

Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui

N° 43 Octubre 1992



La reforma de los medios

- *Divulgando Ciencia y Técnica*
- *Crear y vender cine en A. L.*
- *Integración de las comunicaciones*

Medios, corrupción y reforma

El juicio político al presidente de Brasil y su separación del poder por vía constitucional es quizás el acontecimiento de mayor importancia en la historia contemporánea de América Latina. Los partidos políticos, el Congreso y las Cortes, los medios de comunicación, y la ciudadanía movilizada fueron los principales actores en este proceso que por su magnitud y complejidad no tiene precedentes en el país y la región.

Collor de Mello llegó al poder con el apoyo decisivo de la mayoría de los medios de comunicación. Durante su gobierno personificó simultáneamente la reforma liberal en lo económico, el estilo deportivo de gobierno, y la insaciable corrupción en la privatización del poder en todos los niveles de la sociedad. En este sentido Brasil y Mello son arquetipos de América Latina donde la venalidad, el personalismo y la incompetencia son parte de la mitología cotidiana.

Los medios no derrocaron al presidente de Brasil aunque sí respondieron a la evolución del proceso político, lo reflejaron y lo alimentaron profundizando las investigaciones y amplificando la oposición. La desgastada credibilidad de los medios ante el público y la ciudadanía se recuperó selectivamente. Los que se sumaron a la denuncia de la corrupción aumentaron su circulación y mejoraron sus ratings. La experiencia de los medios en Brasil no es nueva. Desde México hasta Argentina los ciudadanos leen y sintonizan a quienes se atreven a titular con el tema.

Pero si la corrupción está en todas partes ¿por qué son tan pocos los medios con la audacia para asumirse protagonistas de su erradicación? ¿Se puede explicar el silencio señalando las relaciones de complicidad, los condicionamientos financieros, las amenazas de rutina? No parece suficiente. Hay algo más.

En el tema de la corrupción y la modernización del Estado, la mayoría de los medios de la región se arrastra de mala gana detrás de la opinión pública, incluso detrás de importantes sectores del poder político y económico. Los medios que día a día

ignoran y ocultan la corrupción no tienen astucia empresarial, ni olfato político, ni imaginación periodística. Parecen existir en el vacío, ajenos a las necesidades y oportunidades que reclaman su atención. El observador quiere creer que esa esterilidad está en vía de desaparición, que la dinámica informativa que se dió en Brasil es un indicio de los cambios de actitud que se gestan en los medios más lúcidos de América Latina.

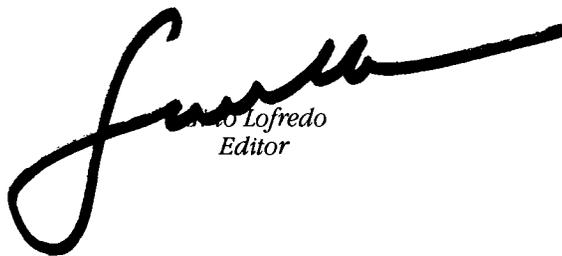
El informe que nos envía el investigador Luna Cortés desde Guadalajara ilustra los cambios de actitud latentes en medios nuevos y tradicionales. Las doce explosiones de Guadalajara movilizaron a la población y activaron una conciencia de servicio entre los comunicadores y sus empresarios. La población premió con su interés a los medios más comprometidos.

La reforma de las comunicaciones es parte de la agenda política latinoamericana. Robert White de la Universidad Gregoriana en Roma bosqueja una estrategia pluralista y participativa. La evolución de los medios es tan crucial para la sociedad que ningún sector afectado puede ser excluido de la gestión de reforma.

En colaboración con la Asociación Iberoamericana de Periodismo Científico dedicamos un módulo especial a la divulgación científica y tecnológica en América Latina y a la formación de periodistas especializados.

Los artículos de Joëlle Hullebroeck y Eduardo de la Vega Alfaro exploran algunos aspectos de la contradictoria crisis que afecta al cine latinoamericano. La entrevista de Adriana Schettini al cineasta Eliseo Subiela muestra la perspectiva del director/creador ante los múltiples obstáculos a la producción y la exhibición.

Chasqui 43 continúa explorando nuevos temas y nuevas perspectivas sobre los medios en América Latina. Los críticos visitantes Alexis Naranjo de Ecuador y Allan Castelnuovo de Argentina se encargan de señalar -en defensa de los lectores- los desvíos, errores, y omisiones que cometimos en esta edición.



Julio Lofredo
Editor

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 43 - OCTUBRE 1992

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Gino Lofredo

Consejo Editorial

Jorge Mantilla

Edgar Jaramillo

Thomas Nell

Nelson Dávila

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la
Universidad Central del Ecuador.

Eduardo Peña Triviño,

Ministro de Educación

Luis Castro, UNP

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Rubén Astudillo,

Mín. Relaciones Exteriores.

Rodrigo Rangles, Min. Educación.

Louis Hanna, AER.

Alba Chávez de Alvarado, Universidad

Estatad de Guayaquil

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Dayuma, Jaime Pozo

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Servicios Especiales de AFP, IPS,

OIP, IJI

Chasqui es una publicación de CIESPAL
que se edita con la colaboración de la
Fundación Friedrich Ebert de Alemania

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador
Telf. 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED.
Fax (593-2) 502-487

Los artículos firmados no expresan
necesariamente la opinión de CIESPAL o
de la redacción de Chasqui.



CINE, VIDEO Y FOTOGRAFIA

La producción de cine y
audiovisuales atraviesa por
una extraña crisis de
crecimiento y contracción. Las
innovaciones técnicas y la
apertura de mercados crean
oportunidades sin precedentes.

- 4 El cine y el Estado mexicano,
Eduardo de la Vega Alfaro
- 7 La escurridiza integración del
cine latinoamericano, *Joëlle
Hullebroeck*
- 11 ¿Qué cine está en crisis?,
Gino Lofredo
- 12 Video popular y
democratización del discurso,
Paulo de Tarso Riccardi
- 13 Regina Festa y la TV de los
trabajadores, *Kintto Lucas*
- 15 Los culebrones trepan en
España, *Daniel E. Jones*
- 18 El arte fotográfico para
comunicar el pasado,
Alexandra Ayala Marín

ENTREVISTAS

- 23 Eliseo Subiela: Animarse a
volar, *Adriana Schettini*
- 27 Gilberto Gil: La magia de la
comunicación, *Kintto Lucas*

PERIODISMO CIENTIFICO

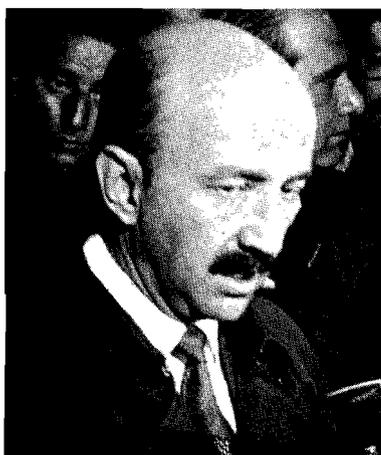
Son pocos los aspectos de la
vida cotidiana que escapan
al impacto de la ciencia y la
tecnología. Pero los periodistas
carecen aún de la formación
especializada para incorporar
esta perspectiva de la realidad.
Dedicamos esta sección a
Aristides Bastidas, pionero del
periodismo científico en América
Latina y Presidente de Honor de
la Asociación Internacional de
Periodismo Científico. Aristides
Bastidas falleció los primeros
días de octubre en Caracas.

- 29 Divulgando ciencia y técnica,
Sergio Prenafeta Jenkin
- 34 Completando el círculo,
Manuel Calvo Hernando
- 39 Brasil: Ganando espacios en
la sociedad industrial, *Julio
Abramczyk*
- 41 Venezuela: Acumulando
experiencias, *Luis Moreno
Gómez*
- 42 Costa Rica: Formación
especializada, *Marcela
Guzmán O.*
- 44 Colombia: Aumenta la
demanda de divulgación
científica, *Antonio Cacua
Prada*

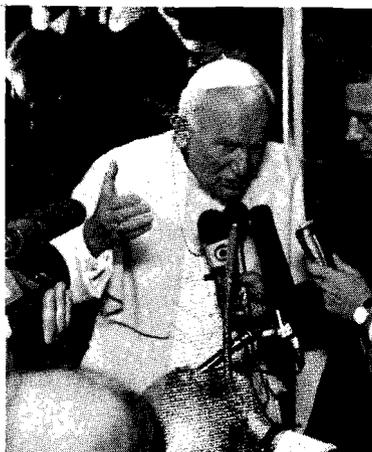


MEDIOS EN TRANSICION

Los cambios en curso desafían las generalizaciones. En toda la región se acumulan experiencias de signos contradictorios y enriquecedora diversidad.



- 46 México: Desastre urbano y renovación en los medios, *Carlos Luna Cortés*
- 51 Crónicas del fin del mundo, *Rosana Reguillo*
- 52 Puerto Rico, Estado 51: Cultura boricua y asimilación política, *Eliut Flores Caraballo*
- 54 Colombia: Mercados regionales y medios, *Humberto López López*
- 56 La Escobarización del periodismo colombiano, *Enrique Santos Molano*
- 57 Venezuela: La pantalla omnipresente, *Marcelino Bisbal*
- 61 Bill Cosby es argentino, *Gino Lofredo*
- 62 Chile: La pendiente democratización de la prensa, *Gustavo González*
- 65 La formación del comunicador posmoderno, *Hernando Bernal Alarcón*



ESTRATEGIAS

Aumenta la prioridad de la reforma de las comunicaciones en la agenda política latinoamericana. Desde diversos frentes sociales surgen y maduran nuevas estrategias de cambio. La amplia participación y la búsqueda de consenso determinan su viabilidad.

- 68 Nuevas estrategias de cambio, *Robert White*
- 72 La Iglesia Católica ante la revolución en las comunicaciones, *Documento Pastoral*



- 76 El mensaje y el mensajero, *Andrés León Calderón*
- 78 Se comunican los investigadores, *Rafael Roncagliolo*
- 80 Avances en la investigación, *José Marques de Melo*
- 81 Los desafíos del libre comercio, *Elizabeth Fox*

ACTIVIDADES DE CIESPAL

- 83 Asdrúbal de la Torre: CIESPAL y la transformación de las comunicaciones

AUTOCRITICAS Y CONTRAPUNTOS

- 87 Misión Imposible, *Allan Castelnuovo*
- 89 Desvíos, errores y omisiones, *Alexis Naranjo*

TENDENCIAS

- 90 Las radios comunitarias

UNICEF

- 93 Los niños de las Américas
- 96 Las caras de la violencia

- 98 RESEÑAS

NUESTRA PORTADA

El acrílico *Interior de bus*, es de la pintora ecuatoriana Dayuma.

Local para la práctica artística.
República de El Salvador 734,
Quito. Ecuador
Telf. (5932) 247-862

El cine y el Estado mexicano



Grovas Oro films, 1940

El pelado y su changuita: "Ahí está el detalle" de Juan Bustillo Oro

El cine mexicano ha sido uno de los más fuertes y difundidos del continente. Su desarrollo dependió siempre, en mayor o menor grado, del apoyo del Estado. Hoy éste se repliega de su papel tradicional y la industria busca nuevas fórmulas de producción y distribución.

La industria cinematográfica mexicana alcanzó su apogeo en el período 1941-1945. Como México fue un país aliado de Estados Unidos su industria del cine recibió un apoyo importante de Hollywood. Sus películas mejoraron la calidad, diversificaron temas, y penetraron con fuerza en los mercados de habla hispana. En los festivales europeos el cine mexicano logró ocupar un espacio.

Como la industria captaba divisas, rápidamente se transformó en una de las cinco más importantes del país. Esa época de oro del cine mexicano resultó en la consolidación de una burguesía

cinematográfica en torno a la cual surgió el Banco Cinematográfico y otros organismos que canalizaron el apoyo estatal.

Crisis del cine e intervención del Estado

Después de la guerra la bonanza comenzó a disiparse para dar paso a un período de crisis que dura hasta el presente. Dos fueron sus causas principales: la nueva expansión del cine norteamericano y la incapacidad de la burguesía cinematográfica para desarrollar estrategias innovadoras.

Ante esta situación, el estado intervino. En 1947 el Banco Cinematográfico se transformó en Banco Nacional Cinematográfico y se fundó la empresa distribuidora Películas Nacionales S.A. En 1949 se decretó la Ley de la Industria Cinematográfica, tendiente a regular las actividades del sector.

Durante los cincuenta y sesenta se acentuó el deterioro. Los factores que incidieron fueron:

- la monopolización de la producción y de la exhibición;
- la competencia de la televisión y el proceso de inflación;
- la política de "puertas cerradas" en el sindicato de directores;
- la pérdida de los mercados naturales en América Latina, el Caribe y el sur de los Estados Unidos.

Sectores de la industria exigieron que el Estado arregle la situación e intervenga. En 1953 se elabora el "Plan Garduño" que fortalece la unión de productores y distribuidores contrarrestando maniobras del monopolio de la exhibición. En 1954 se funda la Cinematográfica Mexicana Exportadora S.A de capital mixto, cuyo objetivo es recuperar mercados y extenderse a Europa y Asia.

EDUARDO DE LA VEGA ALFARO, mexicano. Es profesor del Centro de Investigación y Enseñanza Cinematográfica de la Universidad de Guadalajara.

En 1955 Películas Mexicanas S.A. asume la distribución en los países de habla hispana. En 1960 el Estado adquiere las dos cadenas que monopolizaban la exhibición y funda la Compañía Operadora de Teatros. En 1965 se celebra el Primer Concurso de Cine Experimental, para dar oportunidad a cineastas jóvenes.

Reconstruir la credibilidad del sistema

El sexenio del presidente Luis Echeverría Álvarez (1970-1976) se caracterizó por una estrategia política tendiente a recuperar la credibilidad perdida durante la brutal represión al movimiento estudiantil-popular de 1968. El Estado interviene en el sector productivo e impulsa una reorganización que culminará, hacia 1976 en la virtual estatización de la industria filmica. El hermano del presidente, Rodolfo Echeverría Álvarez, es nombrado director del Banco Nacional Cinematográfico y convoca a viejos productores para que patrocinen un "nuevo cine mexicano" que refleje la problemática nacional y coadyude a la apertura democrática propuesta por el jefe de gobierno. Los integrantes de la burguesía cinematográfica no respon-

den. En consecuencia en 1971 el Estado, a través del BNC adquiere los famosos Estudios Churubusco y funda el Centro de Producción de Cortometrajes, con el objetivo de realizar documentales que apoyen las necesidades del gobierno. En los dos años siguientes los Estudios Churubusco, transformados también en productores, patrocinan 39 largometrajes, la mayoría filmados por cineastas formados en escuelas de cine o en el cine independiente experimental. En un primer momento esta nueva intervención estatal en la producción complementa la cada vez más escasa participación de la burguesía cinematográfica. El relativo éxito taquillero de algunas de las cintas patrocinadas y la incapacidad de renovación de los productores tradicionales obligan al estado a fundar sus propias empresas de producción filmica: CONACINE (1974), CONACITE I y CONACITE II (1975).

Gracias a esta política y al retiro casi definitivo de los productores privados, en 1976 el cine estatal tiende a desplazar al cine patrocinado por la iniciativa privada.

Reprivatización de la industria

Sin embargo, a fines de 1978 la situación de la industria se había modifi-



Cineteca Nacional, México, 1975

*"Nosotros los pobres",
Ismael Rodríguez, 1947*

cado ostensiblemente. El cine de iniciativa privada creció en relación al producido por el Estado. Fue el comienzo de un claro proceso de reprivatización que sin embargo no significó la superación de la crisis artística y económica. A partir de ese año la producción filmica estatal iría disminuyendo hasta desaparecer. Primero fue la liquidación del BNC y de CONACITE I. Entre 1978 y 1982, el estado justifica la baja de la producción y la reprivatización con la necesidad de desarrollar una "economía mixta". Las causas reales eran diversas: 1) desde la lógica del poder, el cine ya no resultaba útil para apoyar los proyectos ideológicos; 2) la reprivatización coincidía con el inicio de la aplicación de las políticas neoliberales promovidas por el Fondo Monetario Internacional.

Durante el gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988), período de mayor crisis económica, el cine producido por el Estado disminuye en cantidad y calidad a pesar de la creación del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), nuevo organismo estatal supuestamente fundado para la reorganización integral del cine. El IMCINE inicia con muchos proyectos positivos pero termina patrocinando un cine mediocre y sin sustancia. Sin embargo cabe mencionar que por iniciativa de Alberto Isaac,



Cineteca Nacional, México, 1987

Willy y Mario García "Harapos" en "Calzoncín inspector" de Alfonso Arau



Cineteca Nacional, México, 1975

Emilio Fernández: *El cine romántico de México*

uno de los triunfadores del Festival de Cine Experimental celebrado en 1965, el IMCINE convocó en 1984 a una nueva edición del mencionado concurso lo que permitió el debut formal de varios jóvenes cineastas (Alberto Cortés y Diego López) egresados del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC).

La aplicación de las políticas neoliberales implicó la venta o liquidación de empresas estatales a ritmos más intensos. Durante el período de 1982-1988, el Estado mexicano vendió a la iniciativa privada 153 empresas y en el lapso 1989-1991 los volúmenes ascendieron a 156 empresas más 9 Bancos que habían sido nacionalizados por el gobierno de López Portillo. Este proceso ha continuado hasta "adelgazar" el estado a niveles que hace algunos años hubiera resultado inconcebible.

En 1989, primer año del régimen actual de Salinas de Gortari, desaparecen las empresas CONACINE y CONACITE II, integradas al IMCINE. Gracias a las presiones de intelectuales y gente del medio cinematográfico, se logra que IMCINE pase a formar parte del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y deja de depender de la Secretaría de Gobernación (organismo facultado para ejercer la censura). Bajo la dirección de Ignacio Durán Loera, cineasta y ex director de producción de TV Cultural, el IMCINE inicia a partir de 1990 una política volcada a financiar parcialmente la producción de directores egresados de las escuelas de cine. Ante

La industria busca alternativas en las que el Estado pueda asumir con un nuevo sentido su necesario papel de promotor de la cultura cinematográfica.

los buenos logros de varias de las películas producidas bajo el esquema de coproducción entre IMCINE y los cineastas, un sector de la crítica comenzó a hablar de un "nuevo-nuevo cine mexicano". El resultado ha sido disímil: desde películas extraordinarias (*Goitia un Dios para sí mismo*, *Retorno a Axtlán*, *Cabeza de Vaca*, *Ciudad de ciegos*, *La mujer de Benjamín*, *Ángel de fuego*), hasta cintas fallidas, la mayoría realizadas por cineastas debutantes en los 60 (*Esperanza*, *Maten a Chinto*, *Cómodas mensualidades*, *Modelo antiguo*, *Como agua para chocolate*, *Playa azul*, *Los años de Greta*). Algunas obras anuncian un posible nuevo cine mexicano, siempre y cuando sus realizadores logren desarrollar propuestas temáticas y visuales a niveles más relevantes: *La leyenda de una máscara*, *Pueblo de madera*, *Lola*, *Danzón bandido*, *Mi querido Tom Mix*, *Solo con tu pareja*, *Gertrudis Bocanegra*, *Serpientes y escaleras*, son algunas de esas realizaciones.

Nuevo papel del Estado y nuevas fórmulas de producción

La liquidación de las empresas estatales de producción fílmica surgidas durante el régimen de Echeverría y la reciente puesta a la venta de la Compañía Operadora de Teatros, hecho que implica una reprivatización en el sector de la exhibición, se consideraron signos desalentadores de la política neoliberal del presidente Salinas de Gortari. A pesar de eso la fórmula propuesta por IMCINE resulta una alternativa que permite al cineasta una mayor capacidad de negociación. Lamentablemente quedaron sin apoyo varios realizadores de probado talento y capacidad a quienes habría que dar oportunidad, para lograr un mayor desarrollo estético del cine mexicano.

En los últimos dos años la industria fílmica (ahora regentada por los hijos y nietos de los integrantes de la burguesía cinematográfica surgida en los treinta) ha sentido nuevos efectos de la crisis, producto de la competencia del video y el constante cierre de salas. Sin embargo, se siguen buscando alternativas en las que el Estado tenga posibilidades de participación asumiendo con un nuevo sentido, su necesario papel de promotor de la cultura cinematográfica. ●

La escurridiza integración del cine latinoamericano



Afiche, Mostra Pisa 89

La búsqueda de una integración del cine latinoamericano tiene más de tres décadas. Sin embargo nunca se logró hacerla efectiva. Joëlle Hullebroeck reconstruye su trayectoria y señala el camino que queda por recorrer en el contexto de la apertura comercial que se gesta en el continente.

El cine en América Latina, como en el resto del mundo, está en crisis. En los últimos diez años disminuyó la producción de películas, se redujeron los estrenos, las salas y los espectadores. A la crisis estructural del cine y la competencia de las nuevas formas de consumo de imagen como televisión y video se agrega la dominación del mercado por parte de las grandes empresas norteamericanas

JOELLE HULLEBROECK, belga, es representante en Perú de la Unión Latina, y Directora de su Programa de Comunicación. Desde 1987 dirige *CortoCircuito*, revista especializada en audiovisuales.

canas y la ausencia (o debilidad) de políticas culturales en los Estados que ya no dedican recursos para la cultura en general, y el cine en particular. Esta situación, sumada a las políticas neoliberales aplicadas en gran parte del continente, dificulta el proceso de integración regional.

El cine expresa las culturas y preocupaciones de los pueblos que ven reflejado en él sus realidades, deseos y temores. Si bien no podemos desarrollar todas las implicancias políticas y culturales de la colonización de las pantallas del mundo por el imaginario y la industria de la imagen norteamericana, es necesario dejar claro que la necesidad de la

integración se debe tanto a motivos económicos como culturales y políticos.

Hasta los años sesenta las dos mayores industrias de cine en América Latina, la mexicana y la brasileña, mantuvieron una importante producción garantizándose mercados.

La primera lo logró gracias a una eficiente red de distribución en el continente, la segunda gracias a su mercado interno. Desde los años sesenta, la producción norteamericana, apoyada en sus recursos de producción y en el manejo casi monopolístico de la distribución en el continente, empieza a quitar espacios económicos y culturales al cine latinoamericano.

Los agentes de Jack Valenti

Era la época de los primeros años de la revolución cubana, del antimperialismo, las luchas de liberación nacional anticolonialista y las propuestas estéticas y políticas del Cinema Novo. Se debatía intensamente el contenido cultural y estético, con planteamientos comprometidos con la realidad socio-política del continente. Las reuniones de Viña del Mar, Mérida y Valparaíso en 1968 y 1969, fuertemente marcadas ideológicamente, expresaron una preocupación por la protección y fomento de la producción nacional. En la región se desarrollaban los cineclubes, las cinematecas y los cines universitarios. Se elaboraban leyes, decretos, normas de protección al cine nacional y a sus trabajadores, como la ley 19.372 de Perú (aprobada por la

dictadura nacionalista y progresista del General Velasco Alvarado) que establecía exhibición obligatoria de las películas nacionales e incentivos indirectos a la producción de cortometrajes.

En 1974 se creó el Comité de Cineastas de América Latina, foro de debate de los cineastas del continente, que ideó el Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano, cuya primera edición tuvo lugar en La Habana en 1979. En 1977, Roberto Farías, cineasta brasileño director de la Empresa Brasileña de Filmes (EMBRAFILME), convocó en Brasilia al Primer Encuentro sobre Comercialización de las Películas de habla hispana y portuguesa. Por primera vez, se propuso desde una perspectiva económica, la creación de un mercado común para la distribución y exhibición de filmes con el fin de garantizar un mercado suficiente para recuperar las inversiones. Participaron países de América Latina, África, España y Portugal.

Se pensó que el fracaso del intento se debía a la burocracia imperante en toda parte. Años después se sabría que varios países habían sido afectados por manipulaciones del presidente de la Motion Pictures Association, Jack Valenti, a quien no servía la integración porque arriesgaba un mercado firme para la producción estadounidense. Según Edmundo Aray "Los agentes de Valenti se movieron con prontitud y celo, junto con la cancillería de su país,

para abortar, las pretensiones de los funcionarios de las cinematografías nacionales de América Latina, y la políticas de fomento a las industrias respectivas. Destitución de funcionarios, cierre de organismos, desconocimiento de legislaciones y obstaculización a la actividad productiva hicieron acto de presencia en el ámbito de la cinematografía del continente"¹

Buscando un foro ligado al poder

En 1985 el Comité de Cineastas de América Latina creó la Escuela Internacional de Cine, Televisión y Video



Colombia, 1988



ICAIC, Cineaste, 1988

Cine cubano: "Los pájaros tirándole a la escopeta" de Rolando Díaz

LEYES DE CINE EN LOS PAISES LATINOS

En los países latinos de América y Europa, las primeras leyes sobre la actividad cinematográfica surgen cuando los gobiernos asumen la importancia del cine como medio de difusión. Así, aparecen normas de censura sobre las exhibiciones fílmicas. Luego, la presión de ciertos grupos extiende las normas a otros aspectos de la industria como la distribución, a través de la implantación de tasas aduaneras e impuestos de importación. Más tarde, cuando los estados logran establecer una política orgánica global, crean instituciones directrices de la actividad cinematográfica que se encargan de reglamentar todos sus componentes. En las etapas más avanzadas surgen regulaciones de apoyo a la producción, distribución y exhibición del cine. En la actualidad, la normatividad legal en los países subdesarrollados tiende, cada vez más, a estrechar las relaciones entre el cine y la televisión.

Bajo la dirección de Joëlle Hullebroeck y la coordinación de César Mendoza Gutarra, la Unión Latina en Lima editó un Estudio Comparativo sobre Legislaciones de Cine en los Países Latinos. La investigación analiza las Leyes de Fomento a la Industria cinematográfica de 18 países.

Con esta publicación, la Unión Latina busca promover el desarrollo de un marco legal para la industria fílmica y dar impulso a la integración cinematográfica.

Este libro se puede obtener escribiendo a:

Joëlle Hullebroeck
Apartado Postal 18-1494
Lima 18, Perú
FAX ó Tel. (5114) 411 520.

de San Antonio de los Baños en Cuba, con el apoyo de Fidel Castro y Gabriel García Márquez, quien la preside y apoya financieramente. El mismo año comenzó a publicarse la revista *Nuevo Cine Latinoamericano*.

En 1989, en Venezuela, algunas instituciones² y el gremio cinematográfico encabezados por Julio Sosa-Pietri y apoyados por Carlos Andrés Pérez y Gabriel García Márquez organizaron el Foro de Integración Cinematográfica Iberoamericana. Delegaciones de países latinoamericanos más España y Portugal firmaron el Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana. Los latinoamericanos, por su parte, también firmaron dos acuerdos complementarios: uno destinado al fomento de la coproducción (Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica), y otro para fomentar un Mercado Común Cinematográfico Latinoamericano. Además se creó la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI) con un órgano ejecutivo con sede en Caracas.

Fue fundamental, que estuvieran en la dirección de los organismos de cine de los distintos países³ cineastas comprometidos con la integración. Lograron así, convertir el foro en una reunión de estados, con poder para suscribir convenios que luego pasarían a ser ley.

Cuatro países convirtieron en ley el convenio de integración cinematográfica



"Lo que vendrá", Gustavo Mosquera, Argentina, 1988

y los dos acuerdos: Perú, México, Cuba y Venezuela. España ratificó el convenio y ratificará el acuerdo de coproducción. Colombia ratificaría los tres textos y se hacen gestiones para que tanto Argentina como Brasil también lo hagan.

Julio Sosa-Pietri, actual Secretario Ejecutivo de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas Iberoamericanas señaló recientemente que estos acuerdos eran una piedra fundamental, que costará remover. Y aunque los textos por sí solos no van a conseguir la integración, duda que a pesar de las tendencias neoliberales, algún país que haya suscrito los acuerdos se niegue a ratificarlos.⁴

Relación del cine con el video y la TV

En el Convenio de Integración⁵ los firmantes se comprometen a actuar en conjunto en favor de sus respectivos cines, en materia de desarrollo cultural, armonización jurídica, resolución de problemas diversos de la cinematografía, promoción de productos, establecimiento de mecanismos de financiamiento y creación de cinematecas. Considera por obra cinematográfica "aquella de carácter audiovisual registrada, producida y difundida por cualquier sistema, proceso

o tecnología"⁶. El texto parece consagrar el fin de la guerra contra el cable, la televisión y el video, y de las peleas entre productores y realizadores con distribuidores y exhibidores.

El Acuerdo de Coproducción implica coparticipación en la totalidad del proceso de creación y producción. El gran aporte es considerar a las coproducciones como nacionales en cada país participante, de tal manera que los productos pueden acogerse a los beneficios y ventajas previstas para el cine nacional. Es un paso enorme y realista hacia la integración.

El Acuerdo para la Creación de un Mercado Común propone que cuatro películas de cada país sean consideradas en los demás países firmantes como nacionales para fines de cuota de pantalla, exhibición y distribución. Es el más débil de los acuerdos, ya que sólo podría ser efectivo en los países donde se cumplen legislaciones de protección y promoción del cine nacional en materia de exhibición.

La CACI se ha reunido cinco veces⁷. De sus conclusiones⁸ resaltamos: la necesidad de buscar en el video y la televisión nuevas fuentes de ingresos para el cine; la preocupación por apoyar mecanismos de distribución internacional



"Frida", Paul Leduc, México, 1984

para películas latinas, en particular el MECLA, una distribuidora de cine y audiovisual, impulsada por el ICAIC de Cuba.

Cada instituto una sala

A la última reunión de la CACI⁹ desarrollada en marzo de este año, durante el XXXII festival de cine de Cartagena asistieron delegados de Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, España, México, Nicaragua, Venezuela y observadores de Canadá, Costa Rica, Chile, la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano, el Festival Imágenes Caribes de Martinica y la Unión Latina. Se destacó la voluntad de organizar reuniones de productores y coproductores con finalidad práctica más que académica. Se recomendó que cada instituto cinematográfico abra una sala dedicada exclusivamente a la exhibición de cine latinoamericano. Se afirmó la voluntad de acercar a los diversos sectores de la actividad cinematográfica regional, para superar los conflictos entre productores y distribuidores o exhibidores. Se acordó que la Unión Latina y la SECI monten un banco de datos sobre legislaciones de cine; impulsen proyectos de difusión (catálogos de películas, calendario de festivales) y mecanismos de apoyo a los guionistas y a los estudiantes de la Escuela de San Antonio de los Baños.

Los mercados nacionales son demasiado pequeños para amortizar cualquier producción cinematográfica. La solución económica pasa por la conformación de un mercado común más grande, que se apoye en legislaciones nacionales y acuerdos internacionales que protejan y promuevan la producción nacional y regional, abriéndose incluso a las cinematografías de calidad de otras partes del mundo.

Actualmente todas las ramas profesionales del cine están en crisis y la época de las vacas gordas de los distribuidores y exhibidores parece haberse terminado. Ellos también perciben ahora la necesidad de legislaciones que los protejan de la competencia desleal, o en todo caso les permitan el acceso a nuevos mercados como el de la televisión y el video, y les den margen de negociación con las distribuidoras monopólicas. Esto propicia la realización de encuentros y diálogos profesio-

nales que deberían impulsar mucho más los procesos de integración.

Como dijo César Vallejo "Hay, hermano, muchísimo que hacer".

