. La empresa para la que trabajaba era propiedad de una familia (no una corporación con un directorio pluralista) y, por consiguiente, su política editorial incidía directamente en su política periodística cotidiana, por lo que algunos temas resultaban inabordables o con franca tendencia a que queden archivados en el directorio de la computadora.

2. El diario dependía del caudal publi-

citario para sobrevivir. Por lo que, también, ciertas temáticas, anunciadas de por medio, pasaban al olvido o a ser objeto de enfoques "más suaves".

3. La consecuencia más directa de 1) y 2) fue que se terminaba investigando a unos sí, y a otros no.

4. El problema de fuentes. En las grandes ciudades uno no conoce a la persona o grupo que está investigando. En una ciudad como la mía, de apenas 300.000 habitantes, es muy probable que uno termine investigando a conocidos, incluso familiares o amigos. Y como no hay excepciones, la mala persona termina siendo uno.

5. El acceso a la información. Desde el interior, casi todo se complica. En América Latina, la información suele es-

SANDRA CRUCIANELLI, argentina. Periodista investigadora, instructora en el Centro Latinoamericano de Periodismo, productora y directora de la unidad investigativa del programa semanal "De qué se Habla", del Canal 7 de Bahía Blanca.  
E-mail: [scruci@freenet.com.ar](mailto:scruci@freenet.com.ar)

tar centralizada en los órganos de gobierno (el control externo no existe). Sin fuentes ni contactos en las capitales, es muy difícil llegar a obtener información de primera mano. Y para tenerlos hay que estar allí, lo cual sale muy caro. Internet todavía no venció esa barrera, dado que nuestros países no suelen poner "lo que estamos buscando" en la red. Para investigaciones a nivel nacional los datos *on line* suelen ser jugosos, pero para las de nivel local o regional, son casi inexistentes. Pongo como ejemplo el de un frigorífico aparentemente en quiebra, radicado en Bahía Blanca, propiedad de una empresa paraguaya y que en estos días está dejando sin trabajo a casi 300 trabajadores. Los capitales se habían "volatilizado" y queríamos investigar a sus dueños y accionistas, pero la red no nos ayudó en casi nada y los únicos datos que obtuvimos solo fueron merced a la buena predisposición de un colega del diario ABC

**E**ste año, para poder poner en el aire al programa, debimos reducir la cantidad de integrantes de la unidad investigativa y optimizar los pocos recursos que teníamos. Las grandes empresas continúan negándose a auspiciar nuestro producto y las agencias de publicidad hacen *lobby* para que aquellas no publiciten en nuestro espacio porque, claro, no le garantizamos ni silencio ni complicidad a nadie.

*Color*, que vía *e-mail* nos remitió algunos datos, aunque sin documentar.

#### Del diario a la TV

Convencida de que era imposible ejercer esta especialización con condiciones tan poco favorables, me alejé del diario y comencé a trabajar en un canal de televisión hace tres años en el que, al menos, no tenía los obstáculos 1) y 2). La estación era (es) un medio cooperativo (los empleados son sus dueños) y recibía (recibe) muy poca publicidad oficial, por lo que las condiciones de independencia periodística, estaban aseguradas.

Por suerte, el pronóstico se cumplió y pude dar rienda suelta a mis ganas de investigar metiéndome en todo cuanto quise: evasión fiscal, violaciones a los derechos humanos, control del gasto público, etc. La receta no fue tan difícil. Formé una unidad investigativa con egresados de la escuela de periodismo, y pusimos en el aire decenas de trabajos en el marco de un programa semanal, titulado "De qué se Habla", de neto corte investigativo. Pero comenzaron a surgir otros problemas:

1. La escasez de recursos. Tenemos toda la libertad, pero es difícil solventar gastos mayores: contratación de personal para la revisión de archivos, pago de viáticos, viajes o gastos para el desenvolvimiento de la unidad.
2. En medio de un panorama favorable a medias, debimos agudizar todo nuestro ingenio, pero la suerte no nos ayudó. Muchos auspiciantes decidieron levantar las pautas publicitarias del programa y otros se resisten a ponerlas, ya que nadie quiere invertir en un programa periodístico donde corren el riesgo de ser denunciados. Nunca vendimos (ni venderemos) protección periodística y el costo de esa decisión política comenzó a hacerse sentir.
3. Los poderosos comenzaron a inquietarse. Nos empezaron a mirar de reojo. Ya no éramos ni simpáticos, ni agradables. Eramos y somos, simplemente, molestos.

#### ¿Patear el tablero o resistir?

La unidad investigativa del *Canal 7* de Bahía Blanca es la única que funciona en una región de casi 800.000 televidentes, en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires, y nuestro programa es el

único de periodismo de investigación en esa geografía.

Este año, para poder poner en el aire al programa, debimos reducir la cantidad de integrantes de la unidad investigativa y optimizar los pocos recursos que teníamos. Las grandes empresas continúan negándose a auspiciar nuestro producto y las agencias de publicidad hacen *lobby* para que aquellas no publiciten en nuestro espacio porque, claro, no le garantizamos ni silencio ni complicidad a nadie. Los escasos ingresos publicitarios que tenemos, apenas sirven para solventar los costos técnicos.

A veces pensamos, "tiene que haber una forma de generar un producto periodístico independiente en televisión, sin que haya que vender nuestra independencia", pero hasta ahora, no la hemos encontrado. Esa fórmula sigue siendo un misterio. Y por eso, los que estamos embarcados en el proyecto, lo hacemos sin llevarnos un peso en el bolsillo. Se dijo y se escribió:

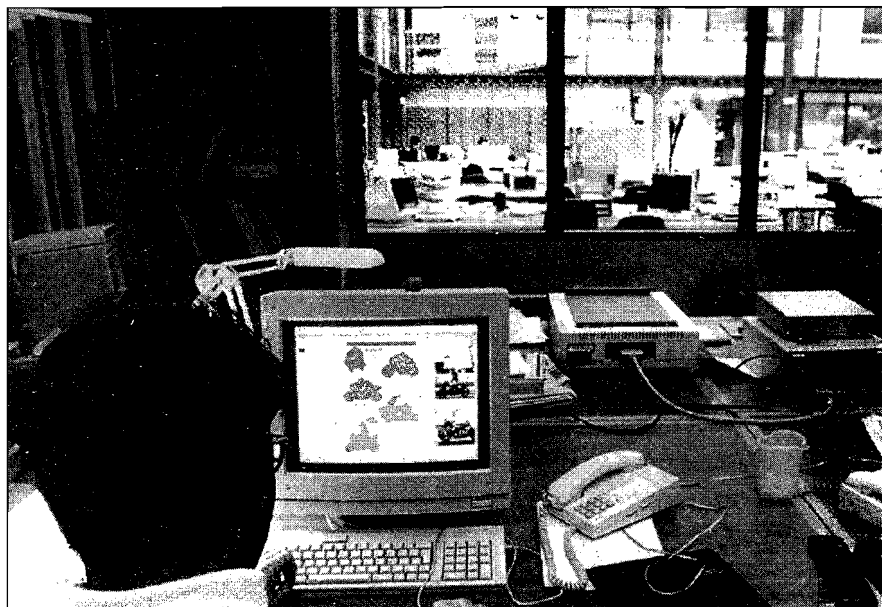
- La autosuficiencia económica de un medio es condición *sine qua non* de su autosuficiencia editorial
- La libertad basta, en sí misma, para poder poner un producto periodístico en el aire.

Estos dos enunciados del periodismo, tantas veces pronunciados, son falsos. Se cumplen a medias y, a veces, ni eso. La práctica y los tropezones que nos damos quienes estamos abocados a la, por momentos, dura tarea de investigar nos demuestran que son verdades relativas que caen del pedestal ante nuestros ojos todos los días. La realidad me demuestra cotidianamente que lo único que hacemos es resistir.

Lo peor del caso es que una parte de la audiencia para la que hacemos nuestro trabajo, desconoce tanto de nuestra profesión que llega a pensar, incluso, que los colegas que tienen los bolsillos llenos de dinero son "buenos periodistas". A veces, como conductora del grupo, siento ganas de patear el tablero, de abandonar todo y hasta de dedicarme a otra cosa.

Después, miro a mis tres pequeñas hijas a los ojos, tomo un poco de aire, me trago la amargura y siento de vuelta el envión, el que me da la pasión de la búsqueda de la verdad, la lucha contra lo injusto, la defensa del más débil y esa necesidad inexplicable de poner luz allí donde haya sombras. ■

# El periodismo investigativo en la era digital



*Redes, bases de datos, Internet y programas de cómputo están transformando el manejo de la información en las salas de redacción. En este contexto, es importante reflexionar no solo cómo se ha modificado la forma de hacer periodismo, sino la concepción misma del periodista como profesional de la información. Los avances de la tecnología están cambiando potencialmente a los usuarios de la información, quienes ya pueden obtenerla cuando deseen. ¿Qué ofrecemos, entonces, los periodistas? ¿Cuál será el servicio que la sociedad encuentre al consultarnos?*

**H**ablar de los cambios que ha vivido en años recientes la industria del periodismo, y que van más allá de computadoras conectadas en red o sofisticadas máquinas de diseño, es una tarea arriesgada. Los cambios suceden en forma cotidiana y a velocidad tal que aún no hemos podido asimilarlos por completo.

ALMA DELIA FUENTES, mexicana. Periodista, coordinadora de información y capacitación del Centro de Periodistas de Investigación.  
E-mail: red@dsi.com.mx

Las nuevas herramientas tecnológicas no solo han modificado las pautas tradicionales de recolección, sino también la redacción y lectura de noticias: mayor velocidad en los flujos de información genera una mayor presión sobre el periodista.

## El laberinto de la tecnología

Los periodistas debemos ser capaces de saber dónde y cómo buscar información con rapidez y bajos costos, realizar investigaciones complejas a través de bases de datos, trabajar con estadísticas, analizar datos y utilizar ese análisis para

conseguir historias de alto nivel con un contexto más profundo.

Esta necesidad nos orilla a una intensa relación con las redes y los bancos de datos. International Network of Computers (Internet) es una de las principales herramientas en la conducción de información a nivel mundial, gracias a que permite la búsqueda, obtención y transferencia de grandes cantidades de información. Desarrollar con destreza métodos para usar eficientemente esta tecnología es indispensable para afrontar el reto de los cambios y sus implicaciones.

Lamentablemente, la formación académica de los periodistas no ha logrado evolucionar a la misma velocidad que los instrumentos del oficio, por lo que muchos se han quedado en el laberinto de una tecnología disparada sin control hacia el futuro. De acuerdo con Gabriel García Márquez, los periodistas deberían estar preparados para dominar las nuevas técnicas y, sin embargo, "salen llevados a rastras por ellas, sin los mecanismos de participación que fortalecían el espíritu en el pasado y sin tiempo ni ánimos para pensar y seguir aprendiendo el oficio".

### Reinventar el periodismo

Ahora que en los medios está cambiando el manejo de la información y el uso que se da a la tecnología, han surgido nuevos trabajos dentro y fuera de la redacción. Aquellos que aún se resisten a las nuevas formas de hacer periodismo, deberán modificar su actitud, afrontar los cambios, y aprovechar los recursos en su favor, desarrollando sistemas y métodos técnicos para desempeñar sus trabajos.

De igual forma, es importante reflexionar sobre las reacciones que hasta el momento han causado estas tecnologías sobre la identidad colectiva o individual del periodista, así como los efectos a largo plazo de estos cambios en las formas de comunicación: ¿reemplazarán a los medios tradicionales, los cambiarán o simplemente coexistirán con ellos?, la pregunta está en las redacciones, y la respuesta en la creatividad y responsabilidad de los periodistas.

A nivel individual, convertirse en una persona familiarizada con la tecnología conlleva más que un moderno nivel académico. La transición trae consigo un cambio en el modo en que se aborda el periodismo y los tipos de información. Para competir pues, los periodistas necesitan nuevos conocimientos prácticos, capacitación en la búsqueda de información de interés público, uso constante de nuevas herramientas electrónicas y especialización. Aumentar el número de lectores con un periodismo de calidad, mantener a la gente lozana y con energía?

Hay muchos periodistas que intentan aplicar nuevas tecnologías en sus investigaciones, pero que no están capacitados o lo suficientemente motivados para

aprenderlo. Otros, simplemente están demasiado ocupados con sus responsabilidades cotidianas como para aprender un poco de computadoras. Pueden, quieren y deben, pero...

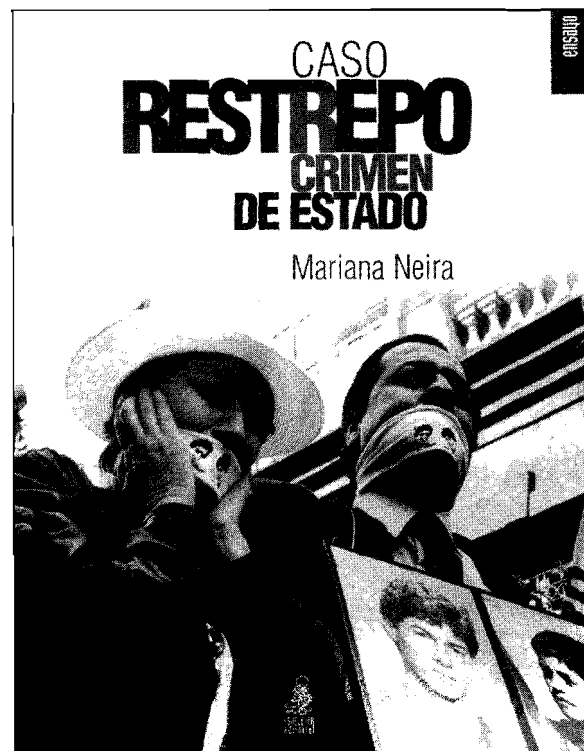
Los servicios en línea afectan la forma narrativa de las noticias, los nuevos medios y fuentes cambian las relaciones entre el escritor y los temas sobre los que escribe, pues es clara la tendencia que busca que los mensajes sean más condensados, pequeños y menos redundantes.

El papel de los medios en las sociedades cambia, y la forma en que los periodistas utilicen los servicios electrónicos tiene un impacto social, político y cultural. Algunos medios no han tomado medidas que enfrenten estos retos, en donde ahora los receptores son más exigentes y demandantes, lo que obliga a una reinvención del periodismo, que ya no puede limitarse a la mera descripción o consignación de los hechos. La competencia ya no está en las noticias, la competencia está en la forma de contar las historias.

En los últimos años, una considerable cantidad de medios de información han invertido grandes sumas en tecnología; sin embargo, ha sido muy poca la inversión en la capacitación del personal que no pertenece a los departamentos técnicos. La capacitación al personal de redacción no solo trae beneficio a aquellos profesionales que pasan sus carreras activas perfeccionándose, sino que ayuda al medio a convertirse en el mejor.

Si asumimos que "periodista no es aquel que pregunta, sino aquel que tiene el sagrado derecho de preguntar, de preguntarle a quien sea lo que sea... el poder del periodista no está basado en el derecho a preguntar, sino en el derecho a exigir respuestas"<sup>3</sup>, entonces estas tecnologías de fin de siglo son magníficos aliados en la búsqueda de preguntas ciertas que acerquen al lector a una realidad tangible, basada en datos y hechos, no solo en rumores.

La dificultad para los periodistas es que las reglas de juego están cambiando por completo. La gratuidad de la información y la posibilidad de cualquiera para



*El 8 de enero de 1988 desaparecieron los hermanos Santiago y Andrés Restrepo Arismendi. Gracias a una denodada y dolorosa lucha de sus padres, durante una década, se estableció que fue un crimen del Estado ecuatoriano, en el gobierno de León Febres-Cordero. Este libro, de la periodista ecuatoriana Mariana Neira, recoge una investigación seria y rigurosa al respecto.*

acceder directamente a las fuentes cuestionan el modelo habitual.

**Fuentes electrónicas**

Lejos de ser un enemigo por vencer, las tecnologías deben aplicarse en beneficio de la sociedad, innovando el mercado e impidiendo que la mercadotecnia de la información inmediata esté por encima incluso de los hechos comprobables.

Ahora los periodistas debemos aprender a comunicarnos empleando un medio constantemente maleable e interactivo, como Internet. Muchas publicaciones que redujeron personal en años recientes -a medida que disminuía la publicidad y subían los costos de producción- ahora crecen nuevamente para poder sacar una versión electrónica de calidad, así que son los nuevos periodistas digitales los que se dedican a preparar y enviar diarios y revistas por la red.

**D**e poco sirve que los recursos estén al alcance de la mano si no son aprovechados. Internet, por ejemplo, incrementa su potencial informativo cada minuto; sin embargo, si los periodistas no aplicamos técnicas adecuadas al hacer búsquedas, la experiencia puede ser frustrante. Estas nuevas herramientas no son la panacea que convertirá en buen periodista a cualquiera. El oficio, la vocación y el olfato siguen siendo las mejores herramientas para el periodista.

En este contexto, debemos aprovechar las oportunidades que se inauguran, exhortar a los poderes públicos a permitir el acceso a la información, emplear la computadora, Internet, hojas de cálculo, para realizar mejor el trabajo periodístico. Porque si hay una amenaza para el periodismo, no debemos buscarla en los nuevos medios en línea, sino en el periodismo burocrático que se ha practicado en el mundo durante años.

“Escribir para otros periodistas o para agradar al jefe de redacción o editor han llevado a que la prensa escrita, sobre todo en América Latina, atraviese una crisis preocupante. Imaginación, creatividad y audacia han dado paso a la pereza, la repetición y la transcripción mecánica de los boletines de prensa. Las historias son siempre las mismas”<sup>4</sup>.

Es importante dejar a un lado la “tecnofobia”; aquellos que se niegan a aprender los avances de la informática porque a primera vista resultan complejos, costosos y requieren una gran inversión de tiempo, deben replantear sus mitos y verdades.

Las fuentes electrónicas son una ayuda increíble, no solo por su velocidad de respuesta, sino por la precisión y amplitud de información que brindan, convirtiéndose en la vía más corta y certera para iniciar una buena investigación. El acceso a información electrónica posibilita respaldo contextual y ayuda a despersonalizar la información.

El periodismo tiene el reto de construir historias que contengan datos, un buen texto, una buena investigación, pues sin duda, los recursos actuales son solo el principio de una intensa circulación e interacción informativa entre los seres humanos. Ha llegado el momento en que los periodistas trabajemos con sentido de equipo, con intercambio de información y comunicaciones, para una mejor coordinación y para concluir un trabajo con más capacidad de acceso y procesamiento de información.

**Periodismo investigativo**

Los periodistas que consideran un desatino y una misión imposible investigar sin tener entrevistas concertadas, resúmenes de prensa, informes impresos, son los que abren el camino a los nuevos periodistas de investigación.

Por encima de las limitaciones intrín-

secas, al periodista de investigación le toca comprender que, por empinada y lisa que parezca una pared, siempre hay pequeñas grietas o fisuras que permiten organizar, con entrenamiento y consulta a fuentes alternas de información, una investigación. Investigar, para muchos periodistas, constituye un proceso mucho más excitante e interesante que la noticia misma. La historia que está detrás de la noticia se convierte en el pulso directo de lo adecuado o no de nuestros métodos.

Es clara la imposibilidad de que todos los egresados de las carreras de periodismo y comunicación pretendan convertirse en estrellas del periodismo de investigación, pero es muy importante que cada vez sean más los que se adentren en el universo de las tecnologías, de modo que “si bien no tendremos un mayor número de investigadores, sí que lograremos que la calidad informativa media... salga del tercermundismo coyuntural en el que reside actualmente”<sup>5</sup>.

Muchas veces los periodistas se quedan con una historia a medias por falta de datos y de fuentes para conseguirlos; otras, tan solo arañan la realidad del tema, debido a la imposibilidad de profundizar en lo que realmente llevaría a conclusiones “noticiales”.

Con determinados programas de cómputo que cualquiera puede manejar, y con la destreza suficiente para conseguir la materia prima -los datos en bruto-, tiene las herramientas necesarias para procesarla. Actualmente, un periodista puede escribir un antecedente detallado sobre un candidato, incluyendo no solo su biografía, antecedentes familiares o trayectoria política, sino también citas de escritos, registro de votos, donativos a su campaña, etc., sin necesidad de funcionarios “amables” dispuestos a “filtrar” documentos. Las redes de cómputo permiten la entrada a un mundo de información, de fácil acceso y sin depender de “fuentes amigas”.

Además de contextualizar, los bancos de información nos permiten descubrir -gracias a la comparación de hechos- falacias, sofismas y todo tipo de información y antecedentes que serán benéficos para todos: el lector recibirá mejor información, el periodista tendrá la posibilidad de descubrir vetas de información y la sociedad podrá rescatar su memoria histórica, que le ayudará a crecer a la par de los acontecimientos.



Es importante destacar el cuidado que el periodista debe tener al consultar estas fuentes, entender su metodología, citarlas adecuadamente, corroborar los datos con fuentes personales o cotejar con otras bases. La desinformación, engaños, errores y mentiras no ocurrirán con menos frecuencia que antes en sistemas electrónicos.

En un mundo invadido por datos estadísticos, es muy fácil confundirse y tomar las cifras tal como las proporcionan los funcionarios públicos; sin embargo, es necesario ir un paso adelante y ofrecer un análisis de esos datos a los lectores. ¿Cómo afectan las cifras en el contexto real de cada individuo? Para hacer este tipo de análisis en forma ágil, debemos aprovechar la actual etapa de desarrollo tecnológico.

Brant Houston, director de Investigative Reporters and Editors, en Estados Unidos, asegura que si los periodistas "no prestamos atención a cómo obtener información electrónicamente, cómo acceder a ella, cómo analizarla y cómo diseminarla, vamos a estar en situación de ir hacia la superautopista de la comunicación a caballo"<sup>6</sup>. Todos los que opten por ser jinetes tradicionales en el camino de la información, tendrán que sufrir las consecuencias de no llegar a tiempo.

De poco sirve que los recursos estén al alcance de la mano si no son aprovechados. Internet, por ejemplo, incrementa su potencial informativo cada minuto; sin embargo, si los periodistas no aplicamos técnicas adecuadas al hacer búsquedas, la experiencia puede ser frustrante. Naturalmente, estas nuevas herramientas no son la panacea que convertirá en buen periodista a cualquiera que tenga acceso a redes de información. El oficio, la vocación y el olfato siguen siendo las mejores herramientas para cualquier periodista.

Muchos creen ciegamente que la tecnología de la época actual arrasará con las viejas formas de ejercer la profesión, sin tener en cuenta que está en nuestras manos escoger el camino adecuado, y decidir si lo creemos deseable para el futuro de nuestra sociedad o no.

A pesar de que desde los años sesenta la mayor parte de los periódicos comenzaron a introducir sistemas computarizados en ciertas áreas del proceso de producción periodística, los cambios en el proceso de construcción de la noti-



Capalera 72, España

Las redes de cómputo permiten la entrada a un mundo de información de fácil acceso y sin depender de "fuentes amigas".

cia son recientes, y muy rápidos. Debemos actualizarnos, pues el nivel de aceptación del cambio en el ser humano es mucho más lento que los desarrollos tecnológicos.

¿Cómo cambia el manejo de información, cuando el periodista tiene acceso inmediato a los antecedentes de la noticia de modo que pueda, en muchas ocasiones, corroborar o desmentir los datos presentados ante él? ¿En qué medida la desinformación del reportero desvirtúa la realidad y desinforma al lector? ¿Qué tan importante es el apoyo de notas o datos anteriormente publicados?

Mientras el periodista siga utilizando las computadoras como simples máquinas de escribir, y se deje llevar por las míticas prisas de la profesión, sin penetrar a fondo en las posibilidades que nos ofrece la nota diaria para investigar y buscar información, las opciones de consulta de datos serán ocupadas por otros que sí se atrevan a ir de la mano con los avances de la tecnología.

La tecnología no es el Frankenstein de fin de siglo, pero se puede convertir

en la mejor carta de desempleo si no nos actualizamos y nos decidimos a competir con seriedad y con el soporte de la historia. ♦

#### NOTAS

- 1 "Padece crisis ética el periodismo escrito", *Reforma*, D.F., México, 21 de marzo de 1995.
- 2 "O aprendemos primero y los derrotamos, o ellos aprenderán primero y nos derrotarán" Pat Stith, del *Raleigh News & Observer*.
- 3 Milan Kundera, *La Inmortalidad*; Ed. Tusquets, México, 1989, 412 p.
- 4 Alberto Arébalos, editor del servicio de noticias en español de la agencia *Reuters*, "¿Sobrevivirán las agencias noticiosas?", en *Revista Mexicana de la Comunicación*, México, D.F., año 10, no. 53, marzo/abril, 1998.
- 5 Pepe Rodríguez, *Periodismo de investigación: técnicas y estrategias*, Paidós, Papeles de Comunicación 7, Barcelona, España, 1994, 259 p.
- 6 Brant Houston, *Computer Assisted Reporting, a practical guide*, St. Martin's Press, New York, Estados Unidos, 1996, 286 p.

# México: el periodismo económico de investigación

*Escribir sobre la experiencia mexicana del periodismo de investigación (PI), en el ámbito de las finanzas y la economía, plantea tres problemas: la propia definición de PI, tener un panorama de la difusión del periodismo económico en México, y los problemas y retos de la práctica de este tipo de trabajo periodístico. El autor los analiza, ejemplifica y esboza algunas propuestas viables que permitirán superar las carencias y potenciar un necesario PI en el ámbito económico y financiero.*



**S**i quisiéramos resolver el primer problema, podríamos apoyarnos en la definición que, sobre el PI, desarrolló Gerardo Reyes, a saber: la indagación debe ser producto de la iniciativa del periodista y no un reporte de una investigación realizada por otra entidad (gubernamental, empresarial o privada); debe tener interés para el público; y deben existir personas interesadas en ocultar esos asuntos<sup>1</sup>.

**FRANCISCO VIDAL**, mexicano. Economista y periodista, coordinador de información en el Grupo de Información en Reproducción Elegida, A. C. y corresponsal en México de la revista venezolana de negocios *Gerente*.  
E-mail: vidalcp@df1.telnet.net.mx

Sin embargo, bien podría pensarse que el PI en el campo económico necesitaría apelar a los métodos de análisis desarrollados por las ciencias sociales, muy especialmente la economía. Debería reportar y verificar los hechos adoptando un método científico y la objetividad científica como principal herramienta de trabajo, por medio de la habilidad para la recopilación de datos, el uso de las herramientas de análisis de la ciencia, y la capacidad para la investigación disciplinada.

Esta última, es una concepción que se acerca más a lo que se conoce como periodismo de precisión<sup>2</sup>, y que podría ser más adecuada a las necesidades del

PI en el área de economía, finanzas y negocios.

En todo caso, más allá de la definición preferida, es una realidad cuya práctica, a pesar de la enorme necesidad de profundizar en el conocimiento de los hechos que se suscitan en el mundo de la economía, las finanzas y los negocios; es decir, a pesar de la urgencia de desarrollar un PI en la materia, se encuentra relegada en la mayoría de las redacciones de los medios de información, al menos en México.

Y esta realidad no deja de ser una paradoja, si uno se atiende al cada vez mayor interés de los propios medios de comunicación mexicanos, en la cobertura

de la información empresarial, de los mercados financieros y de la economía.

### La base

La cobertura sistemática, amplia y específica de la información económica en México afloró a partir de que la evolución de la economía se volvió un problema cotidiano de primer orden. Con la profunda crisis económica de 1982, quedaba claro que la expansión acelerada y sostenida que había vivido la economía mexicana en dos décadas estaba cancelada<sup>3</sup>, y que desde entonces el aparato productivo nacional entraba en un ciclo interminable de fracturas financieras<sup>4</sup>, de caída en los niveles de bienestar y de fuertes transformaciones en su estructura<sup>5</sup>.

Antes de la irrupción de la etapa de inestabilidad que todavía vive la economía mexicana, los asuntos de negocios -en especial las vicisitudes de las empresas- se ventilaban en algunas revistas, como *Expansión* que, fundada en 1966, todavía sobrevive. Pero hasta finales de los años 80 los temas económicos eran materia de consumo exclusivo de pequeñas elites políticas y económicas y, gracias a la crisis, se convirtió en asunto de interés para un núcleo más grande de la población.

La primera consecuencia de la generalización de los problemas económicos fue la aparición de la prensa especializada en materia de economía y finanzas. Los diarios *El Financiero* y *El Centenario* -este último ya desaparecido- se fundaron en 1981, y *El Economista* nació en 1988.

Adicionalmente, las secciones de Economía, Negocios y Finanzas se generalizaron o cobraron mayor importancia en los medios de la capital del país<sup>6</sup> y en los principales rotativos que circulan en los estados de la república.

Se extendieron también los comentaristas y analistas de temas económicos. Actualmente, existen dos decenas de columnistas de la prensa diaria que tienen una gran influencia sobre la toma de decisiones de empresarios, inversionistas y autoridades. Salvo excepciones -algunos se circunscriben a comentar información y realizar análisis-, la mayoría de los columnistas viven del rumor o chisme, siendo los intermediarios de las filtraciones.

Un eslabón más fue la aparición de

los medios especializados que ofrecen información en línea. Las agencias de noticias financieras internacionales han mantenido una presencia en México -*Reuters*, *AP-Dow Jones*, *Telerate*-, pero a partir de los años 90 fueron creados servicios de información -en español y con enfoque en las noticias mexicanas- orientados a satisfacer las necesidades de información de un mercado financiero local que cobraba cada vez más importancia.

Al nacimiento de *Infosel Financiero*, en 1990, se sumó después *Finsat* -filial del periódico *El Financiero*-, además de que la inglesa *Reuters* reforzó el trabajo de su equipo y los servicios locales y más tarde llegó al mercado local la oferta de la agencia estadounidense *Bloomberg*.

La necesidad de contar con información especializada sobre economía y finanzas se ha generalizado también a los medios electrónicos masivos. En la radio de la Ciudad de México es cada vez más frecuente escuchar programas dedicados a difundir este tipo de información. Existen por lo menos cinco programas diarios -de lunes a viernes- dedicados exclusivamente a informar y discutir tópicos económicos.

Aunque en la televisión no existe un grado similar de interés, es cada vez más frecuente que los noticieros incluyan una

sección permanente sobre finanzas o comentaristas especializados sobre economía y negocios.

Por si no bastara, la diseminación de Internet se plasma en la aparición de sitios -portales-, que también se dedican a la difusión y producción de servicios de información financiera, de económicos y de negocios con un enfoque local o regional (y en español)<sup>7</sup>.

Puede considerarse que -al menos teóricamente- esta diversificación de medios podría ser la base para la diseminación de la práctica del periodismo de investigación económica y financiera en México.

### La realidad

En muchos sentidos, los periodistas que cubren la economía se han enfrentado a una vorágine de hechos y han realizado esfuerzos meritorios para registrarlos, pero no es menos cierto que, sobre todo desde mediados de la década de los años 80, tuvieron que llegar a las redacciones los economistas u otros profesionales de las ciencias sociales, a impulsar la tarea de información en el ámbito de la economía<sup>8</sup>.

En aquel entonces, las escuelas de comunicación y los propios medios no habían logrado cuajar a un grupo de profesionales especializados en las materias



En esta década se han creado e incrementado varios servicios de internet sobre temas económicos para satisfacer las necesidades de información del mercado financiero mexicano que tiene cada vez más importancia.

de economía, negocios y finanzas. Lo más grave es que, hasta ahora, persiste esta ausencia en los programas de formación académica<sup>9</sup>.

Si fusionar el mundo de la ciencia económica con el de la comunicación ha sido difícil, resulta todavía más encontrar al periodista con el ánimo y las condiciones para que, producto de un esfuerzo largo y sistemático, reúna información, maneje un método adecuado y exponga las conclusiones fruto de una investigación. Esto no quiere decir que los medios de comunicación no hayan estado pendientes de los más importantes acontecimientos económicos y financieros, en los últimos años<sup>10</sup>.

Lo han logrado, algunas veces al punto de la saturación, pero en la mayoría de las ocasiones al amparo de la vieja práctica del seguimiento diario -lo que se conoce en México como la "nota de día"-, sin que prevalezca un plan de cobertura definido, a base de una rigurosa metodología de investigación y siguiendo la pista de los asuntos que tienen un importante impacto, aunque no sean parte de la agenda de interés de los políticos y los grupos influyentes, como los empresarios más poderosos. El PI en México se enfrenta también a los límites que establecen las condiciones de

trabajo que existen en la prensa mexicana.

No pueden descartarse los esfuerzos que se han realizado por crear áreas especializadas de investigación en los medios impresos -*Reforma*, *El Financiero*, *El Economista*, por mencionar algunos-, pero no es menos cierto que, hasta en estos casos, la ausencia de recursos y del tiempo que exige el trabajo sistemático de investigación, se enfrentan a la vorágine de la información cotidiana y de la necesidad de tener la "primicia". "Agobiados por la recesión económica y la competencia de la televisión -escribe Gerardo Reyes-, muchos periódicos de Estados Unidos ya no pueden darse el lujo de tener a un grupo de periodistas dedicados exclusivamente, durante varios meses, a recolectar información para una investigación de su propia cosecha"<sup>11</sup>.

Existe una situación similar en la prensa mexicana, con la diferencia de que, especialmente la prensa escrita y la radio, prefieren recurrir a los escritores de columnas para obtener información exclusiva y de impacto. La generalización de los columnistas -los "opinadores" profesionales- ha jugado un papel depredador en la prensa escrita. En la mayoría de los casos, las filtraciones de asuntos importantes se transmite por medio de los

columnistas, sin que medie otro criterio -más que el del escritor de la columna- para establecer la forma en que se vuelcan la información, las implicaciones éticas de su diseminación, la exactitud y profundidad de la misma. El trabajo de investigación queda condicionado a la capacidad individual de acceso a fuentes privilegiadas, independientemente de la exactitud o veracidad de las mismas.

Las agencias de relaciones públicas, a las que recurren cada vez más las empresas, las oficinas gubernamentales y las personalidades, son conocedoras del papel de los columnistas y por ello son uno de sus blancos preferidos en sus estrategias de comunicación.

La generalización del trabajo de las agencias de relaciones públicas podría facilitar -en teoría y en alguna medida- el trabajo de los periodistas de investigación, pero en la práctica cotidiana sirven para tratar de llenar los espacios de los medios masivos, con los temas y los puntos de vista que interesan a sus clientes.

Por si no bastaran estos problemas, no existe en el país un régimen reglamentado sobre difusión de la información y acceso a los archivos públicos. Es un hecho que la diseminación de información económica oficial ha mejorado en los últimos años -en buena medida la que

The screenshot shows a Netscape browser window displaying the website 'EL ECONOMISTA INTERNET'. The browser's address bar shows the URL 'http://www.economista.com.mx/'. The page layout includes a top navigation bar with menu items like 'File', 'Edit', 'View', 'Go', 'Bookmarks', 'Options', 'Directory', 'Window', and 'Help'. Below the browser interface, the website header reads 'EL ECONOMISTA INTERNET' and 'Hoy, Viernes 2'. A left sidebar lists 'SECCIONES' such as 'Valores y Dinero', 'Industria y Comercio', 'Política y Sociedad', 'Nuestro Tema Internacional', 'Columnas', 'Cartones', 'Foro Económico', 'Deportes', 'La Plaza', 'Suplementos', and 'Encuestas'. The main content area features a large image of a person's face and several text-based articles. One article is titled 'INICIAN ACCIONES LEGALES CONSEJEROS DEL IFE' and mentions 'Jesús Cantú pagó una fianza de 203,325 pesos para protegerse del fallo'. Another article is titled 'Cada quincena una encuesta diferente'. There is also an advertisement for 'El Palacio de Hierro' with the slogan 'SOY TOTALMENTE PALACIO'. The bottom of the page has a 'SERVICIOS' section and a 'ECONOFAST' logo.

influye directamente sobre las decisiones de los inversionistas<sup>12</sup>-, pero todavía existe información que se distribuye de manera discrecional o simplemente no se tiene acceso a ella.

Pero no solo es en el caso de las oficinas de gobierno, también las empresas privadas que por su naturaleza están bajo el escrutinio del público -especialmente las que cotizan sus acciones en las bolsas de valores- dosifican o niegan su información<sup>13</sup>.

Lo cierto es que hasta que no exista una legislación que no solo regule el acceso a la información, sino que también obligue a su disseminación en los casos pertinentes, el comunicador en general, y el periodista de investigación en particular, enfrentarán obstáculos adicionales para el desempeño de su trabajo.

Además, la falta de una mayor capacitación especializada, el trabajo a corto plazo, el excesivo peso de las columnas y la filtración profesional y manipulada de las noticias, son otros de los principales obstáculos que enfrentan los comunicadores para poder desarrollar el PI en el área de la economía, las finanzas y los negocios.

### Los retos

A pesar del desarrollo y disseminación del periodismo económico y financiero, el interés del público en la materia sigue siendo limitado, tal vez porque en algunos tópicos existe una verdadera saturación de información superficial y una ausencia notable de profundidad y análisis, tal vez por el retraso que vive el PI.

No es extraño, por ello, que el tiraje conjunto de los medios especializados en economía, que circulan en la capital del país -*El Financiero* y *El Economista*- sume solamente 163 mil ejemplares diarios, el 7.2% de la tirada total de los diarios que se publican en la Ciudad de México<sup>14</sup>.

Pero si en el futuro se trata de desarrollar la investigación periodística enfocada a la información económica, no sólo en un mayor volumen sino también con un amplio abanico de temas y opciones, tal vez sería necesario contar con ciertos requisitos previos:

**La capacitación.** No solo se trata de formar cada día mejores comunicadores, sino que además se apoyen en el uso de las nuevas tecnologías de manejo de datos y, por supuesto, que los currículos es-

colares incluyan la opción de especializar a los estudiantes, bien sea en lo que genéricamente podría llamarse "periodismo económico" o, más específicamente, en periodismo económico<sup>15</sup>, periodismo financiero<sup>16</sup> y periodismo de negocios<sup>17</sup>.

**Una nueva organización de las redacciones.** Si bien se ha optado por la creación de equipos de investigación especializados en los medios, no sería remoto que las necesidades de capacitación y del manejo de un volumen creciente de asuntos, llevara a la formación de áreas especializadas por sección o por temas. Al menos, este paso se ha dado -implícitamente- en los medios especializados en economía que tienen sus propias áreas de investigación.

**Reglas en la difusión de información.** Mucho ayudaría un esfuerzo por establecer reglas claras en materia de difusión de información por parte de los organismos gubernamentales y empresas privadas. El esfuerzo no es inocuo, si se considera que acceder a información pública suele ser apenas el primer paso pa-

ra el trabajo del periodista de investigación.

**Promoción de reglas de comportamiento ético.** Durante años se ha cuestionado -al menos en México- la ética de los profesionales de la información. Mucho ayudaría, no cabe duda, un estatuto creado y respetado por los propios periodistas. Pero esta exigencia debería ser extensiva a otras instancias que también intervienen en modular el flujo de información, como las empresas de relaciones públicas. Al menos estas instituciones también deberían pugnar por establecer una regulación de sus actividades, limitando y castigando las diferentes prácticas de manipulación y tergiversación de la información.

**Escándalo o diversidad.** Ante un contexto de frecuentes quebrantos económicos y de la entronización del delito en la actividad económica, es cada vez más común que los medios orienten su agenda a cubrir lo que, coloquialmente, podríamos calificar como escándalos financieros. Pese a los problemas que en-



ZAPATA



**P**ero lo que deberíamos preguntarnos es si esos temas están siendo tratados adecuadamente y si esta agenda es suficiente. Al menos, en el caso de la prensa escrita, el estancamiento o la caída de los lectores de periódicos -que son los medios en los que se ventilan con mayor frecuencia estos escándalos-, podría dar cuenta que es necesario abrir las coberturas hacia otros tópicos.

frenta el PI, es imposible hacer a un lado las revelaciones de los profesionales que se han dedicado a rastrear este tipo de asuntos<sup>18</sup>. Pero lo que deberíamos preguntarnos es si esos temas están siendo tratados adecuadamente y si esta agenda es suficiente. Al menos, en el caso de la prensa escrita, el estancamiento o la caída de los lectores de periódicos<sup>19</sup> -que son los medios en los que se ventilan con mayor frecuencia estos escándalos-, podría dar cuenta que es necesario abrir las coberturas hacia otros tópicos.

En última instancia, lo que el público puede estar pidiendo es un periodismo económico didáctico, que sea capaz de brindarle información útil en todos los campos de su vida cotidiana, donde podrían jugar un papel cada vez más relevante investigaciones sobre finanzas personales o economía doméstica. Asuntos que suelen despreciarse u olvidarse pues no tienen el mismo impacto -al menos

eso creemos algunos periodistas- que los escándalos financieros.

Finalmente, el mayor aporte del PI podría ser, no solamente revelar los que otros quieren ocultar, sino abrir temas de discusión y análisis que muchos no pueden ver o imaginar. ♦

#### NOTAS

- 1 Gerardo Reyes, *Periodismo de Investigación*, Editorial Trillas, México, 1996, p. 12.
- 2 Philip Meyer, *The New Precision Journalism*, Indiana University Press, Bloomington, 1992, y José Luis Dader, *Periodismo de Precisión*, Editorial Síntesis, Madrid, 1997.
- 3 Por ejemplo, entre 1982 y 1998 la tasa promedio de crecimiento de la economía fue de 2.1%, mientras que entre 1960 y 1981 fue de 7%, de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).
- 4 Sobresalen las devaluaciones del peso frente al dólar de 1982, 1985, 1987 y 1995.
- 5 Por mencionar algunas: la nacionalización de la banca, el ingreso de México al GATT, la venta de empresas públicas y de los bancos, el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, el auge del mercado de valores y de los mercados financieros locales, la quiebra del sistema bancario y la internacionalización de los más fuertes consorcios mexicanos.
- 6 Las secciones de finanzas más influyentes -de la prensa no especializada- son las de los diarios *Reforma* y *El Universal*.
- 7 Pueden mencionarse a *Infosel Olé* (del Grupo Reforma), *Prodigy* (de la empresa Teléfonos de México) y *Mexis* (de la firma Infoaces).
- 8 La situación prevalece hasta ahora. Por ejemplo, existen economistas trabajando en los diarios *El Universal*, *El Economista*, *El Financiero*, *La Crónica de Hoy* y *Reforma*, en la revista *Expansión*, en el servicio de información en línea *Infosel Financiero* y en el consorcio de radio Grupo Radio Centro.
- 9 Actualmente, la casa de consultoría financiera Bursamétrica y el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) ofrecen diplomados de periodismo económico.
- 10 Temas no han faltado en las últimas dos décadas, por mencionar algunos: la crisis económica que estalló en 1982, la nacionalización de la banca, el desplome bursátil de 1987, las negociaciones de la deuda externa, las vicisitudes de los mercados petroleros, las privatizaciones de las empresas públicas, las negociaciones para los tratados de libre comercio, la quiebra del sistema bancario privatizado,

el desarrollo de los negocios al amparo del influyentismo político.

- 11 Gerardo Reyes, op. cit., p. 26.
- 12 El INEGI, el Banco de México y la Secretaría de Hacienda tienen un calendario establecido para difundir información económica -diaria y de corto plazo- y de las finanzas públicas que se cumple con seriedad y que incluso puede consultarse directamente en Internet.
- 13 Por ejemplo, hasta hace algunos meses algunas empresas consideraban que los prospectos de oferta pública de sus acciones eran materiales confidenciales, pese a que la ley establece que son documentos sujetos a la disposición del público. Afortunadamente, ahora estos documentos pueden consultarse en las oficinas de la Bolsa Mexicana de Valores o en su sitio en Internet.
- 14 La información corresponde a 1997. *Medios Impresos*, no. 3, edición # 155, agosto de 1997. Por cierto, las encuestas sobre los hábitos de lectura reflejan una situación similar, pues el 7% de los lectores de periódicos tienen como sección favorita la de economía o negocios. Véase "Medios impresos: una especie en extinción", en *Reforma*, 10 de febrero de 1998.
- 15 Enfocado sobre todo al seguimiento de la información de las grandes variables económicas (lo que comúnmente se llama macroeconomía) y de la actividad industrial, comercial y de servicios.
- 16 Que tenga como núcleo la cobertura de la información en: las bolsas de valores, mercados de dinero, mercados cambiarios, mercados de físicos -comodities- y los mercados de derivados y futuros.
- 17 Orientado a la especialización en los temas que giran alrededor de las empresas: cotizaciones; colocaciones de acciones y bonos; fusiones, compras y alianzas; endeudamiento; problemas de la vida interna de las empresas.
- 18 En el caso de México, pueden mencionarse como contribuciones importantes las revelaciones sobre los negocios del hermano del ex presidente Carlos Salinas de Gortari, el favoritismo en la adjudicación de empresas públicas subastadas (incluyendo a los bancos) y las operaciones fraudulentas que llevaron a la quiebra de los bancos privados que, a la postre, tuvieron que ser rescatados por el gobierno.
- 19 El periódico *Reforma* ha elaborado durante varios años encuestas que revelan algunos de los hábitos de los consumidores frente a los medios de comunicación. Los lectores en 1998 confesaron que leían el periódico 3.4 días a la semana, pero en 1997 eran 3.9 días, y 4.2 días en 1994. Véase, "Cultura impresa: autosuperación y agonía", en *Reforma*, 11 de marzo de 1999, p. 8A.

# México: contar para cambiar.

## Jóvenes reporteros de investigación

*En uno de los momentos históricos más inciertos y revolucionarios de la historia mexicana, las áreas de investigación de los principales periódicos nacionales se están nutriendo de reporteros jóvenes con poca experiencia y mucha sed de cambio. Hastiados de un periodismo declarativo y vacuo, se han dado a la tarea de institucionalizar un espacio en los medios mexicanos para la narración de historias que dejen constancia del dolor y la angustia que ha traído consigo un siglo de autoritarismo, desidia y temor a cambiar.*



**E**n un país donde más de cuatro de cada diez habitantes viven en la pobreza y donde dos de cada diez se encuentran en la miseria, la necesidad de contar historias sociales no es acuciante, sino ineludible.

Dice Jonathan Kaufman, reportero de investigación de *The Boston Globe*, quien obtuvo el premio Pulitzer por una

ANTONIO RUIZ CAMACHO, mexicano. Estudió la licenciatura en Comunicación en la Universidad Iberoamericana, fue reportero cultural del periódico *Reforma*, actualmente pertenece al equipo de asuntos especiales de *El Financiero*.  
E-mail: aruizcam@datays.com.mx

serie de historias sobre racismo titulada "The Race Factor": "Hago este tipo de periodismo, en parte, porque considero que los periódicos deberían escribir sobre la gente que, de otra forma, no tendría voz. Si nosotros no vamos a escribir sobre los pobres o los que sufren alguna discriminación, ¿quién lo hará?"

La frase de Kaufman sirve perfectamente como declaración de principios para un número creciente de jóvenes reporteros mexicanos que actualmente integran las áreas de investigación en diferentes medios de comunicación nacionales.

¿Por qué? Un poco de historia y nú-

meros son un buen punto de partida para dar respuesta a esta pregunta. México es la décimoquinta economía mundial pero, en cuanto a la distribución de su riqueza, ocupa el puesto 82. El ingreso anual *per cápita* mexicano es de mil 700 dólares y el promedio de educación nacional es de tan solo seis años: apenas la instrucción primaria.

Arrastrado más por la inercia mundial que por un deseo exclusivamente propio, México ha acometido la senda de la democratización real -dejando atrás la nominal, con la que cuenta desde hace más de 70 años-, pero sus pasos han sido, hasta el momento, convulsos e inciertos.

El punto de no retorno en la realidad mexicana quedó marcado el primero de enero de 1994, con el levantamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional en el sureño estado de Chiapas. A lo largo de ese año, como consignó Alma Guillermoprieto en diferentes crónicas publicadas en *The New Yorker*, el país habría de darse cuenta de que iniciaba un tiempo inédito, en el que ya no valía "ninguna de las viejas reglas del juego".