REFERENCIAS

1. Aray, E., Antecedentes del Foro Iberoamericano de Integración Cinematográfica, *CortoCircuito* No 10, enero de 1990.
2. La Asociación Nacional de Autores Cinematográficos (ANAC), la Cámara Venezolana de Productores de Largometrajes (CAVEPROL), el Fondo de Fomento Cinematográfico (FONCINE)
3. Octavio Getino en la dirección del Instituto Nacional del Cine de Argentina; Roberto Farías en la dirección de EMBRAFILME de Brasil; Julio García Espinoza

en la presidencia del ICAIC; y Julio Sosa-Pietri como Presidente de FONCINE de Venezuela.

4. Julio Sosa-Pietri, Lima el 10 de enero de 1992, Coloquio Internacional sobre Legislaciones de Cine.

5. Los textos del Convenio y de Acuerdos en revista *CortoCircuito* No 12, julio de 1990.

6. Artículo II del Convenio.

7. Buenos Aires, abril, 1990; México, septiembre, 1990; La Habana, diciembre, 1990; Caracas, julio, 1991; Cartagena marzo, 1992.

8. Los textos completos de las conclusiones de las cuatro primeras reuniones de la CACI están publicados en *CortoCircuito* No 16-17 de julio-octubre de 1991.

9. Los textos completos de esta segunda reunión la CACI están publicados en *CortoCircuito* No 19, Lima, abril de 1992. ●

CHILE: U\$S 65 MILLONES ANUALES ABASTECIENDO VIDEOCLUBES

Cada mes se arriendan en Chile cinco millones de películas en video. Es el floreciente negocio controlado por una docena de distribuidoras cuyas operaciones anuales ascienden a más de 65 millones de dólares.

Los distribuidores se quejan de que su actividad podría ser más rentable si se perfeccionara la legislación que castiga el pirateo, es decir la reproducción y alquiler ilegal de cintas de video. El pirateo en Chile representa el 20 por ciento del total de distribución. En Perú representa el 80 por ciento del mercado, en Ecuador y Colombia el 70, en Brasil el 50 y en Venezuela el 40. En todo el mundo, las pérdidas generadas por la reproducción y distribución ilegal películas de video ascienden a 1.200 millones de dólares por año, de los cuales corresponden a Chile solo el 1.7 millones. Otros datos reveladores: en Chile hay 500.000 video grabadores y el número crece anualmente en 126.000 aparatos según los registros de importaciones.

Como en la mayoría de las actividades de alta rentabilidad, también este sector vivió un período de amplia competencia, hasta que el mercado se encargó de dejar como sobrevivientes sólo a los más fuertes. En 1989 había en Chile 54 distribuidoras y más de un millar de video clubes, cifra que hoy se reduce a 12 compañías distribuidoras de importancia y unos 800 video clubes.

Federico Alencar, gerente de ventas de una de las mayores distribuidoras planteó que el arriendo de cintas tiene posibilidades de expansión por el previsto incremento de la importación de equipos reproductores. "Además, sólo cerca de la mitad de las video caseteras se usan activamente". Las principales compañías que se disputan el mercado chileno están apostando a la espectacularidad y la rapidez. Es decir traer películas taquilleras a la brevedad posible de su estreno en el cine. Una de las importadoras de películas de video, por ejemplo ganó posición este año en el "ranking" de ventas al adjudicarse la distribución de *Terminator II* y *El silencio de los inocentes*, que estaba disponible en video cuando aún se exhibía en las salas de cine. Los Oscars que ganó en Hollywood favorecieron ambos circuitos de comercialización.

La disputa por los 500.000 video grabadores es incesante y los distribuidores del *El silencio de los inocentes* ya pagaron los respectivos derechos para comercializar en 1993 las versiones en cassettes de dos grandes éxitos fílmicos de hoy: *Hook* y *Bajos instintos*.

A comienzos de 1993, o tal vez para fines de este año, debería ser aprobada por el Congreso la nueva ley sobre derechos de autor que aumentará las penalidades contra el robo intelectual incluyendo al pirateo de películas.

GUSTAVO GONZALEZ, (IPS)

¿Qué cine está en crisis?

La industria internacional del cine no está en crisis. Lo que está en proceso de desaparición es una forma de hacer y mostrar cine que fue viable y rentable hasta hace un par de décadas. Ya en 1970, en Estados Unidos, comenzaba el reemplazo de las grandes salas por los complejos multisalas. En esa década ya se pronosticaba la sustitución de las salas por la televisión, el videocasette y el video cable como principales fuentes de recuperación de la inversión cinematográfica.

El cine latinoamericano nunca logró adaptarse a los cambios radicales que se gestaron durante los últimos veinte años en el mercado regional y mundial del audiovisual. Hoy aún es imposible encontrar en la inmensa red de videoclubes del continente los títulos esenciales del cine latinoamericano tanto contemporáneo como histórico. No se consiguen paquetes de cine latinoamericano para la programación en televisoras, sistemas de cable, y televisión por abono. En el importante y creciente mercado de video cassettes para el público élite y medio no se encuentran los títulos que nos conciernen.

En todos estos nuevos mercados de recuperación las barreras legales e impositivas nunca fueron importantes y lo son cada vez menos. La distribución pirata lo confirma. Los Estados y gobiernos, especialmente en América Latina, tienen cada vez menos influencia sobre lo que se muestra y no se muestra, sobre lo que circula o no en estos circuitos de alquiler y venta. El repliegue y la impotencia del Estado se manifiesta en la proliferación de emisoras de radio y TV que operan sin licencia en todo el continente.

Muchas de las propuestas analizadas por Joëlle Hullebroeck (cuotas de exhibición, nacionalización del audiovisual, acuerdos oficiales para la coproducción) hoy nos parecen anacronismos legales y económicos de cuestionable viabilidad política. Parece improductivo insistir en una estrategia dirigida a lograr mecanismos de protección estatal, o legislar acuerdos intergubernamentales en favor de la integración audiovisual. Lo que se desea poner en marcha está ocurriendo al margen de las disposiciones legales y los acuerdos internacionales.

¿Pero por qué no surgieron las empresas de distribución y ventas que podrían haber organizado la demanda del mercado regional y mundial en favor del cine latinoamericano? ¿Será que nuestro cine no responde a los gustos del mercado? ¿Será cierto lo de la conspiración inspirada por los monopolios norteamericanos?

Nuestro cine es bueno. Tenemos directores, actores y técnicos de gran creatividad y con experiencia demostrada. Los costos de producción en la región siguen siendo una gran ventaja comparativa. La industria tiene un mercado potencial importante y en gran medida inexplorado.

No creemos en la conspiración monopólica. Hollywood montó y mantuvo un sistema de distribución y ventas excepcionalmente eficaz que desplazó del mercado al producto

new from NEW YORKER FILMS

"BEAUTIFUL..."
THE MUSIC AND DANCING ARE SPLENDID!
—VINCENT CANBY, NEW YORK TIMES

"AN EBULLIENT MELANGE OF SONG, DANCE AND DRAMA"
—JOHN BRONCK, NYChronicle



TANGOS
THE EXILE OF GARDEL

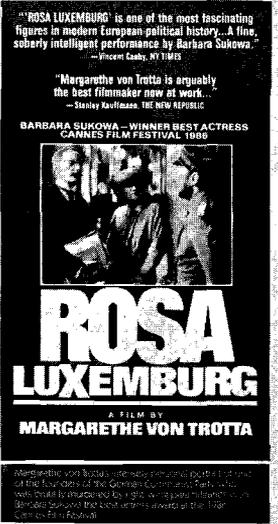
A film by Fernando E. Solanas

Fernando Solanas' exuberant and erotic examination of the experience of exile, expressed through the passionate song and dance of Argentina's native tango music. With Philippe Licolet and Marina Vlady.

"ROSA LUXEMBURG" is one of the most fascinating figures in modern European political history... A film, soberly intelligent performance by Barbara Sukowa.
—Vincent Canby, NY TIMES

"Margarethe von Trotta is arguably the best filmmaker now at work."
—Stanley Kauffmann, THE NEW REPUBLIC

BARBARA SUKOWA — WINNER BEST ACTRESS CANNES FILM FESTIVAL 1980



ROSA LUXEMBURG

A FILM BY MARGARETHE VON TROTTA

Margarethe von Trotta's superbly sensitive portrait of one of the founders of the German Communist Party, who was killed by the Nazis in 1931, was shown in London when Barbara Sukowa won the Best Actress award at the 1980 Cannes Film Festival.

Please call or write for further information and a copy of our 1988 Special Attractions catalogue.

NEW YORKER FILMS
10 West 61st Street, New York, N.Y. 10023 (212) 247-6110

Distribución en el mercado USA

nacional o regional. Su eficacia confirma que los obstáculos burocráticos y administrativos no fueron ni son insuperables.

La respuesta es más simple. Las industrias nacionales, estatales o privadas, controladas por las burocracias o las burguesías cinematográficas, no arriesgaron y no invirtieron en el mercadeo de sus productos, ya sea por falta de visión, iniciativa o capacidad empresarial. Esta ceguera colectiva cavó la tumba de incontables proyectos artísticamente valiosos y comercialmente viables. El cine latinoamericano, particularmente el que se llamó nuevo, de autor, alternativo, o popular, siempre subestimó la importancia del manejo comercial y financiero. De ahí la ausencia de un sistema eficaz de distribución cuando ya se acaba el siglo.

Actualmente todo el continente redefine el ordenamiento del comercio cultural. La apertura de los mercados puede tener efectos nocivos para muchas actividades y sectores nacionales, pero es evidente que puede ser un incentivo para el surgimiento de un mercado integrado para la cinematografía iberoamericana. Si la industria aprovecha o no esta oportunidad dependerá de su capacidad y creatividad empresarial. Las condiciones emergentes son quizá las más favorables desde el inicio de la producción de cine en América Latina.

GINO LOFREDO

VIDEO POPULAR Y DEMOCRATIZACION DEL DISCURSO

Sveja São Paulo

AGOSTO 1992
S | T | Q | Q | S | S | D
10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16



Después de 25 años de evolución, el video popular o alternativo sale de su marginación, se profesionaliza, impacta sobre la política y cambia la forma de hacer y ver televisión en Brasil. Tarso Riccordi analiza y Regina Festa nos cuenta sobre la TV de los Trabajadores.

En Brasil ocurre una nueva revolución en el modo de hacer televisión. La introducción del sistema doméstico de video (Betamax, 1975, y VHS, 1977) puso en marcha la democratización del proceso. Por primera vez se pudo romper el monopolio de las emisoras sobre la video comunicación.

Este desarrollo originalmente tecnológico tuvo consecuencias formidables en países de alta marginación y exclusión social.

La apertura del nuevo espacio creó condiciones objetivas para suplantar la recepción pasiva de la televisión. Ya no se la puede caracterizar como medio frío. Cuando los sectores populares acceden al poder de hacer televisión modifican los temas, el lenguaje y alteran el uso mismo del medio.

PAULO DE TARSO RICCORDI, brasileño. Es periodista y profesor de la Universidad del Valle del Río de los Sinos.

El video popular (comunitario, alternativo, contra-hegemónico), al revés de la TV institucional, busca reflejar la realidad desde el punto de vista del pueblo. Rompe con el discurso vertical y autoritario que busca impartir una determinada visión del mundo.

El video popular problematiza, provoca reflexión, desafía al participante a superarse y combate la dominación del discurso institucional que es esencialmente conservador. Un discurso es superador y esclarecedor, el otro es mítico, esconde la realidad, oculta las raíces de la exclusión social.

Desde hace más de cinco años en todo el Brasil, sindicatos, asociaciones y entidades del movimiento popular, iglesias, partidos políticos (además de millares de pequeños productores comprometidos con el establishment) conforman centros de producción de video, normalmente con equipo VHS, adquieren equipos de edición, contratan profesionales permanentes. El video

popular se aleja del trabajo artesanal y se profesionaliza.

En muchos puntos del país hay circuitos permanentes de exhibición de video popular y/o sindical. Las producciones registran la realidad sin los filtros ideológicos que imponen los grandes medios de la industria cultural. Todos siguen el camino abierto en la década pasada por la TV Viva de Recife en el Estado de Pernambuco, en el nordeste brasileño, y de la TV de los Trabajadores del Sindicato de los Metalúrgicos de São Bernardo do Campo, en el Estado de São Paulo en el corazón industrial del país. A fines de los años 70 ese sindicato lideró el resurgimiento del movimiento sindical y cumplió un papel clave en la oposición a la dictadura militar. Allí nació el Partido de los Trabajadores, la organización política que más intensamente usa el video como instrumento de educación y formación en la disputa por la hegemonía cultural e ideológica. ●

Regina Festa y la TV de los trabajadores

KINTTO LUCAS

¿Cómo se inicia el proyecto de la TVT?
Regina Festa: En una época de grandes movilizaciones contra la dictadura, Lula recibió de regalo una filmadora. Por esos días se generó en el cinturón industrial de São Paulo, un movimiento que comenzó en los sindicatos y se extendió a toda la sociedad. Se involucró lo político con lo cultural, se conformaron grupos de teatro y una nueva forma de vivir la comunicación. Se pensó en una televisión que pudiera dar respaldo a eso y su primera filmadora fue la de Lula. Luego surgieron dos unidades: una que trabaja con video casete VHS, y otra con equipos de un set de televisión. Comenzamos a formar obreros y obreras en Brasil, en la Universidad, en la Escuela de Cine de Cuba, cursos especiales y por autoformación.

¿Cómo es el proceso de producción?

Cada video es una experiencia distinta. Si estamos documentando una huelga, somos parte de esa acción. Si es un video sobre las mujeres ellas discuten el guión y lo preparan. Los de la escuela sindical se discuten en comisiones con los obreros.

Cuando se lanza el plan económico de 1989 todo el país creyó que iba a marchar bien, pero la evaluación de los economistas decía todo lo contrario. Hicimos un video y sacamos una hojita. El video explicaba todo. La hojita era una guía de discusión con una explicación de nuestros economistas sobre lo que sucedería. Cuando empezó la crisis, la gente estaba mejor preparada para recibirla e intentar cambiarla.

KINTTO LUCAS, uruguayo. Premio Latinoamericano de Periodismo José Martí 1990. Autor de *Entre viento y fuego*, Ediciones Abya Yala, Quito, 1992.



Bye Bye Brasil

¿Cuáles son las prioridades de producción?

Tenemos una estrategia muy diversificada porque nos concebimos como parte de un proceso de producción. Estamos metidos en las fábricas, en los sindicatos, trabajamos con organizaciones de la iglesia, hacemos video en la escuela sindical de la CUT y en la escuela formal de las alcaldías del Partido de los Trabajadores. Concebimos una política de comunicación desde abajo, con una visión desde los trabajadores.

¿Cuál fue la reacción del trabajador vinculado al proyecto en el momento que se dio cuenta que podía crear sus propias imágenes?

Por un lado la fascinación por la tecnología y por poder manejarla. Por otro el hecho de verse desde él mismo sobre él mismo. Siempre estuvieron acostumbrados a ser presentados de una cierta manera y de repente eso cambió. Increíblemente eso les provoca un gran sufrimiento.

Hay momentos que creen en lo que dicen y lo que hacen, pero no les gustaría estar diciendo o haciendo eso. Es que a veces no hay una identidad sobre una manera diferente de verse, porque la que viene de los medios masivos es muy fuerte.

¿Cómo lograron la confluencia entre un proyecto político, incluso partidista y el trabajo cultural?

Hubo conflictos porque la política se lleva muy mal con la cultura. La TVT se autosostiene y esto le permitió llevar adelante acciones con mayor autonomía. Muchas veces lo que nosotros entendemos que es una expresión cultural, a determinados dirigentes no les interesa porque va contra lo que plantean. Esto está muy al interior de lo que hacemos, pero lo enfrentamos.

Por ejemplo, viene un grupo de negros y hace un video que desde su perspectiva está bien. Si a los dirigentes no les interesa se les hace ver que representa lo que ese grupo social piensa y por eso tiene que ser así. Trabajar con una organización política que tiene claro lo que está haciendo posibilita que haya confrontación de propuestas, porque no es un problema de medios sino de acción.

AFP/PHOTO

Audiovisual e identidad cultural

La coalición internacional para la promoción del audiovisual Vidéazimut organizó en Lima un simposio sobre el Audiovisual y la identidad cultural. Asistieron 220 personas de 16 países. A continuación resumimos los temas más destacados.

A pesar de reconocer que la identidad cultural es amenazada por la homogeneización de las imágenes de los medios audiovisuales masivos, en el simposio fue difícil reconocer y reflejar la diversidad de identidades que se encuentran en nuestros propios países. Alain Ambrosi de Video Tiers Monde (Canadá) y Presidente de Vidéazimut dijo que "el desafío consiste en esbozar un terreno conceptual donde se reconozca el mestizaje y se acepte el pluralismo".

María Elena Hermosilla, de CENECA (Chile), resaltó la dificultad de "superar una relación instrumentalista entre comunicación y cambio social". Y señaló la necesidad de descomponer la(s) identidad(es) y terminar con la idea de identidad cultural nacional única. Concibiendo esta descomposición como diversidad y no como fragmentación.

Hernán Dinamarca (Canelo de Nos, Chile) afirmó que "en esta época de posmodernidad planetaria, es la lucha ideológica la que constituye el eje de la lucha política". En tal contexto, la comunicación participativa juega un papel clave en la construcción del nuevo sujeto social y su identidad.

Michel Azcueta (Centro de Comunicación Popular de Villa El Salvador, Perú) habló del mestizaje social que produce un nuevo protagonista popular-urbano. Un sujeto que se construye a través de la comunicación participativa y es protagonista de la conquista de una nueva hegemonía cultural.

Esta crónica está basada en el informe sobre el Simposio preparado por la Secretaria General de Vidéazimut, Nancy Thede.

David Nostbakken (Visión TV, Canadá) señaló que: "La televisión pública en países como Canadá no constituye un espacio accesible, y por consiguiente se tienen que crear espacios televisivos con y para las organizaciones, movimientos y comunidades marginados del mismo".

Gastón Kabore, Secretario General de la Federación Panafricana dijo que "Una televisión pluralista tiene que asegurar que la opinión de cada capa de la población tenga su peso. Tiene que crear ciudadanos capaces de reflexionar por ellos mismos".

Durante el Simposio se compartieron varias experiencias de trabajo en televisión y video alternativos:

- Deep Dish Satellite TV (Estados Unidos): Difunde 52 programas (26 horas) por año vía satélite a las televisiones públicas en todo Estados

Unidos. Sus programas reflejan identidades marginadas.

- Video News Services (Africa del Sur): Difunde la producción clandestina de video realizada durante la lucha contra el apartheid.
- Centro para el Desarrollo de la Tecnología de Instrucción (India): Forma videastas populares para trabajo en comunidades urbanas y rurales.

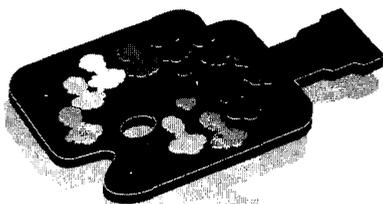
El Simposio concluyó con la presentación de propuestas de estrategias de trabajo. Nostbakken, planteó un servicio global de teledifusión cultural dirigido por una coalición internacional que presente diversas minorías de Norte y Sur. Luis Fernando Santoro (Festa & Santoro comunicações, Brasil) priorizó ampliar los espacios de comunicación democrática a través de la legislación; organizar trabajos conjuntos entre organizaciones; y ocupar espacios institucionalizados como el sistema educativo que tiene permanencia y capacidad de multiplicación.

Rafael Roncagliolo (IPAL, Perú) señaló la necesidad de pensar las estrategias a cuatro niveles: 1) El micro-social, donde lo fundamental es la calidad de la producción. 2) El nacional, donde lo urgente es sensibilizar a la diversidad y el acceso al espacio comunicacional; 3) El regional, donde hay que apoyar a los países de menor desarrollo audiovisual; y 4) El mundial. Donde se debe desarrollar la comunicación para y no por sí.

Resta mucho por hacer, en conceptualización y elaboración de propuestas alternativas. Sin embargo la reunión permitió colectivizar y discutir ampliamente el análisis y las estrategias.

SIMPOSIO INTERNACIONAL AUDIOVISUAL E IDENTIDAD CULTURAL

ESTRATEGIAS
PARA EL
PLURALISMO
Y LA DEMOCRACIA
EN EL NUEVO
ORDEN MUNDIAL



201.30
DE JUNIO 1987
AUDITORIO ALFA
INFORMES IPR
ORGANIZADA
POR VIDÉAZIMUT

Vidéazimut



NUEVA SOCIEDAD

SUSCRIPCIONES

ANUAL **BIENAL**
(6 números) (12 números)

América Latina

US\$ 30 US\$ 50

Resto del mundo

US\$ 50 US\$ 90

Venezuela

Bs. 500 Bs. 900

PAGOS: Cheque en dólares a nombre de NUEVA SOCIEDAD.
Apartado aéreo 61.712
Chacao - Caracas 1060-A.

QUINCENARIO mate amargo

SUSCRIPCIONES

semestral, US\$24

Anual, US\$48

Dirección
Tristán Narvaja 1578
Fax: 411083
Montevideo, Uruguay

SECRETARIO GENERAL DE VIDEAZIMUT

Vidéazimut abre concurso para el puesto de Secretario General del organismo. Vidéazimut es una organización sin fines de lucro que trabaja en video y televisión independientes y alternativos por la democratización de los medios de comunicación.

Responsabilidades

- * Coordinación y administración del organismo y del personal de apoyo.
- * Planificación y programación de las actividades.
- * Ejecución de las decisiones y las orientaciones tomadas por el Comité de Promoción.
- * Concepción y supervisión de los proyectos.
- * Gestión financiera.
- * Representación y búsqueda de fondos internacionales según orientación del Comité de Promoción.
- * Comunicación con los miembros a nivel interno.

Exigencias

- * Conocimiento de la problemática de las comunicaciones alternativas para el desarrollo.
- * Bilingüismo, inglés/francés o inglés/español (trilingüismo una ventaja).
- * Experiencia en administración y gestión en la dirección de un organismo en el sector de las comunicaciones independientes.
- * Experiencia de búsqueda de fondos a nivel internacional.
- * Experiencias de trabajo en los países del Sur y del Norte.
- * Gran facilidad en la redacción.
- * Autonomía en la concepción y ejecución del trabajo.
- * Disponibilidad para desplazarse a nivel internacional.

Condiciones de trabajo

- * Contrato de dos años a tiempo completo, con base en Montreal, Canadá.
- * Inicio del contrato el 1 de febrero de 1993 (Período de prueba: 3 meses).
- * Salario: \$ 45.000 canadienses por año y bolsa de instalación de \$ 3.000.

Viaje pagado para la persona contratada y para sus dependientes del lugar de residencia hacia Montreal al inicio del contrato y regreso al fin del contrato.

*Interesados dirigirse a la Secretaría para la presentación de solicitudes:
VIDEAZIMUT, 3680 rue Jeanne Mance N° 430,
Montreal (Québec) Canadá H2X 2K5, Fax: (514) 982 - 6122.*

**Fecha límite de recepción de solicitudes:
30 de noviembre de 1992.**

SINTESIS

AIETI: Claudio Coello, 86-4º, 28006 Madrid

Nº 16, Enero-Abril 1992, ECUADOR
Directora: Guadalupe Ruiz Giménez

Suscripciones: EDISA. López de Hoyos, 141. 28002 Madrid.
Distribución: CIENCIA 3. Comercio 4, Esc. Bajo C. 28007.

**PUBLICACIONES DEL
Instituto para
América Latina
IPAL**

PUBLICIDAD: La otra cara de la cultura.
Cristianismo y comunicación en América Latina
US\$ 10.00

COMUNICACION Y DESARROLLO
US\$12.00

POLITICAS DE TV EN LOS PAISES ANDINOS
US\$6.00

**CULTURA TRANSNACIONAL Y CULTURAS POPU-
LARES**
US\$12.00

TECNOLOGIA DE LA INFORMACION
US\$8.00

EDUCACION Y COMUNICACION POPULAR EN EL PERU
US\$10.00

RADIO Y DEMOCRACIA EN AMERICA LATINA
US\$10.00

VIDEO, TECNOLOGIA Y COMUNICACION POPULAR
US\$10.00

EL VIDEO EN LA EDUCACION POPULAR
US\$8.00

TELEVISION Y DEMOCRACIA EN AMERICA LATINA
US\$10.00

LA REFORMA DE LA TV EN CHILE 1967-1973
US\$6.00

IMPACTO DEL VIDEO EN EL ESPACIO AUDIOVISUAL

LATINOAMERICANO
US\$8.00

**AMERICA LATINA: LAS COMUNICACIONES CARA AL
2.000**
US\$ 8.00

Oferta: Los 13 títulos
US\$110.00

Av. Juan de Aliaga 204, Lima 17
Perú. Apto. Postal 270031
Fax (5114) 617949

CANTARO

Cuestiones sobre desarrollo en el
austro
Ayuda en Acción - CECCA - CICDA
- COOPIBO - FEPP - OFIS

SUSCRIPCIONES 4
números / 1 año

Ecuador Normal	S/. 7.500
Ecuador Solidaria	S/. 30.000
América Latina	US\$ 15.00
USA, Europa, Asia	US\$ 20.00

OFIS: Casilla 01.01.999,
Cuenca, Ecuador
Tel: 839-346



REVISTA TRIMESTRAL de COMUNICACION Y CULTURAS LATINAS
COMUNICACION E

Publicada por la Unión Latina, contiene toda la actualidad del audio-visual de los países latinos de Europa y América, un calendario completo de los festivales, mercados y diversos encuentros en las áreas del cine, televisión y del video, así como un dossier temático en cada número. Esencialmente redactado en español y portugués.

Para mayor información:
Unión Latina Oficina de Lima
Apartado Postal 18-1494
Lima 18 - Perú
Teléfono 41-1520
Fax: (51-14) 41-1520

SUSCRIPCIONES: 4 NUMEROS POR AÑO

PAISES LATINOS DE EUROPA	15 US\$
OTROS PAISES DE EUROPA	20 US\$
AMERICA LATINA	10 US\$
OTROS PAISES	25 US\$

Revista

DIA • LOGOS

DE LA COMUNICACION

Nueva dirección:

Secretaría Ejecutiva de FELAFACS
Calle F No. 261 Urbanización Betelgeuse. Lima 41, Perú,
Teléfono 754487. Fax: 5114-754487 (provisional)
Apartado Postal 18-0097. Lima 18, Perú

**PERFILES
LIBERALES**

Nº 27
Las ONG's y la
participación política

Nº 28
Poder Judicial y
Derechos Humanos en
América Latina

Apartado Aéreo 102330,
Santafé de Bogotá,
DC Colombia, Fax (571)
215-5801.

ECUADOR DEBATE

Publicación cuatrimestral del
Centro Andino de Acción Popular
CAAP.

**ANALISIS SOCIALES,
POLITICO ECONOMICOS**

SUSCRIPCIONES

Valor anual, tres números:
Exterior: US\$18
Ecuador: S/. 5.200
Ejemplar suelto: Exterior US\$ 6
Ejemplar suelto: Ecuador S/. 1.800
Apartado aéreo 17-15-00173
Quito - Ecuador

Los culebrones trepan en España

Las telenovelas latinoamericanas tienen ya un espacio estable en la programación televisiva europea y especialmente española. Daniel Jones explica cómo se logró esta presencia y cuáles son sus perspectivas.



Actores de la telenovela "Manuela"



"La Pasionaria", novela venezolana

Cambio 16/América

Cambio 16/América

A lo largo de la última década se ha producido en España un aumento espectacular de la oferta televisiva: de sólo dos canales públicos de cobertura nacional que había hasta 1983 se ha pasado en estos momentos a dos canales públicos y tres privados que llegan a todo el país y a ocho públicos regionales (dos en Cataluña y en el País Vasco, y uno en Andalucía, Galicia, Madrid y Comunidad Valenciana). Pero esta oferta se ha caracterizado siempre por una producción propia insuficiente y descoordinada entre los diversos entes radiotelevisivos públicos y por una fuerte dependencia exterior en la programación.

DANIEL E. JONES, español. Profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona e investigador en el Centre d'investigació de la Comunicació.

Guiados preferentemente por factores de mercado -precios, facilidades de compra, éxitos seguros- y por los índices de audiencia, ha sido escaso el interés por la producción propia y por una diversificación de los programas importados. Esta situación coloca a las emisoras españolas por debajo de la media de sus homólogas de la Comunidad Europea. En 1990, por ejemplo, el 57 % de las películas emitidas por *Televisión Española (TVE)* -la emisora pública de carácter estatal y de mayor audiencia- eran de procedencia norteamericana y solo un 19% eran españolas, un 17% europeas y un 7% del resto del mundo. Respecto de las series argumentales (telefilmes, telenovelas, etc), un 58% eran también norteamericanas, un 21% europeas, un 18% latinoamericanas y un 3% del resto del mundo.

Por otra parte, el subsector de las empresas productoras privadas de pro-

gramas televisivos de ficción no está estructurado como tal y la mayor parte de la actividad está a cargo de las mismas emisoras. Prácticamente, sólo la producción cinematográfica emitida por las diferentes cadenas está en manos ajenas, aunque progresivamente las empresas productoras privadas están proveyendo nuevo material de ficción -generalmente por encargo- para las emisoras televisivas.

De todas maneras, aunque la producción privada para televisiones públicas ha tenido en los últimos años una cierta envergadura, en realidad ha sido desde la instalación de las emisoras privadas, a partir de 1989, cuando ha encontrado una demanda mayor.

Por otra parte, la falta total de cooperación entre *TVE* y los canales públicos regionales, y la escasa colaboración de estos últimos entre sí, ha favorecido que el conjunto de las producciones

españolas tengan unos presupuestos generalmente escasos comparados con el panorama internacional y, como consecuencia, una penetración mínima en otros países. *TVE*, que hasta ahora es prácticamente la única productora que vende programas al extranjero, obtiene por esta actividad cantidades insignificantes comparadas con su presupuesto anual: alrededor del 1% del total.

Presencia de series mexicanas y brasileñas

Este crecimiento de la oferta televisiva a lo largo de la última década, en varios miles de horas anuales, ha propiciado que los responsables de las diferentes cadenas televisivas tuvieran que recurrir al mercado internacional en busca de programas de bajo costo que aseguraran el interés de la audiencia. *TVE* se había resistido anteriormente a emitir telenovelas latinoamericanas -o "culebrones", término importado de México que se ha hecho popular-, porque se consideraba que tenían baja calidad técnica y artística y que el público español habituado a series del ámbito noratlántico no le satisfarían.

Pero la realidad ha desmentido esta falsa creencia. Sobre todo a partir de 1983, cuando aparecieron los dos primeros canales públicos regionales, y *TVE* decidió aumetar el número de horas de emisión. Comenzaron a verse en las pantallas españolas, las telenovelas mexicanas y brasileñas, estas últimas preferentemente en los canales autonómicos. Se argumentaba, con razón, que eran de mejor calidad que las mexicanas, pero todo hace suponer que al estar originalmente habladas en una lengua diferente a la castellana, se hacía imprescindible su doblaje al catalán o al vasco, lenguas de uso exclusivo en estos canales. Es decir que, si se emitían telenovelas de países hispanohablantes, no había excusa alguna para su doblaje a la lengua regional porque todo el mundo las comprendería, cosa que no ocurría con las brasileñas.

De esta manera, las telenovelas mexicanas -por ejemplo, *Los ricos también lloran*- tuvieron mucho éxito en la televisión estatal, en tanto que otras brasileñas -como *La esclava Isaura* o *Dancing Days* - hicieron fortuna en los canales regionales. Como consecuencia, fue polarizándose la actitud de los

españoles ante este género genuinamente latinoamericano: denostado por las clases cultivadas, pero cada vez más atractivo para las populares.