### La convulsión y el compromiso

El 23 marzo de 1994 el candidato del oficialista Partido Revolucionario Institucional (PRI), Luis Donald Colosio, fue asesinado en Tijuana, al noroeste de la República. Seis meses después, José Francisco Ruiz Massieu, entonces secretario general del mismo partido -que ha gobernado al país, desde 1929, con dos diferentes nombres- también caía muerto a tiros a la puerta de un céntrico hotel de la capital del país.

Descontrolado, irritado y aferrado al pasado, el viejo sistema mexicano expresaba su furia y desesperación ante un cambio que debió venir mucho antes y que, en ese momento, le estallaba al país por todos los frentes.

Si bien los asesinatos políticos y la creciente proliferación del narcotráfico -tanto en las esferas oficiales como en las zonas más aisladas y paupérrimas del país- daban cuenta de la corrupción y la descomposición del sistema, la rebelión zapatista desenmascaró los sueños primermundistas que había alucinado buena parte de la población durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, y había dejado en claro que, antes que otra cosa, México es un país de enormes injusticias sociales y muchas asignaturas pendientes.

En ese momento, un buen número de jóvenes universitarios cursaba materias de periodismo y vivieron la convulsión zapatista y el derrumbamiento de sus sueños como una llamada de atención: la campanada que los llamaba a formar filas para acometer un nuevo compromiso.

El rompimiento de las cadenas y las mordazas en el periodismo mexicano había comenzado tiempo atrás, allá por los años 70, cuando luego de un complot fraguado desde la esfera gubernamental para desmantelar al entonces reputado y libertario diario *Excélsior*, Julio Scherer -el director derrocado- y su equipo forma-

ron la revista *Proceso*, a la cual el periodismo nacional debe ahora mucha de la libertad que tiene.

Al paso de los años, nuevos y agresivos medios se unieron, de una u otra forma, con estrategias y coberturas propias, a la lucha de *Proceso*. Tal fue el caso de *Unomásuno* -cuyo proyecto se desvirtuó con el tiempo y actualmente no es considerado una referencia-, *La Jornada*, *El Financiero* y *Reforma*, medios que han intentado -y lo siguen haciendo- mantener una línea editorial propia ajena a los intereses oficiales.

En las páginas de estos y otros medios del interior de la República -como casos conspicuos están *Zeta* en Baja California, *El Imparcial* en Sonora y el hoy extinto *Siglo 21* en Jalisco- los mexicanos comenzaron a conocer versiones diferentes de las cosas, artículos y notas que exhibían e intentaban articular la convulsión por la que atravesaba el país.

### Sangre nueva vs. vieja guardia

La complejidad de los temas que se trataban y la velocidad con la que ocurrían nuevos episodios del momento histórico que vivía México, comenzaron a demandar una cobertura distinta, más profunda y de mayor aliento. Ya contábamos con la libertad para decir las cosas; ahora necesitábamos que alguien las explicara y contara sus historias.

Un reducido pero consistente grupo de reporteros se dio a la tarea de saciar esa necesidad. Formados en las redacciones de antaño, con la cobertura de las guerrillas centroamericanas y la bipolaridad de la guerra fría, pero ya dispuestos a iniciar un cambio, estos periodistas brillaron por la frescura y agresividad con que cubrían asignaciones como el narcotráfico, la guerrilla o los asesinatos políticos, y las presentaban en atractivas historias.

Pronto escalaron peldaños al interior de las redacciones y, aunque muchos de ellos estaban dispuestos a reportear y editar a un tiempo, la necesidad de plumas que reforzaran su propuesta editorial se hizo evidente. Esta necesidad de sangre nueva coincidió con el egreso de universidades de jóvenes ávidos de contar las historias de quienes más sufrían en el país y cuya verdad era indispensable poner en papel.

No todos los reporteros jóvenes mexicanos, sin embargo, comparten esta



*Exhaustiva investigación de los periodistas argentinos Gabriel Pasquini y Eduardo de Miguel sobre las complejas relaciones de las drogas con la política y la economía, en Argentina y el mundo.*

idea. La inercia de los medios nacionales es muy fuerte y, aunque los avances han sido notables, aún no es posible hablar de un cambio institucional.

En la prensa mexicana sigue privilegiándose la declaración y la estridencia por encima de la profundidad, el análisis y la historia. Pocos reporteros -de poca y mucha edad- hechos a la usanza de la "vieja guardia" y los editores que comparten su ideario, apuestan por la investigación de largo aliento y la búsqueda de un estilo narrativo-periodístico. Ejemplo de ello es que, en la actualidad, la abrumadora mayoría de los reporteros que integran áreas de investigación o asuntos especiales -espacios comúnmente asignados a reporteros de amplia experiencia

profesional y académica en redacciones estadounidenses o europeas- son jóvenes, en edad y en experiencia.

### El deseo del cambio

Claudia Fernández se integró al equipo de asuntos especiales de *El Financiero* en 1994; entonces rondaba los 25 años. Tras un paso fugaz por la nota diaria y la redacción de reportajes semanales para la edición en inglés del periódico, comenzó a hacer investigaciones relacionadas con la banca y la televisión mexicana.

Actualmente está por concluir un libro sobre la vida de Emilio "El Tigre" Azcárraga, una investigación inédita en México por su profundidad y aliento. Tras una temporada en *El Financiero*, Claudia estudió una maestría en Periodismo en la Universidad del Sur de California y, a su regreso a México, echó a andar la sección de asuntos especiales en el ajejo diario *El Universal*.

"Había todo por hacer y mucho de lo que logramos fue por ímpetu mío, no por una apuesta institucional del diario", recuerda Fernández. Sin embargo, sus logros no fueron pocos. "El día que vi una foto enorme en la parte superior de la portada del periódico que anunciaba un reportaje sobre sida en México, pensé: este periódico sí quiere cambiar".

Los reportajes han llegado a las portadas no solo de *El Universal*, sino también de *El Financiero* y *Reforma*, y muchos de sus autores son jóvenes como Claudia. Es el caso de Tzinia Chellet, quien llegó al área de investigación de *El Universal* cuando rondaba los 23 años. Si bien ha podido realizar algunos reportajes sobre pobreza, agricultura y salud, sabe que el espacio para estos temas no está garantizado, está consciente de las inercias del periodismo mexicano y sabe que el cambio aún no es inminente.

Los editores de la vieja guardia, dice Tzinia, "no creen en las investigaciones de largo alcance, por aquello de la 'inmediatez de la información'". Son tantos los problemas por los que atraviesa México, que describirlos tomaría un libro entero. Los medios solo reflejan someramente los síntomas que presenta el agonizante cuerpo del país.

"En mi corta experiencia, continúa, quienes hemos entrado recientemente a los medios atravesamos una etapa de desazón respecto al manejo informativo,

a los mitos y timos del periodismo, a enfrentarnos con las inercias, los vicios y manipulaciones que seguramente fueron establecidos antes de que nuestros jefes de información nacieran ¿Será acaso la inexperiencia de la juventud o nuestro ímpulso por lo que nos surge la motivación por investigar las situaciones a fondo, por creer en los 'reportajes' sin etiquetas? ¿Será, acaso, que estamos cansados de ver lo mismo desde que nacimos y queremos cambiar las cosas o, al menos, contarlas desde un ángulo distinto?".

### La demanda que avasalla

Alejandro Suverza tiene una idea similar a la de Tzinia. Con 30 años y la licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la UNAM, se ha dedicado a recorrer las zonas más aisladas y marginadas del país, como parte de su trabajo en el área de asuntos especiales de *El Financiero*. Desgarradoras y extenuantes, las historias que Suverza ha publicado van desde la vida de los indios Tarahumaras en cuevas y los conflictos caciquiles en arruinados poblados de Yucatán, hasta la falta de expectativas de jóvenes drogadictos e indigentes del centro de la ciudad de México.

El número de historias de injusticia, desesperanza y conflicto que necesitan ser contadas en México es tal que, en muchos casos, los reporteros de las áreas de investigación en realidad escriben simples reportajes y no historias de largo aliento. No se dan abasto. La causa, en un buen número de ocasiones, es que las secciones cotidianas de los medios no cuentan con la estructura -y a veces, tampoco, la intención- para ir a fondo en los temas que abordan.

Así, en el área de investigación de *Reforma* -el más reciente y revolucionario de los periódicos mexicanos-, jóvenes reporteros como Linaloe Flores, Amparo Trejo y Guillermo Osorno se han dado a la tarea de narrar la historia de las mujeres que trabajan en las maquiladoras del norte del país, los fuertes dispositivos de seguridad con que viven los adolescentes hijos de la clase privilegiada y el futuro de algunos de los barrios más tradicionales y problemáticos de la ciudad de México.

En *El Financiero* sucede algo similar. Los temas que cubren los reporteros van desde el fenómeno de la migración hacia los Estados Unidos, las madres solas, el

futuro del derecho a la información en México, a la pobreza en el sur del país y la corrupción al interior de los cuerpos policiales.

### La juventud como herramienta

En muchos casos, los reporteros van a tientas y rápido en sus investigaciones, guiados más por el instinto que por la experiencia. Tienen ganas de narrar historias -no únicamente de dar información- y necesidad por deconstruir y explicar un país que, casi a diario, nadie logra entender. Su juventud -el idealismo y la desesperanza que ello implica- es su herramienta y característica principal, y eso es lo que los mueve.

Más allá de las limitaciones informativas, la intención de muchos reporteros jóvenes que integran áreas de investigación no es "dar golpes espectaculares". Su interés se centra en ir al origen de los problemas sociales, económicos y políticos nacionales y a las consecuencias cotidianas de quienes los están sufriendo: la población, la gente que, como dice Kaufman, no tiene más voz que la nuestra.

## LOS DESAFÍOS DEL PERIODISMO INVESTIGATIVO

Cuando acepté redactar estas líneas dije que solo podría escribir de lo que conozco. Tengo 26 años, apenas tres en el medio periodístico profesional y pertenezco al equipo de asuntos especiales de *El Financiero*. Como muchos de mis compañeros de área y de generación, estoy cansado de leer simples declaraciones y frases vanas en los diarios; palabras que llenan el espacio para llegar a ninguna parte.

Si México necesita algo en sus medios, en este momento, es la consignación real -no declaratoria- del producto de un siglo de autoritarismo, desidia y temor al cambio. En las historias que escribimos, en las postales que intentamos retratar con mediana destreza, los jóvenes reporteros comprometidos con la narración queremos dejar constancia de lo que, desde el despotismo de autoridad, los círculos del poder y los ciudadanos comunes -encerrados en su drama particular-, no ven o no quieren ver.

En charlas con otros jóvenes reporteros y como producto de lo que he escu-

chado en los pasillos de varias redacciones mexicanas, me he dado cuenta de que a las áreas de investigación se les echa en cara no "dar golpes espectaculares" -"a ver, ¿cuándo van a descubrir quién mató a Colosio?", he oído reprochar tanto en *Reforma* como en *El Financiero*- ni "tirar" a ningún funcionario público.

Claudia Fernández ha escuchado los mismos alegatos y en respuesta a ello aclara que, en principio, el acceso a la información en México es significativamente más restringido que en Estados Unidos, donde los equipos de investigación de los diarios se caracterizan por revelar datos impresionantes que convulsionan a la sociedad.

### El cambio generacional

Más allá de las limitaciones informativas, la intención de muchos reporteros jóvenes que integran áreas de investigación no es "dar golpes espectaculares", respuestas a casos escandalosos que no son más que consecuencias de la des-

composición y polarización egoísta de un país. Su interés se centra en ir al origen de los problemas sociales, económicos y políticos nacionales y a las consecuencias cotidianas de quienes los están sufriendo: la población, la gente que, como dice Kaufman, no tiene más voz que la nuestra.

Los espacios que se han abierto son importantes, pero los cambios que sufre el país diariamente dejan poco tiempo a los editores y propietarios de los medios para analizar el futuro y la dirección que quieren dar a las áreas de investigación. Hay mucha anarquía y malabarismo en el trabajo cotidiano de estas secciones, aún más que las que le son inherentes al periodismo en sí mismo.

Claudia considera que ya no hay punto de retorno, la investigación y el reportaje han llegado al periodismo mexicano para quedarse. Sin embargo, su institucionalización aún no está cerca y todo parece indicar que solamente un cambio generacional en las cúpulas de los medios logrará consumarla. ■



## ECUADOR Debate

Publicación cuatrimestral  
del Centro Andino de  
Acción Popular

No. 47

Agosto de 1999

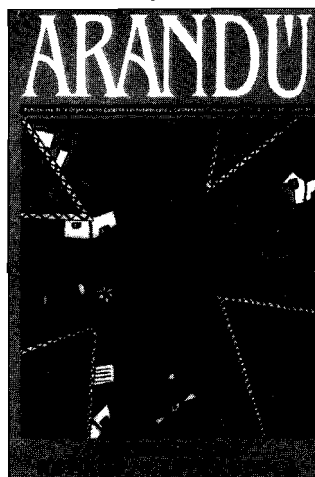
### INTEGRACION ANDINA

Suscripción anual, 3 números: exterior US\$ 24,  
Ecuador S/. 85.000,00  
Ejemplar suelto: exterior US\$ 9, Ecuador S/. 30.000,00

Diego Martín de Utreras 733 y Selva Alegre.  
Fax: (593-2) 568 452 Apartado aéreo 17-15-173 B.  
Quito - Ecuador  
E-mail: caap1@caap.org.ec

Ahora la comunicación tiene un  
nombre:

*Arandú*



Revista  
especializada en  
temas vigentes de  
la comunicación,  
la educación,  
el desarrollo,  
la iglesia  
y mucho más...

USD 10 + envío

PUBLICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES INTERNACIONALES CATÓLICAS  
DE COMUNICACIÓN OCIC-AL, UCLAP Y UNDA-AL

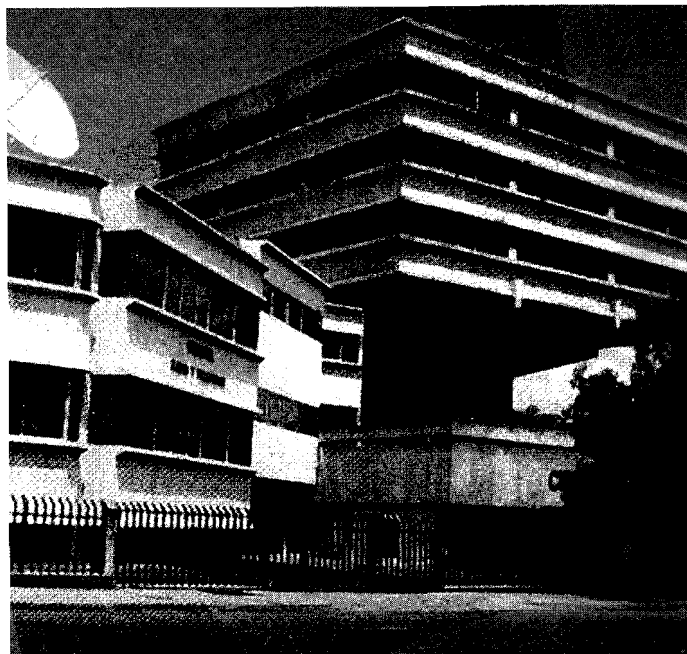
Casilla Postal 17-21-17B Quito Ecuador E-mail: scc@uio.satnet.net  
www.oicc-al.org



# CIESPAL: 40 años de aporte

**P**arís, 1955. La Conferencia General de la UNESCO encarga, a su Secretario General, estudiar la posibilidad de crear centros para el desarrollo del periodismo. Octubre 15, 1957. Con ese propósito se crea el primer centro autónomo, adscrito a la Universidad de Estrasburgo, para Europa y África. Octubre 9, 1959. Gracias a una iniciativa de la Universidad Central del Ecuador y a un convenio tripartito entre esta, el gobierno ecuatoriano y la UNESCO se crea, en Quito, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina, con el objetivo, entre otros, de cerrar la brecha entre el conocimiento práctico del periodista y su desvinculación con el conocimiento teórico y académico. A mediados de los años 70, y en respuesta a los crecientes requerimientos del desarrollo y a los nuevos enfoques comunicacionales, se reemplaza el término Periodismo por el de Comunicación, aunque se mantiene la sigla.

En estos 40 años, la misión del CIESPAL se ha concretado en centenares de actividades -que han creado escuela- en torno a la investigación de la comunicación (actividad pionera y fermental en América Latina), la formación profesional (han sido capacitados cerca de 11.300 periodistas y comunicadores de 35 países, muchos de ellos se desempeñan actualmente en puestos directivos en medios, universidades y otras instituciones), la investigación y asesoría curricular (algunos planes de estudio para periodismo y comunicación fueron acogidos por muchas universidades de la región), la producción de materiales educativos impresos y audiovisuales (más de una veintena de series radiofónicas, spots de TV, algunos de estos con la técnica del dibujo animado), la documentación (ha recopilado alrededor de 21.000 títulos sobre comunicación), la producción bibliográfica (alrededor de 150 títulos publicados que testimonian su aporte y evolución teórica), el desarrollo de procesos de comunicación comunitaria y la publicación de la revista Chasqui (25 números en su primera época y 67 en la segunda) que se ha constituido en un importante espacio, con proyección extrarregional, para el debate y la difusión del pensamiento latinoamericano sobre comunicación.



Si bien algunos críticos ven la creación y primeros años del CIESPAL como un escenario para la difusión del funcionalismo norteamericano, en cuanto praxis hegemónica y estrategia política en el marco de la Guerra Fría, no es menos cierto que el centro se constituyó en un importante foro para el contrapunto enriquecedor y la inserción del pensamiento crítico en torno al periodismo y a la comunicación que, desde América Latina, se generaba y empezaba a adquirir fuerza y presencia en el concierto internacional. O, como se planteó en el Celacom'99, CIESPAL evolucionó de la "difusión de las ideas comunicacionales hegemónicas a la producción de matrices latinoamericanas".

En cualquier caso, es indudable que el Centro, en estas 4 décadas, ha jugado un papel importante en la evolución de la teoría y práctica comunicacionales de la región, y ha tenido

una insoslayable proyección internacional, baste recordar su protagonismo decidido en relación a la utopía de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación que aún anima a no pocos soñadores en el mundo.

Concordamos con Daniel Prieto Castillo -uno de los actores destacados en la historia del CIESPAL- en que "No hay nada peor que una labor comunicacional sin memoria de sí misma". Por eso, en esta edición de aniversario incluimos un dossier sobre **CIESPAL: 40 años de aporte**. Los 3 textos que

ha continuación se ofrecen fueron presentados en el Seminario "Génesis del pensamiento comunicacional latinoamericano: el protagonismo de las instituciones pioneras", realizado en mayo de 1999, en São Paulo, en el marco del Celacom'99 (Ciclo de Estudios sobre la Escuela Latinoamericana de la Comunicación), que organizó la Cátedra Unesco/Umesp de Comunicación para el Desarrollo Regional. Agradecemos a Jose Marques de Melo, director de la Cátedra, por permitirnos su publicación.

En estos textos hay un enfoque crítico, como debe ser. Chasqui los publica en concordancia con su incondicional espíritu pluralista y porque, creemos, la memoria es tanto más válida cuanto menos lisonjera, cuanto más autocrítica.

# Ciespal: el rescate de las voces del Sur



Archivo Chasqui

Uno de los tantos cursos internacionales realizados en la antigua sede del CIESPAL (Av. Amazonas, Quito), en julio de 1966

*A inicios de los años 70 ya se habían confirmado 3 líneas fundamentales de acción en el Ciespal: la capacitación de los periodistas latinoamericanos, desde los que cubrían deporte hasta los que divulgaban la ciencia; la concepción sociológica de la Comunicación Social, articulando las diferentes profesiones consagradas en el área; y la fundamentación de la investigación en América Latina, con el Ciespal como polo aglutinador de las metodologías y técnicas funcionalistas. La autora, gracias a su condición de becaria en esa época y de investigadora luego, hace un recorrido crítico sobre estas líneas de acción y sus implicaciones en el ámbito de la comunicación latinoamericana.*

**E**n relación a esas 3 líneas fundamentales de los años 70, los usuarios del Ciespal llevaban al Ecuador posiciones que se contraponían al proyecto, dirigido por el Norte, para "cualificar" a los comunicadores del Sur: la reproducción técnica de los modelos profesionales que reforzaban la dependencia informativa de los grandes monopolios localizados en el Norte. Des-

**CREMILDA MEDINA**, brasileña. Doctora en comunicación, investigadora y profesora titular de la Universidad de São Paulo. E-mail: medinase@usp.br

pués de discutir la cuestión técnica de la noticia, por ejemplo, se afirmaba un robusto movimiento que defendía aguerridamente el Nuevo Orden Informativo Internacional.

En cuanto al ámbito sociológico, ya había antecedentes de un intenso debate, a partir del pensamiento latinoamericano, que definitivamente asumían sus analistas. De estas comprensiones surgen, en el Ciespal, importantes contrapuntos tanto a la sociología de las comunicaciones de masas norteamericana, cuanto a la sociología crítica europea. Y,

en este sentido, se levantan, con cierta altivez contestataria, las voces del Sur.

De ahí que la investigación latinoamericana, en el polo del fermento que, sin duda, el Ciespal representó, y en los espacios institucionales (con el predominio de las universidades públicas de la región), se expande gradualmente. Al mismo tiempo, es necesario señalar la tremenda lucha por la sobrevivencia de las prácticas de investigación debido, por un lado, a las carencias de nuestras sociedades empobrecidas y, por otro, a los aparatos represores que no toleraban los

diagnósticos y pronósticos de los estudiosos latinoamericanos. Asimismo, el balance de la construcción teórica, de las prácticas profesionales y de las metodologías de investigación, muestra claramente, la fertilidad racional e intuitiva de las últimas tres décadas del siglo XX. Espacios tradicionales y nuevos focos de irradiación (algunas instituciones, universidades particulares y centros de investigación) proyectan al siglo XXI la pluralidad de contribuciones, impregnadas de angustia y creatividad frente a la crisis de paradigmas y de visión del mundo que a todos perturba en este fin de siglo.

### **La crítica al difusionismo**

La falsa dicotomía entre teoría y prácticas profesionales encontró en este escenario latinoamericano un campo fértil de debate. Si en el ámbito internacional de posguerra -años 50 y 60- la tónica de los foros incidía en la cualificación de los comunicadores, en particular de los periodistas que asumirían la información de actualidad en las sociedades emergentes, era imprevisible el rumbo que seguirían los nuevos espacios como el Ciespal, que se proponía fomentar el perfeccionamiento profesional en la región.

Esta preocupación surge en el contexto de la posguerra y el horizonte de la

política de estos centros alcanzaba a América Latina, Asia y África, que entonces estaba gestando sus independencias. Tales preocupaciones occidentales afloraban la inspiración, tanto europea cuanto norteamericana, de un difusionismo extendido al Sur o, en el lenguaje de la época, a los subdesarrollados. Al programar esta acción de "aliados" en la nueva geopolítica de la segunda mitad del siglo XX, los foros de la Unesco, por ejemplo, estaban movidos por superar un profesionalismo no preparado o disfuncional para el nuevo orden político de las áreas de influencia en la confrontación Norte-Sur, tan agudo como el que se definiría en la guerra fría Este-Oeste.

Luis Custódio da Silva, becario del Ciespal en los años 80, hizo un análisis de la experiencia ciespalina. Según él, la primera etapa del centro es nítidamente difusionista: se trata de trasladar al subcontinente la concepción de desarrollo del Primer Mundo. "A través de un aparato teórico-metodológico se desarrollaban entrenamientos e investigaciones dirigidas al contexto rural, donde la preocupación básica era la difusión de innovaciones tecnológicas, teniendo como principal teórico a Everett Rogers". Luis cita a otros autores como Lasswell, Lazarsfeld,

Schramn, Jacques Kayser<sup>1</sup>, que sustentaban tal aparato difusionista.