Este auge de las telenovelas en los años ochenta no fue obra exclusiva de España. Este país, sencillamente importó el éxito habido en otros países europeos -sobre todo en Italia- gracias a la estrategia empresarial de Berlusconi y a la política de expansión internacional de empresas como *Televisa* de México y *Globo* de Brasil. Es decir que los programadores televisivos españoles se decidieron a emitir telenovelas cuando éstas tuvieron éxito en otros países europeos y no antes.

Pero el ascenso ha sido imparable desde entonces, debido a la aparición de las televisiones privadas, hacia 1990, sobre todo *Antena 3*, originariamente controlada por el grupo periodístico Godó y hoy por *Zeta*, y *Tele 5*, en manos de la ONCE y de Berlusconi-, que vieron desde un primer momento que este género debía, no sólo ser utilizado, sino más bien promocionado.

Hegemonía de las telenovelas venezolanas

Precisamente, uno de los puntos de mayor competitividad entre *TVE* y las emisoras privadas -excepto *Canal Plus*, que se recibe por suscripción- han sido las telenovelas. En 1990, el mayor éxito de la televisión en España fue la serie

La realidad ha desmentido la falsa creencia de que los culebrones latinoamericanos tenían una baja calidad técnica y artística y que no satisfacían al público español.



Los actores venezolanos son ídolos en España



Camino 16/America

Principales protagonistas de la telenovela "Amazonas"

venezolana *Cristal*, que a través de 246 capítulos, acaparó el interés de millones de espectadores, y sus intérpretes, Carlos Mata y Jeanette Rodríguez, se convirtieron en ídolos populares y fueron contratados para diferentes programas en el país.

Este éxito espectacular supuso la consolidación definitiva de las telenovelas en España, sobre todo de las venezolanas, que son las mejor aceptadas por la población. Hasta el extremo de ser éste el acento hispanoamericano más respetado y querido en el país.

Aunque no se ha intentado todavía una producción autóctona de este género televisivo, *Antena 3*, por ejemplo, ha realizado en 1991 una coproducción con los estudios Pampa, de Argentina -*El oro y el barro*-, serie de 110 capítulos interpretada por una española y un argentino. Por su parte, *Tele 5* y la productora venezolana *Marte TV* iniciaron a finales del mismo año el rodaje de *La loba herida*, serie de 120 capítulos interpretada por actores españoles y venezolanos. *Tele 5* tiene los derechos de comercialización para la Península Ibérica -se está emitiendo durante 1992-, *Marte TV* se reservó los de Venezuela y Puerto Rico, y el resto de mercado ha sido compartido.

En resumen, puede asegurarse que hoy en día las telenovelas latinoameri-

Coproducción de cine con la TV por suscripción

La expansión de la TV por cable y el maridaje satélite-cable ha permitido la creación de un buen número de nuevos servicios. La televisión de pago ya compete con los servicios clásicos de comunicación audiovisual: TV y cine.

Pronto la imagen de alta definición con sonido estereofónico, permitirá recibir en el domicilio particular una calidad audiovisual inimaginable. Se consolida la tendencia a ver cine en casa. La revolución del ocio audiovisual en el domicilio privado ya comienza a condicionar la relación entre el productor audiovisual y el consumidor.

En los Estados Unidos, las cadenas de TV comercial cada vez tienen más dificultades en amortizar, mediante los ingresos provenientes de la publicidad, los costos exorbitantes de los derechos de emisión televisiva de los megahits del cine.

Con la competencia de las cadenas de TV por suscripción las televisoras comerciales reducen su oferta de cine primicia. Señalamos dos causas de esta situación: el público saturado por la publicidad, prefiere abonarse a una TV de pago sin interrupciones publicitarias. En los países desarrollados hay un fuerte descenso de la asistencia del público a las salas de exhibición cinematográfica tradicionales y un creciente número de sustitución de grandes salas de cine por complejos de multisalas.

Si la industria cinematográfica no obtiene los ingresos necesarios de la TV clásica y de las salas de exhibición deberá nutrirse de fondos que provienen de la televisión de pago para atender sus necesidades de financiación. La TV de pago permite ingresos compatibles con otros modos de explotación, y una demanda considerable para la producción cinematográfica.

Las redes de TV Cable americanas y europeas que programan largometrajes decidieron reinvertir una parte de sus beneficios en la producción de filmes pensados y adaptados a los gustos de sus audiencias. De todo esto nace el concepto de preventa. *Home Box Office (HBO)* fue la primera TV por suscripción que en lugar de comprar los derechos de emisión después de la producción optó por hacerlo durante el rodaje. El arreglo benefició a ambas partes. El productor recibe fondos cuando más lo necesita. La TV se garantiza los derechos de emitir en exclusiva.

Esta nueva sociedad tendrá repercusiones económicas y, también en la concepción y realización de las nuevas películas de Hollywood. Este cofinanciamiento se agrega a las fórmulas complejas de inversión (Joint-Ventures), donde confluyen intereses del sector industrial, el disco, video, producción de TV, publicaciones y entretenimiento que buscan ampliar sus beneficios aprovechando las complementariedades y las economías de escala.

JUAN CUETO ALAS, IPS

canas están plenamente integradas en la realidad sociológica y cultural española, como durante el franquismo lo estuvieron las radionovelas de Guillermo Sautier Casaseca emitidas por la cadena *SER*. Prueba de ello son las ocho series diferentes que se están emitiendo simultáneamente por diferentes canales españoles en horarios de máxima audiencia femenina -la sobremesa-, que aseguran el interés y la continuidad.

Es cierto que durante 1992, año en el que se conmemora el quinto centenario

de la llegada de los españoles a América, la precencia cultural de las ex colonias ha estado asegurada en España a través de la televisión, sobre todo de *TVE* a través de la emisión diaria del programa multinacional *Cadena de las Américas* -producido por Televisa-, de diferentes ciclos cinematográficos retrospectivos y de telenovelas. Pero, cuando termine este año, probablemente lo único que quedará del otro lado del Atlántico serán los culebrones. ●

El arte fotográfico para comunicar el pasado

La cultura latinoamericana necesita rescatar la fotografía del olvido en que se encuentra. Más que en ningún otro medio, la historia cotidiana del continente se encuentra en las imágenes fijas que se pierden en archivos anónimos.



Taller Visual

"El Ojo Mágico", 1915

Desde aquella primera placa de cobre, el daguerrotipo, que permitía apenas la obtención de una imagen única e irrepetible, la fotografía no solo que se ha convertido en parte importante de la historia de la humanidad, sino que además registra su transcurso. Antes que el cine y la tele-

ALEXANDRA AYALA MARIN, ecuatoriana. Comunicadora e investigadora social. Corresponsal de la Agencia Fempress, miembro fundador del Taller Visual y Centro de Investigaciones Fotográficas y de Comunicaciones.

visión, la imagen fija permitió conocer otros lugares, otros rostros, otros paisajes, percibir costumbres distintas y dejarnos atrapar por momentos en el sueño de otras realidades. Y digo otras realidades porque, si bien puede remitirnos a tiempos y espacios diferentes, la fotografía en sí misma constituye un proceso de construcción de realidades en el que interviene más que el ojo de quien la capta, su perspectiva de análisis y su concepción del mundo.

Casi todo lo que hoy conocemos depende de una foto, expresa Oliviero Toscani, considerado "l'enfant terrible"

de la fotografía contemporánea. En efecto, ¿qué es lo que ahora no está fijado en un negativo que tiene la posibilidad de ser ampliado y reproducido por cientos? ¿Quién no cuenta en la actualidad con un retrato suyo, con una foto de familia, con imágenes que registran acontecimientos cotidianos, que adquieren solemnidad e importancia por obra de la película y la cámara? ¿Qué medio impreso no se sirve de la foto para ilustrar sus crónicas y "mostrar" el hecho noticioso, buscando la pretendida objetividad en la información? ¿En qué lugar del mundo el mercado no recurre a la foto publicitaria para la venta de productos? ¿Quién, en definitiva, no se convierte en testigo ocular de lo sucedido en otros momentos y en otros lugares a través de la observación de una imagen fija?

Es que, en fin de cuentas, el invento fotográfico realizó esa vieja aspiración humana de burlar el tiempo grabando su transcurso, de agarrar en nuestras manos lo inasible, volver permanente lo fugaz y convertir la voracidad del reflejo luminoso que permite un espejo, en acto de digestión lenta y sostenida de una

imagen que la memoria no puede retener con exactitud.

Comunicación visual de la memoria personal y colectiva

Con la fotografía se cumplía también la ambición de hacer tangible el pasado y almacenarlo, para tenerlo siempre presente en el futuro: posibilidad única de jugar con el tiempo. Si, con el paso de los años, ella ha devenido rito obligado para grabar la memoria personal y colectiva, entonces en documento que aporta informaciones varias. Es su valor como documento lo que da a la imagen fija su estatus de creadora de realidades, según Boris Kossoy (*Photographic esthetics: memory and ideology*, 1992).

Y si la fotografía es documento, si ha pasado a ser registro visual de la historia, entonces nos sugiere un doble juego de confrontación entre pasado y presente y entre subjetividades, la de aquél que fijó el tiempo antes y la de quien lo observa ahora, en una fusión que resulta además en acto de comunicación. ¿Acaso la comunicación no es pasaje de lo individual a lo colectivo, intento de poner en común lo mío con lo de los otros, intercambio de mensajes cargados de significación?

Información - Representación

No es del caso repasar la evolución del hecho físico y químico, convertido rápidamente en hecho estético, social, histórico, antropológico, de comunicación y, por lo tanto, susceptible de diversas lecturas. Lo importante es decir que muy pronto la fotografía, con la posibilidad de su reproducción múltiple en papel y el desarrollo de la industria gráfica, pasó a formar parte del periodismo escrito. No únicamente como acontecimiento noticioso, difundido inclusive por el semanario guayaquileño *La Balanza*, en 1840, apenas un año después del nacimiento oficial de la fotografía, sino como apoyo fundamental de la noticia.

Con la fotografía, me atrevo a decirlo, cambió el concepto de noticia: ya no era sólo la narración de un cronista; era el hecho "mostrado", que permitía al lector dejarse introducir tanto con palabras como con imágenes en aquel acontecimiento del cual no había sido testigo. Entonces, se habló de la foto como "objetiva", se magnificó también su

“Hoy en América Latina hay necesidad de afianzar nuestra identidad. Y la fotografía puede contribuir a ello”, dice *Lucía Chiriboga*, coordinadora del Taller Visual.

potencial, se creía que hacía visible el hecho tal cual había ocurrido. La realidad era la que mostraba la fotografía.

Con ese criterio, el uso de la imagen fija a través de los medios de comunicación ha servido también para formar, persuadir o manipular a la opinión pública, porque la realidad de la fotografía no necesariamente corresponde a la realidad histórica; "es solamente el registro elocuente de su apariencia. La realidad de la fotografía se encuentra en las variadas interpretaciones y lecturas que cada individuo o grupo hace de ella en un momento dado; tratamos con una particular forma de expresión que, por su propia esencia de información/representación, estimula múltiples interpretaciones" (Kossoy, 1992).

Y en esa duplicidad de su esencia, en la ambigüedad a la que nos enfrenta, reside también su riqueza. La foto informa sobre un acontecimiento, una ocasión, un personaje, un objeto, pero no transmite un mensaje unívoco. Es una realidad en sí misma, cierto; sin embargo, encierra otras realidades cuya decodificación dependerá de la lectura que se haga y de la perspectiva de análisis que la guíe. Entonces, se convierte en un mensaje polisémico, multicifrado, que permitirá la producción de otros mensajes, porque la fotografía se organiza más allá de la representación inocente o ingenua de lo real, en un "texto" que contiene significaciones subyacentes. Ya lo dijo Roland Barthes: "La paradoja fotográfica sería la coexistencia de dos mensajes, el uno sin código (la imagen como semejante a la realidad), y el otro codificado, que sería "el arte" o el tratamiento, o "la escritura" de la fotografía (el mensaje fotográfico)".

Si para el fotógrafo, la imagen fija significa poner en juego sus posibilidades técnicas y estéticas, entonces un fin en sí mismo, para los profesionales en otras disciplinas puede convertirse en un medio para aproximarse a su objeto de estudio. Para el etnólogo, será el acercamiento a otras culturas; para el comunicador, y desde la perspectiva de la "objetividad periodística", será sustento de su mensaje y la posibilidad de añadirle mayor significación; para el historiador, documento que aporta nuevos elementos a su análisis.



Retrato de Roxana Marín de Sotomayor, 1910

Taller Visual

Documentos del pasado

No obstante sus múltiples usos actuales, a muchos se les escapa lo que, a mi juicio, constituye el carácter intrínseco de la fotografía: la posibilidad de comunicar el pasado. Allí es donde radica su razón de ser y por lo cual se convierte también en documento. Recuperar su esencia como tal es uno de los objetivos de los actuales historiadores de la fotografía. Para ello recurren a la recopilación y al archivo de imágenes dispersas, con la finalidad además de aportar con nuevos elementos a la historia.

Es el caso de las cinco fotografías aquí presentadas, reunidas por el Centro de Investigaciones Fotográficas y de Comunicación, Taller Visual, como producto de dos investigaciones sobre imágenes fijas de los indígenas de la Amazonía y Los Andes, realizadas en 1989 y 1991.

Muchos comentarios podrían hacerse sobre estas fotos. Su lectura dependerá, sin duda, de la simple observación

de la "realidad" fotografiada, o de la observación detenida que podría llevar a decodificar otros mensajes subyacentes.

Distintas en su contenido, comparten sin embargo una calidad: son fotos lejanas en el tiempo de la toma. Se las considera, por lo tanto, históricas (si lo histórico alude a un pasado más bien remoto), pues corresponden a finales del siglo diecinueve y a los primeros años de la presente centuria. De ochenta a cien años median entre ellas y nosotros. ¿Cómo aproximarnos a los otros mensajes que encierran más allá de la representación?

La pose de la dama que deja mirar más que un rostro, la estética de la vestimenta, su gesto romántico y la escenografía escogida son signos que trascienden la inocencia de la representación: nos permiten leer entre líneas y darnos cuenta, por ejemplo, del estatus social. Sin embargo, para decodificar mejor el mensaje implícito, nos ayudan los datos que acompañan a la toma. Menéndez es el fotógrafo, uno de los

Antes que el cine y la televisión, la imagen fija permitió conocer otros rostros, costumbres distintas y nos atrapó en el sueño de otras realidades.



Retratos de indígenas de la Sierra Ecuatoriana, 1890. (Tarjeta de visita)

renombrados profesionales del Guayaquil de comienzos de siglo, cuando la fotografía era privilegio de pocos -por su costo principalmente- en ese puerto principal que vio llegar a los primeros inmigrantes extranjeros y en donde se instalaron los primeros estudios fotográficos, de los que se tiene mención en 1860.

Independientemente del nombre del personaje fotografiado, los datos anteriores revelan que pertenecía esa burguesía floreciente que sentía la necesidad de grabar su imagen para la memoria familiar, si no grupal o social, como una forma de expresar también su posición económica.

Las características del retrato y su tamaño original (11 x 16 cm.) remiten al formato "gabinete" o "retrato álbum", que siguió a la "tarjeta de visita", retrato pequeño (6 x 10 cm.), posible de tenerlo por docenas, gracias al desarrollo de la fotografía en papel. Este formato tuvo su apogeo en Ecuador entre 1870 y 1890, y se extendió hasta los inicios del presente siglo, aunque en Europa se instauraban ya otros formatos y otras técnicas.

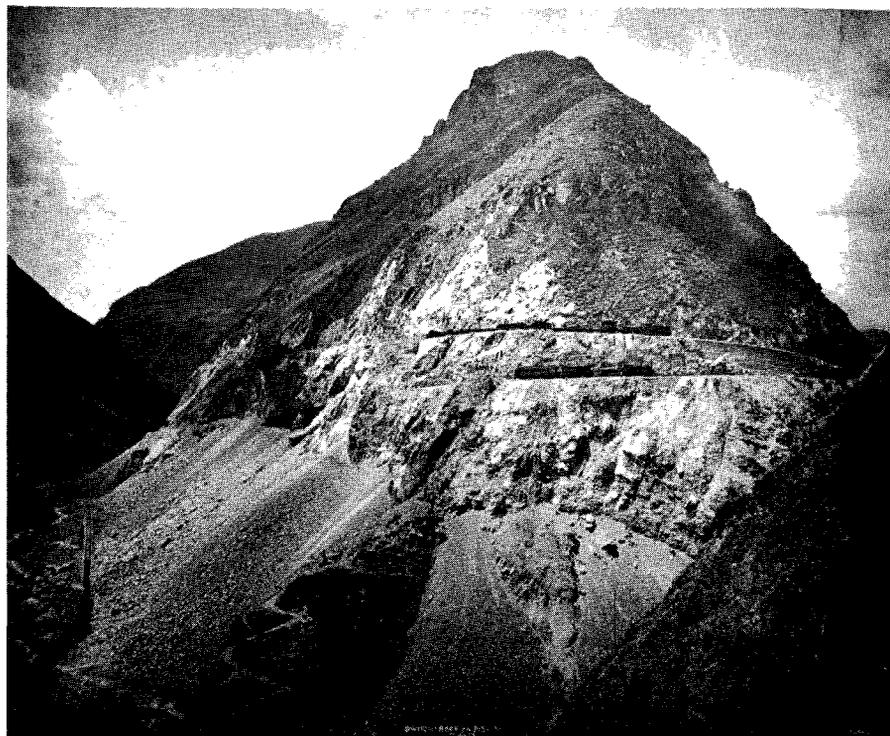
Tanto las tarjetas de visita como el retrato álbum, reflejan la sociedad y sus valores mejor que cualquier otro arte en

Taller Visual

ese período, y hacen posible seguir el rastro de las relaciones interpersonales de toda una sociedad, así como adentrarnos en la época en que los fotógrafos de moda realizaron sus creaciones, según Lucía Chiriboga (*El indio ecuatoriano en los primeros 60 años de fotografía. Informe de investigación, 1992*)

La cámara de fuelle que despierta la curiosidad de un grupo de indígenas shuar, es más que la referencia histórica de uno de los primeros aparatos fotográficos llegados a la Amazonía. Nos hace preguntarnos, sobre todo, cómo una expresión de la "civilización" se encontraba entre "salvajes".

Parecería que el fotógrafo M. Serrano, residente en Cuenca, quiso demostrar con esa toma que era posible tratar a los sujetos fotografiados de manera distinta y presentarlos como seres capaces de manifestar emociones. La composición, el contenido, que sugieren ya un abordaje estético, hacen a esta placa de vidrio muy diferente de otras imágenes captadas en aquellas tierras y en aquellos momentos (1915), que daban cuenta fundamentalmente de la labor evangelizadora de diversas congregaciones católicas y cuya intención era mostrar "la domesticidad ya sometida, las almas ya salvadas, las costumbres salvajes ya abolidas: el parecido, no la



Vista Panorámica de la Nariz del Diablo, 1890

diferencia", como afirma Blanca Muratorio (*Retrato de la Amazonía, Ecuador 1880-1945, 1992*).

De 1890 data la composición de fotos de dos indígenas de Los Andes. ¿Tomas con fines etnológicos para hacer conocer a los europeos, los sujetos, la

imagen del otro, el distinto, el extraño? En formato tarjeta de visita y por imaginero anónimo; con seguridad no fueron realizadas a pedido de los personajes fotografiados: difícilmente habrían querido hacerse un retrato con el torso desnudo y el pelo suelto, gesto de



Procesión de Corpus Christi, 1885

enorme intimidación entre los indígenas de altura. La intención aquí era mostrar una parte de la morfología de estos extraños seres que posaron en el estudio del fotógrafo para satisfacer la curiosidad, disfrazada de científica, del otro continente.

Este tipo de imágenes contrasta con otros retratos de la época, los del clero y la burguesía, personajes fotográficos privilegiados, cuya finalidad era nutrir vanidades propias no exportables, mientras que las trajetas de visita de los indígenas se destinaban, principalmente, a cubrir necesidades foráneas de conocimiento.

Quizá por ello, porque eran producto de la iniciativa personal de fotógrafos curiosos con intereses mercantiles, y no del pedido de los personajes representados, es que las trajetas de visita de los indígenas ecuatorianos son muy escasas y la mayoría de ellas forman parte de una corriente costumbrista destinada a hacer conocer el origen étnico y el oficio desempeñado (Chiriboga 1992). Interesaba saber qué hacían estos seres que más que ahora eran considerados como inferiores.

Impresiona esta vista panorámica de la Nariz del Diablo, monumento natural de la cordillera andina, que con la construcción de la línea férrea a finales del siglo pasado, se convirtió en el punto más alto del recorrido del tren que viene de la Costa. Y si no fuera porque forma parte del Album Conmemorativo de la Construcción del Ferrocarril, no podría afirmarse con precisión que la toma es histórica, pues se aprecia tan actual hoy como ayer. En todo caso, el legado pertenece a Enrique Morgan, fotógrafo norteamericano que estuvo en Ecuador capturando imágenes del "progreso", es decir, de todo aquello que mostraba que América Latina se aproximaba a Europa, y que constituye una corriente dentro de la historia de la fotografía en nuestro subcontinente.

Y por último, la toma de una procesión de Corpus Cristi en 1885, se convierte en uno de los documentos visuales más representativos de la vida social y cultural de los quiteños en las últimas décadas del siglo anterior, y más importante, cuanto que esa manifestación de fe católica estuvo presidida por el presidente Plácido Caamaño, a través de lo cual mostraba su clara filiación conservadora. ❁

TALLER VISUAL Y CENTRO DE DOCUMENTACION FOTOGRAFICA

La lectura de estas imágenes, como se ve, arroja datos que al mismo tiempo que nos introducen en la historia de la fotografía ecuatoriana, nos informan sobre la historia de nuestro país y sus diversos grupos sociales. Desentrañar los entramados de estas historias por medio de la recopilación de imágenes fijas dispersas en colecciones particulares, es lo que se propone el Taller Visual a través de su Centro de Documentación Fotográfica. Desde 1989 ha logrado reunir mil quinientas fichas sistematizadas técnicamente, que dan cuenta de acontecimientos, personajes, objetos e imagineros de nuestro pasado. Con ellas se quiere contribuir a ampliar el estudio, desde una perspectiva visual, de las diferentes realidades encerradas en la historia ecuatoriana.

Pero si el propósito explícito de las investigaciones realizadas es incrementar el fichero fotográfico, "la intención latente es que en este momento, tanto en nuestro país como en América Latina, hay necesidad de afianzar nuestra identidad. Y la fotografía puede contribuir a ello", dice Lucía Chiriboga, coordinadora del Taller Visual.

Para esto, las imágenes obtenidas a través de las investigaciones deben cumplir un ciclo que se inicia con la búsqueda de fotos dispersas en álbumes familiares, de congregaciones religiosas, de bibliotecas o archivos antiguos, pasan por la sistematización en el Centro de Documentación y culminan con la difusión. La publicación del libro *Retratos de la Amazonía: Ecuador 1880-1945*, en julio de 1992, es parte de ese propósito de afianzar la identidad de los diversos grupos étnicos que pueblan la geografía ecuatoriana.

La difusión, sin embargo, no se reduce a la publicación de libros. Se extiende también a la realización de exposiciones con las fotografías recopiladas. Su objetivo es lograr una comunicación más directa entre los descendientes de los antiguos fotografiados y esas imágenes que encierran fragmentos de su historia. En esa perspectiva, se expusieron en noviembre de 1991, en el poblado amazónico de Sarayacu, las fotografías recogidas en la investigación sobre la Amazonía.

"Creemos que sobre la base de esa experiencia piloto -dice Lucía Chiriboga- puede continuar haciéndose lo mismo para que los descendientes de los pueblos que antes fueron sujetos fotografiados recuerden y vean su propia historia. Tratamos, por sobre todo, de priorizar la voz de ellos. Los comentarios que hacen al observar las imágenes aportan nuevos datos tanto para la historia de la fotografía como para su propia historia. Por eso, consideramos que el Centro de Documentación Fotográfica es más vital que cualquier otro archivo histórico".

La experiencia del Taller Visual, entidad privada, es singular en Ecuador. Todavía entre nosotros no se considera a la fotografía como documento que aporta datos más allá de la simple representación en imágenes. Sin embargo, su uso con fines documentales es anterior en otros países. En Colombia existe desde 1981 el Centro de Memoria Visual de Medellín; esta iniciativa ha sido retomada por el Banco de la República que ha propiciado investigaciones y la creación de archivos fotográficos en diez ciudades colombianas. Experiencias similares son, entre otras, el caso de TAFOS -Talleres de Fotografía Social- en Lima, y el Instituto Audiovisual Inka, en el Cuzco, Perú; Fundación Antorcha, en Buenos Aires, y el Grupo Proceso, en Santiago de Chile. Estos ejemplos muestran que se va extendiendo la concepción de la fotografía como documento que comunica el pasado y que contribuye tanto a delinear la historia de la fotografía como al proceso de afianzar identidades.

Sin embargo, cabría insistir en lo que dice Kossoy: "solo tendremos una historia de la fotografía que realmente contribuya al conocimiento, cuando aprendamos a reflexionar con la debida profundidad sobre el uso que se ha hecho de las imágenes fotográficas en la historia. El deber de historiadores y especialistas será desmontar la construcción ideológica que se materializa en la evidencia fotográfica, concebida y manipulada con el propósito de crear realidades y verdades".

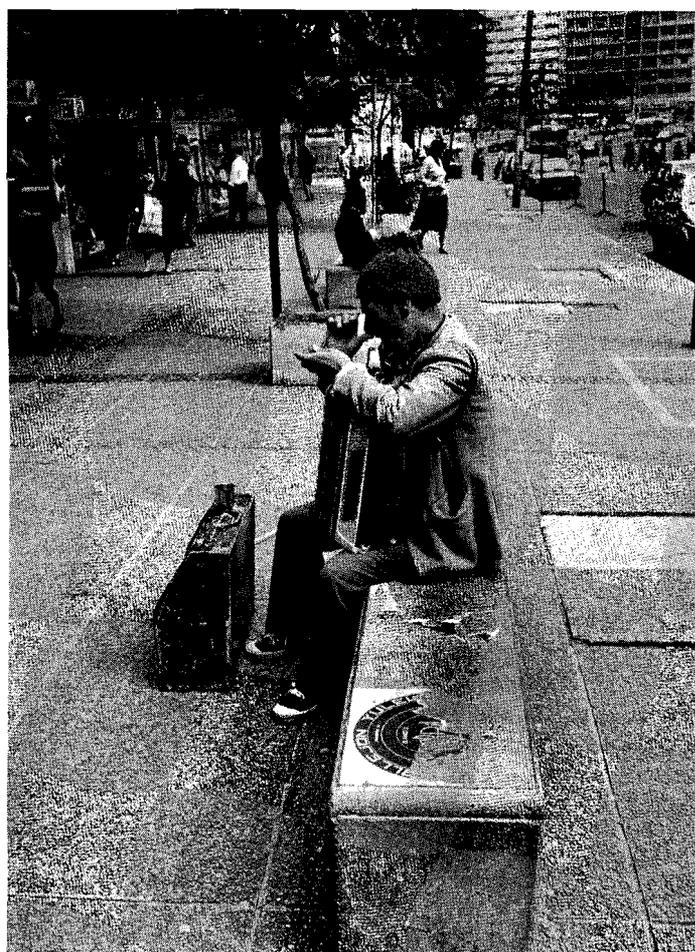
Eliseo Subiela:

Animarse a Volar

Hay desazón entre los cineastas de América Latina.

Sin embargo, se sigue creando, y el cine del continente sigue cosechando lauros a nivel internacional.

Es el caso de El lado oscuro del corazón del argentino Eliseo Subiela, que obtuvo el Gran Premio de las Américas en el Festival de Montreal. Subiela se hizo conocer internacionalmente con su largometraje Hombre mirando al sudeste. En esta entrevista habla sobre la libertad de un cine donde la poesía y el sentimiento son los privilegiados.



Oscar Bonilla, Uruguay

Escena callejera, Avenida 18 de julio, Montevideo

El arte tiene que ser necesariamente subversivo, si no es sólo laborterapia en un manicomio", dice un escultor en *El lado oscuro del corazón*. Y coherente con lo que él mismo puso en boca de ese personaje, Subiela asegura que "en este film pateé el tablero". Con tres largometrajes en su carrera: *La conquista del paraíso*,

ADRIANA SCHETTINI, argentina. Premio Latinoamericano de Periodismo José Martí, 1988. Esta entrevista se publicó en la revista *Señales* en junio de 1992.

Hombre mirando al sudeste y *Ultimas imágenes de un naufragio*, Subiela sostiene que "recién ahora le estoy perdiendo el miedo a las emociones. Eso me permite que en esta película la poesía ocupe un lugar fundamental, que la banda sonora incluya boleros, que el protagonista se arranque el corazón y baile con él en la mano y que las personas puedan volar. Con el tiempo quiero llegar a ser libre como algunos escritores argentinos. Creo que la literatura con tipos como Marechal, se ha permitido un nivel de fantasía que aún no ha alcanzado el cine. A diferencia de

Marechal, los cineastas todavía no nos animamos a hacer que en el trayecto de Villa Devoto a Saavedra, el protagonista se cruce con un árbol, abra una puerta y aparezca en el infierno. Hay que ser muy libre para contar las historias de ese modo".

Pero en este primer paso hacia la libertad, Subiela apuntó alto: su película está basada en textos de Oliverio Girondo, Juan Gelman y Mario Benedetti y narra la historia de un hombre que busca a una mujer capaz de volar. Así, el protagonista, de nombre Oliverio, de profesión publicitario y de vocación poeta

(Darío Grandinetti) arrastra su obsesión por una galería interminable de mujeres que en el momento de la prueba no logran levantar los pies del piso. Sin embargo en Sefiní, un cabaret de Montevideo, Ana (Sandra Ballesteros), una puta fascinada por la poesía lo llevará a volar. Pero la historia toma forma de triángulo y entre ellos aparecerá la muerte (Nacha Guevara) empeñada en que Oliverio madure, se consiga un trabajo "normal" y deje de buscar utopías. Sin embargo, el hombre tiene sus armas para pelearle a la muerte. Entre ellas, dos amigos, Gustavo (Jean-Pierre Reguerraz) y Erik (André Melacón). El primero es un escultor con la rebeldía del tamaño de sus propias obras: "penes capaces de hacerle pasar vergüenza al mismísimo Obelisco, a la hora de comparar medidas, vaginas grandes como cuevas, y tetas que parecen haber acaparado las siliconas del mundo entero". Provocador, empecinado, Gustavo insiste con sus esculturas eróticas, porque tal como lo explica en una exposición de sus obras, ellas están sustentadas en la teoría de que "el mundo anda mal porque la gente coge peor". Erik por su parte, es un canadiense, profesor de literatura que llegó a estas tierras huyendo del progreso del primer mundo, donde "todo está tabulado, donde mi muerte está prevista" y eligió quedarse en Argentina, "un caos donde aún puedo inventarme varias vidas posibles".

Realizada en coproducción con Canadá, *El lado oscuro del corazón*, sin embargo, ha sido filmada en castellano y en escenarios argentinos y uruguayos, tal como lo exigía el guión original de Subiela. "Coproducir de este modo es fantástico, porque no estás obligado a cambiar nada de la historia que querías contar, y recibís un aporte del exterior, sin el cual hoy por hoy es muy difícil filmar en la Argentina", explica el director. "Pero eso sí -aclara- para trabajar de este modo tenés que encontrar un coprodutor muy especial como Roger Frappier, que acepte invertir en una película tal y como la pensó el director".

Productor de dos importantes éxitos del cine canadiense, como *La decadencia del imperio* y *Jesús de Montreal*, Frappier está convencido de que "cada película tiene que estar enraizada en un lugar" y que "un film no puede existir fuera de su propia cultura". Dos motivos

más que suficientes para haber aceptado que *El lado oscuro del corazón* "fuera exactamente lo que Subiela quería decir, que se hiciera en español y que se rodara en Argentina, porque la coproducción no debe jamás desnaturalizar un film sino ayudarlo a desarrollar aquello que tiene de original".

¿Por qué hiciste de la poesía de Gironde, Gelman y Benedetti el eje de tu película?

Porque sueño con hacer un cine que se parezca cada vez más a la poesía. Siempre pensé que los poetas son los seres más lúcidos del planeta. Ellos disparan imágenes todo el tiempo, y eso es un estímulo irresistible para cualquier tipo de filme. En esta película quiero dar por tierra con la receta del hastío inevitable que pretende inyectarnos la posmodernidad. Hay que volver a contar historias de amor. A mí los textos de Gironde y de Gelman me volaron la cabeza allá por el año 69, y estoy con-

Sueño con hacer un cine que se parezca cada vez más a la poesía. Siempre pensé que los poetas son los seres más lúcidos del planeta. Ellos disparan imágenes todo el tiempo, y eso es un estímulo irresistible para cualquier tipo de filme.

vencido de que si hoy a los jóvenes no les sucede lo mismo, es simplemente porque no los conocen. Porque, sinceramente, no se puede ser más subversivo más loco y más moderno que Gironde.

¿Cómo trabajaste el guión?

En principio quería contar la historia de un tipo que busca una mujer capaz de volar. Eso es Gironde. El personaje de Oliverio encarna a un poeta, un sobreviviente que no se banca la realidad, pero que a diferencia de Rantés de *Hombre mirando al sudeste*, no necesita sostener que viene de otro planeta para resistir.

El personaje de Ana tiene que ver con una mujer de carne y huesos. ¿Cómo fue aquello?

En los años de la última dictadura militar, yo viajaba a Montevideo para trabajar en publicidad. En aquel momento la ciudad era oscura y silenciosa. La gente joven había desaparecido del Uruguay. Y el único lugar donde encontré una persona con la que podía hablar, fue un cabaret. Allí conocí a una alternadora fascinada por la lectura de Benedetti y Onetti. Siempre sospeché que era una ex-tupamara que se había refugiado en la noche del cabaret. Pero, tal como sucede en el guión, nunca terminé de armar su historia. Cuando le conté esto a Benedetti, se alegró de saber que su poesía habitaba un cabaret. Supongo que debe ser el sueño de todo poeta.

¿Hay muchos puntos de contacto entre aquella mujer y el personaje?

No demasiado, el personaje es muy duro, es una navaja. La realidad la arrojó en la prostitución y ella nunca pudo despegarse del miedo a sentir. En el momento de escribir el guión, yo trataba de hacerla un poquito más dulce, pero no había caso. Ella se me "rebelaba", ni el amor podía apartarla de su objetivo de dejar el Río de la Plata, el pasado, e irse a Europa a reencontrarse con una amiga.

¿Qué modificaciones fue sufriendo el guión durante el rodaje?

El cambio más importante es el final. El que yo había escrito originalmente era mucho más duro. En la primera versión el cierre lo daba Ana, que es un personaje muy polémico y temía que con ese



Daniel Caselli, Uruguay

Vendedor de afiches. Montevideo

final quedara una imagen demasiado dura.

¿Por qué cree que el personaje de ella es tan polémico?

Porque alguna gente ya me dijo que ella es una cagona que no se anima a sentir. Pero a mi me parece una persona que elige, y tiene que ver con el nuevo modelo de mujer, en el sentido de que no necesita un hombre a su lado para realizarse. Y esta postura es polémica. Hay mujeres a las que les molesta que se plantee eso en una película. Es el personaje femenino más fuerte que escribí hasta ahora.

Las putas aparecen como constantes en tus películas ¿Por qué?

Sabía que era inevitable que en algún momento alguien me hiciera esa pregunta. Y te aseguro que es una pregunta a la que le temo. Pero creo que tiene que ver con una idealización de la puta en el sentido de que es una mina que se entrega por guita. Para ella se trata de un negocio. Mis personajes son así hasta que en un momento dado las corrompe el amor, como diría la Santa

en *Hombre mirando al sudeste*. Supongo que esa idealización de las putas viene de mi adolescencia.

¿Qué eran para vos las putas en aquel momento?

Mujeres que no te complicaban la vida, que te pasaban la cuenta en el momento. Siempre me parecieron más sinceras que las esposas. Creo que esa idealización puede venir de una época en la que era muy misógino. Pero debo admitir que es cierto, no puede ser casual que en todas mis películas las heroínas sean putas. Pero creo que en *El lado oscuro...* por lo menos he incluido otra cantidad de mujeres normales, cosa que no sucedía en los films anteriores. Creo que el hecho de que en esta película haya otras mujeres inteligentes, además de putas o mujeres misteriosas, tiene que ver con el que soy yo hoy.

¿Por qué la muerte en tu película es mujer y además es hermosa, casi a la manera de la muerte seductora de *All that jazz*?

Creo que todo artista tiene una relación muy extraña y muy directa con la muerte, tal como aparece en mi película. Y pienso que justamente por

eso la muerte tiene su parte atractiva. A decir verdad, si la muerte fuera una mujer, no me la imagino fea. Me parece que la muerte es peligrosa justamente porque te seduce, no es un fantasma que te aparece y te asusta.

Pero si pensás en la posibilidad de tu propia muerte ¿no te parece lo más abominable que te puede suceder?

Ahora, ya no. Durante mucho tiempo tuve esa sensación y recordaba una película del cine norteamericano independiente, *El ojo salvaje*, donde se decía que la "única obscenidad es la muerte". Ahora pienso que para un artista es inevitable convivir con la muerte. Yo hago cine para vencer a la muerte.

Alguna vez contactaste que cuando eras chico y un tío te llevaba al cine imaginabas a la muerte tan espectacular como la de John Wayne en la pantalla. Sin embargo, la muerte en tus películas aparece como mucho más gris y hasta mediocre. ¿Qué pasó en el medio?

Sin lugar a dudas en el medio apareció la muerte de mi viejo. Hasta ese momento para mi la muerte era casi inexistente. Pero al morir mi viejo des-

cubrí que la muerte era mediocre. Mi papá se murió del corazón cuando yo tenía 22 años, pero en mi casa habíamos convivido desde chicos con el tema de su enfermedad. Recuerdo que el primer infarto le dio mientras me leía pasajes del libro *Corazón*. Eso me costó muy caro durante años porque crecí con la idea de que emocionante era peligroso, que te podía pasar algo. Un poco como Rantés, el personaje de *Hombre mirando al sudeste*, para mí todo era información. Me crié en una casa donde se insistía en el tema de evitar que papá se emocionara, que tuviera disgustos, en definitiva se trataba de impedirle que sintiera. Y creo que esto está emparentado con el tema que hablábamos antes de las putas, siempre presentes en mis películas. Los personajes me sirven para exorcizar todo eso.

¿Cuando filmás pasás la emoción por una suerte de tamiz que te coloca fuera del peligro contra el que te advirtieron tanto de chico?

Eso me pasaba hasta ahora. Por suerte no me pasó con esta película. Algo cambió en mí. Creo que nadie me creería si digo que cuando filmé la secuencia del concierto en el parque Lezama en *Hombre mirando...* no me emocioné nunca. Ahora cuando vuelvo a ver la película me asombro del bloqueo, del mecanismo de defensa contra las emociones que tenía en aquella época, para no haber sentido nada en ese momento. En cambio filmando escenas mucho más simples en *El lado oscuro del corazón*, me emocioné. Y creo que esto después se trasluce en la pantalla. Lo que más me gusta de esta última película es justamente que es impúdica, que no tiene vergüenza a la hora de mostrar los sentimientos. Mezclé boletos, poesía, amor, y ahí va todo...

¿Cómo crees que va a reaccionar el público que te sigue con esta vuelta de tuerca tan violenta respecto de lo que habían sido tus películas anteriores?

Con esta película no tengo la menor idea de lo que podrá pasar, porque además intenta abrir el abanico de público. Creo que en *El lado oscuro del Corazón*, no va a haber lugar para términos medios: o te va encantar o la vas a odiar. A veces, medio en joda, medio en



Hombre mirando al Sudeste

serio durante la mezcla, nos preguntábamos si no estábamos haciendo un culebrón venezolano. Y yo digo, ojalá que fuera así porque si logro hacer un culebrón pero con poesía de Girondo, Gelman y Benedetti, con inteligencia y buen gusto, está alcanzada la síntesis que buscábamos: hacer algo popular y de calidad.

Ahora con la película estrenada ¿Pensás que el hecho de haber incluido poesía no distrae la narración?

No, para nada, pero esto lo logré porque tuve un actor como Darío Grandinetti que hizo pasar la poesía por adentro y luego la decía con toda naturalidad. De los actores con los que he trabajado, él es uno de los que más me impresionó, porque se metió el personaje adentro de un modo increíble. Después del último día de rodaje fuimos con todo el equipo a cenar y cuando Darío entró en el restaurante, yo no lo reconocí. Se había sacado la barba que llevaba para interpretar a Oliverio, pero además había alguna otra cosa que ya no estaba y que lo convertía de nuevo en su propia persona, que durante las semanas de filmación se confundía con Oliverio.

Adolfo Aristarain suele decir que los actores sólo pueden hacer de sí mismos y que el secreto de un buen "casting" está justamente en llamar

aquellos que se asemejen lo más posible al personaje que está escrito y no en pretender que el actor consiga asemejarse a él con técnicas interpretativas. Por lo que decís de Grandinetti, no parecés compartir esa opinión.

Lo que dice Adolfo es la visión yanqui de los actores, y hay que admitir que haciendo cine a ellos no les va tan mal. Algo debe haber, pero yo no soy tan terminante. En el momento de armar el reparto lo primero que busco en los actores es la imagen del personaje, pero hay casos como el de Grandinetti ahora, o el de Lorenzo Quinteros en el psiquiatra de *Hombre mirando al sudeste*, en que de entrada para mí no daban el personaje y que ellos, sin embargo, lograron convencerme de que podían hacerlo. Yo creo que no necesariamente los actores están limitados a la posibilidad de hacer de sí mismos.

¿Cuánto te preocupa el éxito de público para sentir que hacer la película valió la pena?

Cuando hice *Hombre...* pensaba que uno podía considerarse exitoso en el momento en que terminaba la película, si consideraba que efectivamente había logrado hacer la película con la que soñaba, pero ahora ya no estoy seguro de eso. Creo que el éxito es completo cuando uno ve la sala llena. ●

Gilberto Gil:

La magia de la comunicación

El Pelourinho -Ciudad Vieja de Salvador- atrapa con sus construcciones del siglo XVI. Todo está aquí: el folklore, los talleres de artesanía, las iglesias, los grupos de capoeira, la humildad y la magia de los babianos que parecen haber saltado de los libros de Jorge Amado. A una cuadra de donde se filmó Doña Flor y sus dos maridos, nos encontramos con Gilberto Gil, mito viviente de la música brasileña, ex secretario de cultura municipal y actual concejal. En sus shows logra una relación casi mágica con el público y algunos de sus discos han vendido más de dos millones de copias. Algo de comunicación sabe.

KINTTO LUCAS, uruguayo. Escritor, periodista y poeta. Premio Latinoamericano de Periodismo José Martí 1990. Autor del libro *Entre viento y fuego*, Abya-Yala, Quito, 1992

A mediados de los años 60 surge en Brasil el Movimiento Tropicalista que lo tuvo como uno de sus abanderados. Era algo nuevo en la música brasileña. "El tropicalismo fue un impulso, dice Gil, que dio espacio a nuevos talentos y demandas de jóvenes artistas e intelectuales que buscaban un lugar para desarrollar sus ideas, sentimientos y reflexiones. Buscaban un lugar para comunicarse. Provocó discusiones con respecto a la cultura brasileña, colocando en jaque una visión conservadora, clásica, con espacios absolutos. Buscó comunicar más a los diferentes sectores, queriendo armonizar esa interacción entre los varios contextos culturales, existentes en el país".

Eran épocas de grandes luchas sociales. Tal vez por eso fue imposible evitar que el movimiento musical

se transformara en un movimiento político...

Todos los movimientos culturales son políticos. El tropicalismo tuvo más connotaciones porque surge en un momento que se había instalado un gobierno autoritario, con grandes restricciones al ejercicio de la libertad y una visión centralizadora de los sentimientos estéticos y cívicos. En esa coyuntura, un movimiento que abría espacios democráticos, se tornaba aún más político.

Cuando regresaste del exilio tus creaciones se habían nutrido de otros ritmos, adquiriendo un carácter más universal. Muchos dijeron que era un tipo de penetración cultural...

Es como todas las interacciones que se dan entre los pueblos. En ellas existen dos, uno que trae y otro que lleva. Esto implica ventajas y desventajas, pero en general el intercambio existe y la música termina enriqueciéndose.



Gilberto Gil en su despacho de concejal

Daniel Prellasco, Uruguay

Recuerdo una presentación tuya junto al cantante jamaíquino Jimmy Cliff, en el Maracanazinho de Río. Se dio una comunicación entre el público y ustedes pocas veces vista. Como una energía que contagiaba...

A través de la música uno da la posibilidad de júbilo, de encuentro, de energía que se pone en movimiento aglutinador con relación a las cabezas y los corazones. Eso es propio del arte. Yo trabajo mucho la escenografía y muevo los plasmas más sutiles del ritmo, que son el sonido y la música. Ellos van hacia uno de los sentidos más afinados que es el de la audición. El sonido da el sentido de esencialidad. En el comienzo todo era sonido.

Hay un poco de magia en tu comunicación con el público

Sin duda. El arte trabaja con la fragancia de lo real. Es como un perfume: el público se lo coloca y se siente atrapado por él. Y el artista es un mago, un hechicero que sustituye al shamán de las tribus y por eso es consagrado. Yo llevo delante del público y estoy autorizado a pugnar por la elasticidad de sus almas y sus mentes. Cuanto más capaz sea el arte de mover la embriaguez del alma, más fácilmente se subirán las personas a él. Por eso mi comunicación, tiene que tener la posibilidad inconsciente de hacer que el mundo levite. Y el atributo religioso me ayuda a levantar al mundo. La gente sin saberlo, se eleva, ríe, llora... El arte le penetra en el inconsciente. Entrar a un cine y sentarse para ver un film es un ritual religioso también, como los shows, irse al teatro, o leerse un libro.

¿Hay diferencia entre el hecho de componer una canción y el de comunicarse con la gente?

Son dos cosas diferentes. En la comunicación soy una cosa y en la creación otra. Cuando canto en un espectáculo estoy en la fase terminal de la comunicación, y tengo todo encarnado en las personas. Ya no son mis oídos escuchándome como en el acto solitario de la creación. Ya no soy yo haciendo que una parte de mi sustituya al público. Cuando estoy en el escenario vibro. No es el público que canta con mi poesía, soy yo quien canta con él, no es el público que baila conmigo, yo bailo con él. Encarno la divinidad y busco transferirla al público. Yo me transformo así,



Daniel Caselli, Uruguay

Favela, São Paulo, Brasil

Cuanto más capaz sea el arte de mover la embriaguez del alma, más fácilmente se subirán las personas a él. Por eso mi comunicación, tiene que tener la posibilidad inconsciente de hacer que el mundo levite.

en uno de los mediadores entre el cielo y la tierra. Pero también, a la vez soy uno más entre la gente. Como la relación del brujo con su tribu. La música es parte de ese misterio que es comunicarse.

Y ese misterio ¿cómo lo utilizas en la política?

La comunicación que se hace con el arte es diferente de la que se hace en la política. El arte sacraliza y la política desacraliza. Las personas que vienen a hablarle al concejal, se relacionan conmigo como un realizador del mundo material. Para ellos no soy el mediador entre el cielo y la tierra de los shows. Igual es muy difícil separar el concejal del músico.

En una canción tú dices que el gobernador promete pero el sistema dice no. ¿No es una contradicción que te hayas dedicado a la política?

No es contradictorio, es difícil. Aunque lo económico determine lo social, es necesario ir construyendo la nación que queremos, ir buscando solución a los problemas sociales... Hay que dar instrumentos pedagógicos en el sentido de despertar una conciencia de participación civil comunitaria. Es preciso que los políticos hablen menos y hagan más. Creo en la participación de la gente y hay que abrir espacio para que se desarrolle, por eso hablo de instrumentos pedagógicos de organización social. El sistema va a continuar diciendo no, pero hay que luchar para que cada vez diga menos no.

Divulgando Ciencia y Técnica

Lo que llamamos hoy periodismo científico no es un quehacer nuevo de América Latina. Diarios y revistas del siglo pasado en México, Chile, Colombia o Argentina contenían interesantes descripciones naturalísticas o explicaciones sobre fenómenos astronómicos, escritos por científicos aficionados al periodismo o por algunos reporteros interesados en develar los misterios de la ciencia. Sin embargo, dos hechos marcan el incremento del interés de los medios de comunicación por el periodismo científico: el nacimiento de la investigación y de los vuelos espaciales en la ex-URSS y en los Estados Unidos, y el incremento -casi por la misma época- de los trasplantes de órganos.

Con el tema espacial fue poco lo que tuvieron que hacer nuestros reporteros porque venía todo escrito y fotografiado desde el exterior. Los diarios y revistas que tenían a la sazón imprentas con colores aplicados o que ya anticipaban el offset, ganaban en tiraje y circulación porque los despachos de las agencias espaciales, sobre todo la NASA, contenían fotografías en color.

Los primeros proyectos de formación

Muchos periodistas que hasta entonces eran mediocres columnistas comenzaron a transformarse en estrellas de la divulgación científica al aprovechar estas características técnicas de la reproducción gráfica. Hasta lograron primeros premios nacionales en su especialidad e incluso firmaron como propios textos redactados a distancia por ignorados colaboradores.

SERGIO PRENAFETA JENKIN, chileno. Autor y profesor de comunicaciones y periodismo científico en la Universidad de Chile.

El periodismo científico ha mejorado en calidad y cantidad en las últimas dos décadas. Hoy se reconoce con más convicción la función del dato técnico y la investigación científica en el tratamiento periodístico de temas sociales, políticos y económicos. Desde la gestación a la muerte, son escasos los aspectos de la vida cotidiana intocados por la ciencia y la tecnología. Pero, la formación de periodistas científicos es aún marginal e insuficiente para las necesidades actuales y emergentes.

Desde entonces el panorama ha ido cambiando. CIESPAL incorporó fugazmente el tema de la comunicación científica en sus cursos para periodistas, lo que dio la oportunidad a algunas decenas de ellos para que tomaran contacto con especialistas de Europa y América y, una vez vueltos a sus países de origen,

pudiesen iniciar tareas en este campo. Desgraciadamente no se realizó un seguimiento a estos egresados.

El espacio que dejó CIESPAL lo llenó temporalmente el Convenio Andrés Bello de países andinos, con la colaboración de la Fundación Konrad Adenauer. Allí se adoptó una nueva modalidad de tra-



Lección de biología de Claude Bernard por L. Lhermitte, París

bajo, la de talleres de periodismo científico tanto para periodistas en ejercicio como para profesores de escuelas de periodismo que tuviesen o que se mostraran interesados en crear cátedras en esa especialidad.

Los primeros seminarios se realizaron en Bogotá, Quito, Antofagasta y Medellín. El seguimiento de los alumnos fue efectivo y la incorporación o persistencia de éstos en los temas científicos y tecnológicos fue manifiesta. Buena parte de los redactores de boletines, revistas y espacios vinculados a éstas áreas en las principales capitales andinas son egresados de esos talleres.

En Buenos Aires, entretanto, surgió en la misma fecha una interesante experiencia junto al Instituto Campomar de Investigaciones Bioquímicas. Su director, el Premio Nobel Luis Federico Leloir, estaba convencido que para lograr un buen nivel de comprensión pública de la ciencia había que invertir en sus comunicadores. Por ello fue que le pidió al bioquímico Dr. E. Belocopitow que organizara un concurso para elegir a dos periodistas jóvenes que desearan trabajar un tiempo con los científicos y prepararan informaciones de fácil lectura para la prensa. Los seleccionados se adscribieron al estilo de trabajo de sus huéspedes pero comenzaron a decodificar sus mensajes y produjeron tal cantidad de material de buena calidad que los medios comerciales de comunicación pusieron sus ojos en estos despachos y exigieron otros más, a su gusto.

En Brasil algunas escuelas de periodismo habían abierto cátedras especiales para el periodismo científico, sin embargo fue el Instituto Metodista Superior, de Sao Paulo, que estableció el primer programa de postgrado en esta especialidad. Desde muchos puntos cardinales surgieron miradas de sospecha para esta institución que se interesaba por el periodismo científico, sobre todo porque no se creía que tal especialidad podría tener justificación. La calidad de sus académicos y egresados ha sido el mejor mentís a estas sospechas.

Venezuela organizó en 1991 los primeros cursos-talleres de periodismo científico para jóvenes profesionales de América Latina, no mayores de 28 años.

Costa Rica realizó en 1992 su primer curso nacional de periodismo científico fuera de la Universidad, ya que como



Christopher Hirtz, Ecuador

Minadores de basura, Quito, 1991

cátedra especializada existe desde hace algún tiempo en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Costa Rica.

Es posible que nuestro relato omita otros esfuerzos importantes. Mirando desde la perspectiva de lo sucedido en las últimas dos décadas, sin duda que el ejercicio del periodismo científico ha ido ganando en calidad y en cantidad.

Resurge la visión humanista y social

Veamos lo ocurrido en el campo de las ciencias ambientales, tema que cada día encuentra más interesados. Hacia el comienzo de los años setenta lo que se publicaba tenía que ver en gran medida con denuncias aisladas entregadas por informantes poco calificados o por activistas de la causa ambiental. Eran tiempos en que la caza de una ballena en el Pacífico nos movía a escribir dolidas crónicas y a ocupar costosos espacios en televisión, cuando en los barrios pobres de las grandes ciudades, la mortalidad infantil tenía los más altos índices y la miseria era el principal contaminante de la dignidad de cada país.

Pasados veinte años, la preocupación se ha focalizado más por la suerte de los pobres y desamparados y por la peligrosa explosión demográfica, que por la posibilidad que una especie

Eran tiempos en que la caza de una ballena en el Pacífico nos movía a escribir dolidas crónicas cuando la miseria era el principal contaminante de la dignidad de cada país.

-o cien de ellas que nadie es capaz de identificar- puedan estar en peligro. La condición de los informantes también ha variado. Ya no son los activistas sino los científicos, los estudiosos, los que se decidieron a abandonar sus torres de marfil para entrar a pesar con sus opiniones y argumentos en el reordenamiento ambiental.

Haber descubierto esta visión humanista del tema es un avance de proporciones. Lo apreciamos hoy en el trasfondo de toda la información que se publica sobre cualquier tema vinculado a las ciencias ambientales. Es el hombre el que sufre cuando se tala el bosque; es el hombre el que pierde cuando se contaminan los mares y los ríos; es la calidad de vida la que pierde cuando las metrópolis se llenan de smog.

La especialización científica como eje de la formación de comunicadores

En 1989 creamos en la Universidad Austral de Chile en Valdivia, 800 kilómetros al sur de Santiago, la primera escuela de periodismo con una currícula centrada en el desarrollo de la ciencia y la tecnología y la transmisión de ese caudal de informaciones al público. Aún es temprano para sacar conclusiones de esta experiencia, sin embargo las promociones que ya se aprestan para obtener su licenciatura están animadas por iniciarse en esta línea de trabajo, siempre

que los medios a los que lleguen a desempeñarse se lo permitan. Ellos saben cuáles son los grandes problemas que tiene la ciencia hoy, cuáles han sido sus aportes más significativos para el país, qué han opinado sobre éstos y otros temas distinguidos intelectuales e, incluso, han ganado experiencia al intentar resolver con argumentos propios y aunque sea en teoría, los grandes cuellos de botella de nuestro desarrollo.

A esos jóvenes les dijimos oportunamente que al finalizar su carrera deberían dominar cuatro idiomas: el español que tanto nos cuesta domar; el inglés en que se escribe mayoritariamente la ciencia; el idioma computacional y el idioma de la ciencia y tecnología.

En tal sentido, ellos saben tanto del cuestionamiento a la ciencia hecho por Bertrand Russell como de los beneficios y desafíos que plantea la biotecnología y la ingeniería genética; conocen la postura crítica de C.P. Snow sobre las dos culturas pero también no dejan de admirarse con el gran avance de la ciencia de los materiales. No se les ha exigido erudición sino madurez para estructurar nuevas formas de pensar, de razonar, de decir, de hablar, de presentar el producto del talento humano, sin olvidar el mundo en el que están insertos y donde, más que seguro, les tocará desenvolverse. Y apenas tienen 24 años.

¿Un periodismo de élite?

Se ha dicho muchas veces que nuestro trabajo es un periodismo de élite. Me parece que el juicio es injusto. Lo que hoy hacemos en América Latina no tiene nada de elitista. En diarios, revistas, suplementos, radios y televisión, además de otros multimedios, se está contando la ciencia e informando de la tecnología de una forma amena, didáctica, entretenida y al alcance de las mayorías. Los que utilizan lenguajes de cofradía y terminología propia de cenáculos para entregar su mensajes, en el breve plazo están perdidos. Los que colocan la grabadora y luego transcriben textualmente lo dicho por el bioquímico, el físico de partículas o el genetista, corren el riesgo de estar escribiéndole sólo al resto de los colegas del informante. Pero eso no es periodismo científico. Los investigadores tienen sus propias revistas donde contar sus progresos y tales publicaciones tienen un universo restringido de lectores que saben traducir fórmulas, leer gráficos e interpretar curvas.

Nuestra tarea va por otro camino: explicar lo difícil en fácil, en simplificar y no complicar la ciencia, en sacar la ciencia a la calle antes que empujarla aún más adentro de centros de documentación y diccionarios. Me complace aquí dejar constancia que el trabajo mayoritario de los periodistas de los gran-



grandes medios de América Latina pasa por este esfuerzo de llevar a los más el producto del talento y la creación de los menos, y en exaltar con rigor lo rescatable en la producción local sin por ello caer en el chauvinismo de que por un logro aislado en alguna rama del saber el país pasará con ello a una categoría superior en el concierto de las naciones.

El ejercicio del periodismo es cada vez más un imperio de las mujeres. Los cursos universitarios de periodismo son un gineceo y la llegada de estas egresadas a los medios de comunicación está determinando un nuevo estilo en la forma de presentar la noticia. Los suplementos femeninos, otrora llenos de recetas de cocina y bordados, además de los infaltables horóscopos, han comenzado a ocuparse también del embarazo en la adolescencia, de las enfermedades de transmisión sexual, de la ilegitimidad, de la vida de la pareja como tema de la interdisciplina más que de un consejero que aparentemente lo sabe todo. En tales revistas o suplementos se recoge el producto de la investigación psicológica y educativa para fomentar la creatividad en los niños, para fomentar la independencia en la generación de las ideas y los juicios, etc. Se ayuda, por otro lado, a buena parte de la población al cuidado de su salud, a la prevención temprana de enfermedades y -lo que es muy importante- a mantener una atención ante los progresos que se realizan en las distintas áreas del conocimiento, sobre todo en el campo de la salud humana.

No me resisto a señalar aquí la satisfacción que sentí cuando una madre me abordó en la calle y me dijo que su hijo me debía la vida. Ella me relató como había leído una entrevista que yo había hecho a un médico chileno que investigaba curas para niños desahuciados por la leucemia en un hospital de Tennessee. Ella logró llevar a su hijo a ver al médico logrando una interesante mejoría en los meses siguientes. Esas son las pequeñas grandes satisfacciones de las que vivimos.

La adhesión del gran público

Hernán Olguín Maibé, destacado periodista científico chileno, recorrió el mundo con un equipo de filmación y consejeros científicos recogiendo los últimos avances en distintas áreas del saber. Sus programas pasaron las fronteras del

Hubo adhesión a su mensaje porque supo despertar en el público el interés por la ciencia, dió respuesta a sus inquietudes, y habló en el lenguaje sencillo de todos los días.

país y comenzaron a mostrarse en otros, incluso en Estados Unidos. Tenían calidad, profundidad, amenidad, gracia. El día que mostré uno de sus programas en un festival de cine científico en Madrid, me preguntaron si lo que estaban viendo había sido hecho por la National Geographic Society de los Estados Unidos. Les señalé que no y que se trataba de un aporte latinoamericano. Hernán sucumbió ante el cáncer gástrico a los 37 años de edad, sin embargo su herencia es inmensa. El día en que fue sepultado en Santiago la ciudad se movilizó como si un gran político o un prócer hubiera muerto. ¿Por qué se produjo este extraño fenómeno de adhesión a su mensaje? Sencillamente porque despertó en el público un interés por la ciencia, porque supo interpretar lo que esa gente quería saber y dio respuesta a sus inquietudes, y porque habló usando el lenguaje sencillo de todos los días.

Con la camiseta de la ciencia

Lo que en el fondo hizo Hernán Olguín fue colocarse la camiseta de la ciencia, como lo hicieron y siguen haciendo otros periodistas en América. Esto significa reconocer que un país que hace ciencia está sembrando progresos y está ganando carta de credibilidad para la creación responsable de sus investigadores, profesionales y académicos. Significa reaccionar con energía cada vez que las universidades prescindan de científicos valiosos sólo porque deben recortar sus presupuestos, incrementado con ello la fuga de cerebros.

Una parte de nuestro quehacer consiste en cuestionar una y otra vez a los sistemas científicos de nuestros países que no invierten suficientemente dentro del campo de la creación científica y tecnológica. En este sentido, los periodistas científicos organizados de Venezuela tienen una importante experiencia a su favor. Ellos, bajo la presidencia de Aristides Bastidas, convocaron a las fuerzas vivas de la producción del país con el fin movilizar esfuerzos nacionales para un desarrollo tecnológico propio.

¿Cómo investigar y enseñar periodismo científico?

La investigación en periodismo científico es aún incipiente en América Latina. A los congresos celebrados por la Asociación Iberoamericana se presentaron unos 300 trabajos que no dejan de ser artículos de opinión con alguna originalidad pero sin el rigor de una investigación metodológica. Tampoco hay algún acuerdo global sobre la forma como se están dando las cátedras de periodismo científico en las escuelas de periodismo y/o de ciencias de la comunicación. Cada docente estructura de la mejor forma que puede los contenidos y la forma de desarrollarlos. Sin embargo es preciso hacer algunos reparos.

El primero es ¿quién dicta el curso? El periodista o reportero del área científica más avezado no tiene por qué ser, necesariamente, el que maneje mejor el método de enseñanza. Por lo general quienes ejercen a fondo la especialidad no tienen vocación para la enseñanza, señalan que les consume un tiempo precioso, les parece fastidioso corregir trabajos y acompañar a los alumnos a realizar algunas visitas les significa un dispendio de tiempo valioso.



London Pictures

George Lucas autor de "Guerra de las Galaxias" con Artoo Detoo y Threepio

Lo que hacemos no tiene nada de elitista. En todos los medios contamos la ciencia e informamos de la tecnología de una forma amena, didáctica, entretenida y al alcance de las mayorías.