Esta primera fase, que ignoraba los debates de los años 60 -por ejemplo, las teorías de la marginalidad elaboradas por los economistas y sociólogos de la región- se agota en los albores de los años 70. Al comienzo de esta década, ya era perceptible que en los cursos, cuyo presupuesto era la descalificación técnica, se tropezaba con alumnos latinoamericanos con un relativo bagaje teórico, dominio de las técnicas periodísticas y de otras prácticas de Comunicación Social obtenidos en su formación universitaria, en muchos casos.

El Ciespal reúne, entonces, una generación inquieta desde el punto de vista de las prácticas profesionales. Los becarios, aunque no todos, asumían las discusiones en el aula y transformaban el programa, que estaba dirigido a comunicadores no preparados, en una rica interlocución de fuerzas del subcontinente. Un ejemplo fue el debate, con autorías que iniciaban producciones bibliográficas, sobre la sociología de la comunicación, metodologías y técnicas de investigación, líneas epistemológicas de un nuevo periodismo<sup>2</sup> o de otras mediaciones en el ámbito de las sociedades democráticas.



Archivo Chasqui

*El presidente de la República de aquel entonces (agosto de 1961) José María Velasco Ibarra, que fue 5 veces presidente del Ecuador, participa en un acto académico en el Ciespal.*

Se constataba, en ese y en otros momentos, el equívoco de un difusionismo ingenuo que atropella las competencias y las identidades de los grupos receptores de la extensión desarrollista. Era frecuente, en el Ciespal, la polémica calificada que los alumnos de América Latina hacían a un profesor de los Estados Unidos, de Europa o de la entonces Unión Soviética, principalmente aquellos que se proponían entrenar en las técnicas de la producción periodística. Algunos de esos becarios desarrollaban nuevas concepciones profesionales, investigaban líneas con fuerte acento sociológico y las aplicaban en la universidad como docentes. Los profesores invitados eliminaban los modelos registrados en manuales que hacían rígido el formato de la noticia, difundida por las agencias internacionales al final del siglo XIX. Y no se trataba de una exclusividad norteamericana, pues un curso de Michigan era similar al de Moscú o al del Instituto de Prensa en París, donde los profesores entrenaban periodistas africanos con la misma modalidad.

La valorización del contexto de la comunicación social permitió un enriquecimiento inevitable en el Ciespal: el de la sociología aplicada. Con esto, fue necesaria la inclusión de las metodologías de investigación en los programas académicos universitarios. Según Luís Costódio da Silva, "la mayor influencia ocurrió en los estudios de Periodismo Comparado, ampliamente difundidos en los cursos de Comunicación Social de todo el país (Brasil) a partir de las investigaciones desarrolladas por José Marques de Melo"<sup>3</sup>.

Mas, si el Norte difusionista persistía en la ilusión de un conocimiento aplicable al Sur latinoamericano, el del funcionalismo de primera generación, nuevamente sus brazos extensionistas se confrontarían con los habitantes del subcontinente y tendrían que oír sus gritos de rebeldía, por ejemplo, en lo que se refiere a la metodología epidérmica y cuantitativista que se introducía como parámetro de eficiencia absoluta. El diálogo conflictivo, tan bien expresado por Robert K. Merton<sup>4</sup>, entre la sociología norteamericana (estructural-funcionalismo) y la sociología crítica europea (con énfasis en la Escuela de Franckfurt), en la primera mitad del siglo XX, recibe otra tonalidad en el Ciespal: se transfiere a la oposición Norte-Sur y, principalmente, asume los contornos

identitarios de los sujetos de los cursos, los comunicadores latinoamericanos. De objetos de perfeccionamiento se legitiman como sujetos de investigación, autores de la producción bibliográfica y docentes motivadores de prácticas de cambio en la Comunicación Social de la región.

La producción bibliográfica de autoría latinoamericana se expandirá a través de los años 80 y 90, en contextos siempre adversos como los de la dictadura y de la pobreza. No se puede olvidar que el Ciespal, en cuanto foco de producción y documentación, representó un animador acumulativo, sobre todo con el incremento de una colección de obras producidas en la región y sustentada por los recursos de la Fundación Frederick Ebert<sup>5</sup>. Pero, en la confluencia con otros focos como el de la ECA, en Brasil, los autores, los métodos de investigar y la pragmática profesional tienden a pluralizarse. La temática del desarrollo se desdobra velozmente en estudios de comunicación y participación en los movimientos de la sociedad civil, en flujos de distribución de las informaciones de actualidad y de los grandes problemas de los incomunicados, en estudios fenomenológicos y de las ciencias del lenguaje, semiología y semiótica, cultura y antropología de la comunicación.

### **Laboratorio metodológico muy rico**

La energía creativa que palpó en los años 70 provenía de una profunda y recurrente intertextualidad que encontró el texto ensayístico para afirmar ante el otro colonizador la visión del mundo y los saberes locales. Cuando se habla de sociología, derecho a la información y lenguajes dialógicos, no se puede olvidar que los nuevos autores latinoamericanos que, a partir de los años 60, consagraron un acervo respetable, estaban contaminados por la investigación y reflexión de los sociólogos latinoamericanos y, aun más atrás, de los grandes ensayistas que configuran la conciencia en el Nuevo Mundo, en un subcontinente invadido de interpretaciones descontextualizadas. En este sentido, el escenario académico del Ciespal estaba, por contingencia, destinado a la politización contestataria, pero también con vocación para la afirmación de identidades culturales.

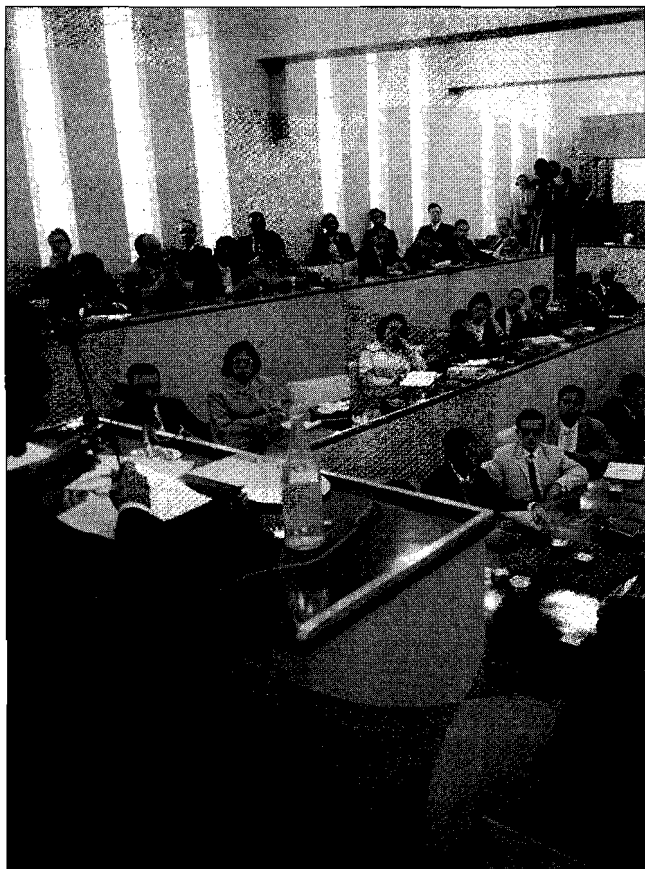
Son estos dos impulsos los que lo

convirtieron en un laboratorio metodológico extremadamente rico: una pluralidad mestiza de la tradición sociológica europea, de la competencia estructural-funcionalista y de su énfasis empírico, confluyendo en la experiencia histórica y paradigmática de las autorías latinoamericanas que, en su antropofagia cultural, dirigen y devuelven al Norte un conocimiento y un saber hacer con marcas inconfundibles. En el laboratorio del Ciespal, como en otros espacios de fermentación de las culturas híbridas, para recordar a Néstor García Canclini<sup>6</sup>, la convivencia y la intertextualidad dan respuestas abiertas y enraizadas, en un proceso que no cabe en el programa difusionista.

¿Cómo reducir la experiencia ciespalina a una herencia unívoca? Salta la biodiversidad de los influjos, temperada por la irreverencia de buena parte de los alumnos que trataban asuntos de peso: investigar las realidades de los "comunicados" y de los "incomunicados", y definir métodos tropicales, técnicas emergentes en la medida de los recursos, y abordajes inspirados en la situación concreta en proceso de investigación. En este sentido, la hegemonía de la sociología, de acento europeo o norteamericano, luego se confronta con las estrategias mestizas de la antropología y del reportaje periodístico. Tan pronto pasé de la condición de objeto de entrenamiento -primeros quince días de Ciespal, en 1972- a la condición de sujeto participante, se desencadenaron desafíos metodológicos de investigación que partían del Brasil y de la Universidad de Sao Paulo y alcanzaban vuelo en los cielos inquietos de los demás países de América Hispánica. Eso se debió a la institución que me llamó primero como estudiante-becario, durante dos meses, y después como investigadora y autora del libro señalado, y publicado en la colección que reúne voces del Sur.

### **Investigación curricular**

Otro aspecto que debe mucho al Ciespal es el de las investigaciones curriculares. Presente en la transición del curso tradicional de Periodismo hacia las nuevas escuelas de Comunicación, el centro acompañó y empezó significativas reflexiones latinoamericanas, en cuanto al perfil del comunicador y de los diferentes proyectos de formación. Si en la posguerra parecía definitivo que la profesión de periodista se debía cualificar en los



Archivo Chasqui

*Becarios latinoamericanos en la sede de la Av. Amazonas.*

países subdesarrollados, a partir de los años 60 las cosas se complicaban cada vez más tanto en diversidad técnica, cuanto en las exigencias éticas y en la profundización estética de los lenguajes.

Investigadores como Fátima Feliciano<sup>7</sup>, al analizar el recorrido curricular en América Latina, destaca el significado pionero de este centro. Curioso que en los años 70, cuando las profesiones que componen el cuadro básico de una escuela de Comunicación Social ya estaban curricularmente configuradas, se debatía, en el Ciespal, la oportunidad de un curso paralelo al Periodismo, Publicidad, Relaciones Públicas y Editorialización, que diese aptitudes polivalentes: las de un comunicador social. Tal propuesta recibió adhesión y aversión. Atravesaríamos los años 80, comenzaríamos la última década del siglo y, en este momento de crisis de los proyectos cristalizados de formación profesional, se aspira a un nuevo rumbo interdisciplinario, más abierto a las diversificadas demandas sociales que van más allá de las profesiones específicas. ¿No sería del caso rever

la tan criticada opción polivalente o, en los términos de hoy, multidisciplinaria?

Las notas que aquí reúno denotan inquietudes sin respuestas concluyentes. ¿Cuántas de las reflexiones, cuántos de los *impasses* metodológicos, cuántas de las estrategias curriculares o de investigación no contemplan en sus registros semillas de creatividad emergente e histórica ante las dramáticas cuestiones de la Comunicación Social?

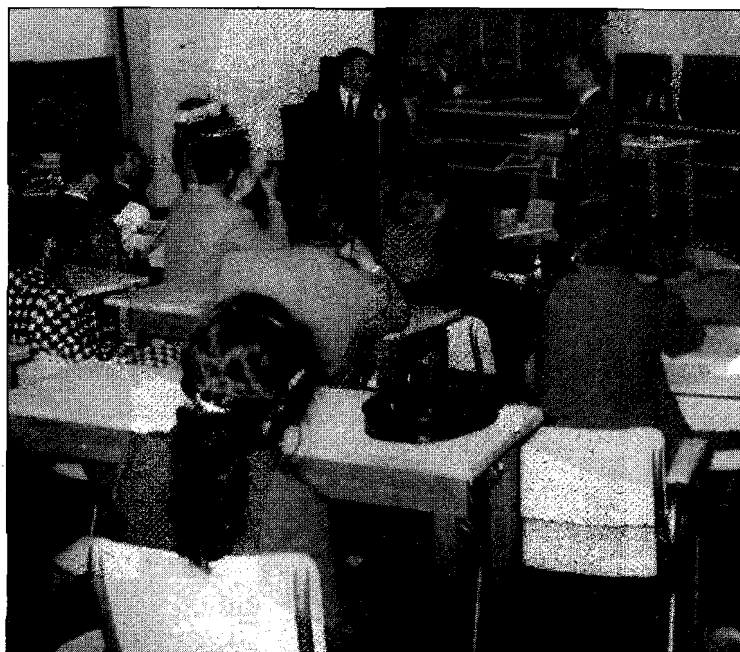
Hoy, el Ecuador padece de los males que afligen a las sociedades latinoamericanas. El colapso de la modernización alcanza a los países más indefensos. En este contexto está la crisis del Ciespal que no he podido interpretar. Lo que me cabe es registrar una acción marcada por la ternura y por el respeto que me bautizó con marcas indias que afloran, a partir de entonces, en cualquier latitud en la que me he encontrado. Desde 1979 no he vuelto al Ciespal, a tierras ecuatorianas. Quisiera ir allá, en unas vacaciones, en un tiempo de retiro y reencontrar el sonido mayor de la poesía andina. Sin ninguna pretensión metodológica. ●

#### NOTAS

1. El Ciespal publicaba, desde su fundación, una serie de documentos, algunos de ellos de autores funcionalistas como Wilbur Schramm y Jacques Kayser. Esta bibliografía iniciaba a los becarios en la investigación y en las metodologías difundidas en los cursos.
2. En 1973, la ECA-USP publicó *A Arte de Tecer o Presente*, de Paulo Roberto Leandro y la autora de este artículo, que proponía una primera reflexión sobre las posibilidades del Periodismo Interpretativo. Esta investigación y especulación epistemológica, sobre la profundización de la información contemporánea, se agotó en seis meses. Hoy se encuentran subyacentes en ciertas teorías y prácticas del gran reportaje y de forma evidente en citas de tesis de doctorado y disertaciones de maestría. En 1972, discutí esas vertientes de trabajo en el Ciespal con varios colegas latinoamericanos y luego surgió otra reflexión mucho más rica en la República Dominicana.
3. Un clásico de investigación, que orientó la metodología inicial del Periodismo Comparado, fue el trabajo coordinado por Jorge Fernández: "Dos Semanas en la Prensa de América Latina", editado por el Ciespal, en 1967. Esta investigación se inspiró en *El Periódico, estudios de morfología y prensa comparada* (1966), de Jacques Kayser. En 1972, salió en Brasil el libro de José Marques de Melo, *Estudios de Periodismo Comparado* (São Paulo, Pioneira), que irradiaría el modelo hacia las escuelas de comunicación del país.
4. La obra de Robert K. Merton, *Sociología, teoría y estructura* (São Paulo, Mestre Jou, 1970), muestra un oportuno balance sobre los legados del funcionalismo y la teoría crítica de la comunicación social, especialmente en el capítulo introductorio de la III Parte, "A Sociologia do Conhecimento e as Comunicações de Massa".
5. Publiqué en el Ciespal, en 1980, *El Rol del Periodista*, libro que salió en Brasil con el título *Profissão Jornalista, Responsabilidade Social*, por la editora Forense de Río, en 1982. Supe que Cuba editó este trabajo en 1989.
6. Toda la obra de Néstor Canclini ha fertilizado las comprensiones culturales en América Latina, comenzando por la propia historia de la noción de cultura, cuya síntesis consta en la introducción de *Las culturas populares en el capitalismo*.
7. Fátima Feliciano defendió su disertación de maestría, en la ECA, en 1987, sobre "Periodismo: la práctica y la gramática. La influencia del proyecto pedagógico Unesco-Ciespal en los rumbos de la enseñanza del Periodismo en el Brasil".



# CIESPAL: progreso y problema del comunicólogo



Archivo Chasqui

Becarios en uno de los cursos del profesor William Tomlinson (diciembre, 1960)

*La creación del Ciespal -señala el autor- dio un gran impulso y consolidación al área de la comunicación en las universidades de América Latina, pero creó un problema hasta hoy sin solución: la concepción del "comunicador social" (profesional de múltiples instrumentos para sacar al continente del atraso cultural y tecnológico) moldeó los nuevos cursos universitarios. Este profesional polivalente fue luego rechazado por el mercado y la sociedad; mas, su fantasma continúa hasta hoy orientando nuestros proyectos pedagógicos y de investigación científica. Perpetuado en una universidad que vive a espaldas de la realidad, elevado de comunicador a comunicólogo, es el gran responsable por la falta de vínculo entre la teoría y la práctica, con graves perjuicios para la formación profesional.*

**E**n periodismo se acostumbra a decir que la verdad es la primera víctima de cualquier guerra. En nuestra área académica, por analogía, se puede afirmar que esta víctima fue el contacto con la realidad: la ruptura de la teoría con la práctica, con la pérdida del objeto de estudio de la comunicación social.

EDUARDO MEDITSCH, brasileño. Profesor de la Universidad Federal de Santa Catarina, coordinador del Grupo de Estudos em Jornalismo de ALAIC. E-mail: meditsch@cce.ufsc.br

## El profesional de la guerra ideológica

El Ciespal ejerció un papel preponderante en la conformación de nuestro campo académico, y la elucidación de la forma cómo fue instrumentalizado en la Guerra Fría es útil para entendernos cómo y por qué llegamos hasta aquí y de qué forma podemos seguir adelante, con mayor claridad, sobre el camino por seguir.

El Ciespal comenzó a formarse en una conferencia de la UNESCO realizada en París, en 1948. En aquel encuentro, la

entidad, en la época ampliamente dominada por la política de los Estados Unidos, resolvió dar atención especial a la formación de los periodistas en el Tercer Mundo. La UNESCO advertía al mundo occidental que el periodismo podría "agravar, si mal inspirado, los desajustes entre grupos, clases y partidos" -como predicaba el comunismo soviético- "o los atenúa hasta el punto de extinguirlos, basándose en la buena comprensión de los hechos y en la lúcida revelación de los mismos", conforme a la retórica de la época reproducida por Celso Kelly.

(1966:62-63). Con esa preocupación principalmente política, la UNESCO comienza a crear centros de formación de profesores de periodismo en varias regiones del Tercer Mundo. Antes que en África y Asia, en América Latina se creó un Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo, instalado en la Universidad Central de Quito, en Ecuador, en 1959.

En 1961, exponiéndose al impacto de la pérdida de control sobre la revolución cubana, que pasa por la órbita de influencia del gran enemigo, las fuerzas aliadas a los Estados Unidos adoptan una política más directa de contrainsurgencia en América Latina. En la Conferencia de Punta del Este, realizada en aquel año, se traza un programa de modernización de los sistemas educacionales del continente, en cuatro puntos principales: un control centralizado, la prioridad de la educación técnica y profesional, la tecnificación de la educación de humanidades y ciencias sociales y, principalmente, la despolitización de las relaciones educacionales (IANNI, 1976:47).

En el caso de la enseñanza del periodismo, esta "modernización conservadora", como la llamó Florestan Fernandes, o "modernización refleja", según Darcy Ribeiro, implicó una ruptura en la orientación teórica de las escuelas, que hasta entonces estaba centrada en una forma-

ción clásico-humanística, con énfasis en los estudios éticos, jurídicos, filosóficos y literarios. Esta orientación, por influencia del Ciespal, fue rechazada por "no-científica", y substituida por las disciplinas valorizadas por el funcionalismo norteamericano.

Con el golpe militar de 1964, en Brasil, esta receta sería plenamente puesta en práctica en la universidad brasileña. En el caso del periodismo, la tarea estuvo a cargo de un técnico formado por el Ciespal, Celso Kelly, autor del curriculum mínimo impuesto a todas las escuelas del país, dentro de la política de control centralizado propuesta en Punta del Este. Fue la época de las reglas en el aula, del conteo de palabras y medición de columnas, proceso al que se daba el nombre pomposo de "Periodismo Comparado" y el estatus digno de la más exacta de las disciplinas científicas. La física, la biología, la psicología y la cibernética servían de modelos e inspiraban a los pioneros de "una nueva ciencia", que procuraba "cuantificar los procesos" para orientar "una intervención controlada en la realidad", articulada en la "racionalización del trabajo, el complejo organizatorio de las empresas, la actividad engranada de hombres y máquinas", de acuerdo al testimonio de la profesora Nelly de Camargo (1971: 56-61).

El nuevo estatus científico conferido

a esta área académica fue uno de los factores que influenciaron la aceptación de las propuestas del Ciespal. Para eso contribuyeron también los viajes, las becas de estudio, los encuentros patrocinados por las fundaciones americanas, la literatura y el aporte teórico y técnico que no era despreciable para un área aún no consolidada y con escasos recursos para desarrollarse.

En 1965, el Ciespal realiza cuatro seminarios regionales en el continente, uno de ellos en Río de Janeiro, recomendando la transformación de las carreras de periodismo en "institutos de comunicación" o "ciencias de la información colectiva". Ocurre que, para alcanzar sus finalidades políticas, no le bastaba al Centro influir en la formación de profesionales que se restringiesen a la práctica del periodismo. Conforme a un estudio de la UNESCO, el 80 % de la población latinoamericana jamás había visto un periodista, y este porcentaje aumentaba en las zonas rurales, justamente las más vulnerables en una insurgencia armada como ha ocurrido en Cuba y que el Ciespal se proponía prevenir.

En el Seminario Regional de Río de Janeiro, en nombre de la "necesidad de comunicación de los grupos que buscan la integración en sociedad", y de la "contribución al bien común y al régimen democrático", el Ciespal introdujo en Brasil



*Inauguración del estudio de radio, equipado gracias al aporte de la Radio Nederland de Holanda. Desde hace 3 años, este estudio se llama Walter Alves (+), en homenaje a uno de los maestros de la producción radiofónica más destacado que haya trabajado en el CIESPAL.*

el concepto de este profesional polivalente, "para actuar en todos los medios de comunicación colectiva (radio, televisión, prensa, cine), puesto que la relación entre ellos es complementar, y también para el desempeño de tareas de investigación científica, de relaciones públicas y de publicidad".

El Ciespal no se limitaba a proponer la creación de un nuevo tipo de profesional: proponía la extinción y la substitución de las profesiones previamente existentes. La política del Centro influenció la reglamentación profesional en diversos países y consiguió unificar el lenguaje académico del área en todo el continente, con la buena disculpa de "facilitar el intercambio". En 1964, el Centro ya había formado en sus cursos más de doscientos profesores y directores de escuelas, y los resultados no tardaron en aparecer. Según el norteamericano Raymond Nixon, en 1970 un tercio de las escuelas del continente ya habían cambiado la denominación "de periodismo" por "de comunicación" o equivalente. En 1980, este número estaba próximo al 85% (Nixon, 1981:25).

**D**e hecho, derecha e izquierda se disputaron por varias décadas, en un reflejo de lo que acontecía a nivel internacional, pero ambas erraban juntas al transformar las escuelas de comunicación en aparatos políticos, sin notar que con eso comprometían su desarrollo técnico y científico al separar la producción teórica y la orientación pedagógica de la realidad profesional.

Pero, obviamente, solo podía imponer esta substitución en las escuelas, lo que creó una alienación de la vida académica en relación al mercado profesional, que perdura en muchos países hasta hoy. El mercado rechazó la propuesta desde el inicio, pero sus argumentos no fueron oídos, pues el cambio tenía, sobre todo, objetivos políticos. Según Nixon, uno de los principales orientadores del Ciespal en la época, "algunos ejecutivos de los medios naturalmente sienten que las escuelas de comunicación social, al estudiar formas de llegar a las personas por medios alternativos, están tentando suplantar a los periódicos, las revistas, la radio y la televisión comerciales; pero los académicos argumentan que si las sociedades no encuentran medios de llegar a gran parte de la población que no es atendida por los medios comerciales, esta parte será más susceptible a seguir una vía revolucionaria como salida para sus repetidas frustraciones".

El divorcio entre las escuelas y la realidad profesional, como se ve, fue introducido como estrategia política en la Guerra Fría. Pero, al contrario de lo que normalmente se pregona, esta ruptura no fue provocada inicialmente por la izquierda, por el contrario, fue por la posición norteamericana. Lo que no exime a la izquierda del hecho de haberla asumido y profundizado en el siguiente momento, cuando conquistó la hegemonía ideológica tanto en la Unesco y en el Ciespal, desde el momento en que estas entidades pasaron a ser financiadas por la socialdemocracia europea y esta se aproximó a la izquierda latinoamericana. De hecho, derecha e izquierda se disputaron por varias décadas, en un reflejo de lo que acontecía a nivel internacional, pero ambas erraban juntas al transformar las escuelas de comunicación en aparatos políticos, sin notar que con eso comprometían su desarrollo técnico y científico al separar la producción teórica y la orientación pedagógica de la realidad profesional.