Muchos contenidos abundan en historia de la ciencia y dejan poco tiempo para el trabajo práctico, el reportaje, la producción de material en taller. Otras veces el profesor se enfrasca en la teoría de la comunicación y llega hasta matematizar muchos de sus postulados, haciendo que el alumno rechace antes que acepte una aventura de tal tipo. En algunas oportunidades se ha privilegiado la presencia de ingenieros, químicos, matemáticos y otros profesionales, como profesores del curso de periodismo científico, en circunstancias que dicha condición no es ni puede ser acreditativo suficiente para asumir la enseñanza de de la ciencia, sobre todo si se desconoce la mecánica de los medios masivos de comunicación, su lenguaje, sus alcances y la razón de ser de la periodicidad en la entrega de los contenidos. Este comentario no invalida lo que algunos profesionales de estas y otras disciplinas estén haciendo hoy en la docencia del periodismo científico, sin embargo habrá que recurrir más a comunicadores de la ciencia que a especialistas en gastroenterología, zooplancton o enanas rojas.

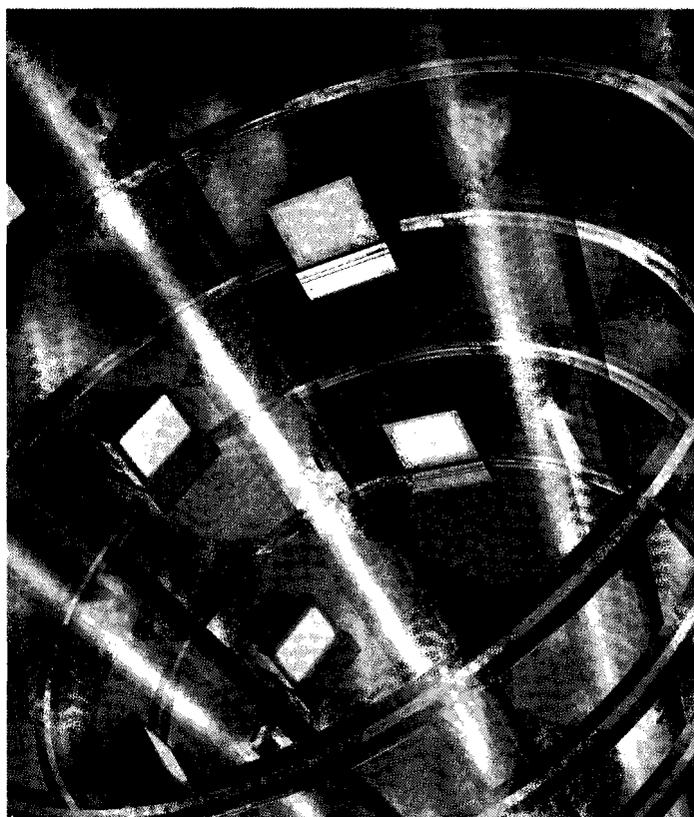
Una buena parte del trabajo de divulgación científica se hace también a través de los suplementos escolares editados semana tras semana por los diarios de muchas capitales de América Latina. Sirven para hacer las tareas o deberes estudiantiles y están concebidos, en gran parte, como complemento del programa oficial de los ministerios de educación. Hemos tenido la oportunidad de revisar varios de ellos y salvo su presentación y diagramación vistosa y por lo mismo competitiva, sus planteamientos se adscriben estrictamente a los temas programáticos. Esto quiere decir que si hablan del aparato circulatorio y concretamente del corazón. Se quedan apegados a la fisiología libresco de los años 70 que consideraba al corazón sólo como una bomba "impelente levemente inhalante", sin incorporar la nueva visión del corazón como glándula de importancia en todo el fenómeno de la regulación de la presión arterial. Razones: esta última función aparece sólo en la década de los ochenta y aún no figura en los textos de estudio, ni como lejana referencia, en circunstancia que en muchos laboratorios de fisiología y bioquímica de nuestras universidades es motivo de amplia experimentación.

El periodismo científico está llamado a cerrar esta brecha en un trabajo junto al profesor, que generalmente es el que integra equipos encargados en la producción de este material para la prensa. Sin embargo, el periodista científico tiene la ventaja de no sólo trabajar para los menores sino también ser el mentor de la educación permanente, toda vez que lo que se escribe o se prepara en los medios de comunicación es visto indistintamente por personas de todas las edades y formación.

Finalmente, el suplemento formativo deberá cambiar de giro y enseñar a preguntar antes que ejercitar al niño en la respuesta a veces de catecismo sobre los grandes problemas. En los últimos tiempos hemos podido apreciar que algunos libros de lectura para alumnos de enseñanza básica y media, tienen artículos de periodistas científicos, sacados generalmente de publicaciones periódicas. Sin duda que tal hecho valora nuestro trabajo y lo destaca como un componente más de lo que el niño y el adolescente deben saber de su entorno, del hombre y de todos los hombres. ●

Completando el CIRCULO

La situación del periodismo científico en América Latina es compleja. Calvo Hernando intenta un resumen, basado en investigaciones publicadas, en los escasos documentos disponibles y en conversaciones personales con periodistas científicos, investigadores y profesores de comunicación. El autor concluye con propuestas de acción y formación para superar el aparente estancamiento.



Business Week

Casi medio siglo después de la bomba atómica, a los 40 años del descubrimiento del DNA, a los 30 del Sputnik y a los 20 de la revolución electrónica, el periodismo científico ha tomado carta de naturaleza en el mundo industrializado. Y desde hace un decenio, las actitudes en cuanto a ciencia y tecnología han cambiado también en los países en desarrollo y sus medios de comunicación.

MANUEL CALVO HERNANDO, español. Presidente de la Asociación Iberoamericana de Periodismo Científico, profesor universitario y autor de múltiples libros y artículos sobre este tema.

El mundo de los años 80 era significativamente diferente del de los 60, y dentro de otros 20 años será muy distinto del que hoy conocemos. El agente más notable de estos cambios es la ciencia y sus aplicaciones. En este escenario cambiante, el papel del periodista científico será cada vez más decisivo, aunque no parezcan darse cuenta de ello los protagonistas que tienen en su poder las decisiones: los responsables de la comunicación, la educación y la comunidad científica.

Se ha dicho que después de Chernobyl la relación ciencia-hombre no será la misma y ello plantea, tanto en los países tecnológicamente avanzados

como en los restantes, nuevos problemas para el periodismo científico que habrá que añadir a los que ya consignamos en nuestros libros *Periodismo Científico* (1977) y *Civilización Tecnológica e Información* (1982). Las nuevas amenazas (lluvia ácida, agujero de ozono, efecto invernadero, etc.) crean temor y escepticismo entre los ciudadanos, quienes además desean participar en la toma de decisiones relacionadas con la ciencia y la tecnología (al menos en lo que a Europa y Estados Unidos se refiere).

En todos los países se registra un cierto temor popular a la ciencia, bien sea por ignorancia o por deficiencias

educativas y quizá porque los propios divulgadores no hacemos bien nuestro trabajo. Se detecta, asimismo, un relativo alejamiento del público, por la oscuridad del léxico científico y por la falta de apoyos a la comunicación científica pública.

En términos generales, y salvando la problemática de las distintas sociedades, los grandes problemas afectan de modo semejante a los periodistas científicos de Europa, Estados Unidos y América Latina. Estos problemas pueden reducirse a tres grandes grupos: 1) interesar al público en la ciencia; 2) persuadir a los editores para que concedan mayor espacio a los artículos y a la programación audiovisual científica; y 3) convencer a los científicos para que les informen.

Problemas del Periodismo Científico en América Latina

La cobertura de información científica en general es escasa en los países del Tercer Mundo, tanto en sus propios medios como en la atención que les prestan los grandes países y especialmente Estados Unidos. (James Cornell, en el número monográfico de "Arbor" sobre "Ciencia y Comunicación", Noviembre-diciembre 1991).

Los principales problemas del periodismo científico en América Latina podrían esquematizarse del modo siguiente:

a. Falta de ambiente popular favorable a la investigación y a las actividades científicas, como consecuencia de una educación temáticamente desactualizada, enmarcada en un mal comprendido humanismo en la clases dirigentes. El círculo vicioso consiste en que no se escribe y divulga más sobre ciencia porque no hay conciencia científica en la sociedad, y la sociedad sigue viviendo ajena a estas cuestiones porque los medios informativos no crean el ambiente público imprescindible para esta toma de conciencia.

b. En el II Congreso Iberoamericano de Periodismo Científico (Madrid, 1977), las ponencias mostraban a Iberoamérica como un conjunto de naciones aisladas, con escasa comunicación, y dependientes, en mayor o menor medida, de centros de decisión lejanos y extranjeros. Mientras no se logre superar tal aislamiento y dependencia -se decía entonces- es imposible pensar en un desarrollo autónomo de la tecnología, de la investigación científica y de su divulgación a través de los medios informativos. Hoy, el panorama no ha variado

sensiblemente, a pesar de los esfuerzos realizados desde distintas instancias.

c. Para el peruano Tomás Unger, los problemas de mayor gravedad son la falta de interés de la mayoría de los medios de comunicación, la dificultad de acceso a las fuentes y la escasez de periodistas científicos.

d. La situación que expone Wilson da Costa Bueno (1991) refiriéndose a Brasil constituye una sistematización que pudiera aplicarse a la mayoría de los países de Iberoamérica:

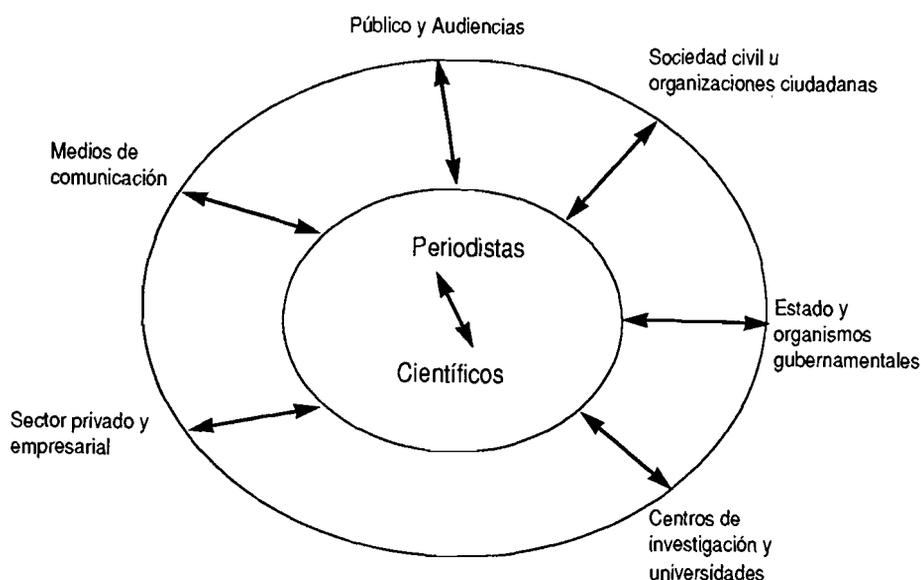
- Visión dogmática y romántica de la ciencia y de la tecnología;
- Predominio de grandes institutos y universidades, como si fuera de ellos no se hiciera ciencia en el país;
- Redundancia de fuentes, privilegiando a los burócratas, en detrimento de científicos e investigadores;
- Decadencia del reportaje científico por el abuso sustitutivo de los trabajos de revistas y artículos internacionales;
- Falta de utilización de las empresas como fuentes de información en ciencia y tecnología;
- Escasos esfuerzos para incorporar la ciencia y la tecnología como información básica en los periódicos de empresas y sindicatos;
- Prejuicios sobre el saber popular y mantenimiento de antiguos paradigmas.

e. Poca sensibilidad de los propietarios de los medios. En los congresos iberoamericanos de periodismo científico y en otras reuniones y seminarios se ha insistido en reclamar a los propietarios y directores de medios informativos que incorporen a sus redacciones a periodistas científicos, para poder prestar un mejor servicio a sus comunidades y porque se trata de informaciones que, bien desarrolladas, pueden "vender".

f. En ciertos casos, falta de cooperación por parte de la comunidad científica o de sus organismos representativos, y escasa preocupación de los organismos investigadores, en términos generales, por la divulgación del conocimiento científico y tecnológico.

g. En los casos en que los medios hacen periodismo científico, surge el problema de la actuación incompleta sobre la población, ya que en la mayor parte de los países de América latina muchos sectores padecen todavía

CERRANDO LA RONDA



graves problemas de comunicación y de acceso a información, especialmente en lo que se refiere a la prensa escrita.

h. No contribuye al fortalecimiento del Periodismo Científico en América Latina la situación de la investigación científica en la región: gran dependencia, contratos "llave en mano", promoción del consumo de artículos innecesarios, los contratos secretos, la prioridad del lucro del inversionista antes que la solución del problema correspondiente, la escasez de vocaciones científicas.

Propuesta de acciones

En las sociedades iberoamericanas, el periodismo científico no contribuye hoy a satisfacer las necesidades básicas en la educación permanente, en la participación de los pueblos en el quehacer científico y en la toma de decisiones.

Por una parte, las poblaciones no satisfacen su derecho a ser informadas sobre aspectos tan decisivos para su vida cotidiana y para su futuro y el de sus descendientes. Por otra, faltan debates públicos sobre estos temas, estudios y análisis rigurosos y una acti-

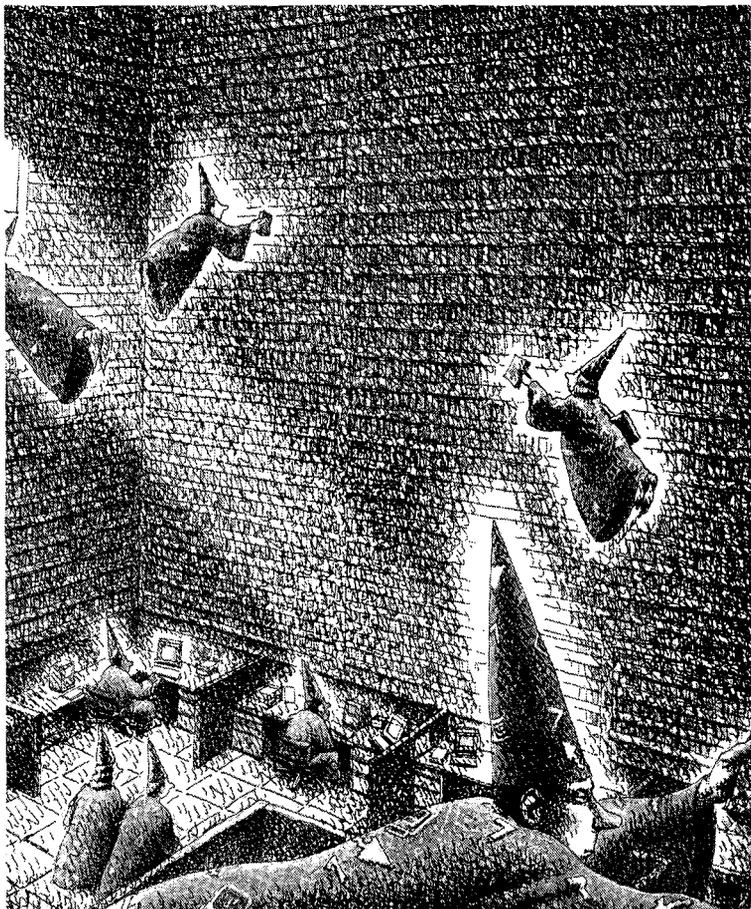
tud crítica de los ciudadanos ante las prioridades en la inversión pública en ciencia y tecnología.

Ello hace necesario desarrollar una serie de acciones que el periodismo científico puede instrumentar.

- Creación de una conciencia pública sobre el valor de la educación, la ciencia y la tecnología en el progreso nacional;
- Consideración de la divulgación de la ciencia desde una perspectiva integradora, educativa y social;
- Apertura de debates sobre la promoción de la ciencia y la elección de tecnologías adecuadas para cada sociedad;
- Abordar el problema de la falta de periodistas especializados que sirvan de puente entre los científicos y el público, e iniciar su formación profesional a corto plazo;

En América Latina, y a pesar de intentos aislados de la OEA, CIESPAL y el Convenio Andrés Bello, el problema de la formación de profesores de periodismo científico sigue en pie. Sería urgente una acción sobre las escuelas

No se escribe sobre ciencias porque no hay conciencia científica en la sociedad, y ésta sigue viviendo ajena al conocimiento porque los medios no crean el ambiente propicio para su divulgación.



Mac's Place

de comunicación, a través de la infraestructura educativa, las instituciones vinculadas con la comunicación y los propios científicos.

- Cooperación para difundir un léxico científico común, destinado a hacer efectiva la aspiración de constituir una comunidad de libre circulación idiomática que deje de ser sólo consumidora de conocimiento y que desarrolle la información electrónica como sector decisivo;
- En los países donde los medios informan sobre ciencia por su propia iniciativa, debería pensarse en estímulos e incentivos a los suplementos, que por su formato y su precio pueden convertirse en bibliotecas científicas básicas y en soportes documentales de una parte considerable de la población que no goza de otras posibilidades en este campo;
- La televisión pública es un medio de comunicación poderoso y muy pobre, al mismo tiempo. La TV comunica más a través de un cauce emocional que a través de un cauce cognitivo. Combinar los mensajes audiovisuales con los escritos podría ser el mejor modo de difundir la ciencia;

- Dedicar atención especial a los temas de medio ambiente (véase la interesante encuesta sobre periodismo y ecología, presentada por Sergio Prenafeta en la obra colectiva *Periodismo Científico en los países del Convenio Andrés Bello*).

Una política de difusión integral de ciencia y tecnología debe cumplir, a juicio del ecuatoriano Marco Encalada (también en *Periodismo Científico en los países del Convenio Andrés Bello*), unos objetivos y fines, de los que aquí señalamos tres:

1. Afrontar el problema de la difusión científica y tecnológica como una prioridad nacional para la consecución de las políticas de desarrollo científico y tecnológico;

2. La difusión debe considerarse no como un problema exclusivo de información, sino como uno de comunicación integral;

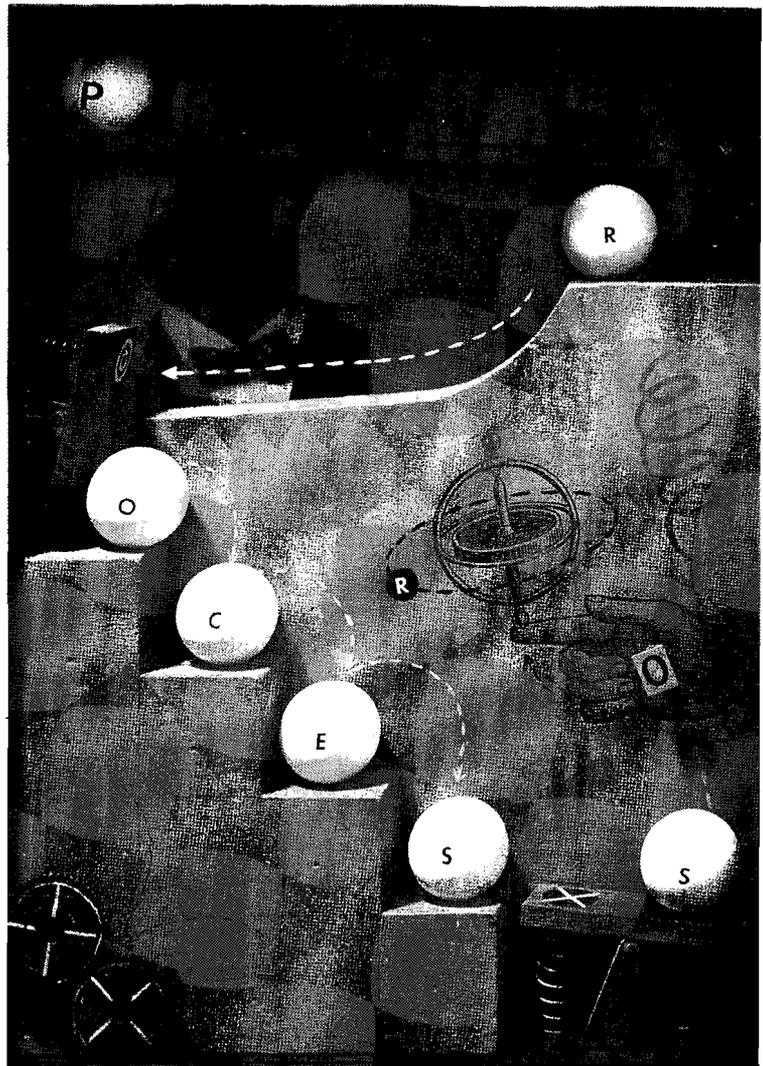
3. Asimismo, debe tenerse en cuenta que la difusión científica es una necesidad social.

La divulgación de la ciencia se configura, junto con la educación, entre los grandes retos de la sociedad tecnológica y como una exigencia de las sociedades democráticas, una necesidad cultural, económica e incluso política. Junto a la política científica, los países deben planificar una política de difusión popular del conocimiento.

En este contexto, complejo, apasionante y arriesgado, los periodistas científicos, los comunicadores del siglo XXI, mantenemos un combate en múltiples frentes, contra la indiferencia de las sociedades y sus dirigentes, contra el analfabetismo funcional y la incompreensión de la naturaleza y contra las limitaciones impuestas por la necesidad de explicar al público el universo grandioso y perturbador de este final de centuria y de milenio.

Los grandes desafíos de nuestro tiempo pueden afrontarse con proyectos movilizadores de gran empeño, que nos proporcionen más proteínas, atmósfera y mares limpios, trabajo y bienestar para todos y sin discriminaciones, corrección de los desequilibrios mundiales en la economía, la educación, la cultura, la salud, y la información. Podemos construir, en suma, la nueva solidaridad.

Pero podría ocurrir que la divulgación no llegara a cumplir sus objetivos, y que



Business Week

su ausencia no preocupase a nuestras sociedades. No podemos esperar decenios, y ni siquiera al año 2.000, para acometer, aunque sea parcialmente, planes de esta naturaleza. Hay que compensar cuanto antes los siglos que llevamos de retraso. La ciencia, la comunicación y la educación tienen en esta meta uno de sus grandes desafíos ante el tercer milenio en nuestras sociedades.

REFERENCIAS

- Actas de los congresos iberoamericanos de periodismo científico (Caracas, 1974; Madrid, 1977; México, D.F., 1979; São Paulo, 1982; y "Primer Congreso Nacional de Periodismo Científico", Madrid, 1990.
- Calvo Hernando, Manuel: "Periodismo Científico", Editorial Paraninfo, Madrid, 1992.

- Calvo Hernando, Manuel: Discurso de apertura del Primer Congreso Nacional de Periodismo Científico, Madrid, 1990.
- Cornell, James: "Noticias sin difusión: El Tercer Mundo ignorado". Número monográfico de *Arbor* sobre "Ciencia y Comunicación", Madrid, noviembre-diciembre 1991.
- "Encuentro de Periodistas Científicos Europeos". Madrid, 1989.
- Fayard, Pierre: "Comunicación pública y divulgación científica", en *Política Científica*, Madrid, Mayo 1992.
- "Periodismo Científico en los países del Convenio Andrés Bello", Bogotá, 1986.
- Pretto, Nelson: "A ciência nos meios de comunicação". Universidade de São Paulo, Escola de comunicações e artes. São Paulo, junio 1991.

¿Cómo formar periodistas científicos?

En 1989 Manuel Calvo Hernando elaboró una propuesta de programa de formación para periodistas especializados en ciencia y tecnología. El análisis de entonces sigue siendo relevante al estado de la cuestión en América Latina. A continuación publicamos extractos del documento cuya versión completa puede obtenerse a través de Chasqui.

El periodista científico debe caracterizarse por el afán de comprensión, el amor al conocimiento, el deseo de aprender, la curiosidad universal y, el gusto por comunicar. Daniel Prieto Castillo dice que ha faltado el estudio previo del perfil profesional y de las funciones del periodista científico. Este requisito tiene otra exigencia, la de establecer un diagnóstico de las necesidades del individuo y de la sociedad.

En cualquier caso el periodista científico debe ser:

1) Un periodista profesional y de los mejores. Esta especialidad requiere las más exigentes técnicas del oficio y entre ellas esa capacidad de combinar la realidad con la imaginación para facilitar la comprensión de un problema y hacer inteligibles los mensajes.

2) Estar capacitado para el análisis y la evaluación de las necesidades sociales en las que se engloban no sólo problemas socio-económicos, sino también comunicacionales (Prieto Castillo).

3) Necesitará un conocimiento de las cuestiones esenciales del desarrollo científico y tecnológico. No debe ni puede saberlo todo, pero sí debe saber quién lo sabe, estar al tanto de las tendencias, de las tecnologías de punta, de sus efectos previsibles en la persona y en el grupo social. Debe adquirir una cierta cultura científica y seguir la evolución de la ciencia y la tecnología con el mayor rigor y con la máxima moderación.

4) Un nuevo tipo de comunicador que sea capaz de valorar, analizar, comprender y explicar lo que está pasando y lo que puede pasar, especialmente en los escenarios decisivos de la transición a la nueva sociedad: la energía, la biología y biotecnología, los nuevos materiales y la informática.

En resumen, el periodista científico necesita: iniciarse y actualizarse en la cultura científica, y ser capaz de expresar el mensaje de modo asequible y sin traicionar su contenido.

¿Cómo incorporar el periodismo científico en los actuales programas?

Las opciones son varias y complementarias:

1. Una asignatura o seminario deberá incluirse en los primeros tres años de formación, antes de concluir la licenciatura. En el doctorado o el posgrado podría incluirse la especialización en periodismo científico propiamente dicha.

2. El posgrado en periodismo científico deberá englobar el estudio de las tendencias del desarrollo científico, y al mismo tiempo el análisis del estado actual y las perspectivas de las disciplinas más importantes.

3. La comunidad de científicos y técnicos también necesita educarse en las técnicas y teorías de la comunicación. Se deberá ofrecer cursos y seminarios de comunicación para licenciados de cualquier facultad ya que todos los especialistas serán necesarios en el nuevo periodismo, tan complejo y especializado como la propia vida cotidiana.

4. James Cornell observa que la enseñanza del periodismo científico puede derivar en la creación de títulos académicos que sitúen al periodista más cerca o en el mismo nivel de los científicos e ingenieros promoviendo intercambios profesionales más naturales y de mayor amplitud.

Plan de formación

A continuación algunas líneas generales para organizar un plan de formación especializada:

1. Teoría y práctica de la difusión de la ciencia en los medios informativos. Proceso de divulgación: construcción y producción del mensaje.

Prácticas de comunicación entre especialistas y no especialistas, dividida en 3 etapas: Selección de informaciones; traducción del lenguaje científico al cotidiano; presentación al público con las técnicas y recursos de cada medio.

2. Objeto del conocimiento científico. La comprensión de la ciencia y sus tendencias.

3. Los desafíos de la divulgación. El desarrollo de la divulgación y sus responsabilidades culturales, políticas, económicas, sociales y profesionales.

4. Problemas prácticos del periodismo científico.

Ciencia: extensión y complejidad, explosión informativa, aceleración histórica, falsas ciencias;

Comunicación: redacción, uso del idioma, fuentes, vocabulario, lenguajes técnicos;

Conflictos de la divulgación: entre ciencia y periodismo; entre el periodista y el científico; entre la rapidez y la exactitud; entre la información científica y el sensacionalismo.

5. El tratamiento de la información científica. Los géneros periodísticos y la divulgación de la ciencia y la tecnología. La noticia, la información, el reportaje, la entrevista, el artículo y el ensayo, el editorial. Modalidades en los medios electrónicos.

6. Relaciones entre ciencia e información. ¿Depende el periodismo de la ciencia cuando quiere hacer comprensibles los hechos? ¿Depende la ciencia de la comunicación cuando se propone actuar sobre el público y obtener su apoyo? ♦

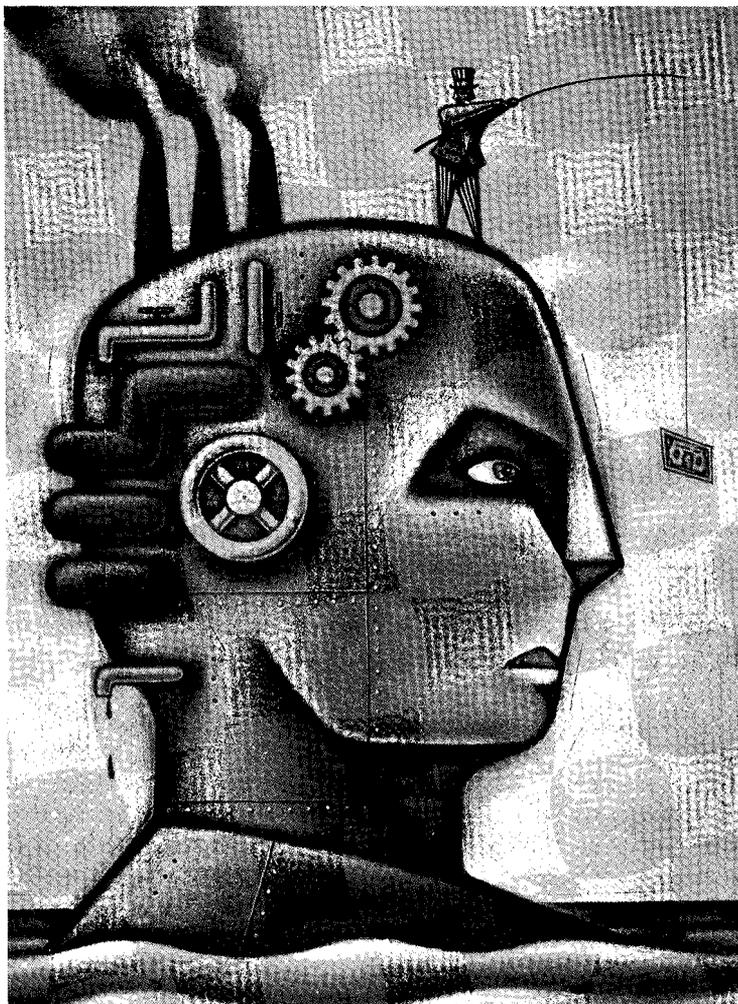
Ganando espacios en la sociedad industrial

En Brasil la comunidad científica ya no ve a los periodistas especializados como un inconveniente que hay que soportar. En los últimos años se nota un acercamiento franco y honesto de los científicos con los comunicadores. La comunidad, en colaboración con las universidades y las asociaciones de periodistas científicos, promueve en seminarios y en reuniones de la Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, un programa importante para la capacitación de comunicadores. Esto contrasta con la situación de las facultades de periodismo que aún no se deciden a crear materias para esta especialidad.

Anteriormente, en los años 50 aparecieron las secciones de Rómulo Argentiére, en el *Diario de São Paulo*, y de José Reis en la *Folha de São Paulo*. Argentiére escribió durante varios años con mucho éxito. Pero en el año 1960 el *Diario de São Paulo* dejó de circular. José Reis permanece hasta ahora con su columna de difusión científica en la *Folha de São Paulo*. Los más de cuarenta años de trabajo lo consagran como el decano de esta actividad en Brasil. A pesar de estos importantes antecedentes, hace quince años el periodismo científico brasileño era prácticamente inexistente. La mayor parte de los diarios brasileños no tenían redactores científicos y las cuestiones científicas no se divulgaban habitualmente en los diarios.