#### **Del periodista polivalente al dominio del comunicólogo**

De hecho, la figura del "periodista polivalente" -después llamado "comunicador social"- fue rechazada por las escuelas del Brasil al año siguiente de su invención y olvidado en los cursos siguientes, que reafirmaban los tradicionales es-

tudios en periodismo, publicidad, relaciones públicas, etc. Pero los cursos, contradictoriamente, pasaron a ser llamados "de comunicación social". La teoría estudiada y desarrollada en las escuelas está lejos de atender las necesidades de las diversas habilidades que requieren los profesionales y continúa retrocediendo a las supuestas necesidades de un comunicador alternativo que vive al margen de los medios.

Esta creciente autonomía de la producción teórica, en relación a las prácticas sociales que dieron origen al campo académico, también fue incentivada por el Ciespal. Una vez que su objetivo no era entender el mejoramiento de estas prácticas existentes, sino sustituirlas por otra forma de práctica más productiva desde el punto de vista de sus objetivos políticos, el Centro pasó a convencer a las escuelas que su teoría debería orientar las prácticas, y jamás podría acontecer lo contrario. El mexicano Josep Rota llegó a concebir una pirámide para justificar esta actitud: en lo alto, la producción teórica; en un segundo nivel, subordinada a ella, la investigación; esta orientaba la planificación en el último peldaño, y más abajo, quedaba la ejecución práctica.

La pirámide del Ciespal colocó en un pedestal la figura del comunicólogo y en un nivel muy inferior a los profesionales de los medios. A base de ello, el Centro desarrolló una experiencia de producción teórica, investigación, planificación y prácticas alternativas -sociales, políticas, educativas y comunicativas- extremadamente rica e interesante, que no debe ser despreciada. Para este fin, la pirámide no fue solo operacional sino relativamente exitosa.

El desprecio por la práctica profesional como objeto de estudio, por parte de los teóricos colocados en la cumbre de la jerarquía académica, tuvo una serie de efectos negativos y perversos. El primero y más evidente es la frustración de las expectativas de los estudiantes que ingresan en la universidad, en busca de la carrera profesional por la que tienen vocación. Como propone Victor Gentilli, el estudiante es inducido a un proceso esquizofrénico a través de un lavado cerebral en el que, durante la mitad teórica del curso, es convencido de abandonar y despreciar su vocación. En este proceso, los estudiantes que pasan por nuestros

**L**a pirámide del Ciespal colocó en un pedestal la figura del comunicólogo y en un nivel muy inferior a los profesionales de los medios. A base de ello, el Centro desarrolló una experiencia de producción teórica, investigación, planificación y prácticas alternativas -sociales, políticas, educativas y comunicativas- extremadamente rica e interesante.

Los cursos son obligados a una opción dramática: o desprecian la teoría enseñada y reafirman la vocación profesional que los llevó a la facultad, desarrollando una fuerte resistencia a la actividad teórica, o abandonan la vocación inicial y se tornan "comunicadores" sin mercado de trabajo y sin práctica, solo encontrando colocación en la propia universidad como "comunicólogos".

Por otra parte, si un profesional o profesor de una disciplina práctico-profesional quiere hacer carrera académica, cursando masterado o doctorado, para obtener un reconocimiento más fácil de los pares es inducido a negar la práctica que dominaba o enseñaba. Acaba por realizar investigación en el área que no es la de su actuación profesional. En consecuencia, la parte práctica de los cursos no se desarrolla, queda condenada a ser una práctica necia, y la teoría a su vez se reproduce indefinidamente sin rumbo o sin capacidad de actuar sobre la realidad.

Este proceso es descrito en un estudio recientemente realizado en los Estados Unidos. Aunque la titulación de los

profesores viene aumentando en progresión geométrica en la últimas décadas, el cúmulo de conocimiento sobre el objeto no aumenta en la misma proporción y las escuelas de comunicación social cada vez se distancian más del objetivo de formar periodistas (Medsger, 1996). Entre tanto, las escuelas norteamericanas especializadas en periodismo continúan definiendo los paradigmas de la profesión que serán imitados en todo el mundo. La escuela de Columbia recientemente creó un laboratorio para nuevos medios, a fin de desarrollar las tecnologías que serán utilizadas como herramientas por los periodistas en las próximas décadas.

Contrastando con esto, en Venezuela, Antonio Pasquali constata que toda la investigación en comunicación realizada en el continente en la últimas décadas "de poco valen, pues no se conocen realmente los medios de comunicación en América Latina". La profesora Anamaria Fadul añade que "no fueron realizadas investigaciones empíricas y no se tienen siquiera datos cuantitativos sobre ellos" (1991:56). El desconocimiento de las escuelas sobre el mercado de trabajo que va a absorber a sus estudiantes y sobre sus necesidades provoca un desprecio recíproco. En consecuencia, las empresas importan las tecnologías y aun los cursos de formación profesional que necesitan, profundizando la dependencia del país,

en cuanto a masa crítica existente en nuestras universidades viven en pobreza y poco contribuyen para revertir esta situación.

### En busca de lo perdido

La Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) fue probablemente la institución brasileña que más radicalmente siguió la receta del Ciespal. Durante su primera década de existencia (1979-1989), su Curso de Periodismo fue marcado por una fuerte militancia política de sus profesores, por la negativa a "subordinarse" al mercado de trabajo tradicional y por el esfuerzo de construir un mercado alternativo. La teoría administrada en el curso era coherente con estos objetivos y la capacitación técnica de los alumnos, a pesar de los pocos equipamientos iniciales, apuntaba a la misma dirección. La propuesta enfrentaba una gran resistencia por parte de algunos profesores y de una parte significativa de los alumnos, que no sentían afinidad con la militancia en movimientos populares. A pesar de esto, fue mantenida hasta el cansancio por el grupo inicial de profesores, que acabó desligándose de la universidad.

La radicalidad de la experiencia de la UFSC, tal vez explique la radicalidad de su crítica en el siguiente momento. Y así como la escuela persiguió la coherencia entre la teoría y la práctica en la forma-



*No solo la "comunicación" ha sido la preocupación del Ciespal, también lo ha sido el "periodismo". En la foto, uno de los tantos grupos de alumnos latinoamericanos que se capacitaban en la producción de informativos para radio.*

Archivo Chasqui

ción del comunicador polivalente, pasó a perseguirla en relación a la formación del periodista, en función del cual se reorientó. Esto la llevó a la opción por el periodismo como objeto preferencial de investigación, principalmente a partir del trabajo de Adelmo Genro Filho, profesor del Curso, crítico de las teorías de la comunicación tradicionales por no explicar adecuadamente el fenómeno.

Marxista de formación, Genro Filho (1987) construyó una sólida crítica de la negación del periodismo por el marxismo, sustentando la dignidad de esta actividad, su relevancia social y potencial transformador como forma específica e inédita de producción de conocimiento sobre la realidad. De esta forma, Genro Filho profundizó la distinción entre los aspectos lógicos y los ideológicos de la actividad periodística, tal como había sido propuesto anteriormente por Nilson Lage (1979). Luego de la muerte de Adelmo, en 1988, la incorporación del propio Nil-

son al cuerpo docente del Curso dio un nuevo impulso a la producción teórica en esta dirección.

Ya en 1989, aunque se mantenía amarrado por el curriculum mínimo de Comunicación Social vigente, el Curso se define como "solo de periodismo" y reformula drásticamente todo el curriculum, creando la disciplina Teoría del Periodismo, extinguiendo el ciclo básico, incluyendo disciplinas prácticas desde el primer semestre y procurando reproducir en estas aulas las condiciones reales de la producción periodística, con el apareamiento de los laboratorios y la valoración de la experiencia profesional en la selección de sus profesores. Las materias de ciencias humanas son esparcidas a lo largo del curso en disciplinas de "lectura de la realidad". Los resultados alcanzados fueron una mayor motivación de los alumnos en todas las etapas del curriculum y una mayor facilidad de relacionar la teoría con la práctica profesional, una vez

que esta era preliminarmente conocida. Al mismo tiempo que el estudiante adquiría competencia técnica, se daba cuenta de que, en el caso del periodismo, el espíritu crítico formaba parte de la competencia técnica requerida, y pasaba a dar importancia a formulaciones teóricas que de otro modo no le interesarían.

La superación de la comunicología, de esta forma, no representa una negación de la teoría, por el contrario, contribuye a su valorización. Al darse un objeto concreto y definido, la interdisciplinariedad gana mayor sentido y se torna más productiva. La propia técnica pasa a ser vista no como un ejercicio rudimentario del conocimiento para ser superado por una concepción científica, sino como un conjunto de teorías cristalizadas, que necesitan ser develadas para su total comprensión. El eslabón perdido entre teoría y práctica es encontrado cuando las técnicas pasan a ser entendidas, dominadas y producidas en cuanto tecnologías.

La solución del problema del comunicólogo se dará por el reencuentro de su objeto de estudio. Otros esfuerzos, después del que vivimos en la UFSC, se han hecho en el mismo sentido. El más significativo de ellos, probablemente, es el desarrollado en la UMESP por el grupo liderado por Marques de Melo y Anamaria Fadul en el sentido de crear una "midiología" como forma de limitar el objeto de la comunicología, redireccionando los estudios del área para los medios que tenemos la obligación de conocer.

#### REFERENCIAS

CAMARGO, Nelly de (1971), "A busca de uma filosofia para o ensino da comunicação", en *Revista de Comunicação e Artes*, n.º. 6, São Paulo, ECA/Usp.

GENRO FILHO, Adelmo (1987), *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*, Porto Alegre.

IANNI, Otávio (1976), *Imperialismo e Cultura*, Petrópolis, Vozes.

KELLY, Celso (1966), *As novas dimensões do jornalismo*, Rio de Janeiro, Agir.

LAGE, Nilson (1979), *Ideologia e Técnica da Notícia*, Petrópolis, Vozes.

MEDSGER, Betty (1996), *Winds of Change: Challenges Confronting Journalism Education*, Arlington, The Freedom Forum.

NIXON, Raymond (1981), *Education for Journalism in Latin America: A report of Progress*, Minneapolis, Minnesota Journalism Center.

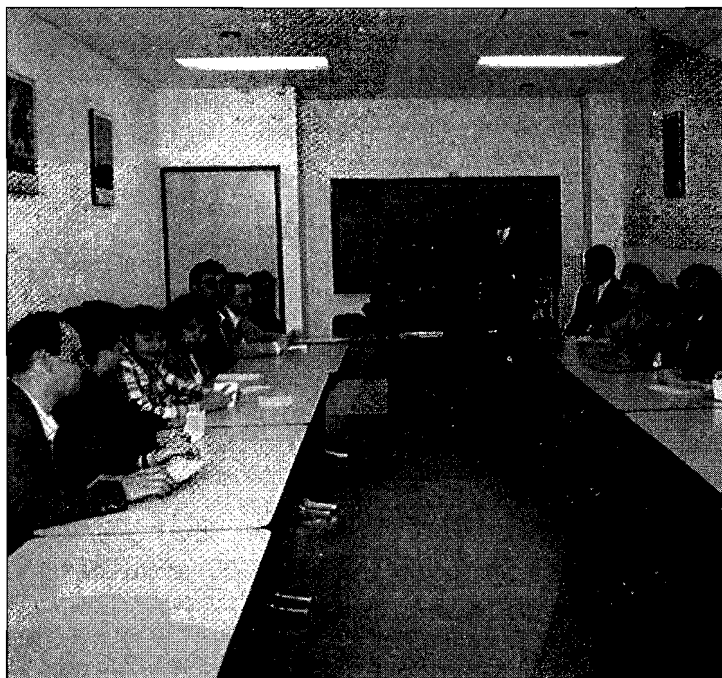


Achmo Chasqui

*La capacitación en comunicación, a sectores campesinos, ha sido una de las principales líneas de trabajo del Ciespal en las últimas 2 décadas.*



# La experiencia del CIESPAL en los años 90



Archivo Chasqui

*Entrenamiento en planificación, diagnóstico y evaluación de la comunicación, análisis de mensajes, formación de reporteros populares, producción radiofónica para el desarrollo, investigación de medios y procesos comunicacionales, relanzamiento de la revista Chasqui... fueron las más destacadas líneas de trabajo del Ciespal, en los años 80, con profesores universitarios, comunicadores de medios e instituciones, comunidades indígenas... Daniel Prieto fue uno de los principales protagonistas de esta experiencia que permitió una praxis en torno a "cómo la comunicación podía apoyar a distintos sectores de la población, dentro de un esfuerzo de democratización y de un proyecto utópico".*

**N**o hay nada peor que una labor comunicacional sin memoria de sí misma. Si nos empeñamos en vivir como si no tuviéramos pasado, llegará el momento en que terminaremos por vivir sin futuro.

Cuando uno vuelve sobre la memoria institucional, y ha sido parte de la misma, es muy difícil despersonalizar los recuerdos. No intentaré de ninguna manera hacerlo. Hablaré del Ciespal a través de mi mirada y de mis experiencias.

## Hacia la planificación

En 1979, el Ciespal convocó a una reunión de directores de escuelas de comunicación y de la misma salió una recomendación para abrir los estudios a la planificación de la comunicación.

Curiosamente, ese tema había sido un tanto descuidado en las publicaciones del Ciespal, aun cuando aparecía un título tan valioso como aquel de Bordenave y Carvallo sobre la planificación de la comunicación en el sentido de planificar sin plan, o incluso materiales sobre comunicación institucional.

Lo cierto es que la legitimación de la planificación vivida en esta parte del continente, a partir de 1961 con la Alianza para el Progreso, no había impactado en la formación de comunicadores. De manera que era un poco llamativo que, todavía hacia 1979, no preocupara la planificación de la comunicación.

**DANIEL PRIETO CASTILLO**, argentino. Doctor en Comunicación (título *honoris causa* de la Universidad Bolivariana de Medellín), responsable del Sistema de Educación a Distancia de la Universidad Nacional de Cuyo, Argentina.  
E-mail: dprieto@caiz.uncu.edu.ar

El Ciespal formalizó, hacia 1980, un convenio con la Fundación Ebert para abrir esa línea y se hizo una convocatoria latinoamericana a fin de seleccionar a las personas que se harían cargo de esa tarea. En 1982 se incorporaron Luis Gonzaga Motta (brasileño) y Eduardo Contreras Budge (chileno), quienes iniciaron la tarea trabajando con personas venidas de distintos establecimientos educativos de América Latina. En 1983 habría de incorporarme yo, en tanto que Gonzaga Motta nos acompañó alrededor de seis meses y luego regresó a su país.

### Los proyectos

¿Qué sucedía en el Ciespal por esos años? Por un lado, estaba este proyecto de la Ebert en planificación de la comunicación, había un proyecto de formación de comunicadores populares, que luego se llamó de Cabinas Radiofónicas del Cotopaxi, financiado por la OEA. Estaba también Radio Nederland Training Center que venía de una experiencia de educación popular con personas formadas en lo que significó el sistema ECA, en Canarias. Y se había lanzado a partir de 1981, la segunda etapa de la revista *Chasqui* que pronto ganaría un espacio latinoamericano por los temas tocados y por la presencia de comunicadores de distintos puntos de la región.

A todo esta presencia internacional se sumaba un fuerte apoyo ecuatoriano, con gente entusiasta y orientada hacia la búsqueda y la apertura de espacios en la comunicación social.

Cuando ingresé al Ciespal venía de una experiencia mexicana que para mí significó un enorme aprendizaje en lo que hace a la comunicación social y en lo que significaba comunicar en un país tan rico en culturas como ese.

Hacia 1979 tuve la oportunidad de vincularme al ILCE, a través de una maestría en Comunicación Educativa que diseñé, y pude comunicarme también con una línea que trabajaba la UNESCO desde Chile: Comunicación en Población. En esta última se me había pedido un manual sobre ese tema, pero los presupuestos básicos presentados como condición para el mismo estaban demasiado cerca de lo que implicaba el intento del control de la natalidad, con aquello de McNamara: "más vale una píldora a tiempo que un revolucionario".

Discutimos mucho ese enfoque con la gente de la UNESCO y del ILCE. Finalmente, terminé escribiendo un manual de Comunicación en Población dedicado a los problemas que se viven en las comunidades y en las organizaciones. Plan-teábamos que comunicación en población era una expresión muchísimo más

abarcante que el hecho de comunicar para el control de la natalidad.

### Los cursos

Los cursos en el Ciespal nos ponían ante un desafío diferente. Nuestra tarea era capacitar a docentes de comunicación en América Latina en planificación de la comunicación. Eso se produjo en las promociones de los años 82 y 83. En 1984, con Eduardo hicimos una gestión frente al Ciespal y a la Ebert para incluir en el curso a representantes de las ONG. Ello significó un paso enorme porque, sin abandonar lo que podíamos ofrecer a nuestros colegas universitarios, pudimos confrontar el trabajo con lo que sucedía a la base de la sociedad, e incluso con comunicadores en los medios masivos.

No solo en la línea de planificación la institución se abría hacia grupos de base. También lo hacía con la promoción de reporteros populares en comunidades indígenas y con los cursos de *Radio Nederland* en radios comunitarias y educativas del país y de la región.

La actividad fue febril, ofrecíamos dos cursos internacionales, uno en la sede del Ciespal en Quito, con todos los participantes becados por la Fundación Ebert, que se reunían a trabajar durante cinco semanas. Otro curso de igual intensidad en algún otro país de la región, por ejemplo fueron ofrecidos en Venezuela y en Brasil.

Además, visitábamos entre diez y doce países al año para ofrecer talleres cortos derivados del núcleo central del curso: planificación de la comunicación, diagnóstico de comunicación (de medios, de organizaciones), análisis de mensajes, diseño curricular, evaluación, entre otros.

### Los temas

El primer punto se refería a la comunicación como proceso y a los distintos tipos de mensajes, tomando como base la publicidad, la propaganda y la comunicación en procesos educativos.

En segundo lugar, estaba la planificación de proyectos comunicacionales a partir de la cultura y la comunicación de los destinatarios de un proyecto, la planificación vertical y la planificación participativa.

En tercero, analizábamos diferentes instituciones y sus respectivas modalidades comunicacionales, la comunicación



A la izquierda, Eduardo Contreras, a su lado, Daniel Prieto, en uno de los tantos talleres que dirigieron.

interna, la memoria institucional, la comunicación externa.

Otra unidad correspondía al concepto de diagnóstico de comunicación; planteábamos la evaluación de mensajes de difusión colectiva e institucional, dirigida a los sectores, en este caso de organizaciones de apoyo al desarrollo. Revisábamos la presencia de estereotipos en los medios, los elementos en juego para presentar y solucionar problemas y situaciones, etc.

Nos referíamos luego a elementos de la cultura popular en América Latina, hacíamos mucho hincapié en la vida cotidiana: familia, trabajo, esparcimiento, y las percepciones y expectativas de comunicación de la comunidad. Nos abríamos así a la comunicación comunitaria, los modos de percepción y de conocimiento, la referencia a las experiencias, experiencias decisivas, la memoria histórica y de las prácticas sociales, los espacios y objetos de la vida cotidiana.

Luego nos deteníamos en la comunicación interna y externa de las diferentes organizaciones y avanzábamos hacia lo que significaba toda la línea de evaluación y validación de materiales. Finalizábamos con un proyecto de comunicación para programas de capacitación y de comunicación educativa aplicables a una institución.

Enseñábamos planificación de la comunicación y de alguna manera hablábamos de la ejecución. Pero, y esto quiero señalarlo con mucho énfasis, no reflexionábamos sobre lo que hoy se entiende por gestión. Hoy comprendemos algo obvio: toda gestión comunica y a la vez hay una gestión de la comunicación. Sin duda, avanzábamos un poco en esa dirección cuando hablábamos de la ejecución de un proyecto, pero se nos escapó de las manos esa línea que ha adquirido un enorme peso en nuestro tiempo y que ya se venía anticipando con aquello de la planificación estratégica y, luego, la gestión estratégica.

Y esto es notable porque se hablaba muchísimo del hacer en los talleres, ya que cuando empezamos a incorporar, a partir de 1984, gente de las ONG, lo que más se analizaban eran precisamente los modos de hacer, los modos de ejecutar, las dificultades a la hora de la práctica. Sin embargo, no teorizamos de manera suficiente sobre la gestión. Pienso que

era el momento, históricamente no estábamos preparados para eso.

### El interaprendizaje

La modalidad de trabajo era muy intensa. Manteníamos jornadas de diez u once horas diarias presenciales, con algunas exposiciones de los coordinadores y mucho trabajo grupal. Sumábamos a ese tiempo horas de estudio y de producción de materiales. Tal ritmo se mantuvo siempre con una gran respuesta de los participantes.

La cantidad de horas que permanecíamos juntos requería un esfuerzo muy grande de coordinación y una pedagogía apoyada en el intercambio de experiencias, el procesamiento de información y, en definitiva, en el interaprendizaje.

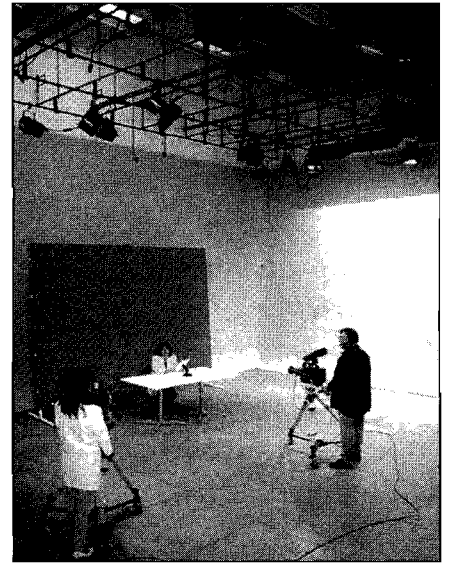
Eramos, en cada grupo, personas adultas que se reunían a aprender y a entreprenderse. En todos los cursos que ofrecimos de 1983 a 1987 se vivió un clima precioso de respeto, tolerancia y convivencia. Eso no significó un igualamiento de las opiniones, ni una ausencia de discusiones y de confrontación ideológica o epistemológica. Pero se mantenía siempre una activa participación y una relación de compañerismo, más que necesarias para sacar adelante estudios que demandaban tanto esfuerzo.

Como venían seres de prácticamente todos los países de la región, el intercambio era no solo de los temas del curso, sino también de las vivencias de cada quien en un punto de nuestra América Latina. Fue un constante aprendizaje de la comunicación y de nuestra rica y a menudo dolorosa realidad.

### La producción

La misma dinámica de los talleres y de los cursos generales nos llevó al poco tiempo a la producción de materiales. Nos decidimos, para muchos de estos, por la forma del manual, porque estábamos comprometidos con un esfuerzo de comunicación con nuestros destinatarios y con aquellos que se pudieran interesar por estos temas.

Nacieron, así, varios manuales: *Planificación de la Comunicación*, de Eduardo Contreras; *Planificación de la Comunicación en Proyectos Participativos*, de Luis Gonzaga Motta; *Evaluación de la Comunicación*, de Contreras; y de mi parte: *Diagnóstico de Comunicación, Análisis de Mensajes, Diseño Curricular para*



En 1990, gracias al aporte de la FES, empezó la capacitación a periodistas de los canales de TV de América Latina

*Escuelas de Comunicación, El Autodiagnóstico Comunitario, y un texto que quiere mucho: Voluntad de Verdad y Voluntad de Espectáculo; otro: Utopía y Comunicación en Simón Rodríguez.*

Es decir, que al poco tiempo comenzamos a enseñar también con nuestros materiales, en un esfuerzo de acompañar con producción la tarea que se desarrollaba en las aulas o en los distintos países de América Latina.