Desde entonces hubo un aumento gradual y notable del tiempo y el espacio dedicados a la ciencia y la técnica. Surgieron revistas especializadas como

En Brasil se nota un acercamiento franco y honesto entre científicos y comunicadores. La divulgación ha logrado un espacio regular en la prensa, y cierta presencia en radio y televisión, pero las empresas patrocinadoras son aún escasas. Los programas de formación para estudiantes y profesionales son ahora más accesibles aunque todavía insuficientes.



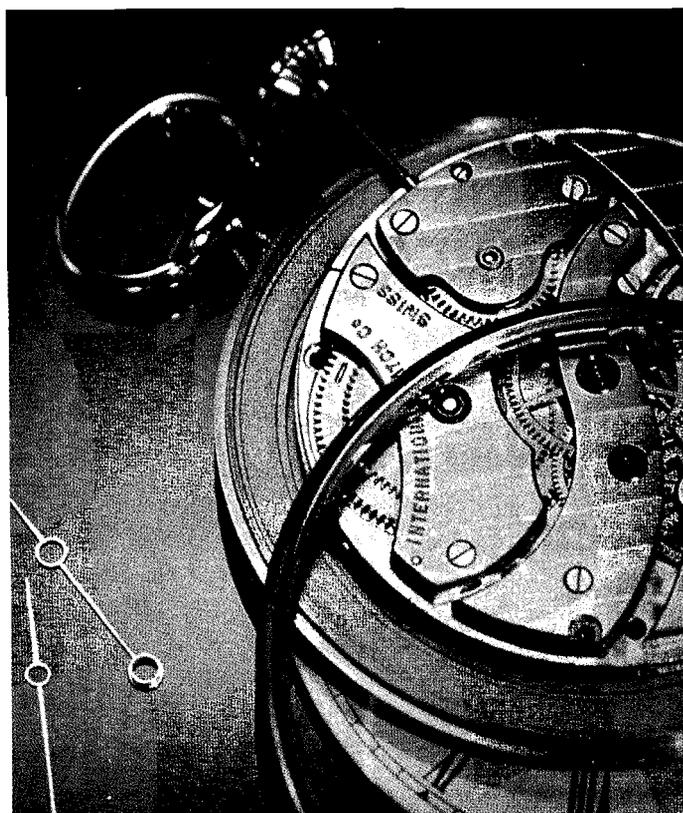
JULIO ABRAMCZYK, brasileño. Redactor científico de *Folha de São Paulo*. Vicepresidente de la Asociación Iberoamericana de Periodismo Científico.

Ciencia Hoje, Superinteressante y Globo Ciencia. Este cambio positivo se inició cuando Manuel Calvo Hernando, a principio de los 70, dio el primer curso sobre periodismo científico realizado en Brasil. A partir de sus clases dictadas en la Universidad de São Paulo se difundió su influencia entre los periodistas profesionales. Por su iniciativa se fundó la Associação Brasileira de Jornalismo Científico, ABJC, que realizó posteriormente ciclos de debate y congresos especializados. La ABJC realizó seminarios en varios estados brasileiros divulgando su experiencia entre otros grupos. Cuando en 1989 Calvo Hernando regresó a la Universidad de São Paulo para enseñar en el programa de extensión universitaria sobre periodismo científico, la situación había evolucionado favorablemente.

Desde el año 1982 el Ministerio de Educación y la Universidad de Brasilia realizaron cursos de especialización en divulgación científica. En el Instituto Metodista de Enseñanza Superior se ofrece regularmente cursos de posgrado en comunicación científica y tecnológica. En la ECA/USP ya se presentaron tesis de maestría y doctorado en periodismo científico.

El Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico organizó un programa pionero de apoyo al periodismo científico que fue dirigido por el profesor Celio da Cunha, y que mantuvo estrechos vínculos con la ABJC y con la Asociación Nacional de Periodistas Profesionales. Se organizó un programa de becas y se instituyó el premio "Jose Reis" de difusión científica. El premio se concede a periodistas profesionales que trabajan en periodismo científico y a científicos que se dedican a la divulgación. El premio se concede también a instituciones que se destacaron en el incentivo de la difusión de la ciencia y de la tecnología.

En las facultades brasileñas de comunicación todavía no existe la materia de periodismo científico. Está incluida en los programas de especialización periodística a nivel de posgrado donde se ofrecen algunos cursos. En la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo (ECA/USP) se inicia actualmente un curso de posgrado en divulgación científica bajo la dirección y coordinación de Manuel Carlos



Union Bank of Switzerland

Chaparro. En el año 1993 Chaparro dictará también clases de periodismo científico como materia optativa para los alumnos de la ECA/USP.

Los diarios brasileños

El periodismo científico no está exclusivamente presente en la prensa brasileña a través de las secciones especializadas, sino también, según el profesor Mario L. Erbolato, en las diferentes páginas del diario. Siempre hay un poco, o mucho, de información científica en lenguaje accesible.

En 1983 Magli Izuwa observó que en seis de los principales diarios brasileños la información sobre ciencia y tecnología ocupaba 5,5% del espacio cotidiano, y que las secciones de divulgación científica eran publicadas una vez por semana. Se presentó, además, un dato sorprendente. De los 465 artículos analizados el 91,3% había sido escritos por periodistas y no por científicos. En el año 1984 se pudo observar un aumento en el espacio ocupado de 6,3%. Se considera que actualmente el porcentaje es aún mayor.

Los cuatro diarios principales de Brasil (*Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo*, *O Globo*, y *Jornal do Brasil*) pasaron a tener secciones específicas y

permanentes de ciencia y técnica. Lo mismo sucedió con diarios regionales como, por ejemplo, *Diario de Comércio*, de Recife. Estos diarios de provincia comenzaron a publicar regularmente noticias, reportajes, entrevistas y artículos sobre estos temas. Se debe destacar en especial a la *Folha de São Paulo*, que introdujo la publicación diaria de temas de ciencia y técnica, siendo seguida por sus competidores. Hay revistas de interés general, como *Veja* y *Manchete*, que publican noticias y reportajes sobre ciencia y tecnología generalmente adaptados de revistas dedicadas exclusivamente a la difusión científica.

En esta área de divulgación científica señalamos también algunos programas de radio y de televisión. En las redes *Globo* y *Manchete*, los programas enfrentan el gran desgaste del horario de baja sintonía. La ciencia puede dar prestigio a un órgano de comunicación, pero no despierta aún el interés de un patrocinador comercial para un horario que pueda alcanzar un público grande. Esperamos que, este problema sea superado y la divulgación científica en la televisión pase a ocupar un lugar compatible con el que tiene en la prensa. ●

Acumulando experiencias

El periodismo científico en Venezuela disputa espacio con el entretenimiento, la política, la economía y los deportes que juntos saturan los medios de comunicación.

En 1972 se funda en Caracas el Círculo de Periodismo Científico de Venezuela. El objetivo era ordenar el quehacer entre quienes se habían enrumbado, diligentemente y sin escuela, por el camino de la información científica y la divulgación. Hoy hay un centenar de periodistas afiliados al -CPC- junto a científicos y empresarios gráficos.

La enseñanza del periodismo científico comenzó en las Escuelas de Comunicación Social posteriormente a su ejercicio en el diario impreso, al menos en los países latinoamericanos. En el caso de Estados Unidos de Norteamérica entendemos que ya en los años 30, a propósito del desarrollo de la ciencia-ficción, universidades como la de Columbia en Nueva York

incorporaron la materia a nivel de posgrado.

La enseñanza del periodismo científico se encuentra a niveles de pregrado en nuestro país. Hubo intentos desde los años 60 por crear posgrado en periodismo científico y tecnológico, pero los esfuerzos no se concretaron. La Universidad de Los Andes, en Mérida, tiene una extensión universitaria en San Cristóbal, Táchira donde se graduó ya hace dos años la primera promoción de pregrado con mención en periodismo científico. La Universidad Católica "Andrés Bello" dictó un seminario de prueba en este campo y en octubre de 1992 comenzará una cátedra regular en pregrado.

Es alentadora la conducta de la prensa gráfica que se inició con el periodismo científico con el trabajo pionero de Manuel Isidro Molina y Luis Eduardo Ramos, entre otros. Los grandes rotativos tienen páginas completas destinadas a estas materias y casi ninguno

escapa a las informaciones nacionales y extranjeras sobre el acontecer científico y tecnológico. En relación a la prensa la televisión y la radio están muy retrasadas.

Los medios reconocen que ciencia y tecnología también "venden", no solamente periódicos en el kiosko de la esquina, sino espacios para la publicidad de diversas empresas. Lo que les falta por comprender es que la información científica y tecnológica no necesita estar "enjaulada" en espacios asfixiantes, sino que debe formar parte de la marcha general del periódico o de la programación completa de televisoras y radiodifusoras. Los problemas que enfrenta no son exclusivos de América Latina. En Europa y Estados Unidos los temas que nos conciernen también se debaten por salir de la marginalidad. El cambio es un proceso que tomará tiempo.

En Caracas está por fundarse el Instituto de Comunicación, Ciencia y Tecnología, una asociación civil sin fines de lucro, que tiene inicialmente el apoyo financiero-fundacional del CONICIT. Se pretende producir materiales de información científica y tecnológica para los medios, liceos y universidades.

El periodismo científico se acerca a una posición de justo equilibrio con el entretenimiento, la política, la economía y los deportes que saturan los medios. Lo importante es continuar la penetración gradual, mejorar la educación formal y convencer a los empresarios de la comunicación acerca del valor de "la mercancía" científico-técnica. Estamos convencidos de que en las próximas décadas el periodismo científico ocupará el sitio privilegiado que le corresponde en las comunicaciones sociales de América Latina.

LUIS MORENO GOMEZ. Presidente del Círculo de Periodismo Científico de Venezuela y profesor de la materia en la Universidad Católica Andrés Bello, de Caracas.



Tecnología, capital, información

Christopher Hirtz

MARCELA GUZMAN O.

COSTA RICA

FORMACION ESPECIALIZADA

Costa Rica cuenta ya con una actividad científica respetable en la que participan 1417 investigadores distribuidos en 146 unidades de investigación, con 30 mil computadoras y 182 bases de datos. El desarrollo del periodismo científico ha sido la consecuencia lógica de la necesidad de comunicar a la sociedad los adelantos científicos y tecnológicos propios y ajenos.

Hace una década, el periodismo científico comenzó a dar sus primeros pasos formales en Costa Rica impulsado por el Consejo Nacional para Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICIT) y por el Instituto Tecnológico de Costa Rica (ITCR), instituciones que organizaron el primer seminario sobre el tema en el país.

El inspirador fue el maestro español Manuel Calvo Hernando, quien participó en la actividad para incentivar el desa-

rrrollo de esta especialidad informativa. Hoy los logros se pueden contabilizar.

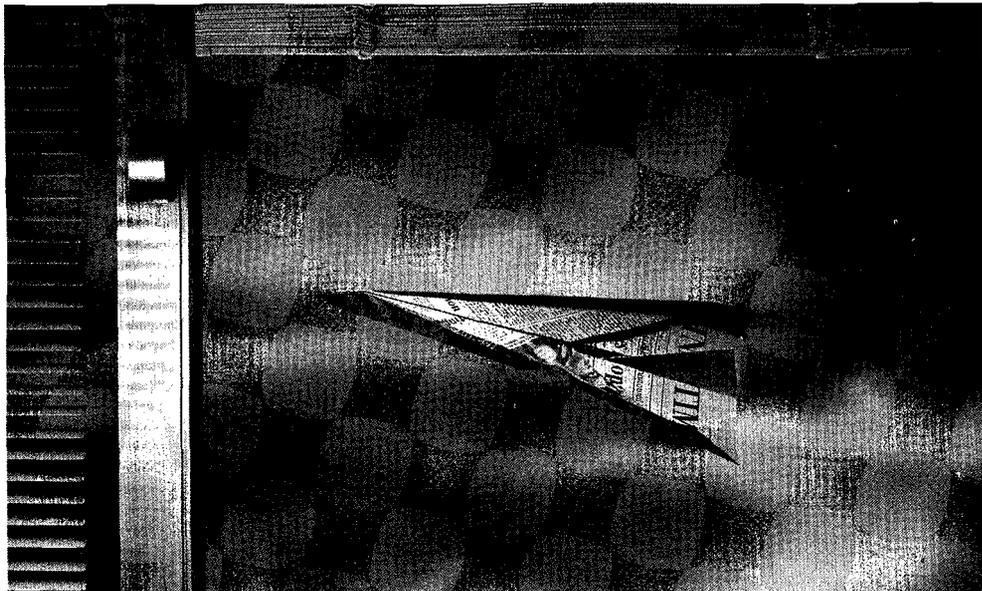
Al Curso Internacional de Periodismo Científico, efectuado en San José en junio anterior, acudieron medio centenar de periodistas provenientes de medios de comunicación, oficinas de prensa, universidades e instituciones privadas. Los expositores fueron, en esa oportunidad, los especialistas Manuel Calvo Hernando, Sergio Prenafeta y James Cornell.

Los medios

Los periódicos y noticiarios de radio y televisión del país se muestran cada vez más interesados en la divulgación cientí-

fica y tecnológica. El diario *La Nación* cuenta con secciones fijas de divulgación sobre salud y ecología y un suplemento mensual denominado "Tecnología", en el que se informa sobre aspectos científicos y tecnológicos variados, y en el que participan periodistas e investigadores. El matutino *La República* tiene una pequeña sección diaria, la "Cápsula científica", y con frecuencia dedica páginas enteras a reportajes sobre este campo. El periódico de la Universidad de Costa Rica, *Semanario Universidad* publica mensualmente el suplemento *Crisol*, dedicado principalmente a la divulgación de proyectos de investigación. La Universidad Nacional del sistema de

MARCELA GUZMAN O., costarricense. Presidenta de la Asociación de Periodismo Científico de Costa Rica.



educación superior estatal dedica amplio espacio al tratamiento de estos temas a través de su propio medio de comunicación *UNA Informa*. La revista *Contrapunto*, del Sistema Nacional de Radio y Televisión, también dedica gran parte de su espacio a la ciencia y la tecnología.

Los canales de televisión incluyen dentro de su programación diaria espacios dedicados a la salud, la ecología, y otros temas científicos. El canal 6, por ejemplo, dedica parte importante de su espacio al tratamiento de temas ecológicos mediante el programa denominado "Mundo Ecológico" y el Canal 13, estatal, mantiene programas permanentes relacionados con la situación ambiental.

En las emisoras de radio, donde el periodismo científico como tal

quizá se ha desarrollado menos, ya existe también interés por el tema y esto se puso en evidencia con motivo del eclipse de sol ocurrido el año anterior. *Radioperiódicos Reloj*, de amplia cobertura nacional, produjo cortos informativos y formativos sobre el fenómeno que llegaron a un amplio público y que, sin duda, contribuyeron a que se admirara el eclipse y se aprendiera de él.

En muchas radioemisoras nacionales, sin embargo, existe una larga tradición de programas dirigidos al campesino, que si bien no se consideran como periodismo científico, sí le han brindado a ese importante grupo nuevos conocimientos, sobre agricultura.

La academia

En la Universidad de Costa Rica, único centro de educación superior estatal que ofrece la carrera de periodismo, se dicta el curso de periodismo científico. Al principio en forma esporádica, y últimamente con más constancia, los estudiantes entran en contacto con investigadores y centros de investigación



Microcomponentes para satélites más compactos y sencillos

London Pictures Service

y producen para un público que ya demostró su interés por estos temas.

Divulgación y desarrollo

En efecto, la fundación -hace 20 años- del CONICIT, la creación en 1986 del Ministerio de Ciencia y Tecnología, la creación de los Colegios Científicos (para estudiantes de secundaria) en 1988, la aprobación de la Ley de Promoción del Desarrollo Científico y Tecnológico en 1990 y la fundación reciente de la Academia de Ciencias, de la Asociación para el Avance de las Ciencias y de la Cámara de Empresas de Base Tecnológica, han sensibilizado al costarricense en estos temas, y lo han convencido de que el desarrollo está estrechamente ligado al avance de la ciencia y la tecnología.

El CONICIT desde hace unos cinco años capacita periodistas en la divulgación de la ciencia y la tecnología, mediante cursos y talleres en los que participan comunicadores y científicos. La mejor comunicación entre los grupos resultó en acciones de divulgación con-

untas. El CONICIT creó hace ocho años el Premio de Periodismo Científico que se otorga anualmente al periodista, o grupo de periodistas, que haya publicado el mejor trabajo en este campo evaluando la creatividad, originalidad y sencillez con que se trata el tema, y su relación con los intereses de desarrollo nacional y los logros del quehacer científico propio. El ganador del premio tiene derecho a una pasantía en el exterior y es así como algunos de ellos han ido a España, Brasil y Estados Unidos para ampliar sus conocimientos en el campo de la divulgación científica.

Asociaciones

En Costa Rica funciona la Asociación de Periodismo Científico (APC) que cuenta con el apoyo del CONICIT y del

Colegio de Periodistas de Costa Rica. La APC publica el bimensual boletín *Ciencia y Cambio* que tiene la intención de ampliar su circulación a toda la región centroamericana.

También existe en el país una Asociación de Periodistas Ambientalistas, una fundación para la Ciencia y la Tecnología (CIENTEC), y dos grupos que persiguen la divulgación de temas espaciales (ACIDE y PUCES), inspirados en la figura del científico y astronauta de origen costarricense, Dr. Franklin Chang. No todos estos grupos están constituidos exclusivamente por periodistas: algunos de ellos integran a jóvenes estudiantes, así como a investigadores y ciudadanos interesados en el tema.

Los avances son importantes pero aún queda mucho por hacer. Todavía hay que mejorar la relación entre el científico y el periodista y la formación del comunicador en campos específicos de las ciencias. Lo importante es que científicos, periodistas, medios de comunicación y público valoran esta actividad y se dedican a su superación. ●

Aumenta la demanda de divulgación científica

Para honra del diarismo colombiano, el "periodismo científico" se inició en la Nueva Granada en los mismos preludios de nuestras publicaciones periódicas. El primer gran relato científico apareció el 25 de agosto de 1785, fechado en una población llamada Ubaté, relacionado con "un caso muy curioso de la señora Buenaventura Ximenez, quien tuvo un aborto muy suigéneris, a los cinco meses de su preñado".

Desde entonces hasta hoy, la presencia de esta especialización científica es cada día mayor en los medios de comunicación. En la actualidad la Asociación Colombiana de Periodismo Científico y su filial la Asociación de Periodistas de la Salud, integrada por profesionales que cubren esta información para prensa, radio y televisión, adelantan una tarea de divulgación que ha sido muy bien recibida. Para esto la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Javeriana en colaboración con la Asociación Colombiana de Periodismo Científico dictó en el mes de julio un curso de especialización sobre técnicas de redacción al que concurrieron la mayoría de redactores de salud.

También se han realizado cada mes durante este año reuniones, conferencias patrocinadas por firmas farmacéuticas como los laboratorios Hoechst, Grünenthal, Merck, Afidro, Schering y Pfizer, donde los periodistas en ejercicio se capacitan y actualizan sobre salud, ecología y medio ambiente.

Los principales diarios colombianos como *El Tiempo*, *El Espectador*, *La Patria*, *El País*, *La Tarde*, *El Universal*, *El Nuevo Siglo* y *La República* dedican secciones y páginas a información científica

En los medios colombianos se reconoce que la cultura, la ciencia y la tecnología son noticia y también fuentes de ingresos por la publicidad que originan.

fica y tecnológica en sus ediciones dominicales. En las entregas diarias le dan buen espacio a los temas de la salud. La radio y la televisión, por ejemplo, mantienen espacios informativos sobre salud y aspectos médicos.

Se hace indispensable la creación en las Facultades de Ciencias de Co-

municación de la cátedra de periodismo científico, pero para esto deben formarse los catedráticos especializados. Esta tarea podría promoverse a través de los centros internacionales como CIESPAL y Estrasburgo.

Encuestas de opinión confirman el deseo de que se aumente las páginas y



Jairo Ruiz, *El Mundo*, Medellín, 1990

"Juegan las blancas"

ANTONIO CACUA PRADA, Colombiano. Presidente de la Asociación de Periodismo Científico.



J. Valverde: Anatomía, 1639

las emisiones dedicadas a información científica. Hay demanda de información sobre salud, nuevos fármacos, tratamientos y prevención de enfermedades, microorganismos y epidemias.

En las escalas de importancia de las noticias científicas ocupan el primer puesto las relacionadas con biología y salud, luego las de física, química, y entre ellas las de química orgánica. Todo lo que es relacionado con Sida, cáncer y cólera está en primera fila. Después vienen los cohetes espaciales, los laboratorios siderales, los viajes extraterrestres, lo relativo a nuevos insecticidas, plásticos, colorantes, fertilizantes, prótesis.

Uno de los graves pecados del periodista dedicado a la ciencia y a la tecnología está en creer que el público televidente sabe y entiende todo cuanto se le transmite. Olvida que él es sólo un medio, un intérprete, un traductor, un puente entre los científicos y la comunidad en la difusión del conocimiento científico y el progreso tecnológico.

Estamos frente a la democracia de la cultura, que según Manuel Calvo Hernando, es quizá más difícil y más exigente que la democracia política, porque se propone el altísimo objetivo de conseguir que el saber no sea factor de desigualdad.

El problema mayor para la información sobre ciencia y tecnología es el manejo del idioma. Tenemos que encon-

trar la traducción precisa para llevar el mensaje oportuno a quien está ansioso de recibirlo. Se necesita el periodista especializado.

En Colombia se ha avanzado bastante en los últimos doce años y ya existe una conciencia bien cimentada en

los medios, de que la ciencia, la cultura y la tecnología no sólo son noticia sino fuentes de ingresos, por la misma publicidad que ellas originan.

El periodismo científico como modalidad de comunicación es ya una realidad.

ASOCIACION IBEROAMERICANA DE PERIODISMO CIENTIFICO (AIPC)

PRESIDENTE DE HONOR

Aristides Bastidas. "El Nacional". Puente Nuevo a Puerto Escondido. Apartado, 209. Caracas, Venezuela

PRESIDENTE

Manuel Calvo Hernando. Ginzo de Limia, 55. 28034 Madrid, España. Telf. 201-8088. Fax 201-8089

VICEPRESIDENTES

Dr. Julio Abramczyk. R. Manoel Da Nobrega 1088. A.P. 34. Sao Paulo 04001, Brasil

Javier Vega Cisneros. Habana, 255. Col. Tepeyac - Insurgentes. 07020 México, D.F. México

SECRETARIO GENERAL

José Manuel Gironés. Palau de la Generalitat. Presidencia. Caballeros, 2. 45002 Valencia, España

PRESIDENTES DE LAS ASOCIACIONES NACIONALES

ARGENTINA

Dr. Jacobo Brailovsky. Villanueva, 1347, piso 16. Guía Postal No. 1426. Buenos Aires.

BOLIVIA

Mabel Azcui. Avda. Ecuador 2156, Dep. 101. La Paz. Telf. 36-55-30 y 36-02-96. Fax 343-837

Carlos Romero A.G. Casilla No. 2142. Santa Cruz.

BRASIL

Fabiola de Oliveira, Assoria de Imprensa, INPE. Presidente de ABJC. INPE/ACS. Avda. dos Astronautas, 1758. Cx. Postal 515. San José dos Campos, S.P. Brasil. Telf. (0123) 229-977 / ramais 593 ou 364. Fax (0123) 21-8753. Telex 123. 3530.

Profesor José Marques de Melo. Director Escola de Comunicações e Artes. Universidade de Sao Paulo. Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443. Cidade Universitaria. CEP 05508, Sao Paulo.

COLOMBIA

Antonio Cacua Prada. Calle 99 No. 845.

Apartado Postal No. 9649. Santafe de Bogotá.

COSTA RICA

Marcela Guzmán. Apartado 10318. San José.

CUBA

Alexis Schlachter. Diario "Gramma". General Suárez y Territorial. Plaza de la Revolución. La Habana. Telfs. 707967 / 74452

CHILE

Sergio Prenafeta J. Rancagua No. 659. Santiago.

ECUADOR

Dr. Misael Acosta Solís. Apartado 408. Quito.

ESPAÑA

Manuel Calvo Hernando. Ginzo de Limia, 55. 28034 Madrid.

GUATEMALA

Lic. Edgar A. Nicolle. "Revista de las Naciones". 5ª Av. 2-30, Z. 3. Colonia El Castaño. Guatemala.

MEXICO

Francisco Paniagua. AMPECI. Apartado Postal 61049. México 06600, D.F.

NICARAGUA

Prof. Eduardo Matus. Bosques de Altamira No. 324. Managua.

PARAGUAY

Prof. Lic. Ilda Narváez de Fariña. Av. Carlos A. López 2179. Asunción.

PERU

Dr. Juan Vicente Requejo. Rubens 201. San Borja. Lima. Telf. 751-005

REPUBLICA DOMINICANA

Felipe Collado. Calle de Leonor de Ovando No. 106, Z-1, Gascue. Santo Domingo. Fax (809) 688-6351

URUGUAY

Aquiles Silveira Guido. Diario "El Día". 18 de Julio y Yaguaron. Montevideo.

VENEZUELA

Luis Moreno Gómez. Lagoven, S.A. Gerente de Relaciones Pública. Apartado 889. Caracas 101-A.

Desastre urbano y renovación en los medios

Una catástrofe urbana causada por la incompetencia de políticos y técnicos provocó el surgimiento de un nuevo estilo informativo en Guadalajara. Movilización de nuevos actores sociales, apertura a la participación popular, autonomía informativa frente al ocultamiento oficial, y un compromiso incondicional con la población afectada caracterizan esta experiencia superadora.



Guadalajara, abril 22, 1992: 209 muertos, 1500 heridos, 1400 casas destruidas

El día 22 de abril, en Guadalajara, México, a las diez de la mañana, un recolector de aguas residuales de ocho kilómetros de longitud y cinco metros de diámetro explotó doce veces a consecuencia de la acumulación de hidrocarburos en su interior. Los hechos ocurrieron en una zona de alta concentración poblacional de clase media baja. Las explosiones provocaron la muerte de 209 personas, según cifras oficiales; los heridos de diversa gravedad fueron cerca de 1.500; 1.400 construcciones y más de 600 vehículos fueron destruidos. El número exacto de desaparecidos no fue determinado.

Las explosiones levantaron una ola de indignación social sin precedentes en la comunidad; sacudieron la organización política en Guadalajara y en el estado de Jalisco; activaron nuevos actores y alentaron movilizaciones sociales. La catástrofe alteró las concepciones sobre la ciudad y la vida urbana. El presente artículo esboza los procesos comunicativos que tuvieron lugar dentro de la emergencia y el manejo informativo de la tragedia por parte del pueblo, los medios y las autoridades. Lo sucedido desde el 22 de abril permite detectar algunas tendencias inéditas que, tal vez, configuren un nuevo modelo de comunicación social con rasgos prometedores.

Las estrategias del ocultamiento

Desde el primer instante las explosiones captaron por completo la atención de la población y generaron una demanda extraordinaria de información. Esta demanda se vinculó inicialmente a las

CARLOS A. LUNA CORTÉS, mexicano. Investigador del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, ITESO.

necesidades humanas básicas: señalamiento de las zonas de alto riesgo, detección de los desaparecidos, identificación y recuperación de cadáveres, atención a los heridos, ubicación de los albergues y centros de ayuda.

En un segundo sentido, las demandas de información se orientaron a la comprensión del origen de las explosiones, la identificación de sus responsables, directos e indirectos, la precisión de las causas y la visualización de perspectivas de una vida urbana más segura y estable.

Frente a los esfuerzos civiles por comprender la situación y asumir posturas claras y bien informadas, se erigió de inmediato una estrategia de disimulo y ocultamiento que ha sido, con el tiempo, sólo parcialmente derrotada. Esta lucha por la información y el esclarecimiento de los hechos se realizó en diversos ámbitos y tuvo diversos protagonistas.

Durante los días siguientes al desastre y la jornada anterior cuando se detectaron las concentraciones de líquido inflamable en los colectores, las cuadrillas de trabajo de la empresa estatal PEMEX, junto con elementos del cuerpo de bomberos y del sistema de agua y alcantarillado de la ciudad (SIAPA), trabajaron en la medición de la explosividad de los gases y en el rastreo de su origen. Ellos negaron sistemáticamente que el problema se hubiera originado en una fuga de sus instalaciones. Más aún, los técnicos y funcionarios locales y nacionales de la empresa desviaron la atención hacia una fábrica particular de aceites a la que señalaron como presunta responsable. Cuando se descubrieron posteriormente nuevas concentraciones masivas de gasolina en los colectores de otras zonas, funcionarios de la empresa las atribuyeron a una fuga en sus gasoductos provocada por las mismas explosiones. Las averiguaciones de la Procuraduría General de la República, ordenada directamente por el Presidente de la República para tener un dictamen preliminar en 72 horas, corroboraron, por lo menos parcialmente, lo que todo mundo ya sabía: sólo PEMEX tenía una capacidad de almacenaje y traslado de hidrocarburos suficiente para explicar una fuga de la magnitud de la que provocó las explosiones. Desarticuladas las inverosímiles explicaciones

Primero la gente quería información para encontrar desaparecidos, recuperar cadáveres, atender heridos, ubicar albergues. Luego quisieron identificar a los responsables, precisar las causas, y visualizar un futuro urbano más seguro y estable.

iniciales, la empresa petrolera adoptó una política de estricto silencio sobre las causas de la fuga y los alcances de sus derrames y las tareas de recuperación de gasolina.

El gobernador del Estado de Jalisco, el Presidente Municipal de Guadalajara y los funcionarios implicados, adoptaron de entrada la explicación de PEMEX y se sumaron a las acusaciones contra la aceitera en un intento por orientar hacia ella la indignación pública. A partir de ahí se enfrascaron en un desatinado juego de declaraciones y contradicciones para eludir sus presuntas responsabilidades. En este juego, el primero en caer fue el Presidente Municipal, quien pidió licencia el día 24 de abril y terminó en la cárcel, junto con otros funcionarios de PEMEX y del SIAPA, como presuntos responsables de homicidio imprudencial, daños en propiedad ajena y ataques a las vías de comunicación.

Torpeza y sacrificio de funcionarios y políticos de segunda línea

Por su parte el Gobernador, en su esfuerzo por lograr la disculpa pública, llegó al extremo de responsabilizar a los mismos damnificados por no haber evacuado a tiempo la zona destruida después de advertencias imaginarias. Intentó también diluir la culpa entre todos los que habían edificado la ciudad a lo largo de sus 450 años de historia. Ante una ciudadanía afectada e indignada,



Guadalajara: rescatando un futuro

Darío Hernández, AFP Photo

estos desesperados recursos retóricos se volvieron en contra de quien los enunciaba. Posteriormente fracasó un intento de recomponer el discurso y de conseguir la adhesión de los medios de comunicación: la remoción del gobernador ya había sido decidida por la Presidencia de la República.

Los alegatos entre los funcionarios públicos implicados derivaron en acusaciones mutuas sobre quién sabía de los riesgos, quién informó a quién y en qué momento y a quién correspondía tomar las decisiones. Algunos medios de comunicación y diversos sectores de la población asumieron este juego con escepticismo, como un espectáculo de feria que todavía está presente entre los vericuetos de los procesos penales.

La participación de PEMEX en su nivel más alto, constituye un tercer ámbito de información menos penetrable y mucho más eficiente. El Presidente de la República en su intervención del día 23 de abril durante su estancia en Guadalajara, se colocó discursivamente del lado de la justicia y en favor de los damnificados. Salinas tuvo un gesto de reconocido valor simbólico cuando retiró, frente a las cámaras del noticiero más importante de la televisión nacional, una propaganda del partido oficial, mientras visitaba la zona dañada y atestiguaba las obras de rescate. La actuación de la Procuraduría General de la República, dependencia directa de la Presidencia, señalando causas y responsables, tuvo un oportuno efecto de restitución al colocarse en el camino de la verosimilitud, por lo menos en contraste con lo que se había dicho y defendido hasta ese momento. Las medidas preventivas ordenadas por la Presidencia y la atención personal que dio en la ciudad de México a la organización de damnificados, reforzaron su presencia destinadora de justicia y reparación.

La eficacia del control informativo del poder central

La forma como el poder central manejó la tragedia de Guadalajara ha circunscrito sus alcances a una dimensión local, preservando de sus consecuencias, sobre todo, a los mandos altos de PEMEX y a las políticas que regulan la empresa. Los acusados son todos funcionarios locales del gobierno y de la paraestatal. El dictamen de la Procu-



Cris Bouroncle, AFP Photo

La historia oficial

Los alegatos entre los funcionarios públicos implicados derivaron en acusaciones mutuas sobre quién sabía de los riesgos, quién informó a quién y cuándo, y a quién correspondía tomar las decisiones.

raduría General no señala con claridad la responsabilidad de la empresa petrolera. Frente al ámbito prácticamente inaccesible de los peritajes técnicos y el derecho procesual, la mayor parte de la sociedad se encuentra indefensa. Si la población fue capaz de impugnar, desde su experiencia y sentido común, las primeras explicaciones, no lo es tanto para penetrar y desarticular las razones de los expertos y los políticos mayores avezados en el control de la información y manejo de situaciones conflictivas y complejas.

A pesar de todo esto, prevalece un fondo de escepticismo, desde el cual han emergido socialmente hipótesis, algunas de ellas muy graves por el significado que encierran, con las cuales se resiste a los esfuerzos centrales por conquistar una interpretación lo más inocua posible de la tragedia y sus causas.

El comportamiento de los medios de comunicación

Las explosiones de Guadalajara pusieron de manifiesto la existencia de espacios amplios en el control social de la información y la interpretación de los acontecimientos, frente a los esfuerzos gubernamentales. Prevaleció, en este sentido, la razón práctica que surge de la experiencia y del propio sentido común, por lo menos como recursos de defensa y resistencia.

Algunas instituciones de comunicación masiva desempeñaron un papel importante en este proceso de autonomía de la información y la interpretación de los acontecimientos, y mostraron algunas cualidades inéditas en su actividad profesional.

Sobresale, en un primer momento, la cobertura que algunas emisoras de radio realizaron de los acontecimientos. La radio de Guadalajara agrupa a casi medio centenar de emisoras tanto en la banda AM como FM. A excepción de dos estaciones, la del gobierno estatal y la de la universidad pública local, la radio opera bajo el sistema comercial con una clara inclinación oligopólica. Prevalece, en términos de programación, una orientación hacia los patrones musicales populares. Prácticamente todos los grupos radiofónicos importantes cuentan con sistemas informativos propios que ofrecen regularmente cortos noticiosos cada hora. Dentro de este espectro, algunas

emisoras, proporcionalmente muy pocas dentro del cuadrante radiofónico local, cubren prácticamente todo su tiempo de programación con servicios informativos, entrevistas y programas de comentarios.

Si bien la tragedia fue objeto de información en todas las emisoras radiofónicas locales. Sobresalió el trabajo de dos de ellas. *Radio Metrópoli*, de uno de los grupos locales más importantes, y la *Estación 12.50* del Grupo DK con alcance nacional y con intereses en la televisión de Guadalajara, movilizaron todos sus recursos para atender las demandas sociales de información desde los primeros minutos de la tragedia, y realizaron una cobertura excepcional de los hechos.

La radio se convirtió en un medio de comunicación a través del cual fue posible atestiguar el transcurso de la emergencia. Sirvió, además, para orientar, dentro de la confusión generalizada de las primeras horas, la canalización de ayuda. Por otra parte, la radio abrió sus micrófonos para atender la interminable solicitud de información individual que se generó en la tragedia. En estricto sentido, las emisoras mencionadas fueron tomadas por la población para su servicio día y noche. Imperceptiblemente, el uso poblacional de este medio de comunicación transitó de la demanda de ayu-

Algunos medios mantuvieron su estilo tradicional.

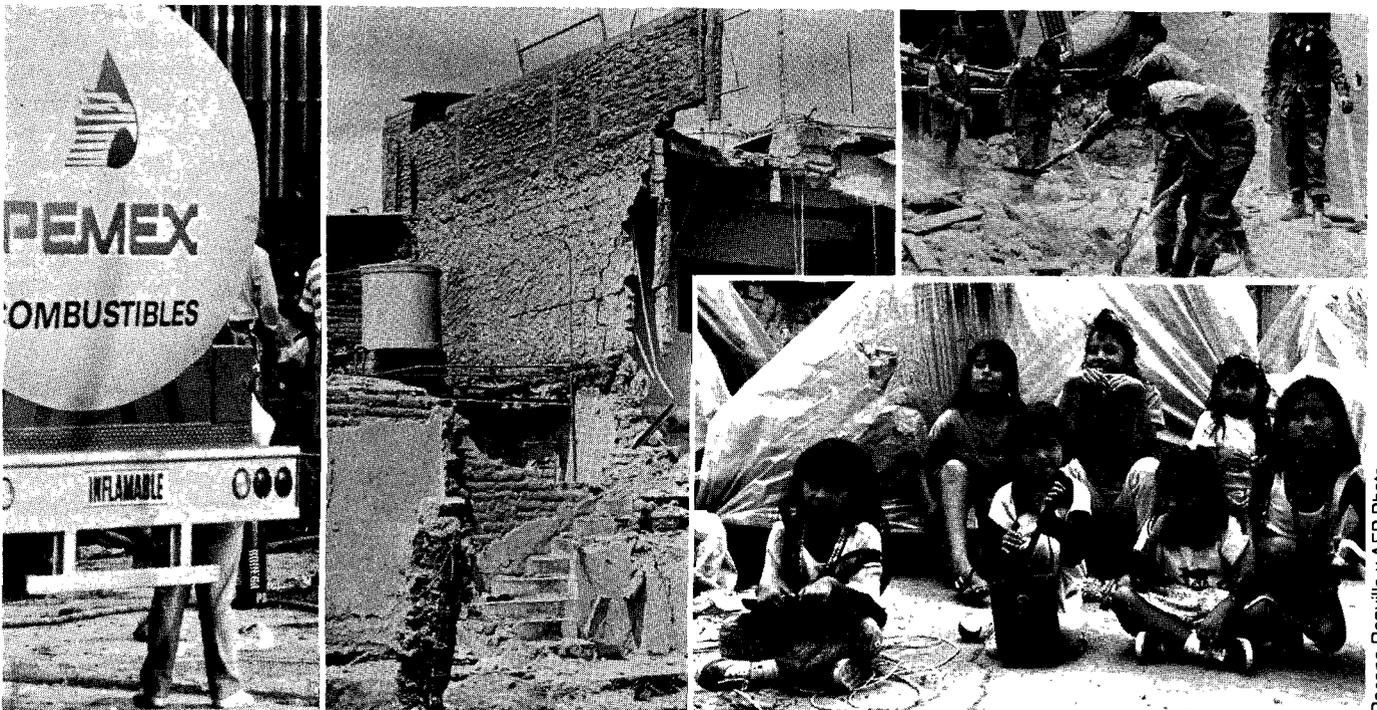
Otros se pusieron totalmente al servicio de la comunidad descartando sus rutinas informativas y liberando la creatividad de sus profesionales. La población no olvidará quiénes estuvieron a su lado y quiénes se mantuvieron ajenos al proceso.



da puntual a la labor interpretativa. Como nunca antes en la historia de la ciudad, tanta gente compartió sus opiniones, más o menos fundamentadas, sobre los hechos y, en particular, sobre el desempeño de las autoridades, con la complicidad, más o menos explícita, de los mediadores profesionales.

En contraste, la televisión local estuvo por debajo de sus posibilidades. Cuatro son las estaciones televisivas locales: el canal 4 y el canal 9, filiales del consorcio *Televisa*; el canal 8 del Grupo DK vinculada en su programación a la cadena *Univisión* de Miami, y el *Canal 7* del gobierno estatal. Llegan a la ciudad, las señales del *Canal 2* de *Televisa* que transmite desde la ciudad de México y del *Canal 13*, televisora del gobierno federal en proceso de privatización.

Si bien todos los canales locales cuentan con algún servicio de tipo informativo y barras programáticas de entrevistas y comentarios, la televisión de Guadalajara se mostró incapaz de estructurar un servicio a la altura de las circunstancias y las necesidades. A la televisión se deben, sin embargo, las primeras imágenes en vivo de la tragedia, el contacto inicial con los acontecimientos de una buena parte de la población y el efecto emocional que esas imágenes provocaron alimentando la solidaridad y la indignación social.



Rosana Reguillo y AFP Photo

La fuga de combustibles hacia la red cloacal provocó las doce explosiones

En el caso de la prensa, sobresalió dentro del panorama informativo local el desempeño de un diario de reciente aparición, el *Siglo 21*. Mientras que los diarios de mayor tradición y tiraje. *El Informador*, de una ajeja familia periodística de Guadalajara, y *El Occidental*, de la cadena periodística más importante del país, cubrieron los hechos dentro de sus formatos o rutinas cotidianas. *El Occidental* envió el día 23 de abril la información sobre las explosiones a la sección local en páginas interiores, el *Siglo 21* fue capaz de publicar edición vespertina el mismo día de los hechos y, al igual que las emisoras radiofónicas referidas, reorganizó sus rutinas, recursos y estructuras formales para atender la emergencia de manera prioritaria.

Al *Siglo 21* se debe la mejor cobertura en prensa de los acontecimientos al servicio de la cual aportó innovaciones periodísticas inéditas en Guadalajara: crónicas diarias del transcurso de los hechos, uso de gráficas y recursos visuales en la presentación de la información, aportación sistemática de datos de contexto y antecedentes, explicitación y contrastación de hipótesis, etc. Se le debe sobre todo, una voz independiente de los poderes públicos en el manejo de la información, y la difusión de versiones y opiniones de un amplio espectro de la sociedad, desde las máximas autoridades estatales, hasta la gente de la calle, pasando por el comentario y análisis de expertos e intelectuales de prestigio local y nacional.

La labor de *Siglo 21* tuvo el reconocimiento nacional al hacerse acreedor, en la persona de una de sus jóvenes reporteras, Alejandra Xamic, del Premio Nacional de Periodismo, pero sobre todo obtuvo el reconocimiento de una sociedad tapatía, por la aceptación que ha alcanzado en todos los círculos locales, lo que se ha traducido en un incremento, de su tiraje y circulación.

Compromiso, creatividad y autonomía política marcan el nuevo estilo informativo

La participación en el manejo informativo de los acontecimientos de las instituciones de comunicación que han sido referidas, y de algunas otras menos paradigmáticas, pero no por ello menos significativas, marcan algunos precedentes importantes en Guadalajara que contrastan sobre un fondo caracterizado



David Hem, AFP Photo

Reconstruir la ciudad y sus símbolos

Las explosiones de Guadalajara pusieron de manifiesto espacios amplios en el control social de la información y la interpretación de los acontecimientos. Prevalció la razón práctica como recurso de defensa y resistencia

por la inocuidad informativa. El primero de ellos es la emergencia de la creatividad y la innovación en los formatos periodísticos puestos al servicio de la claridad y la calidad informativas. El segundo es la conquista de la independencia de los poderes políticos. Sin llegar a un estilo contestatario y centralmente ideologizado, se han alcanzado espacios críticos frente a la autoridad inimaginables hasta hace poco tiempo, más por el ejercicio de la objetividad y la pluralidad en la difusión de las voces, que por una labor explícitamente editorial. Tercero, se ha establecido una nueva relación entre los medios de comunicación y la sociedad. Esta nueva relación se observa en dos sentidos, como un reacomodo de la preferencia pública favorable a aquellos medios que realizaron una labor informativa más amplia, profunda e independiente; y como un acercamiento activo a los medios como vehículos de la sociedad misma.

En síntesis, los lamentables acontecimientos de Guadalajara han sido el marco de la emergencia de nuevas tendencias en la información y la comunicación social de la ciudad. El tiempo dirá si estas tendencias acabarán por asimilarse a las pesadas inercias institucionales, o si, por el contrario, inaugurarán nuevos modelos comunicativos acordes a la pluralidad y a las legítimas demandas sociales de información. ●

Crónicas del fin del mundo

ROSANA REGUILLO

El 22 de abril es una fecha dolorosa en la memoria colectiva de Guadalajara. Ese día estalló una serpiente de destrucción que arrancó los sueños, los esfuerzos y las certezas cotidianas de toda una vida. En el barrio de Analco que es tan viejo como la ciudad, miles de tapatíos vivían -incrédulos- el horror y el dolor de rescatar a sus muertos, sus heridos y las pocas cosas que la explosión no destruyó. Muchos gritaban que era el fin del mundo. Entre los escombros vi crucifijos retorcidos, una fotografía de familia, un zapato, un viejo sweter, un juguete y un cuaderno con caligrafía infantil. Estos objetos se convertían en tesoros que conectaban el presente con un pasado brutalmente arrancado.

Fue PEMEX. Fue la gasolina que olía desde hace días y que nosotros reportamos. ¿Por qué no nos evacuaron? Falta Don Chuy. No aparece Amparito. En medio del caos surgía la certeza popular. Más de cuatro mil personas iniciaban el éxodo hacia albergues o las casas de parientes. Atrás, el dolor y el estupor. Adelante, la incertidumbre.

Asombró la imprevisión ante la emergencia, la débil y grotesca respuesta de las autoridades. El gobernador Guillermo Cosío Vidaurri, llegó a decir que "sucede como con los niños: uno les dice no te subas a la barda y el niño va y se sube".

Ante la falta de información veraz, un ejército de reporteros, muy jóvenes en su mayoría, se convirtieron en los ojos desmesuradamente abiertos y en los oídos atentos de la sociedad. Sus voces y sus plumas llevaron información, explicaciones, respuestas tentativas. Ellos reflejaron y expresaron el dolor, el coraje y la angustia que se vivía.

Si bien la prensa escrita, especialmente el diario *Siglo 21* de reciente creación, tuvo un papel fundamental en los acontecimientos, fue la radio la que vino a llenar el vacío de información y autoridad. Nunca los ciudadanos estuvieron tan pendientes de sus receptores. Varias emisoras establecieron comunicación directa con la sociedad. La suspensión de controles y autocensuras durante los primeros días cambiaron la relación entre la sociedad civil y los medios. La población se transformó repentinamente en un sujeto entrevistable. Esto es algo que Carlos Rivera Aceves, el gobernador interino, no deja de reprochar a los reporteros: "Ustedes le dan el micrófono a cualquiera", dice.

Y los cuales se volcaron sobre los medios: cartas al editor, telefonazos en vivo, entrevistas sin cortes. Todo reflejaba un afán difuso de conectarse con algo. Reporteros, conductores, periodistas y analistas, estuvieron a la altura de las exigencias. El accionar colectivo generó una importante dinámica emancipadora. El atreverse a hablar surgió de impulsos colectivos y experiencias compartidas.



Un nuevo tipo de movilización ciudadana

Rosana Reguillo

Destacamos la sensibilidad y el profesionalismo de Alejandra Xamic de *Siglo 21*; Modesto Barros y Eduardo Mar de la Paz de *Radio Metrópoli*; Jaime Muñoz Polit y Fernando Loza de *12:50 Punto de Encuentro*; y el equipo de *Radio Universidad* que con escasos recursos trabajó con tenacidad y eficacia.

Desde entonces, poco a poco reaparecen los controles. Desconocemos aún las causas del desastre. El Patronato de Reconstrucción transformó el problema global en una mera cuestión de indemnizaciones individuales. Los damnificados esperan, soportan humillaciones, y enfrentan la represión.

Pero la sociedad ya no es la misma. Ha mirado de frente la cara de muerte del progreso, la resbalosa corrupción, las estrategias del poder. Ahora conoce la importancia vital de contar con medios democráticos y autónomos. Estos se han vuelto esenciales para impulsar una nueva sociedad civil que enfrente el futuro no como destino sino como desafío. Que nada haya sido en vano. Que desde otro lugar de la conciencia surjan los trazos para dibujar un mundo nuevo. *

ROSANA REGUILLO, mexicana. Es profesora e investigadora del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, ITESO.

ESTADO 51: Cultura boricua y asimilación política

Un estudio de base detecta una paradoja: el ciudadano medio valora tenazmente su cultura y su idioma y, simultáneamente considera la independencia imposible y negativa para el bienestar del pueblo. Muchos puertorriqueños desean asimilarse a Estados Unidos como estado 51 y preservar al mismo tiempo su identidad cultural.



Campechina del pueblo de Manatí, Puerto Rico, 1941

Encuadre 14

La celebración del V Centenario trajo consigo un renacer del orgullo, nacionalismo y patriotismo puertorriqueño según se alega en múltiples partes de prensa y comentarios en los medios electrónicos. Durante la Gran Regata Colón 92 se dijo que el pueblo de Puerto Rico se desbordó en atenciones a los visitantes y en la celebración armónica del magno evento. En marcado contraste con este llamado patriotismo, las encuestas de opinión política proyectan al Dr. Pedro Roselló y a su partido estadoísta como los probables ganadores de las elecciones generales del país. ¿Cómo es posible que una gente que se siente tan orgullosa de su puertorriqueñidad respalde a un partido

que promueve la anexión total a los Estados Unidos?

Los valores culturales y las preferencias políticas tienen la tendencia a caminar por rumbos contrarios. Esta paradoja podría explicarse con la hipótesis de que estamos lidiando con dos conceptos muy diferentes: por un lado el nacionalismo cultural que postula nuestra idiosincrasia, y por otro la conciencia política nacional cuya manifestación mayor sería independizar el país.

Cultura y política

A través de los años el proyecto independentista se fundamentó en vencer al pueblo puertorriqueño de lo natural de que una nación con identidad cultural propia obtenga su independencia política. En cambio los sectores pro-americanos han hecho un gran esfuerzo en desvincular lo cultural de lo político.

La línea oficial del estadoísmo en Puerto Rico no es la renuncia a la cultura puertorriqueña. Más bien promueven la bonanza económica y la estabilidad

política que ellos reclaman la estadidad traería para Puerto Rico. De hecho, el liderato estadoísta defendió a brazo partido la permanencia del español como segundo idioma oficial del "estado 51" durante las visitas que hicieron congresistas norteamericanos en 1989.

El Partido Popular Democrático denuncia que la estadidad representa la destrucción de nuestra identidad cultural. Pero niega que la continua supeditación al control colonial de Estados Unidos pueda tener a largo plazo efectos igualmente negativos para la cultura nacional.

Más importante que las plataformas de los partidos son los valores y principios de la gente común. Nuestra curiosidad nos llevó a hacer una investigación de campo en 1989. Seleccionamos once familias de San Juan, Adjuntas y Quebradillas y las entrevistamos a modo de grupos familiares de discusión focal. El objetivo del estudio fue investigar la percepción que los participantes tenían sobre las implicaciones culturales de sus

ELIUT FLORES CARABALLO, Ph.D., Universidad de Puerto Rico. Nota basada en ponencia ante la International Association for Mass Communications Research (IAMCR/AIERI), São Paulo, Agosto de 1992.

preferencias políticas y determinar cómo ellos armonizaban sus valores culturales con sus creencias políticas. Este fue un estudio cualitativo realizado con una muestra amplia aunque no necesariamente representativa de la totalidad de la población puertorriqueña. Lo que presentamos aquí es apenas un segmento de todo lo investigado.

Puertorriqueñista y pro-americano

Descubrimos dos cosas fundamentales: los participantes expresaron gran interés en mantener su puertorriqueñidad; y todas menos una de las familias estaban convencidas de que Puerto Rico no sobreviviría sin la ayuda de los Estados Unidos. La independencia era un sueño imposible.

El participante promedio demostró un nacionalismo cultural intenso, se auto-describió como una persona muy diferente a los norteamericanos y en general no mostró deseo alguno de asimilarse a la cultura hegemónica del país del norte. Sin embargo, se mostraron sumamente fatalistas sobre la capacidad de los puertorriqueños para gobernarse a sí mismos y para mantener su propio país. Temían que con la independencia la Isla se viera sumida en el caos, la miseria, la hambruna y el comunismo.

La paradoja es asombrosa. Los partidarios a la asimilación política como estado 51 defienden el derecho al propio idioma y cultura bajo la estadidad. No quieren perder su identidad sino trans-

ferir la riqueza y los privilegios del norte a la isla. Afirman que en lo referente al idioma y la cultura no tolerarían imposiciones de los norteamericanos.

Los estadoístas no están dispuestos a trocar su identidad boricua por los beneficios económicos de la estadidad. Ellos quieren ambas cosas. No les interesa asimilarse pero tampoco quieren arriesgarse a vivir en un Puerto Rico independiente. La tranquilidad con la que muchos puertorriqueños respaldan la estadidad responde en parte a este supuesto de que la cultura de la isla no peligraría con el nuevo status. Este es un principio hegemónico de este sector de la población, lo que significa que éste cree firmemente en esta idea aunque la misma no responde necesariamente a evidencia alguna.

Los partidarios del Partido Popular Democrático y del Partido Independiente Puertorriqueño que participaron en nuestro estudio no aceptaron este principio y por lo tanto apoyan otras fórmulas políticas.

Puertorriqueño sí, independiente no

Diez de las once familias que participaron en nuestro estudio estaban en contra de la independencia. Los argumentos principales que dieron contra la independencia fueron:

- Puerto Rico no tiene suficientes recursos naturales para mantener a su gente.
- Los puertorriqueños dependen demasiado de los productos norteamericanos.
- Necesitamos los programas de ayuda federal para subsistir.
- Con la independencia se irían de Puerto Rico todas las compañías norteamericanas y habría mucho desempleo.
- La independencia implica regresar a una economía agraria y eso no es posible porque los puertorriqueños no están dispuestos a trabajar la tierra.
- Hay demasiados puertorriqueños vagos que están acostumbrados a vivir del mantengo.
- Los comunistas se apoderarían del país, Puerto Rico se convertiría en otra Cuba.

La mayor parte de éstos son argumentos clásicos contra la independencia

que por muchos años han sido parte del discurso hegemónico de los Estados Unidos en Puerto Rico y que aparentemente han sido asimilados por sectores mayoritarios de la población.

¿Cómo se propaga el discurso hegemónico contra la independencia? Los medios de comunicación juegan un papel importante debido a las prácticas convencionales de selección de noticias internacionales que dan mayor (y casi exclusiva) prioridad a las informaciones sobre tragedias, problemas y crisis en otros países, mientras que los programas de entretenimiento importados se concentran en glorificar la vida feliz de personajes de vida holgada en EE.UU. Por otro lado, nuestro país ha sido refugio por más de 100 años para exilados que salieron huyendo de los procesos revolucionarios de sus países latinoamericanos y que al llegar aquí infundieron gran temor a los criollos sobre las nefastas consecuencias de los procesos de liberación. En este contexto para muchos la independencia es un "ideal precioso pero imposible para un país tan pequeño".

Loida Figueroa propuso en su libro *Aspectos de la cuestión nacional en Puerto Rico* (1988: Ed. Claridad) un proyecto sociopolítico para redimir nuestro país. La historiadora propone transformar el nacionalismo cultural del puertorriqueño en una convicción política independentista. Nuestra investigación sugiere que este proyecto enfrenta grandes dificultades debido al arraigo de los prejuicios contra la independencia.

No obstante, el ideario nacionalista subsiste a pesar de muchos años de represión y denigración cultural. Pero el independentismo no supera la noción hegemónica de la inviabilidad económica de un estado independiente.

El reto es recurrir a los medios de comunicación masiva así como a la comunicación interpersonal y a las instituciones de base para entablar un diálogo "a calzón quitao" con la población para enterrar los mitos de ayer y construir una redefinición de lo que la independencia podría significar: un Puerto Rico libre y estable, independiente y próspero. Si este proceso tiene éxito, tal vez logremos la armonización entre el nacionalismo cultural y las preferencias políticas de nuestro pueblo. ●

Temen que con la independencia Puerto Rico se vea sumida en el caos, la miseria, la hambruna y el comunismo. Para ellos la independencia es un ideal hermoso pero imposible.

Mercados regionales y comunicaciones

La integración está en marcha y es irreversible. Los empresarios asumen la reconversión industrial, trabajadores y profesionales sienten la presión laboral, y los Estados intentan modernizarse y acabar con la corrupción. En las comunicaciones aumenta la demanda de programas, servicios, publicidad y medios de alcance regional.



Viky Ospina, Taller La Huella

"La gallada", Bogotá

La apertura económica es un fenómeno irreversible en América Latina. Al proceso lo impulsan los organismos internacionales, la banca multinacional y los países hegemónicos. La creación de megabloques político-económicos incentiva la apertura de fronteras y el comercio internacional. Se busca dejar sólo las mínimas trabas aduaneras y fiscales

HUMBERTO LOPEZ LOPEZ, colombiano. Director de ENTROPIA, Grupo de Comunicación Empresarial e Integral.

apuntando al arancel cero. Esta búsqueda es hoy una constante en las propuestas de los gobiernos de la subregión andina.

La apertura incluye la libertad de ingreso y egreso de la inversión financiera, de tecnología, de servicios, y un mayor flujo de personas. La apertura es integral y afecta todo cuanto conforma el esquema económico de un país. Se piensa que en una segunda fase el esquema político permitirá la construcción de una unidad legislativa, monetaria y de códigos y reglamentos comunes.

La apertura es un primer paso hacia la verdadera integración. Los países pueden diferenciarse por el sistema gradual de apertura que adopten. Al principio el sector privado suele estar de acuerdo con la apertura siempre y cuando sea gradual, selectiva y concertada. Las presiones externas sobre los gobiernos la exigen acelerada, general e impuesta. Allí es donde radican las discrepancias de enfoque.

La apertura tiene un costo social. Las empresas ineficientes o con gerencia precaria sucumben ante el alud de pro-

ductos extranjeros que invaden su mercado. Esto causa desempleo. Un análisis de las aperturas hechas en América Latina (Chile, México, Venezuela, Colombia) indica que en la primera fase, la apertura causa el cierre de cientos de empresas mensuales.

La integración incide sobre la identidad nacional. El consumidor descubre marcas extranjeras, crece el consumo suntuario, y lo invade una publicidad mercadológica agresiva, de mayor recordación y convocatoria, masiva e intensa por la capacidad de inversión. Los aperturistas enfatizan que quien aspire a sobrevivir sólo con el mercado interno, podrá desaparecer. Favorecen la búsqueda de mercados externos. Reconocen la necesidad de la reconversión industrial, es decir, modernizar su aparato productivo, crear o adquirir tecnología que les de ventajas comparativas y capacitar su mano de obra para que esté a la altura de las exigencias de calidad y productividad.

Apertura y modernización no son gratuitas

El éxito de la apertura depende de la preparación de los sectores públicos y privados. En América Latina se piensa que la clase empresarial no está lista para la confrontación y mucho menos el Estado, cuyo aparato es paquidérmico, burocratizado y corrupto en muchas áreas claves de servicios para la expansión y modernización de la economía. Entonces el proceso de apertura "hace camino al andar" y los costos aumentan.

Los medios intentan adaptarse a la nueva coyuntura

La apertura también afecta a los medios de información. La urgencia de conocer qué pasa en los países vecinos crece día a día ante la inminencia de los negocios y de la ampliación de mercados. En 1992 en Colombia se detecta un marcado crecimiento de compra y suscripciones de revistas y diarios venezolanos. Es el deseo de sumergirse en los hábitos del vecino para conocer las posibilidades que tiene un producto o un servicio.

En los diarios y revistas locales crece el espacio dedicado al vecino, procurando suministrar aspectos que permitan ver comportamientos, gustos y hábitos. Para esta labor hubo que improvisar periodistas porque antes los medios no



Gaviria y los medios en México

David Hernández. AFP Photo

Los medios enfrentarán el dilema cotidiano de difundir las cosas del vecino sin afectar la propia identidad. Es un enorme y hermoso reto.

atendieron asuntos de la subregión, salvo en aspectos turísticos y políticos.

Y ya se insinúan alianzas: los propietarios de los grandes medios buscan asociarse para poder atender el mercado ampliado. La reciente alianza de diarios latinoamericanos lo indica. La cadena radial colombiana *Caracol* hace una emisión diaria para Ecuador. *RCN* ya la tiene con Panamá. La cadena iberoamericana de televisión podría ampliar sus objetivos y servicios.

Todo lo anterior implica una revisión del contenido de la programación de los medios y también de los receptores del continente. En materia de revistas las experiencias son abundantes: desde hace años en Colombia se editan revistas que circulan en varios países según el modelo de *Selecciones* o *Vanidades*. En la prensa diaria y la radio las experiencias son escasas y no muy exitosas.

En el campo de la publicidad, la apertura tendrá gran incidencia. Recientemente en Maracaibo, en una reunión de publicistas de Colombia y Venezuela el dilema era si el anunciante venezolano proseguía con su agencia en Caracas para anunciar en Colombia, o si contrataba una agencia colombiana. Se propuso que las agencias de los dos países se asociaran para atender conjuntamente a un cliente. Se propuso también que la agencia nacional creara la campaña y la del país vecino hiciera la pauta, o que la agencia del país vecino creara y pautara y la nacional auditara. Pero siempre surgía la objeción: quien conoce el mercado es la agencia local.

En Colombia se trabaja en prospectiva desde hace ya varios años. Las Cámaras de Comercio financiaron en el año 1989/90 un trabajo importante que se concretó en 22 libros de la serie Colombia Siglo XXI. Esta incluye un libro para cada sector de la economía (industria, comercio, agricultura, etc). Inexplicablemente la serie no incluyó un estudio sobre las comunicaciones. Hubo y hay temor de meterle el diente al futuro de influyentes empresas propietarias de diarios, revistas, cadenas radiales y programadoras de televisión.

Apertura y concentración

No se necesita disponer de una bola de cristal para señalar que la apertura conllevará el fortalecimiento de los grandes grupos propietarios de medios,

mediante asociaciones empresariales o de intercambio de servicios, con el fin de repartirse o de compartir el mercado ampliado. Estas alianzas tendrán incidencia en el mercado del empleo profesional y en los programas de enseñanza en las escuelas de comunicación.

En materia de relaciones públicas, la apertura ha sido un verdadero detonador. Nunca antes tuvieron mayor demanda las empresas encargadas de asesorar y atender consultorías en el manejo de imagen, establecimiento de relaciones, gestión de contactos, lobby y relaciones de prensa.

En los últimos doce meses se establecieron once alianzas entre firmas de Colombia y Venezuela y ocho más se van a realizar con México. Pareciera que los empresarios dieran prelación al servicio de relaciones públicas sobre el de publicidad.

La apertura es un hecho irreversible. Aislarse comercialmente, es suicidarse. Nadie es hoy autosuficiente y los mercados internos no dan garantía de permanencia. Esta apertura tiene una notable incidencia en los medios de información y de comunicación, así como en los profesionales que hacen periodismo, publicidad o relaciones públicas. También cambiará el mercado del empleo, las exigencias del conocimiento el lenguaje promedio, los símbolos, los prototipos. Esto conducirá a cambios en las escuelas de comunicación.

Las alianzas entre empresarios de la comunicación fortalecerán a los grandes trusts, debilitará a los medios pequeños y en algunos casos podría hasta desembocar en un monopolio de la información de ribetes transnacionales.