### Los destinatarios

La acción, inicialmente orientada a docentes de escuelas y facultades de comunicación, se amplió al trabajo con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, comprometidas con la educación de sectores mayoritarios de la población. Así, comenzamos a trabajar con organismos dedicados a la niñez, como UNICEF y el Instituto Nacional del Niño y la Familia (INNFA) en Ecuador, con organizaciones no gubernamentales dedicadas a la mujer, con sectores campesinos. Así, se abrió toda una línea de reflexión y de práctica que acompañaba e

**L**a continuidad de estos temas no es casual. Durante la experiencia en el Ciespal pudimos vivir un proceso riquísimo de aprendizaje y de relación que nos marcó definitivamente en nuestra manera de trabajar hasta el presente dentro del contexto de América Latina.

impulsaba proyectos y, por supuesto, aprendía de los proyectos.

También tuvimos encuentros internacionales muy importantes, como el referido a nuevas tecnologías de información en la comunicación, que dio lugar a un número completo de *Chasqui*, y el de comunicación y niñez, hacia 1985, que abrió un largo itinerario en el cual continúa *Radio Nederland*, en Centroamérica, en 1987.

*Chasqui* era una caja de resonancia permanente. Dirigida por Ronald Grebe, nuestro querido amigo boliviano, y luego por Simón Espinosa y Lincoln Larrea. Incluía temas tan importantes como: comunicación popular, comunicación y educación, comunicación y nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, en fin, con cuatro números por año se trabajaba tomando en cuenta los procesos vividos en el propio Ciespal y también, de manera fundamental, lo que ocurría en el resto de América Latina con au-

tores y organizaciones que quisimos y queremos mucho y que nos han acompañado a lo largo de décadas.

Por otra parte, se logró una fuerte presencia en las escuelas de comunicación de la región, no solo por los cursos, sino también por el desplazamiento a distintos países para entrar en relación con nuestros colegas, colaborando en la revisión de planes de estudio, discutiendo mucho sobre las orientaciones, y, en fin, con una interlocución riquísima que concretamos también de manera muy intensa con la FELAFACS.

### **Libertad de trabajo**

¿Cómo fueron las condiciones de trabajo? En toda la experiencia, durante los cinco años que trabajamos en el Ciespal, jamás, y subrayo, **jamás** recibimos la indicación de tocar tal tema o dejar de tocar tal otro. Nos movimos con una absoluta libertad y con un absoluto respeto por nuestra labor, tanto de las autoridades del Ciespal como de la Fundación Ebert, representada en el Centro por Peter Schenkel.

Y esto sucedía con todos los proyectos. Vivimos un respeto por lo que se hacía y de ninguna manera un intento de coartar o de bajar línea, como decimos en algunos países, a lo que se debía decir o publicar.

También es cierto que teníamos un discurso que intentaba abarcar a la mayor cantidad de interlocutores. No un discurso de barricada, porque no ha sido ni mi estilo ni el de Eduardo Contreras, ni del resto de la gente que se integró a otros proyectos, sino un discurso que trataba de ofrecer elementos para el aprendizaje, para el diálogo y la interacción entre distintos espacios y organizaciones.

### **El fin del proyecto**

En 1986, Eduardo Contreras decidió dejar el Ciespal, de modo que el último año del proyecto lo pasé solo. Perdí a un excelente compañero por cierto, y se cayeron cinco países de los que veníamos cubriendo por año. Finalmente, yo también dejé el Ciespal. Hacia 1987, regresé por unos meses a mi país y luego me incorporé al proyecto *Radio Nederland* en Centroamérica.

Me despedí de esta institución, en 1987, con dos investigaciones. Una fue un diagnóstico comunicacional de tres instituciones: las Organizaciones Cam-

pesinas de Cotopaxi, la Universidad Técnica de Machala y el INNFA. Dio lugar a un libro que se llamó *Tres Experiencias de Diagnóstico de Comunicación*. La otra fue una investigación de materiales orientados al apoyo del desarrollo en catorce países que se publicó con el título de *Análisis de Mensajes Educativos en América Latina*. Los trabajos fueron hechos por ex becarios de los cursos, con los cuales cultivamos la pasión por esos temas y la amistad.

Finalmente, y como un puente entre el Ciespal y lo que comenzaba a hacer *Radio Nederland* en Costa Rica con el Instituto Interamericano de Comunicación para la Agricultura (IICA), dimos un curso de Planificación de la Comunicación, también en 1987, para personas que trabajaban en Comunicación Rural, con becarios de distintos puntos de América Latina.

Eduardo trabajó en Chile, luego se integró a proyectos en Estados Unidos y no ha abandonado el campo de la planificación. De mi parte, seguí esta línea con *Radio Nederland Training Center*, pero mucho más ligado a la gestión porque empezamos a trabajar a través de organismos como el IICA, UNICEF, y otros que requerían la planificación y la gestión de la comunicación y la capacitación en medios.

Desde 1993 vivo con mi familia en Mendoza. En 1995, la Facultad de Comunicación y Periodismo de la Universidad Nacional de la Plata abrió, junto con La Crujía, una maestría en Planificación y Gestión de la Comunicación. Desde ese año, formo parte del cuerpo docente y tengo a mi cargo los talleres de Planificación y Gestión I y II.

La continuidad de estos temas, no es casual. Durante la experiencia en el Ciespal pudimos vivir un proceso riquísimo de aprendizaje y de relación que nos marcó definitivamente en nuestra manera de trabajar, hasta el presente, dentro del contexto de América Latina.

Quizá hubiéramos querido todavía hacer más, podríamos haberlo hecho de otra manera, pero tratamos de crear una línea alternativa que nos permitiera orientarnos hacia la reflexión de cómo la comunicación podía apoyar a distintos sectores de la población, dentro de un esfuerzo de democratización y de un proyecto utópico. ●

# SOKAL, POSTOR

*Alan Sokal es el autor de una engañifa a una prestigiosa publicación académica. Envío a la revista Social Text, un "intricado galimatías teórico... que encastraba parrafadas abstrusas de filósofos franceses a saberes específicos de la física". No obstante la densidad y vacuidad del galimatías, su texto fue publicado. Luego, el mismo Sokal denunció este fraude que demostró que en ciertos ámbitos académicos "está instalada la idea de que un texto, cuanto más obscuro y hermético, más profundo es".*

*La ocurrencia fue difundida y dio prestigio internacional a su mentalizador. Pero, junto a la celebridad, apareció una arrogancia intelectual que ha pretendido sobajar a las ciencias sociales, según plantea, analiza y contrapuntea el autor de este artículo, a propósito de la presencia de Sokal en Buenos Aires.*



**E**n 1998, Alan Sokal, físico por profesión y polemista por ocasión, recaló en Buenos Aires, escala transitoria de una gira mundial desmistificadora (versión proselitista y degradada del viaje que en otra época hicieron a la Argentina José Ortega y Gasset o Roger Caillois).

Sokal es el autor de un chiste notorio y celebrado; a saber, el envío de un intricado galimatías teórico al referato de la revista académica *Social Text*, entre cuyos folios suelen publicarse ensayos afrancesados y raras teorías nuevas. El texto de Sokal encastraba parrafadas abstrusas de filósofos franceses a saberes específicos de la física en un sancocho tan indigerible como absurdo. Que el texto haya sido publicado pone en evi-

dencia no tanto el descuido teórico de los editores de la revista, como su apresuramiento en suturar la brecha entre las ciencias sociales y las exactas, recurriendo a insensatas combinaciones de colores, aunque certificadas por efímeras modas académicas.

Luego, en un movimiento inesperado, Sokal autodenunció su fraude en otra publicación especializada, poniendo en ridículo no ya a *Social Text* sino a un entero campo del saber. Inmediatamente, la historia de la jugarreta llegó a las capitales académicas del mundo, más tarde a los diarios y, al fin, bajo el título *Imposturas intelectuales* (en coautoría con Jean Bricmont), fue *best-seller* en varios idiomas.

## Del humor a la arrogancia

El buen humor ha de ser agradecido, más aún cuando contribuye a evidenciar composidades y pretensiones cuyos fun-

damentos tienen pies de barro. Pero el chiste -uno de los milagros de la comunicación humana- exige voluntad de camaradería, no de segundas intenciones que no contemplan el derecho del afectado a reírse de sí mismo. De hecho, el chiste de Sokal es lo único reivindicable de toda esta zarabanda, que podría haberse transformado en ocasión para un diálogo tenso y fertilizante, y acabó en una historieta a mitad de camino entre la puerilidad periodística y el cacareo semiinquisitorial, tal cual fue presentada por la prensa argentina durante su visita. La revista *Social Text* -como tantas otras- merecía el sopapo, no por "inexacta" sino por ilegible y estéril. Pero del chiste a la evangelización hay un abismo: el que separa la purga catártica de la instauración de una nueva solemnidad asentada en andaderas científicas.

En apariencia, uno de los objetivos iniciales de Sokal consistía en la defensa

CHRISTIAN FERRER, argentino. Sociólogo, profesor en la universidad de Buenos Aires.  
E-mail: cferrer@mponline.com.ar



de incumbencias profesionales (dejar claro que se abusaba de conceptos cuyos propietarios no han otorgado permiso de disfrute, que se esparcían opiniones que ignoraban la especificidad de esos conceptos en un campo del saber, y que teoremas, fórmulas y leyes eran licuadas en metáforas).

No fue suficiente. Sokal se tentó, y llegó a Buenos Aires a exponer las incongruencias y disparates de autores bien conocidos por el lector académico local, pero ya no era humor el *souvenir* que nos trajo sino humos subidos a la cabeza. En este puerto se hizo notoria una ampliación imprudente de su programa original de conferencias: la crítica de las ciencias sociales desde una perspectiva tan antigua que da pena estar revisándola de nuevo. La misma remite al origen mismo de las ciencias sociales, perennes sospechosas de subjetivismo. Pareciera que ellas son no ya humanas, sino "demasiado humanas".

### El semen gramatical

Sokal parecía más preocupado por la importancia que las filosofías del lenguaje han ido adquiriendo en el formateo de las teorías científicas que por las barreras matemáticas de Deleuze sobre Leibnitz o las de Lacan acerca de la raíz cuadrada de los genitales masculinos. La aversión de Sokal -y de las ciencias exactas- por el uso de metáforas en las ciencias sociales es ya centenaria, y su propuesta de destituir de las prácticas cognoscitivas a su vector más humano; es decir, el lenguaje no codificado, supone no ya la negación del indeterminismo teórico sino "de la posibilidad misma de conocer".

El semen gramatical se esparce hacia la superficie desde el fondo del continente sumergido del lenguaje y, a duras penas, somos capaces de dar cuenta de las reglas de la formación de frases. Pero esa horma líquida de donde emanan los descubrimientos científicos en las humanidades no es un estanque donde se chapotea a gusto: es uno de los patrimonios abisales del género humano y nadie puede bucear allí impunemente. El lenguaje "agua sonora" lo llamó Michel de Certeau- es un tejido espeso y opaco, y a esa opacidad no se la atraviesa con reflectores metodológicos: él mismo sabe conducirnos a espejos momentáneos donde "fotografiamos" raudos conceptos,

útiles aunque fugaces. Extirpar la metáfora de los saberes sería lo mismo que prohibir el humor o el juego en las prácticas comunicacionales, y ya la ausencia de ambos en el campo de la ciencia dura o de las humanidades transforman a sus comunicaciones en escrituras gélidas, rígidas y, por momentos, inhumanas.

Que la verdad sea, en el campo de la ciencia, polémica y polisémica no debería inquietar a nadie. La ciencia es también la historia de la desobediencia, como lo sabe cualquier lector de la historia de las ideas, y también la de las múltiples y contradictorias orientaciones que toman los caminos del saber, algunos de los cuales quedan en el camino, no por demostrarse falsos sino a causa de circunstancias históricas y políticas, cuando no por mala suerte. Quizás lo que diferencia a las ciencias sociales de sus parientes naturales sea la autoconciencia macerada de que las teorías se desarrollan a partir de "dramas de saber", aunque no deja de ser cierto que a veces la cigüeña trae regalitos desde París.

**E**xtirpar la metáfora de los saberes sería lo mismo que prohibir el humor o el juego en las prácticas comunicacionales, y ya la ausencia de ambos en el campo de la ciencia dura o de las humanidades transforman a sus comunicaciones en escrituras gélidas, rígidas y, por momentos, inhumanas.

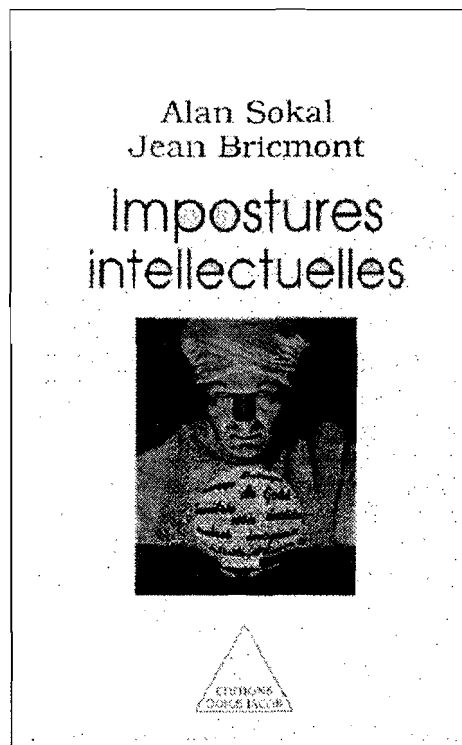
Que la verdad tiene una historia, y que esta historia está impregnada de política, son dos ideas centrales de las ciencias sociales contemporáneas por las cuales ha debido lucharse arduamente. Son conquistas conceptuales que, desde Marx a Foucault, han inquietado al mundo académico. Ellas no denigran la sustancia de las verdades científicas: las insertan en panoramas más complejos a la vez que las reintegran al ámbito de la ética y del poder, vetas y no meros engarces de una hipótesis o de una ley. Que hay determinantes políticos, económicos y narcisísticos en el conocimiento, lo expone el resonante caso de la clonación de ovinos. ¿Por qué clonar una oveja y no, digamos, una rata? Porque, comprensiblemente, clonar una rata no hubiera concitado el favor de los niños y de los adultos sentimentales. ¿Por qué no clonar un lagarto, más fácil de hacerlo a causa de su estructura? Seguramente, porque un lagarto carece de utilidad económica, y una oveja rinde pingües beneficios (más aún que la hipotética clonación de humanos, ya que la esclavitud es considerada, por ahora, una actividad de mal gusto; es decir, ilegal), beneficios en lana: (ya podemos imaginar a Benetton instalando laboratorios de clonación) "Pues los científicos también tienen bolsillos", además de vanidad.

### Un elocuente silencio

Curiosamente, la visita de Sokal a la Argentina, si bien polémica en sí misma, no generó reacciones ni respuestas de parte del sector impugnado. El motivo de tan elocuente silencio puede hallarse, quizás, en la desorientación y miseria teóricas actualmente vigentes en las ciencias sociales, o bien en la mala conciencia de sus oficiantes. Pero cabe sospechar que la causa es tanto más banal como peligrosa: la tendencia al "menefreghismo" y el "ninguneo", síntomas del momento. En definitiva, "nada de lo que se afirme realmente importa" es la consigna aceptada entre los cientistas sociales, consecuencia del aplanamiento de los relieves teóricos logrado por el relativismo cultural, por el auge de los "estudios culturales" que otorgan ciudadanía a diestra y siniestra, como en otra época se otorgaban indulgencias a granel, y del debilitamiento de las pasiones teóricas. En última instancia, Sokal trabaja sobre las debilidades espirituales de las cien-



El físico belga Jean Bricmont, coautor de *Imposturas intelectuales*.



cias sociales. A las mismas les ocurre lo que al Ejército Argentino: que no disponen de "hipótesis de conflicto".

Las gestas de las ciencias sociales se agotaron en las figuras del desarrollismo, la revolución y la democracia. Hoy, a quince años de la asunción de Alfonsín, no restan otras tareas más que la puntualización ritual de las obras inconclusas del proceso de transición a la democracia, las banalidades temáticas requeridas por los mercados mediáticos o por la industria de la cultura, y la nostalgia inconsecuente disfrazada de crítica cultural. En suma, las ciencias sociales son inútiles: es la hora nuevamente de la corporación tecnocientífica.

### Un espectáculo encubridor

Es una lástima que la atención que se prestó a la denuncia de "imposturas" haya oscurecido un peligro más urgente que el propio Sokal mencionó durante su visita: "la creciente privatización del conocimiento", amenaza que concierne tanto a las ciencias humanas como a las naturales. Pero ese tema ya es casi un tabú entre científicos sociales y, por otra parte, ese opacamiento es consecuencia de la estrategia inicial, pues a la clave del éxito de la "Operación Sokal" se lo encuen-

tra "en el chiste mismo": una operación espectacular para provocar un escándalo. El escándalo, para ser eficaz, ha de ser continuado en los medios de comunicación, y no en el ámbito académico. Así se entienden mejor las notables exageraciones que perpetra Sokal sobre las obras de Deleuze o Derrida. Sokal aclara que no intentó invalidar las obras completas de estos autores, sino solo denunciar un porcentaje de inexactitudes y de abusos conceptuales. ¿El 10% de la obra de Deleuze o de Lacan dedicada a "mache-tear" y contrabandear fórmulas matemáticas y físicas? Mala fe y absurdo. Quizás el 1% hubiera sido una cifra más prudente en boca de un posgraduado en ciencias "exactas".

Una contribución más de Sokal a la confusión reside en el uso del sustantivo -más bien, acusación- "postmodernismo" referido a las obras de los filósofos franceses. Ya hace tiempo que este sambenito calza en el vacío, habiéndose transformado en una licencia para eludir un pensar sobre la actualidad (piénsese en la hartante reiteración "apocalípticos" y se identificará otro concepto vacío). El postmodernismo es un lastre de los debates de los años 80; debates sostenidos también con corte de pelo *carré*. Por otra

parte, los así llamados postmodernistas tienen que pasar por la criba institucional de la evaluación de proyectos, currículos y renovación de puestos de trabajo, y allí siguen primando los criterios que Sokal afirma que están socavados.

De modo que no asistimos solamente a una discusión de ideas, sino a un conflicto de poderes y de reparto de influencias, de dinero y de prestigio. En su pelea con el "postmodernismo teórico" se expresa también una lucha entre facciones de la izquierda académica norteamericana. Una refriega por el presupuesto universitario. Pues si se tratara de un nuevo paradigma sobre la ciencia (incluso de un positivismo o un "realismo" remozado) que pretendiera "superar" al "postestructuralismo", el debate prometería alto voltaje. Nos encontraríamos ante una lucha de ideas en la cual los contendientes deberían aguzar los argumentos y afilar las plumas. Pero no. Sokal sólo incluye en sus alforjas al viejo cientificismo, tan rígido como agresivo. De todos modos, no vale la pena recusar al cientificismo recurriendo a la posibilidad de "izquierdizar" a la academia, porque las alternativas a la actividad científica actual -entendiendo a la ciencia como garantía de la autoidentidad de lo real- han de ser

encastrables a las alternativas a la cultura política moderna, a saber, la "representación".

**El racionalismo como dogma**

Lo irracional de las propuestas de Sokal se oculta en la pretensión de terminar con los competidores en función de criterios de "verdad" que pertenecen únicamente a su tradición científica. Nada impide que "coexistan varias tradiciones al interior del campo de la ciencia". ¿O cómo cree Sokal que evolucionó la ciencia? ¿Por autoclonación aséptica de la verdad? El mismo haría bien en prestar atención a la evolución de las metáforas en su propia disciplina, que partieron de las ideas de "colisión" e "impacto" y hoy han arribado a las de "ritmos" y "espirales". ¿Qué pretenden los científicos "realistas" y positivistas? ¿Que los herejes se rindan incondicionalmente a su ideal de método científico, que reconozcan errores como sucedía en los antiguos "autos de fe"? Ahora se tilda de "frívolos" y "snobs" a los que antes, más respetuosamente, se calificaba de "infieles", por sustentar verdades dogmáticas distintas a las oficiales; metamorfosis semántica solidaria con la época: antes se los quemaba

ba vivos, hoy se quiere evitar que habiten las instituciones encargadas del monopolio legítimo del saber. Oponer la ciencia "verdadera" a las diversas modalidades del irracionalismo es recurrir a una oposición trivial. Los que recurren a ella no comprenden que el racionalismo, cuando deviene imperativo, es decir dogma, suele ahogar las cualidades razonables del hombre de saber.

Lacan, Deleuze o Derrida son mediums que numerosos científicos sociales consultan en Argentina, en Latinoamérica y en el mundo occidental, y seguramente es la causa de que las posturas de Sokal recibieran amplia atención en la prensa. Pero al observador atento le habrá sido mucho más sugerente la mención del nombre de Bruno Latour. Mediante la descalificación de los trabajos sociológicos de Latour, Sokal pone en duda la pertinencia de cierta perspectiva en sociología de la ciencia, disciplina novel que escruta a los científicos en sus mismos laboratorios. Algo parecido sucede con la crítica de arte. Solo que en un caso se critica según el gusto y aquí según las prácticas institucionales de la verdad.

En una entrevista publicada en el diario argentino *Página /12*, Sokal comenta

que el propio Latour le envió una botella de excelente vino (la familia de Latour es propietaria de bodegas) a modo de presente, y jocosamente agregaba que no sabe si tomarla y "que sus amigos le aconsejan hacerla probar por otro". He aquí dos mundos: el de un caballero que incita al contendiente a un brindis, pues sabe que en una copa de vino están contenidas muchas más cosas de lo que la fórmula química que se incluye legalmente en la etiqueta permitiría suponer, y el de un bromista que no supo estar a la altura del contendiente agarrado *in fraganti*.

En fin, un átomo o una nebulosa -por más espectaculares o incomprensibles al lego- son objetos simples (lo que no quiere decir que su significado lo sea). Dos seres humanos que se aman o se odian (o si se quiere, millones de personas dirigiéndose a sus trabajos o miles asistiendo a una decapitación en Kabul) constituyen uno de los más impenetrables designios de la evolución. ♣

**N. del E.:** Informaciones, opiniones, entrevistas, debates sobre el "affaire Sokal", desde su origen hasta la actualidad, el lector interesado los puede encontrar en internet: <http://www.physics.nyu.edu/faculty/sokal>



**Revista-libro iberolusoamericana de la comunicación.**

Auspiciada por la Asociación Uruguaya de Investigadores de la Comunicación (AUIC)

Calle Santiago de Chile 1180, Esc. 301. C.P. 11.200  
Montevideo - (R.O. del U.). Telefax: (0598-2) 901.1406. Email: [candel47@adinet.com.uy](mailto:candel47@adinet.com.uy)

**Chasqui**

Revista Latinoamericana de Comunicación

**Visite nuestro web site**

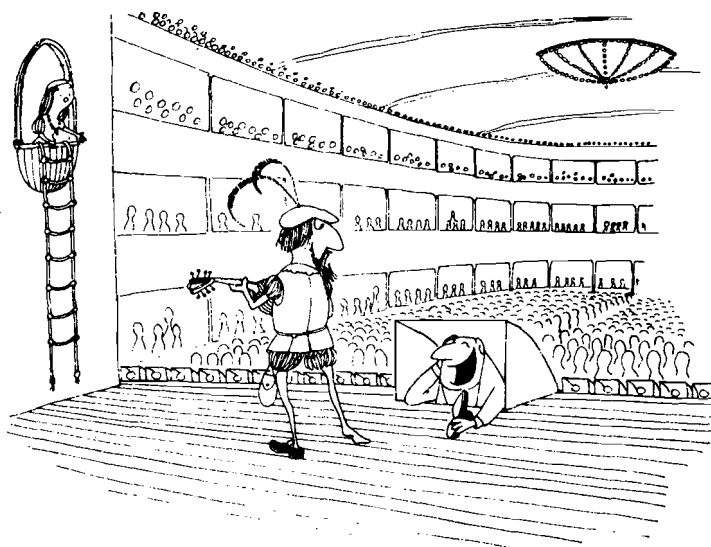
**...conózcanos, infórmese, comente e interactúe con nosotros**

<http://www.comunica.org/chasqui>

Tarifas, promociones, grandes temas, índices, algunos artículos de las últimas ediciones...

***Al navegar, ataque un momento en este puerto cibernético de comunicación democrática.***

# Cultura, prensa y periodismo cultural



*El periodismo cultural en nuestra región enfrenta, entre otros, dos problemas básicos. El uno es su concepción muy limitada que reduce la cultura a las "bellas artes" y que excluye la riqueza de la dimensión cultural de la vida cotidiana. El otro es el carácter mercantil y la dinámica propia de los medios que supeditan el quehacer informativo a las necesidades del negocio y de intereses ajenos al periodismo, y restringen un periodismo cultural (la cultura no es un buen negocio, dicen) más creativo, plural y responsable. Una experiencia de años, en el periodismo cultural en Ecuador y Uruguay, le permite a Kintto analizar el tema y proponer, con suficientes elementos de juicio.*

**C**ada vez es más evidente que los hechos que no salen en la pantalla chica, o en los otros medios, "no ocurren, no existen" aunque los hayan presenciado cientos de personas, más aún en cierto tipo de sucesos no tan masivos, como

**KINTTO LUCAS**, uruguayo. Escritor y periodista, coresponsal en Ecuador de IPS y del Servicio Informativo de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI). Esta nota es parte de una ponencia presentada durante las Segundas Jornadas Culturales Iberoamericanas por la Integración y la Paz, realizadas en Quito, en marzo de 1999.  
E-mail: kintto@ecuanex.net.ec

el lanzamiento de un libro. Así, podríamos preguntarnos ¿para qué tener una sección como la cultural, que se dedica a tratar hechos que "no ocurren"? Justamente, para que comiencen a "ocurrir".

## La dimensión cultural

Primero, tenemos que entender a la cultura como una dimensión creativa de la vida cotidiana donde se modela el quehacer humano. Es necesario que los periodistas entiendan que la cultura no se trata únicamente de exposiciones, espectáculos, presentaciones de libros, si-

no de la cotidianidad de la gente. Lamentablemente, como dice Jesús Martín-Barbero, tratar la cultura desde este punto de vista es difícil porque los periodistas culturales están marcados por la rutina de una agenda cultural muchas veces mediocre. Pero, además, está la lógica informativa que hace valorar, como noticia lo que aconteció en las últimas horas. Así, los hechos de la vida cultural terminan descontextualizados en la vorágine de la información. La temporalidad compulsiva de la actualidad choca de frente con la de la vida cultural.

Los distintos ámbitos de la cultura hablan también de lo que pasa en un país: son un reflejo de su corrupción, o su violencia, o su grisura. No se puede aceptar que para hablar de cultura haya que dejar de lado la realidad que viven nuestros países, cuando interrogando el quehacer cultural podríamos entenderlos mejor. Retomando a Jesús Martín-Barbero, los medios deben construir un discurso cultural que abarque a las distintas secciones, no solamente a lo que se denomina sección cultural. Es importante ampliarla e ir más allá de esa pseudoautonomía que parece decirnos que solo lo que está ahí es cultura y lo demás nada tiene que ver con ella, desvinculándola de la vida cotidiana de un país.

Los periodistas culturales, con raras excepciones, nunca van adelante en el tratamiento de temas más amplios. Esperan que el debate se instale en otras áreas de la vida cotidiana, y a partir de ahí ven si tienen espacio para tratarlo culturalmente y la mayoría de las veces prefieren obviarlo. No se dan cuenta de la importancia de abrir el debate cultural en distintos ámbitos. Pero hay excepciones. El diario *El Comercio*, de Quito, a través de una sección que se denomina "Contraseñas", intenta ver la realidad desde un punto de vista cultural. El diario *O Globo*, de Brasil, trató la prisión de Pinochet en cuatro páginas, en las que el periodismo investigativo por momentos era cultural y el periodismo cultural por momentos era investigativo, contextualizando con opiniones de distintos sectores de la sociedad, analizando la prisión como un hecho cultural. De igual manera podría encararse el papel del Estado, la gresca en un partido de fútbol, la violación de los derechos humanos.

Otra presión que sienten los periodistas culturales de la prensa es la necesidad de que los artículos culturales no sean pesados, como los de ciertas publicaciones especializadas, pues ahuyentarían a un gran número de lectores. Pero si bien es verdad que los artículos no pueden ser para eruditos, tampoco podemos ir al otro extremo: para algunos dueños de periódicos, las páginas culturales deben ser algo así como una fábrica de telegramas. De esa forma subestiman a la gente, asumiendo que esta solo puede digerir lo que sea ágil y corto. ¿No será esto una banalización de la cultura?



Gregorio Aparicio, Venezuela

*La cultura también tiene que ver con la cotidianidad de la gente.*

### Hacia un debate crítico y constructivo

En la crisis que vivimos, es fundamental un periodismo que contribuya a conocernos mejor y a entendernos. Para eso es necesario que el debate franco sustituya a la intolerancia, solo así el periodismo cultural puede forjar una sociedad pluralista. Hasta hace algún tiempo era apuesta segura la confrontación de intereses intelectuales o ideologizados que abrían espacio a maniobras y contramaniobras que (dicho sea de paso) ayudaron a que desde hace ya mucho tiempo no exista, en Ecuador ni en Uruguay (que son los dos países que conozco), ningún organismo, institución o lugar de confluencia de las distintas áreas del trabajo cultural, como fue en algún momento la Casa de la Cultura Ecuatoriana. Tal vez ese sea uno de los motivos por el que no se discute asiduamente sobre el quehacer cultural. Y ahí cumple un papel nefasto la prensa que no sabe abrir el debate. En cuanto a esto no hay diferencias entre los distintos países de América Latina. Todas las sociedades necesitan del debate, pero este no se da, salvo honrosas excepciones. Lo que permanece en la prensa es un discurso de elogios mu-

tuos y cuando hay una crítica suele pasarse hacia el terreno de la destrucción.

Nadie apunta al debate porque los medios, en lugar de asumir esa realidad que vive la cultura y procesarla, la trasladan hacia sus páginas, transformada en amiguismo cultural: no se cuestiona, por ejemplo, la discriminación en los auspicios culturales por parte del Estado y la empresa privada, que muchas veces apoyan eventos mediocres por amistad y se olvidan de realizaciones creativas.

Muchas veces, el auspicio depende de los contactos en las empresas u organismos para conseguir apoyo. En 1995, la crítica y el público señalaban a la obra de teatro *Solo cenizas hallarás* como una de las mejores del año en Quito; sin embargo, no logró ningún auspicio. Paralelamente, crítica y público coincidieron en decir que la obra *Manuela Libertad* era la peor del año, sin embargo, tenía múltiples apoyos estatales y privados. Esa es una de las tantas realidades que los periodistas culturales soslayan; pero, además, asumen la misma práctica.

Así, dan cabida a los amigos, pero no a quienes discrepan. Esa relación de la mayoría de los periodistas culturales con el medio, el hecho de recibir el regalito



navideño de una galería o un centro cultural, asumir los cócteles como un acontecimiento y las preferencias de grupo, hacen que las páginas culturales se tornen poco creíbles. Además, la gente empieza a malinterpretar e imaginarse cosas; por ejemplo, que determinado crítico halaga a determinado cineasta o escritor o artista porque es su amigo, es de su grupo. Ese ambiente de sospecha es el que vive la cultura en Ecuador y en Uruguay y de ese ambiente se salvan muy pocos. El periodista cultural tendría que sacar a la luz ese ambiente, romperlo mediante el debate y aportar a la construcción de un medio cultural y de una sociedad más transparentes. Es lamentable que las secciones culturales pasen a ser lo mismo que esas revistas en las que se publican entre compadres.

Por otra parte, el periodista cultural (bueno, todo periodista) debe desburocratizarse. No puede ser que muchos vivan gracias a los boletines de prensa. Esa es una comodidad digna de la mejor burocracia. Esa actitud solo sirve para congelar el debate. Los periodistas culturales están obligados a descubrir en la cotidianidad las preguntas, las contradicciones y ser un transmisor de la diversidad, de la necesidad del respeto al otro, con todas sus diferencias. Solo de esa

forma estamos creando cultura y formando un espíritu crítico en la gente. Es necesario debatir sobre el parricidio en la literatura, el papel del mercado en la cultura, la discriminación en los auspicios culturales; pero, también, sobre el mundo de la violencia que se engendra en las ciudades, sobre la diversidad de nuestros países y el derecho a expresar esa diversidad.

### Más allá del burocratismo

Encarar lo mencionado anteriormente exige otros esfuerzos. Exige investigación, buscar causas, consecuencias, antecedentes históricos. Un buen periodismo cultural debe dejar a un lado lo obvio para adentrarse en los hechos y sus protagonistas. Es el que busca un manejo creativo del lenguaje. El que rompe esquemas, el que necesita tiempo, conocimiento y sensibilidad, mucha sensibilidad. El que tiene en García Márquez, Osvaldo Soriano, Mario Benedetti y Javier Marías a cuatro de sus más notables realizadores.

A pesar de mostrarme contrario al término "periodismo cultural" creo que si este existe no es solamente por las páginas que sacan el comentario de un libro, la crónica de un concierto o una abundante agenda. El periodismo cultural atraviesa todas las páginas de un periódico y es aquel que intenta interpretar la diversidad de un país, sea a través del deporte, de la política, de la violencia, de la voz de variados sectores. La idea no es culturizar a determinados ciudadanos para que se ilustren, sino despertar inquietudes para que estos apuesten al análisis y a la constante creatividad, para así apropiarse del mundo.

Creo que los diarios siguen sin elaborar un proyecto claro de lo que deberían ser las páginas culturales. ¿Por qué sucede eso? Podríamos ensayar una serie de respuestas pero la principal es que, con ciertas excepciones, tampoco hay proyectos claros de lo que quieren ser los periódicos. Así, quienes los dirigen se dejan llevar por lo que creen que quiere la gente, entonces las páginas culturales reflejan las actividades de la agenda y se confunden con la farándula. Asimismo, se nota un cierto desprecio hacia las secciones culturales porque no producen publicidad. Tal vez por eso, muchas veces no les preocupa quién es el editor de la sección, ni si tiene formación cultural co-

mo para afrontar adecuadamente esa responsabilidad.

Hay una anécdota que me ayuda a graficar cómo asume la prensa la cultura. Cierta vez, allá por 1995, en Art Forum, de Quito, se presentaba el libro *Rasero* (Premio Pegaso 1994, otorgado por la Mobil). Al entrar, un gran escudo de la empresa Mobil daba la bienvenida al local: ¿estarán presentando un libro o un nuevo lubricante?, me pregunté, pues no había ni siquiera la foto del autor o sus datos, pese a que era un escritor extranjero poco conocido.

A nadie le importó ese hecho porque a nadie le importó el libro. Todos se interesaban por la presencia del Alcalde de Quito (en ese entonces, Jamil Mahuad, quien presentó el libro), de algunos políticos y de los representantes de la gran multinacional que quería mostrarse preocupada por la cultura. Ese evento estuvo en todos los medios, como muy pocos eventos culturales.

### Cultura e integración

Otro hecho que hay que tener en cuenta es el proceso de apertura económica entre los distintos países de la región. Para caminar hacia una integración más real es fundamental que la apertura se dé a nivel cultural. A pesar de todas las corrientes postmodernas que flamean como bandera la pérdida de la identidad, considero que la cultura nos permite afirmar los elementos de identidad y pertenencia, primero a un país y luego a una región. Y esto es importante, son las raíces profundas que sostienen luego las múltiples aperturas. Para que esos elementos no desaparezcan es fundamental consolidar los espacios culturales y fortalecer el periodismo cultural.

Hay que pensar que la cultura, y por ende el periodismo cultural, es tal vez el factor integrador más importante. Solo a través de la cultura podemos reconocernos como parte de un continente. Sin la cultura, las tan mentadas integraciones se convierten en meros tratados de libre comercio que favorecen a unos pocos pero no a los países como tales. Para una integración de las culturas, estas primero deben afianzarse en los límites de un país y luego romper las fronteras. Solo así podremos tener la capacidad de asumir lo nuestro y aceptar al otro sin querer imponer nuestra verdad. Ahí está el gran reto del periodismo cultural. ■

**R**etomando a Jesús Martín-Barbero, es importante

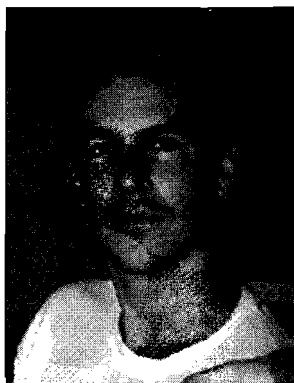
ampliarse e ir más allá de esa pseudoautonomía que parece decirnos que solo lo que está ahí es cultura y lo demás nada tiene que ver con esta, desvinculándola de la vida cotidiana de un país.



## ¡LOS QUEREMOS VIVOS, LOS QUEREMOS EN CASA!



Sabine Roblain



Ander Mimenza

El 11 de septiembre de 1999, Sabine Roblain (canadiense) y Ander Mimenza (español), cooperantes en ALER, Quito, fueron víctimas de la barbarie. Junto a diez extranjeros más (incluidos la hermana de Ander y su esposo, en viaje de luna de miel) fueron secuestrados en la Amazonia ecuatoriana. Hasta el cierre de esta edición no se conoce la identidad de los autores ni las condiciones en las que se encuentran los secuestrados.

### ¿Quiénes son?

Sabine nació en Bélgica, hace 26 años. A los 7 años de edad fue, junto a su familia, a Canadá. Sabine es periodista. Vino a Ecuador en junio para desarrollar un programa acerca de la importancia de la Comunicación para el Desarrollo. Ella es cooperante voluntaria del Centro Canadiense de Cooperación Internacional, CECI. De grandes ojos celestes y con una sonrisa de niña traviesa, suele poner rosas en los escritorios de los compañeros de ALER. Detallista, cariñosa y con grandes deseos de conocer el Ecuador y su gente. Sabine siembra amor en su relación con los demás.

Ander nació en Bilbao, hace 26 años. Hijo de María Jesús y de Andrés, tiene dos hermanas María Jesús (secuestrada) y Amaia. A Ander le gustan los deportes, especialmente el fútbol y el básquetbol. También juega ajedrez. Amante de la música romántica y de la música tropical. Amigable, alegre, abierto, afectivo y amable; Ander camina por la vida sembrando amigos. Especialista en mercadeo, vino desde

Bilbao, en el país Vasco, a participar en la construcción de un mundo mejor para los necesitados de la ciudad y el campo de América Latina. Antes de venir a ALER, en febrero pasado, estuvo dos años apoyando el trabajo de *Radio Cutivalú*, una emisora que acompaña en la vida cotidiana a los habitantes de la ciudad de Piura, en el norte peruano.

### Nuestra solidaridad

El equipo de *Chasqui* se solidariza con los plagiados, con sus familiares y con ALER, organización hermanada con nosotros en la utopía de un mundo mejor. Así como radio *La Luna* de Quito, que ha iniciado una campaña de solidaridad, pedimos a los responsables de este hecho -que nada, absolutamente nada puede justificar- que ¡Los queremos vivos, los queremos en casa!

### La Habana: II ENCUENTRO IBEROAMERICANO DE REVISTAS CULTURALES

Este II Encuentro se realizará en la Casa de las Américas, de Cuba, del 7 al 9 de febrero del 2000. Se propone reunir a directores, o miembros directivos, de revistas culturales de Iberoamérica que asumen el concepto cultural en la riqueza multidisciplinaria que le es inherente.

Se abordarán los siguientes espec-

tos: estrategias editoriales, perfiles temáticos, relaciones editor-colaborador, uso de medios electrónicos, problemas económicos, distribución, integración regional y otros.

Los interesados deben contactar, antes del 31 de octubre de 1999, a revista Casa de las Américas: Calle 3ra. y G. El Vedado, La Habana, 10400, Cuba. E-mail: revista@casa.cult.cu

### Cochabamba: SEMINARIO SOBRE INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

La Universidad Andina Simón Bolívar (sede Bolivia), la Universidad Católica Boliviana y el Centro Interdisciplinario Boliviano de Estudios de la Comunicación, con el patrocinio de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAI), organizan el I Seminario Latinoamericano sobre Investigación de la Comunicación "La comunicación latinoamericana y la cuestión del desarrollo: balance y proyecciones en medio de dos milenios", en Cochabamba, Bolivia, del 4 al 6 de noviembre de 1999.

El invitado principal será el Prof. Jesús Martín-Barbero. Además, participarán 15 especialistas de Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México, Perú y Venezuela, y 10 de Bolivia, encabezados por el Dr. Luis Ramiro Beltrán.

Además de las 6 exposiciones magistrales previstas, se desarrollará el trabajo de 18 meses temáticas a las que todos los interesados, nacionales o extranjeros, podrán postular ponencias.

El valor del registro para los participantes es el siguiente: Profesores e investigadores, 30 dólares. Estudiantes, 20 dólares.

El valor de registro para los cursos especializados (dos por participante) es de 40 dólares.

Para más información comunicarse con Erick Torrico Villanueva:

Maestría de Comunicación y Desarrollo, Universidad Andina Simón Bolívar, Presbítero Medina 2575, La Paz, Bolivia.

E-mail: erito@uasb.edu.bo

## ENCUENTRO IBEROAMERICANO DE PERIODISMO CIENTÍFICO

Organizado por CIESPAL, UREL (Red de Universidades Regionales de América Latina) y FIDAL (Fundación para la Integración y Desarrollo de Latinoamérica), se realizará en Quito, el 29 y 30 de octubre de 1999, el Encuentro Iberoamericano "El periodismo científico en el siglo XXI, una vía hacia el desarrollo sostenible", en el marco de la celebración de los 40 años de vida de CIESPAL.

De España participarán como expositores Manuel Calvo Hernando, Secretario de la Asociación Iberoamericana de Periodismo Científico, comunicador de extraordinaria trayectoria y amplia producción bibliográfica en esta área, quien sustentará la conferencia "La divulgación de la ciencia: un instrumento al servicio de la democracia y el equilibrio cultural"; Mariano Belenguer, Doctor en Comunicación, especializado en periodismo de viajes, quien analizará los problemas de la globalización y la interculturalidad; y J. J. Benítez, autor de varias obras, como la serie *Caballo de Troya*, que abordará el tema "El fenómeno OVNI: un desafío a la ciencia".

De Chile, Sergio Prenafeta, Premio nacional de Periodismo, expondrá el tema "La formación del periodista y la divulgación de la ciencia", y Daniel Torrales, Magister en Comunicación Científica y Tecnológica, con el tema "Periodismo científico y nueva educación".

El geofísico José Luis Tellería-Gieger, director de Ciencia y Tecnología de la Universidad de Bolivia, y el Ing. Gabriel Aramburo Siebert, director del Instituto Científico Inmente de Colombia.

Además, se desarrollarán mesas de discusión y análisis de las siguientes ponencias:

- "Momias y ética. ¿Patrimonio o mercado?", Universidad Nacional de Jujuy, Argentina.

- "Periodismo científico y comunicación para las promoción de la salud: dos prácticas en auge", Departamento de Salud Universidad Estatal Sudeste Bahía-Brasil.
- "El Desafío del cambio climático", Eduardo Calvo, Argentina.
- "La nueva dinámica de la ciencia y el periodismo científico", Sergio Ricardo Quiroga, Argentina.
- "El periodismo científico y su responsabilidad social en el siglo XXI", Diana Cassanau, Argentina.

Informes e inscripciones al e-mail: [direcnica@ciespal.org.ec](mailto:direcnica@ciespal.org.ec)

## SEMINARIO INTERNACIONAL "LA TELEVISIÓN FRENTE A LOS DESAFÍOS DEL SIGLO XXI"

CIESPAL y la Organización de los Estados Americanos, OEA, realizarán el Seminario Internacional: "La Televisión frente a los desafíos del Siglo XXI", del 23 al 26 de noviembre de 1999.

El seminario busca ofrecer conocimientos útiles sobre los adelantos tecnológicos en los medios de comunicación, su importancia como vehículos informativos para destacar los esfuerzos que realizan los estados miembros de la OEA, en los campos social, económico, político, educativo, científico, tecnológico, cultural y del medio ambiente, en la perspectiva del fortalecimiento de la democracia.

En este evento participarán los comunicadores sociales que laboran en los canales de televisión de los países de América Latina y el Caribe. Los expositores serán académicos de reconocido prestigio internacional.

Para inscribirse o recibir mayor información, los interesados pueden dirigirse a las representaciones de la Organización de Estados Americanos, OEA, en sus respectivos países o al CIESPAL.

## MAESTRÍAS, TALLERES Y SEMINARIOS

Para el nuevo período académico se está planificando la realización de maestrías nacionales e internacionales sobre "El derecho a la información y comunicación" y "La gerencia comunicacional", con el auspicio de las facultades de Comunicación Social de universidades del Ecuador y de Latinoamérica.

En octubre, noviembre y diciembre de este año, se realizarán en Quito algunos eventos de capacitación:

- **Taller "Periodismo Científico"**. Del 25 al 27 de octubre, con Manuel Calvo Hernando (España). Destinado a periodistas y profesionales de carreras científicas interesados en la teoría y práctica de la divulgación de contenidos científicos.

- **Taller "Periodismo especializado en viajes"**. Mariano Belenguer, español, doctor en Comunicación, es un especialista en esta área y enseñará, del 1 al 5 de noviembre, las bases teóricas y metodológicas, y examinará a profundidad las relaciones entre interculturalidad, globalización y aculturación.

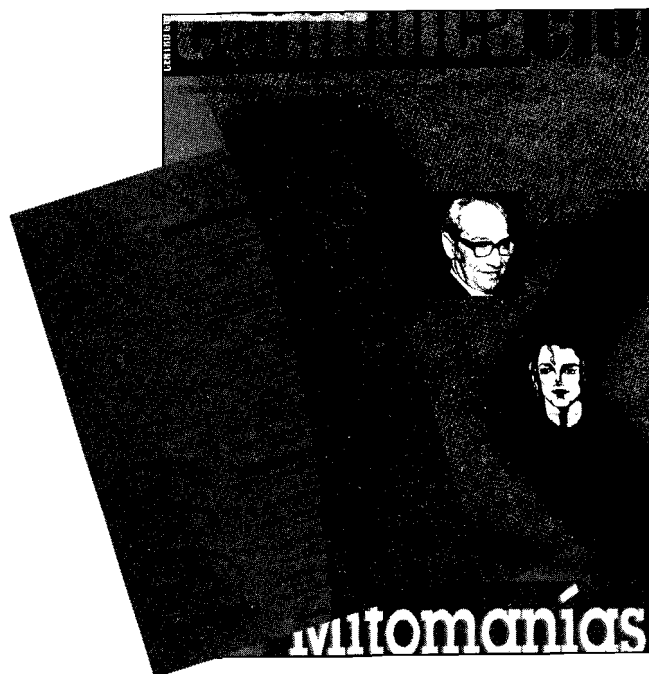
- **Seminario para periodistas parlamentarios**. Del 11 al 22 de octubre. Organizado con el Congreso Nacional y dirigido a periodistas que cubren esta fuente o trabajan en el área política, y que necesiten intercambiar experiencias y mejorar su quehacer profesional, en función del fortalecimiento de la democracia.

## PRODUCCIÓN MULTIMEDIA

El Departamento de Radio y TV concluyó "Alas para la ternura", un paquete multimedia sobre maltrato infantil auspiciado por la UNESCO. Estos materiales -que incluyen tres CD's con una serie radiofónica, cuatro cuentos infantiles impresos y demás material gráfico- están destinados a escuelas, colegios y medios de comunicación para sensibilizar y prevenir el maltrato infantil.

# Revistas iberoamericanas de comunicación

*Si bien la publicación de revistas teóricas en Iberoamérica, especializadas en comunicación y cultura de masas, se da en dimensiones menores a lo que acontece en el ámbito anglosajón (especialmente en los Estados Unidos y en el Reino Unido), es destacable el esfuerzo que las instituciones responsables hacen para mantenerlas con regularidad y calidad, pese a las limitaciones del mercado y de otro orden. Daniel Jones reseña el contenido de varias revistas, sobre esos temas, publicadas en los últimos meses.*



**L**os editores de revistas teóricas internacionales, especializadas en comunicación y cultura de masas, responden a unos patrones que suelen repetirse entre unos países y otros. El abanico de posibilidades no es muy amplio, ya que generalmente va desde las universidades y centros de investigación hasta las asociaciones profesionales y académicas, pasando por las fundaciones públicas o empresas comerciales y organismos de la Administración.

En general, se trata de un tipo de publicaciones con una tirada reducida, con escasos suscriptores o intercambios con otras revistas similares, habitualmente con

formato de libro y con un coste de producción no muy elevado. En la mayoría de los casos no cuentan con publicidad comercial y, por tanto, las fuentes de financiación son escasas: bien las sufraga en su totalidad la propia institución editora o deben recurrir a subvenciones públicas y al patrocinio de grandes empresas.

El mercado anglosajón (especialmente los Estados Unidos y el Reino Unido) resulta diferente, debido sobre todo a su enorme dimensión, al elevado nivel de renta de sus habitantes y a la proyección planetaria de la lengua inglesa en los ámbitos académicos y profesionales. Por ello, son muchas las posibilidades de edición de este tipo de revistas y, más aún, pueden mantener una periodicidad generalmente trimestral y asegurar una continuidad en el tiempo (las hay hasta con tres cuartos de siglo de vida).

Esto les permite, incluso, la consolidación de empresas editoras comerciales, como la transnacional británica Sage Publications y su filial Sage Periodical Press (con centros editores en el Reino Unido, los Estados Unidos y la India), que publica más de una docena de revistas académicas especializadas en diferentes perspectivas teóricas de análisis de los fenómenos comunicativos y culturales, además de editar numerosos libros al año sobre la especialidad a cargo de los principales expertos internacionales. Otras son la norteamericana Taylor & Francis, las británicas Reed Elsevier y Butterworth-Heinemann o la holandesa Kluwer Academic Publishers.

En los Estados Unidos son también muy importantes, además de las editoriales de las principales universidades, diferentes asociaciones académico-profesionales.

**DANIEL E. JONES**, español. Doctor en Ciencias de la Información, investigador y profesor en las facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Ramon Llull y de la Universidad Autónoma de Barcelona. E-mail: djones@maptel.es

les que reúnen a centenares o bien millares de miembros, como la International Communication Association, la Association for Education in Journalism and Mass Communication, la Speech Communication Association o la Broadcast Education Association, que actúan como grupos de presión con un peso considerable en el panorama académico y profesional de su país y con una gran proyección internacional.

En la Europa continental destacan también universidades que cuentan con facultades especializadas en comunicación y cultura de masas, como la Cattolica, en Milán; asimismo, algunos grandes centros de investigación, como el IDATE, en Montpellier; el CNET y el INA, en París, o el EIM, en Düsseldorf. Existen publicaciones de asociaciones profesionales y académicas (con menor repercusión que sus homólogas norteamericanas), pero no se han consolidado aún las empresas editoras comerciales, entre las que pueden mencionarse las francesas Dunod y Editions Retz o las italianas Il Mulino y Capone Editore.

En el área iberoamericana destacan universidades (como las españolas Autónoma de Barcelona, Complutense de Madrid, Navarra, País Vasco, Pompeu Fabra y Ramon Llull; las brasileñas de São Paulo, Católica de Rio Grande do Sul y Metodista de São Paulo; la chilena Pontificia Universidad Católica; las argentinas Nacional de Buenos Aires y de La Plata, la colombiana Javeriana de Bogotá, y las mexicanas de Colima y Guadalajara); los centros académicos (como los venezolanos ININCO y Gumilla; los brasileños INTERCOM y CEBELA; el ecuatoriano CIESPAL, la peruana FELAFACS; la mexicana Fundación Manuel Buendía y las españolas Sociedad Española de Periodística y Societat Catalana de Comunicació), y otros tipos de instituciones públicas (como los españoles Consell de l'Audiovisual de Catalunya y la Filmoteca de la Generalitat Valenciana) o empresariales (como la española AEDE).

Como cada semestre, la selección aquí presentada incluye referencias de revistas publicadas en el área iberoamericana, que cuentan en total con más de un centenar de artículos (académicos, pero también algunos profesionales) sobre la especialidad de la comunicación, algunos de los cuales suponen aportaciones novedosas.

**Ambitos: Revista Andaluza de Comunicación** (Sevilla: Universidad de Se-

villa, núm. 2, enero-junio de 1999). Temas diversos: las transformaciones del mapa cultural latinoamericano, la dimensión audiovisual del idioma, la reacción social ante la violencia mediática, la crítica y el periodismo cultural, la investigación de la comunicación en Argentina, las políticas culturales y la innovación tecnológica, la prensa portuguesa desde el 25 de abril de 1974, la prensa deportiva en España, el décimo aniversario del *Canal Sur* andaluz, y la prensa católica española a comienzos del siglo XX.

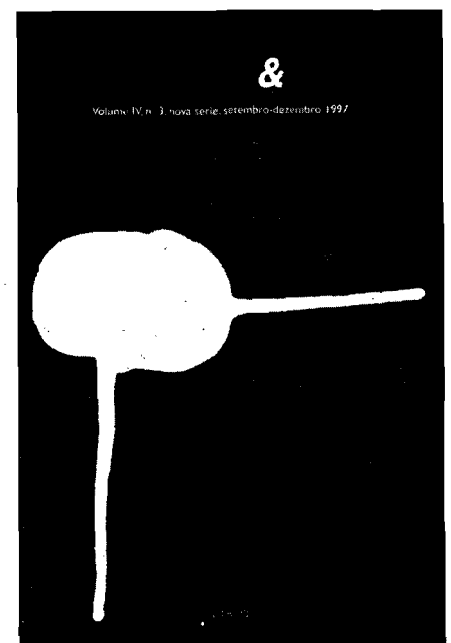
**Anuario ININCO: Investigaciones de la Comunicación** (Caracas: Universidad Central de Venezuela, núm. 9, 1998). Analiza la política contemporánea como espectáculo y el papel de los medios de comunicación en su puesta en escena, el discurso del golpe de Estado de Hugo Chaves en Venezuela en 1992 y su pretendida defensa democrática, las caras ocultas de la violencia en la publicidad y en la programación televisiva infantil, los procesos de recepción televisiva en los escolares de Caracas, las políticas públicas de comunicación y el integrismo "tecnoliberal", el capitalismo de Estado "tecno-represor" a finales de siglo, los medios de comunicación y la defensa de la ecología en México, y la "glocalización" como hibridación cultural.

**Archivos de la Filmoteca** (Valencia: Filmoteca de la Generalitat Valenciana, núm. 31, febrero de 1999). Monográfico sobre las mitologías cinematográficas latinoamericanas: la política de actores (los mexicanos Cantinflas, Dolores del Río, María Félix y Pedro Infante, la brasileña Carmen Miranda y la argentina Libertad Lamarque) y las estrategias y representaciones (las industrias cinematográficas peruana, argentina, venezolana, cubana, brasileña y mexicana, además de la imagen de los españoles en el cine mexicano, y los avatares del cine latinoamericano en España).

**Comunicação & Política** (Rio de Janeiro: Centro Brasileiro de Estudos Latino-Americanos, vol. V, núm. 3, septiembre-diciembre de 1998). Monográfico sobre el papel de la propaganda y los medios de comunicación en recientes elecciones latinoamericanas, con artículos sobre Brasil, México, Uruguay y Argentina. Se incluyen otros textos sobre el proceso chileno de democratización y la sombra permanente del ex dictador Augusto Pinochet.

**Comunicação & Sociedade** (São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, núm. 30, 1998). Dos grandes temas: estudios mediáticos brasileños (identidades y fronteras en los medios, análisis de la historia de las industrias mediáticas, internacionalización de los medios, diferencias entre prensa impresa y prensa electrónica, propaganda política, medios comunitarios, y perspectivas de la audiencia y la recepción), y comunicación científica (universo de los científicos y su papel en los medios, políticas de ciencia y tecnología, trayectoria del periodismo científico, y trabajo en la sociedad tecnológica).

**Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación** (Caracas: Centro Gumilla, núm. 104, cuarto trimestre de 1998). Monográfico sobre los mitos mediáticos, con artículos sobre Renny, Diana de Gales, Maradona y Che Guevara, la industria cultural como fábrica de mitos, y el mercado mediático y mitológico. Completan el número otros artículos sobre la identidad de la comunicación organizacional, la investigación de la comunicación para el desarrollo, los índices de sufrimiento en la industria cultural, el discurso



político del nuevo presidente Hugo Chaves, y el análisis electorales venezolanas.

**Comunicación y Sociedad** (Pamplona: Universidad de Navarra, vol. XII, núm. 1, 1999). Incluye artículos acerca de la investigación sobre economía de los medios de comunicación en Estados Unidos, la estructura de la radiodifusión en el País Vasco entre 1986 y 1996, el concepto de comunicación en la teoría sociológica de Robert E. Park, el derecho audiovisual francés, los elementos fundamentales de la radio de formato musical, la radiotelevisión digital desde un punto de vista jurídico, y la repercusión de la muerte y funeral de Diana de Gales en la prensa española.

**Comunicación XXI** (La Paz: Centro de Noticias e Investigaciones y Centro Interdisciplinario Boliviano de Estudios de la Comunicación, núm. 2, abril-mayo de 1999). Análisis de contenido de la prensa paceña ante el terremoto ocurrido en Bolivia en 1998, la profesión de periodista a finales de siglo, la nueva ruta de la investigación latinoamericana en comunicación, y entrevista al comunicólogo Jesús Martín-Barbero con motivo del décimo aniversario de su libro *De los medios a las mediaciones*.



**Cuadernos de Información** (Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile, núm. 13, 1999). Monográfico sobre el periodismo de calidad: el buen periodismo y la rentabilidad económica en Chile, la necesidad de corregir los errores, la creciente pérdida de credibilidad del periodismo norteamericano, la medición de la calidad de la prensa chilena, la mejora de la cobertura fotográfica, las pautas de la calidad informativa, el papel de los periodistas en la era telemática, y la diversidad programática de la televisión chilena. Se incluyen textos sobre el nacimiento y cierre del diario argentino *Perfil*, las claves de las industrias culturales italianas, y la obra intelectual del comunicólogo chileno Hugo Miller.

**Díálogos de la Comunicación** (Lima: FELAFACS, núm. 54, marzo de 1999). Análisis de la comunicación política en Argentina, la desnaturalización de los símbolos visuales político-partidarios por la propaganda electoral, el paso de la comunicación sindical de la asamblea a la televisión, la construcción de la credibilidad en los medios, la emergencia de nuevos códigos espaciales en la prensa, la orientación de la opinión pública en época de elecciones, el cambio de los periodistas a comunicadores en Perú, y los efectos de la violencia a través de los medios.

**Estudios sobre las Culturas Contemporáneas** (Colima: Universidad de Colima, vol. 4, núm. 8, diciembre de 1998). Se interesa por el campo académico de la comunicación y las diferencias regionales, la investigación académica de la comunicación en México, los grandes centros comerciales como "burbujas de cristal", y la vida cotidiana desde el punto de vista metodológico de la etnografía.

**Historia y Comunicación Social** (Madrid: Universidad Complutense de Madrid, núm. 3, 1998). Monográfico sobre la guerra hispano-norteamericana de 1898 y los medios de comunicación, con artículos sobre la prensa en Murcia, la propaganda revolucionaria en Filipinas, las revistas, la prensa finlandesa, el cine bélico, el higienismo y la reforma municipal de Madrid, el diario *El Imparcial*, la diplomacia internacional y la opinión pública, y la guerra por encima de las posibilidades españolas. Otros temas son la radio como medio de propaganda durante la Guerra Civil de 1936-39, la prensa alternativa en la Guerra del Golfo, los duelos entre periodistas, y la

música en el sistema propagandístico franquista.

**Instituto de Comunicación Social, Periodismo y Publicidad** (Buenos Aires: Pontificia Universidad Católica Argentina, núm. 1, marzo de 1998). El análisis teórico de la comunicación, la investigación de los medios, el futuro de los jóvenes, la carrera de Periodismo, la satisfacción de los clientes, la regulación de la prensa, la publicidad y la ecología, y la comunicación del Evangelio a través del sistema mediático.

**Interacción: Revista de Comunicación Educativa** (Bogotá: Centro de Comunicación Educativa Audiovisual, núm. 18, junio de 1999). Tema central sobre las culturas mundiales y locales: la situación idiomática en Colombia, la corrupción e impunidad de la cultura global, y el papel de la escuela en los procesos de globalización y localización de la cultura. Incluye otros textos sobre cuestiones sociales y culturales que afectan a la sociedad colombiana.

**Oficios Terrestres** (La Plata: Universidad Nacional de La Plata, núm. 5, 1998). Monográfico sobre las transformaciones tecnológicas como encrucijada entre comunicación y educación (articulaciones y conflictos de las nuevas tecnologías, la era de las redes telemáticas, la posmodernidad, la pedagogía de la comunicación, la formación de los profesionales). Otros artículos: el "des-orden cultural" de los jóvenes, las mujeres en el imaginario rioplatense de los años veinte, Maradona como ídolo de masas, las carreras de Comunicación en la Argentina, y diversos ensayos sobre globalización y cambios sociales.

**Publifilia: Revista de Culturas Publicitarias** (Segovia: Colegio Universitario de Segovia, núm. 1, diciembre de 1998). Monográfico sobre el consumidor publicitario (el receptor en la psicología de la publicidad, la evolución del consumidor desde la creatividad publicitaria, la segmentación en *marketing*, y la protección ante los mensajes). Además, la contracultura y el consumo, el centenario de la empresa perfumera española Gal como anunciante, y la modelización de fenómenos de *marketing* mediante "redes neuronales artificiales".

**Quaderns del CAC** (Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, núm. 4, abril de 1999). Monográfico sobre el presente y el futuro de la radiodifusión en Cataluña: el régimen jurídico de las emisoras



comerciales, la acción del Gobierno regional, la consolidación de la lengua catalana en el medio, el reto tecnológico del sistema europeo Digital Audio Broadcast, los cambios en la programación y en la tecnología, la hegemonía de las grandes cadenas comerciales españolas, el papel de la nueva emisora *Catalunya Cultura*, los veinte años de las radios municipales, las emisoras católicas, y el papel de la publicidad como soporte financiero fundamental.

**Revista FAMECOS: Mídia, Cultura e Tecnologia** (Porto Alegre: Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, núm. 9, diciembre de 1998). Cuenta con un artículo de análisis sobre el intelectual francés Régis Debray (así como otro de este mismo autor), y otros textos diversos, entre los que destacan una crítica sobre el estado actual de la teoría de la comunicación, la nueva "hiperliteratura" en "sociedades hipertextuales", el futuro de la industria fonográfica en el Estado de Rio Grande do Sul, las aportaciones recientes de los Estudios Culturales, las rutinas de producción noticiosa aplicadas a la actividad fotográfica, la situación actual de las relaciones públicas en el contexto mediático, la historia de las salas de cine en Porto Alegre, y la serialidad como característica de la cultura postmoderna.

**Revista Mexicana de Comunicación** (México DF: Fundación Manuel Buendía, núm. 57, enero-marzo de 1999). Se interesa por la crisis financiera y el conflicto de los ratings entre *Televisa* y *TV Azteca*, el aumento de la competitividad en el mercado mexicano de las telecomunicaciones, el desarrollo del cine nacional en 1998, la cultura política y el periodismo mexicanos, el desarrollo mundial de Internet, el papel actual del periodismo internacional, los medios al servicio de la Iglesia católica, el debate sobre la Ley Federal de Comunicación Social, y las perspectivas futuras del periodismo en Veracruz.

**Tendências: Audiovisual, Telecomunicações, Multimídia** (Lisboa: Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações, núm. 3, mayo de 1998). Monográfico sobre la industria de los contenidos audiovisuales en Portugal: la producción cinematográfica y televisiva, la digitalización audiovisual, el desarrollo multimedia, las nuevas tecnologías telemáticas, la reglamentación de la convergencia y el consumo por parte de las audiencias.

**Treballs de Comunicació** (Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, núm. 11, junio de 1999). Monográfico sobre el papel de la radiotelevisión pública de cara al próximo siglo: la televisión pública europea en un contexto multicanal altamente competitivo, la falta de rumbo de las televisiones públicas españolas (estatales y regionales), las transformaciones recientes de la *BBC*, los servicios públicos de comunicación en la "sociedad de la información", y los imperativos de un nuevo servicio público catalán. Además, las dificultades para la conservación de la prensa como documento histórico, y el papel del diario en lengua catalana *El Punt* en la región valenciana.

**Trípodos: Llenguatge, Pensament, Comunicació** (Barcelona: Universitat Ramon Llull, núm. 7, mayo de 1999). Reconstrucción histórica de la obra cinematográfica de la alemana Leni Riefenstahl al servicio de la estética nazi de los años treinta, el proyecto ideológico del realizador norteamericano Steven Spielberg a través de su película *Saving Private Ryan*, la prepotencia de las grandes corporaciones audiovisuales de Hollywood en el merca-

do lingüístico catalán, la Iglesia católica y la publicidad, el discurso musical desde el punto de vista comunicativo, la digitalización de las señales, y el mensaje del cineasta Roberto Benigni a través de *La vita è bella*.

**ZER: Revista de Estudios de Comunicación** (Bilbao: Universidad del País Vasco, núm. 6, mayo de 1999). Se ocupa de la recuperación industrial y económica del cine español en la segunda mitad de los noventa; de la imagen de Juan Carlos I en el diario *El País* al inicio de su reinado en 1976; de qué ven y cómo juegan los niños y jóvenes españoles; del diseño y del enfoque de las noticias en los diarios madrileños *El País*, *ABC* y *El Mundo*; del desarrollo de los portales en Internet; del papel del lector en la prensa actual; de los hábitos de recepción de la radio en el País Vasco; de la "radiovisión" como nuevo "medio multiservicio"; del diseño de los medios impresos; de los contenidos de ciencia, tecnología y sociedad en los medios de comunicación; del discurso político del nacionalismo radical vasco a través de su diario *Egin*; y de la especialización en el periodismo. ●

## LA PANTALLA UBICUA.

### Comunicación en la sociedad digital

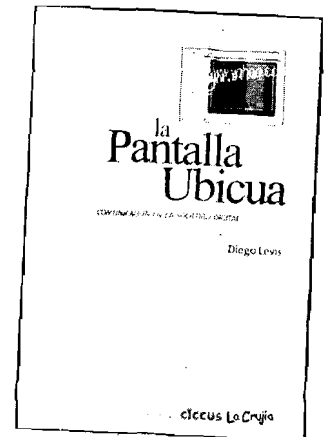
Diego Levis

Ediciones Ciccus, La Crujía  
Buenos Aires, abril de 1999.

Es sabido que la expansión de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación es el fenómeno tipificador por excelencia de las sociedades contemporáneas. Sin embargo, la multiplicación de las pantallas, la digitalización y la convergencia tecnológica y empresarial que la misma conlleva, significan importantes cambios sociales, culturales, políticos y económicos cuyo impacto en las sociedades no ha sido suficientemente analizado.

Este libro nos ofrece un estudio exhaustivo y documentado, que conjuga rigor científico y amenidad, poniendo el énfasis precisamente en los aspectos menos abordados de las transformaciones en curso: su génesis, las causas que las impulsan y las consecuencias de ellas para la vida de las personas.

Tanto el lector especializado como el que se sienta motivado a incursionar en el conocimiento de dichos fenómenos, encontrarán en esta obra una aproximación certera a sus propias inquietudes, en un enfoque que prioriza la dimensión social de las actuales innovaciones tecnológicas.





**EDUCACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

**Experiencias en aula**  
**Marta Orsini Puente**

Editora ILAM

Cochabamba, Bolivia, abril de 1998.

En quince colegios de Cochabamba se han puesto en práctica interesantes experiencias pedagógicas en relación al uso de los medios de comunicación en el aula y a la formación de la criticidad sobre los mensajes que nos transmiten esos medios.

Esta publicación presenta, en la primera parte, algunas consideraciones teóricas sobre los medios masivos de comunicación. En la segunda, se recogen las experiencias más significativas realizadas en los colegios del proyecto "Educación y Medios de Comunicación". Y, en la tercera, se ofrecen nuevas técnicas de análisis y pautas de creación de mensajes alternativos que se podrían aplicar en el aula, tanto para los jóvenes y niños, como para profesores y padres de familia.

En la actualidad, es imposible educar a la niñez si no se la forma y orienta en relación al *impacto* y a la *influencia* que ejercen los medios, sobre todo la TV. Sin embargo, no se trata de escolarizar la TV o los otros medios, sino servirse de ellos como fuente de información y como desafío para desarrollar, de manera progresiva y sistemática, en los alumnos, la capacidad de discernimiento crítico.

Las prácticas pedagógicas que, con tanto éxito y creatividad, han aplicado en admirable trabajo de taller entre profesores y alumnos, están señalando un camino que todo educador debería seguir en estos

tiempos de la cultura de la imagen: formar a la niñez y juventud en una recepción activa, crítica y creativa de los medios de comunicación, a través de una metodología de talleres, en un ambiente de máxima participación, libertad y creatividad.

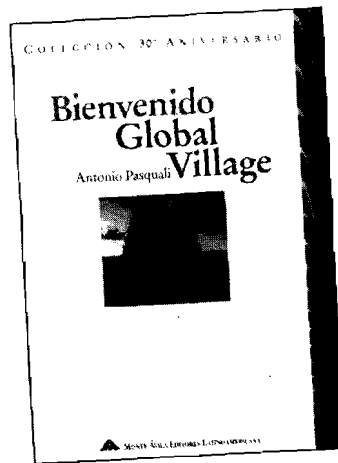
Pensamos que las prácticas educativas que, con tanta riqueza y amenidad presenta este libro, responden no solo a un reto y a una urgencia del momento, sino que también están plenamente enmarcadas dentro del modelo constructivista que trata de impulsar la Reforma Educativa. Los alumnos, a través del desafío que significa para ellos el bombardeo permanente de información, publicidad, imágenes... con el que llenan su mente, comienzan a construir sus propios criterios, sus propios saberes, sus propias respuestas y propuestas, de acuerdo a sus valores culturales y personales.

**P. Gregorio Iriarte**

**BIENVENIDO GLOBAL VILLAGE**

**Antonio Pasquali**

Monte Avila Editores Latinoamérica  
Caracas, 1998.



El análisis semiótico de la imagen es el elemento fundamental de este libro en el que resalta la serenidad del estilo y la contundencia del contenido. A partir de allí, Antonio Pasquali elabora un panorama de la situación actual del aparato administrativo, político y conceptual de los medios audiovisuales en Venezuela. Este trabajo, que es a la vez denuncia y propuesta, presenta la educación como el eslabón más importante para una óptima producción audiovisual en ese país y, al mismo tiempo,

propone el desarrollo integral de las tres fases del proceso cultural audiovisual: producción, conservación y fruición. El continuo cuidado de estos tres aspectos "facilitaría la formación en el país de aquella gran familia de directores, profesionales, conservadores, técnicos y *managers* de la industria audiovisual, sin cuya existencia y cohesión será difícil dejar atrás el alto riesgo, la baja productividad (...) y la discontinuidad en el esfuerzo".

**GLOBALIZACIÓN, DEMOCRACIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

**Josef Thesing y Frank Priess (editores)**

Konrad Adenauer Stiftung, CIEDLA  
Buenos Aires, 1999.



Asistimos a un período de rápida y dinámica transformación en el mundo de los medios de comunicación. Las comunicaciones modernas hacen posible un acercamiento insospechado entre continentes remotos, aceleran el intercambio permanente de informaciones, modifican puestos de trabajo y procesos laborales, y revolucionan la discusión política. Aunque, en este contexto, un lugar preponderante queda reservado a los aspectos tecnológicos es fundamental preguntar por las condiciones que deben darse para facilitar al ciudadano el acceso a todas aquellas informaciones que le permitan formarse un juicio independiente y pluralista, sin que ello implique sepultarlo bajo una formidable avalancha de datos. Surgen varios interrogantes que son tomados como material de análisis para el presente volumen. Asimismo, la publicación intenta brindar un acercamiento al pensamiento de destacados expertos en comunicación, juristas especializados en derecho medial, periodistas y políticos de Alemania.