Los puestos de venta se verán inundados de revistas, y posiblemente hasta diarios, hechos por el vecino. Los medios tienen el compromiso de contribuir a mantener la identidad nacional. Con la apertura enfrentarán el dilema de difundir las cosas del vecino sin afectar la propia identidad. Es un enorme y hermoso reto.

Finalmente, los periodistas y los comunicadores no estamos preparados para responder a la apertura. Ahora nos encontramos en la etapa de la alfabetización y, en honor a la verdad, no son muchas las reuniones serias que se han hecho para medir el impacto cultural de la apertura sobre nuestra gente. ●

ESCOBARIZACION DEL PERIODISMO COLOMBIANO

ENRIQUE SANTOS MOLANO

Este país fenómeno llamado Colombia no tiene problemas de racionamiento energético, ni problemas sociales, ni nada que ver con la corrupción estruendosa que pudre sus posibilidades de progreso, ni una tasa descarada de analfabetismo, ni un descenso vertiginoso hacia el abismo insalubre, ni una inseguridad inyectada con sobredosis de levadura. Este país extraño, a juzgar por el despliegue que le da su prensa, hablada, escrita y televisada, no enfrenta más problema, ni mayor urgencia, que Pablo Escobar.

Desde la fuga tan esperada por todos, menos por él, no hay en Colombia otro tema, otra noticia persistente, al grado de que uno de los grandes diarios ha encarecido, con razón, en nota editorial, la necesidad de "desescobarizar" la vida colombiana, petición a la que respondió sin parpadear una escalada en la "escobarización" temática de la prensa. Al parecer estas formas verbales son las únicas que, por ahora, pueden conjugar los periodistas de este país inverosímil, en una puja maloliente por crearle al público la sensación desatinada de que el regreso de Pablo Escobar a la prisión sería la solución mágica y repentina al cúmulo de dificultades que enfrentan.

El capo escurridizo salió de mala gana de la prisión de máxima seguridad, sin permiso y sin trabas. ¿Pero es que no quiere volver a disfrutar de la protección generosa de las autoridades? Un titular de *El Tiempo*, pocos días después de la fuga, afirmó: "Pablo Escobar insiste en entregarse". ¿Será que las autoridades no quieren recibirlo? El asunto es de tan capital importancia que el Gobierno ha destinado mil millones de pesos en calidad de recompensa para el mortal feliz que facilite encontrar al inencontrable Escobar -yo escobarizo- y cien millones adicionales por cada uno de los que huyeron "la tarde aquella remota en que su padre los llevó a ver el hielo", como dice en su novela famosa el primer admirador del Presidente Gaviria. "El total -concluye el anuncio publicitario de la lotería de la recompensa- es de más de tres mil cien millones de pesos". ¡Juéguela todas las semanas! (Tú desescobarizas). El costo de la publicidad invertida para promocionar la lotería de la recompensa, es ya superior a la recompensa misma. Los medios de comunicación se excitan con tal anunciador jugoso e inesperado, aunque algunos gruñen por la mezquina tajada que les ha tocado en el reparto.

Mientras tanto Escobar, como cualquier deidad, permanece en todas partes y en ninguna. Habla con los periodistas siempre que se le ocurre alguna declaración, o cuando quiere rectificar declaraciones apócrifas o negar actos deshonrosos que se le imputan. Concedió a *El Siglo* un reportaje sensacional respondiendo a 132 preguntas. Le envió una nota cortés a un general de policía para advertirle que el asunto es con él (con Escobar) y no con su familia, y que atreverse con ésta es tentar peligros desconocidos e innecesarios.

Como este país inescrutable carece de problemas, su problema principal es reintegrar a Pablo Escobar a la cárcel protectora. Inspirado por la sensatez Escobar dijo: "¿Narcotraficante, yo? Yo no soy más que un sofisma de distracción". ¡Y qué sofisma! Pues con él se distraen los colombianos en inmejorables jornadas bizantinas mientras continúa la danza macabra del crimen impune. De los muchos colombianos que desde hace diez años son asesinados a diario -jueces, políticos, periodistas, profesores- no hay preso ningún responsable. El marasmo gobierna la voluntad de las autoridades. Las investigaciones se ahogan en un pantano de aguas enturbiadas por el terror, la negligencia, la complicidad. Las páginas de los periódicos reflejan el clima sofocante. En ellas encontrarán los historiadores futuros la información para pulsar la tragedia de un país extraño, inverosímil, fenomenal e inescrutable, que parece haber perdido el rumbo y cuya clase dirigente se divierte en la rumba de las vanidades.

ENRIQUE SANTOS MOLANO es colombiano, escritor y periodista. En *El Corazón del Poeta*, su más reciente novela biográfica, el autor reconstruye "Los sucesos reveladores de la vida y la verdad inesperada de la muerte de José Asunción Silva", (Nuevo Rumbo Editores, Bogotá).

MARCELINO BISBAL

VENEZUELA

LA PANTALLA OMNIPRESENTE

La prensa, la radio y el cine siguen allí, pero la televisión es el super símbolo de la cambiante sociedad venezolana. Es allí donde ocurre la puesta en escena de la existencia. Los múltiples medios audiovisuales, hijos y nietos de la pantalla chica, penetran todos los rincones del pensamiento y la sociedad.

El televisor está presente en el 88 por ciento de los hogares venezolanos. En 1986 la población era de 15.4 millones con 2.8 millones de televisores. Uno por cada cinco habitantes. La mayor densidad de pantallas por persona de América Latina.

La televisión es el medio que convive con la gente, es la "ventana mágica", "el

MARCELINO BISBAL, venezolano. Periodista y comunicólogo. Miembro del equipo editor de la revista *Comunicación*.

huésped alienante", "el aparato singular", "la celestina mecánica". Pero esos apodos corresponden a maneras de abordar el fenómeno como problema. La televisión y sus descendientes audiovisuales constituyen una institución social que no desaparecerá y que encabeza un frente cultural, bueno o malo, pero de incuestionable importancia. Se ubica junto a la escuela, la familia y la iglesia. Con ellos compite. Como dice el mexicano Guillermo Orozco, la televisión adquiere una fuerza particular, se legitima como institución y gana popularidad entre los

medios. La televisión caracteriza generaciones y define esta época.

No hay nada claro respecto a los efectos del medio sobre el perceptor que lo hace suyo. Los televidentes usuarios, en su contexto, son activos y re-creativos en relación a la emisión y la programación. Hay todo un campo propicio para la revisión de los estudios hasta ahora realizados, desde los que consideran al medio y su programación como causante de todos los males en un efecto mágico, hasta los que pecan de bondadosos y utopistas en su evaluación.



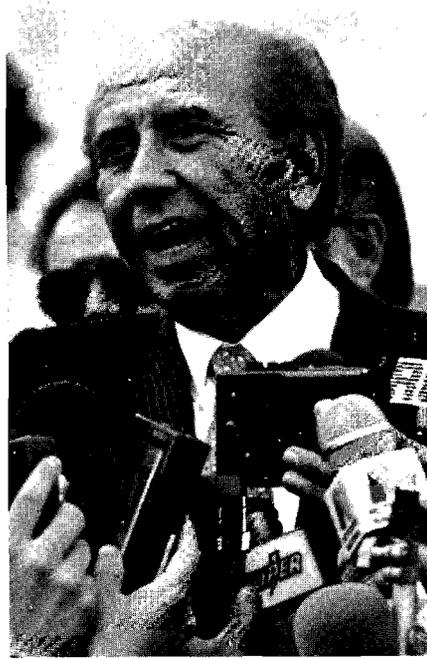
Francisco Solórzano

Disturbios en Caracas, 27 de febrero de 1989

Una investigación realizada en 1991 por el Centro de Estudios del Desarrollo de la Universidad Central obtuvo algunos datos respecto al estímulo cultural que reciben los niños. El estudio detectó "una debilidad de la organización familiar en la dotación cultural de sus miembros", y señaló la ausencia de la función pedagógica de los padres, de la cultura del libro y del uso creativo del tiempo libre. El trabajo concluye que el contexto familiar se caracteriza por "la presencia aplastante de las culturas audiovisuales".

Una encuesta realizada en el área metropolitana de Caracas detectó que mirar televisión en el tiempo libre es la actividad preferida de más de un tercio de la población. La preferencia se acentúa entre los mayores de 31 años. Los sectores de menores ingresos tienden a ver más televisión y leer menos. Y la mujer muestra una mayor disposición a la lectura que el hombre.

Hace algunos años decíamos que la educación se escapa cada día con mayor fuerza del aula de clases, de las manos de la familia y de la escuela misma. El niño de las áreas urbanas de Venezuela -el 85% de la población está urbanizada- ve 4 horas diarias de televisión. Cuando cumple 15 años pasó un promedio de 15.000 horas frente al aparato. Según los contenidos actuales



Cris Bouroncle AFP Photo

Carlos Andrés Pérez en Bogotá

de la programación para entonces habrá presenciado 18.000 asesinatos y otras tantas escenas de violencia explícita, casi todas importadas. Comprensiblemente la televisión capta la mayor parte de la inversión publicitaria. En 1991 fue el 58.3% comparado con un 34.6% para la prensa diaria, un 2.6% para las revistas y un 1.9% en las vallas y la publicidad en exteriores. En un círculo perverso los medios que requieren lectura se debilitan ante el avance de lo audiovisual.

Otra investigación realizada en 1991 por Alvaray, Arenas y Tkachenko, tesis de la Escuela de Comunicación de la Universidad Central, evaluó los contenidos de la emisión televisiva sobre la base de los 13 canales entonces existentes. Desglosaron un total de 173 horas de emisión. Entre las conclusiones del estudio destacamos las siguientes:

1. El 83.65% de la emisión ofrecida era programación; el 8.6% publicidad, y el 7.7% eran segmentos auto referenciales, es decir piezas en que la emisión promociona su propia imagen o su programación.

2. La programación privilegia las piezas de línea argumental, narrativas, películas, seriales, dibujos animados. Estas componen el 50% del tiempo de emisión.



Francisco Solórzano

Caracas durante el conato de golpe militar, 4 de febrero, 1992

3. La mayoría de esa programación es importada, principalmente de Estados Unidos. De América Latina se importan las telenovelas. En el material importado de USA predominan los argumentales y lo importado supera lo producido en Venezuela y América Latina en todos los géneros. Los datos acumulados desde 1967 confirman la dependencia. ¿Qué hacen nuestras productoras con los ingresos de publicidad?

4. En la programación nacional predominan los informativos (noticieros, espacios de opinión y entrevistas), y las telenovelas. Los programas educativos y documentales acumulan el menor tiempo de emisión y se emiten casi exclusivamente en las televisoras regionales y la *Televisora Nacional (TVN-5)*.

5. La evaluación de calidad de las emisiones es un ejercicio eminentemente subjetivo. La medición de audiencia permite calificar de exitosos a los programas más vistos aunque sea obvio que "su calidad y contenidos no son buenos", y, contrariamente, "la excelencia en los contenidos no garantiza la preferencia del público".

Pero, ¿Qué es y cómo se define la buena calidad? ¿Desde qué lugar, perspectiva y óptica? Hay otras variables que allí intervienen y que tienen mucho que ver con el "placer" y los "procesos de percepción" que se estructuran a partir de lógicas diferenciadas, no únicas ni predeterminadas.

La nueva oferta audiovisual

En los últimos años la omnipresencia de la televisión se refuerza y se complica con la expansión del videocasette, la presencia de las antenas parabólicas para recepción satelital, y la proliferación de videojuegos interactivos tipo Nintendo. Se instala en la sociedad el uso múltiple del audiovisual.

El video casero entra en Venezuela a fines de los setenta. Inicialmente su uso fue reducido. Sirvió para apoyar la transmisión del anecdotario familiar para los sectores que podían poseerlo y complementarlo con la videocámara. Servía para ver la película porno del momento o la que no se pudo ver en el cine. Pero desde el comienzo fue otra forma más de privatización de lo público.

La presencia del VCR creció rápidamente. En 1990 el 14% de los hogares tenía una videocasetera, unos 450.000

aparatos. Se alquilaron 10.800.000 películas, o un equivalente de 415.000 horas por semana. Se vendieron al detalle 276.000 videocassettes, representando otras 10.600 horas por semana.

Proliferan los clubes de video. Sus clientes son de clase media y alta y alquilan principalmente en los fines de semana. Las películas son mayoritariamente de origen norteamericano. *Paramount, Universal, Warner Brothers, United, CBS y Fox* son los principales productores y distribuidores. Predominan los contenidos de guerra, terror, aventuras, policiacas y pornográficas. Pero también se ofrece una selección de dibujos animados, los clásicos de Disney, y unos pocos títulos europeos y latinoamericanos.

Oferta via satélite

En 1991 se estimó que había 35.000 hogares con antenas parabólicas y receptores para transmisiones satelitales. Para los sectores de clase media y alta esto agrega 9.000 horas diarias, o sea 63.000 horas semanales de programación de los satélites que se captan en Venezuela. Cuando se inició el fenómeno en 1986 se captaban siete señales norteamericanas. Ahora son 14 y es posible sintonizar dos satélites de Brasil. Estas señales ofrecen un total 480 canales, de los cuales 103 transmiten las 24 horas del día.

El contenido programático es principalmente de películas, la mayoría de origen norteamericano y de corte violento, matizadas con algunos programas musicales y de variedades. En segundo plano están los canales informativos y deportivos, y las emisoras religiosas. La nueva oferta satelital plantea problemas similares a los de la programación de emisoras nacionales.

En una reciente investigación de corte cualitativo se entrevistó a 26 perceptores de programación satelital de distintos sectores sociales. Las reacciones fueron diversas. *"Desde que veo parabólica me he vuelto más fanática de la cultura gringa. Me provocaría volver a vivir allá. Todo funciona de mil maravillas"*, —dice una televidente. Otra acusa una interpretación contraria: *"Más conozco Estados Unidos y más me gusta Venezuela. Son aburridos, regionalistas, reprimidos. Gastan dinero en estúpide-*

Por escandaloso que suene, las mayorías latinoamericanas están accediendo a la modernidad no de la mano del libro, no siguiendo el proyecto ilustrado, sino desde los formatos y los géneros de las industrias culturales del audiovisual.

Jesús Martín-Barbero



ces. Rechazo su cultura pero me gustan sus programas". Otros se quejan de las distorsiones de la cultura latinoamericana: "En sus películas somos los narcotraficantes, los ladrones. Pero aunque sea horrible es una realidad justa y triste. La imagen del latino en la parabólica es la peor. Me da lástima pero es la realidad. No todos somos así pero el 90% siempre son delincuentes, traficantes o corruptos".

Los Videojuegos

Uno de los representantes de Nintendo en Venezuela dijo que en 1991 30.000 familias tenían el aparato que se usaba 2 horas diarias promedio. No hay estadísticas nacionales completas. En Estados Unidos Nintendo está en el 60% de los hogares. Los juegos son muy variados y los hay para todos los gustos y edades. Existen unos 500 juegos de los cuales 300 circulan en Venezuela. Hay una integración de la industria del videojuego y la del cine y la televisión. Los personajes y las situaciones se trasladan de un género a otro promocionándose mutuamente. No nos sorprende la predominancia de contenidos violentos en los cartuchos como *Super Mario Bros.*, *Excite Bike*, *Contras*, *Spartan*, *Galaxian*, *Knights of Fight*, y otros muchos. Los preferidos se orientan hacia los juegos

de acción, guerra, aventuras espaciales y emulaciones deportivas.

La cultura transnacional

El fenómeno de la "desterritorialización" cultural a que están sometidos nuestros pueblos y nuestras culturas es cada vez más evidente. Ya no sabemos si podemos seguir hablando de cultura regional o local o latinoamericana sin referirnos a la transnacionalización significa que envuelve a las culturas e identidades. Es normal preguntarse si las culturas nacionales y regionales sobrevivirán a la avalancha audiovisual que invade los corazones y las mentes de todo el mundo. Nuestra realidad y nuestro destino pasa hoy por la pantalla del televisor que nos da acceso a una oferta televisiva sin precedentes. Las cifras en horas por semana son decidoras:

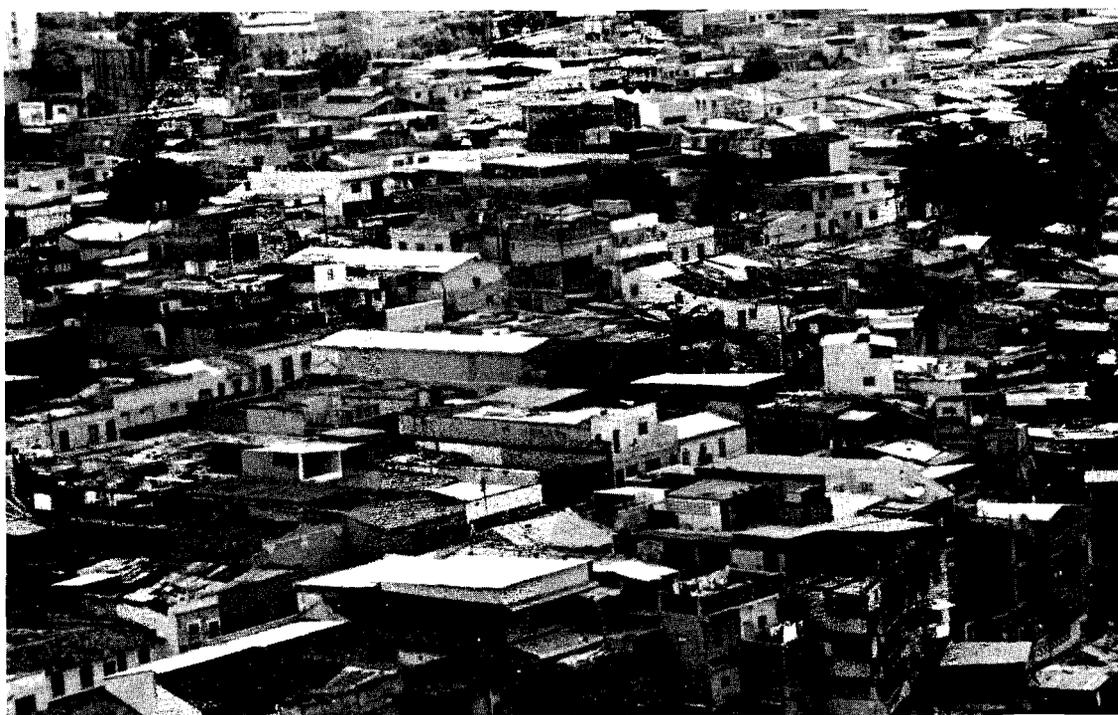
Video cassettes	425.000 h/s
Satélites/Parabólicas	64.000 h/s
Abonados Cable	2.850 h/s
TV Emisoras Caracas	548 h/s
TV Emisoras Interior	500 h/s

¿Y de quién son los medios?

Muchas de las características aún vigentes de la estructura de propiedad de los medios en Venezuela fueron detectadas y analizadas a mediados de la década pasada: alta concentración

económica en prensa y televisión; capitales menores en la radio y los medios regionales; articulación de circuitos de emisoras y de asignación integrada de la publicidad; consolidación de grupos económicos y extensión de su alcance a los medios y la publicidad; participación del capital internacional.

Sin embargo la realidad rebasa los datos ofrecidos en esas investigaciones. Hoy podemos hablar de una nueva estructura comunicacional. Los dos cambios principales son la reorganización de los medios y propietarios tradicionales acentuando la concentración en un tipo de medios, o en organizaciones multimedia, por un lado, y el ingreso en las comunicaciones de nuevos actores identificados con otros sectores de la producción, las finanzas, y los principales partidos políticos. La actual Constitución Nacional prohíbe expresamente la conformación de monopolios en los medios de producción. El análisis detallado de la concentración en la estructura de propiedad de los medios en Venezuela excede el alcance de este ensayo. Nos limitamos a señalar la existencia de una violencia monopólica que se manifiesta en la opulencia comunicacional de los grupos propietarios opuesta en marcado contraste con la miseria comunicacional del resto de la sociedad. ●



Barriada Caraqueña de Guaicaipuro

Francisco Solórzano

BILL COSBY ES ARGENTINO

Es comprensible la frustración del investigador de la comunicación: cuando creímos conocer las respuestas nos cambiaron las preguntas. El fenómeno de la transnacionalización de la cultura popular, principalmente norteamericana, es más universal y diverso de lo que sugieren las preocupaciones sobre la evolución del consumo audiovisual en Venezuela. *Dallas*, *Plaza Sésamo* y el *Show de Bill Cosby* se vieron y se ven en más de cien países. *Mickey Mouse* y *Donald Duck*, doblados al mandarín, aparecen semanalmente en la televisión china.



Plaza Sésamo también es importado

La cinematografía norteamericana capta el 50% de mercado alemán, francés, italiano, danés y holandés. El mercado más importante para la producción de Hollywood es Japón. La presencia mundial de la música popular anglosajona es tan obvia como impresionante.

El crecimiento de una corriente planetaria de comunicación y cultura se detecta en la proliferación del idioma inglés. El lenguaje es un agente poderoso de homogenización. Si bien es el idioma nativo de sólo 400 millones en doce países, el inglés lo hablan más de 1.000 millones de personas y es el idioma extranjero más estudiado en el planeta. Más del 80% de toda la información guardada en los 150 millones de computadoras existentes en el mundo está en inglés. Cuando un empresario japonés discute un acuerdo comercial en Europa lo más probable es que las negociaciones se realicen en inglés. Para millones de latinoamericanos de todas las clases sociales el inglés es su valorado segundo idioma. El anecdotario del latinoamericano que regresa a su barrio y su familia después de algunos años lavando platos o sacando un doctorado en Chicago difunde la cultura gringa con tanta fuerza o más que cualquier culebrón de Hollywood. Y somos millones.

Sin embargo, la potente transnacionalización del acento norteamericano en las comunicaciones va acompañada de un renacimiento y reafirmación (no siempre admirable) de lo nacional y local. La sintonía planetaria a la programación de *Cable News Network (CNN)* crece paralelamente con el interés de las audiencias por ver su cotidianidad reflejada en las pantallas. Parte del éxito de *CNN* se explica por su reproyección de esas realidades locales al ámbito transnacional. Las fronteras y los puestos

en la ONU se redefinen a diario sobre la base de demarcaciones lingüísticas y referentes históricos que se solían considerar tan extintos como los dinosaurios. El fracaso de múltiples proyectos de diarios y revistas cablegráficamente internacionales está ligado al error de desatender lo nacional y local en su contenido informativo.

El proceso en curso no encaja en el esquematismo de ningún modelo de imperialismo cultural. Los millones de fanáticos rusos afebrados repentinamente con las telenovelas mexicanas desafían al investigador. Es obvio que ya no podemos considerarnos víctimas de un modelo de comunicación manipulado por un emisor centralizado. Pero la duda se extiende y nos preguntamos si en realidad existe un proyecto o si se trata sólo de otro fantasma de nuestra dependiente pasión por la versión conspirativa de la historia y el porvenir. ¿Necesitamos realmente atribuir causalidad a un agente externo y más o menos maligno? ¿Tendremos el coraje de asumir un antimodelo caótico, pendular y contradictorio cuyo comportamiento no es del todo previsible?

GINO LOFREDO

Los datos citados fueron compilados por John Naisbitt y Patricia Aburdene, autores de *Megatrends 2000* publicado en 1990 por William Morrow and Company, New York.

La pendiente democratización de la prensa

Transcurridos tres años del término de la dictadura del general Augusto Pinochet, el tema de la democratización de la prensa aún se debate entre empresarios y periodistas, y también entre los profesionales y el gobierno del Presidente Patricio Aylwin.



Variedades en un kiosco de Santiago

El presidente del Colegio de Periodistas, Senén Conejeros, escribió recientemente en el diario estatal *La Nación*, que la mayor amenaza a la libertad de expresión en Chile no proviene de las demandas de su gremio sobre exclusividad del ejercicio profesional -rechazadas por los empresarios- sino de "la gran concentración en la propiedad de los medios de comunicación".

"En Chile más del 80 por ciento de diarios y revistas son propiedad de dos grandes consorcios. Los mismos grupos empresariales son dueños de los sistemas de distribución nacional de medios impresos e incursionan, además, en sis-

temas de televisión", señaló Conejeros, quien milita en el Partido Demócrata Cristiano (PDC), primera fuerza de la gobernante Concertación por la Democracia.

"Si la sociedad no pone atajo a esta enorme concentración en la propiedad de los medios y, por el contrario, sigue permitiendo que esos mismos consorcios puedan contratar a cualquiera de los trece millones de chilenos para que hagan periodismo, la libertad de expresión será sólo un chiste, muy triste, para los chilenos, pero muy rentable para algunos grupos", concluyó el dirigente máximo de los periodistas.

La llamada prensa democrática, constituida por revistas que sobrevivieron a duras penas bajo el autoritarismo, y por dos diarios creados en 1987 en la relativa apertura previa al plebiscito de octubre de 1988, no tiene hoy una

presencia significativa en el espectro de la comunicación social.

En los años finales del régimen dictatorial, la prensa opositora aceptada dentro de los estrechos márgenes del autoritarismo, se identificaba sobre todo con los semanarios *Análisis*, *APSI*, *Cauce* y *Hoy*, afectados por frecuentes cierres y censuras, y legitimadas ante la sociedad como una expresión alternativa a la prensa diaria y a la televisión, controladas por el gobierno de Pinochet.

Oferta y demanda

Cauce, que se destacó por trascendentes denuncias sobre violaciones a los derechos humanos y actos de corrupción en la esfera dictatorial, se cerró definitivamente en 1990, después de sucesivos cambios de propietarios cuando su capacidad de ventas se había reducido al mínimo.

GUSTAVO GONZALEZ R., periodista chileno. Director de Inter Press Service (IPS) en Santiago. Profesor de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Santiago de Chile.

Análisis, caracterizada como un órgano independiente de izquierda, se sumió con la llegada de la democracia en una suerte de permanente crisis económica, lo cual la llevó este año a abrirse a la participación de nuevos socios, en una operación que implicó la salida del director histórico de la revista, el periodista Juan Pablo Cárdenas, quien purgó 541 días de reclusión nocturna durante la dictadura. Cárdenas y otros antiguos miembros del equipo de *Análisis* trabajan hoy en la creación de una nueva revista, cuyo principal financiador, según el semanario *Qué Pasa*, será el empresario Carlos Cardoen, pionero de la industria de armamentos en el país.

Hoy, que registró también un cambio de propietarios en 1989, mantiene una imagen de solidez con una cartera publicitaria que le permite competir en presentación gráfica y despliegue periodístico con *Qué Pasa*, una revista identificada como principal expresión de la derecha chilena tras el cierre hace un año de *Ercilla*.

En el universo de los periódicos, el retorno de la democracia posibilitó la reaparición como semanario del antiguo diario *El Siglo*, órgano oficial del ortodoxo Partido Comunista, y del quincenario izquierdista *Punto Final*, así como el lanzamiento en 1990 de *Página Abierta*, también de frecuencia quincenal e igualmente vinculado a sectores de izquierda ajenos a la Concertación por la Democracia.

El Siglo, *Punto Final* y *Página Abierta* tienen sin embargo una presencia marginal en el mercado de las revistas chilenas y su participación en el mercado publicitario es nula. En 1991 el diario *Fortín Mapocho* se declaró en quiebra por su baja circulación y por su escaso acceso a contratos de publicidad, tanto de empresarios privados como del estado.

Por último, está la azarosa existencia de *La Epoca*, que surgió en abril de 1987 como el rotativo de la transición democrática, con un formato y estilo similares a los de *El País* de Madrid, bajo la dirección del periodista Emilio Filippi, ex director y fundador de la revista *Hoy*.

A sólo un año de su debut se sintieron los síntomas iniciales de desajustes económicos que se fueron profundizando con el tiempo, sin que se

lograra revertirlos ni con aperturas a nuevos asociados, ni con cambios en los patrones periodísticos que pretendieron ofrecer un producto más atractivo para los lectores chilenos.

Crecen los gigantes

En 1992, *La Epoca* desmontó su aparato de distribución para suscribir un contrato con el Consorcio Periodístico de Chile S.A. (COPESA), propietario de los diarios santiaguinos *La Tercera* y *La Cuarta* y de la revista *Qué Pasa*.

Ese primer acuerdo con COPESA implicó reducciones de personal administrativo. Agobiado por una creciente deuda, el diario montó una operación de refinanciamiento con sus acreedores que se tradujo el 7 de agosto de este año en la constitución de una nueva sociedad propietaria, denominada Inversiones Periodísticas y Publicitarias (IPP), con una participación importante del grupo COPESA. Esta fórmula significó el despido de dos periodistas y un reportero gráfico, además de la salida de los últimos empleados de las actividades administrativas, asumidas ahora por la nueva sociedad.

El acuerdo contempló la permanencia de Filippi como director, quien a su vez mantiene la política editorial del diario, de identificación con el gobierno del Presidente Patricio Aylwin. No obstante, el desenlace aportó también ganancias a COPESA, que ahora controla la distribución y la cartera publicitaria de otro diario de alcance nacional.

La llamada prensa democrática que sobrevivió a duras penas bajo la dictadura no tiene hoy una presencia significativa en el espectro de la comunicación social.



Manifestación de periodistas durante la dictadura

Gustavo González

Así, este consorcio se legitima como único competidor de la cadena *El Mercurio*, propietaria de tres diarios en Santiago (incluyendo a *La Segunda*, el único vespertino capitalino) y de una red de por lo menos 16 rotativos en el resto del país. Entre COPESA y *El Mercurio*, como señaló Conejeros, controlan 80 o más por ciento de la prensa diaria santiaguina y prácticamente la totalidad de los circuitos de distribución de medios de prensa de alcance nacional.

El diario *La Nación*, propiedad del gobierno, es hoy el cotidiano más representativo de la prensa democrática y, según su director, el periodista Abraham Santibañes, es también el único diario que gana lectores.

Pluralismo Político

De acuerdo, al programa de la gobernante Concertación por la Democracia, *La Nación*, así como la *Televisión Nacional*, dejaron de ser medios propiamente oficialistas, para transformarse en órganos estatales, regidos por criterios de pluralismo político.

Ni el Colegio de Periodistas ni los partidos políticos de centro e izquierda discrepan con esa formulación pro-

gramática, pero tanto la orden profesional como algunos dirigentes proselitistas critican al Gobierno por dar primacía al mercado en el ámbito del desarrollo de los medios de comunicación, lo cual significa legitimar, según afirman, la situación existente al término del anterior régimen autoritario.

El Ministro Secretario General de Gobierno, Enrique Correa, responsable del área de información, y el Director de la Secretaría de Comunicación y Cultura, Eugenio Tironi, estiman que resultaría inaceptable imponer en un país que quiere caminar hacia la democracia los viejos esquemas de intervencionismo estatal, ya sea por la vía de las presiones o de las concesiones publicitarias y financieras.

En medios cercanos al Gobierno se afirma que la crisis de la prensa que estuvo en la oposición a Pinochet expresa también una incapacidad de esos medios para adecuarse a las nuevas realidades abiertas en Chile.

Buscando nuevos espacios

La política oficial se fundamenta, según los responsables gubernamen-

tales, en garantizar totalmente las libertades de expresión e información, mediante la derogación o reforma de las normas restrictivas de la dictadura, y en abrir espacios para la creación de nuevos medios de alcance local o regional, mediante la próxima apertura de líneas especiales de créditos de fuentes estatales.

Los críticos de la posición gubernamental advierten que estas medidas no afectarán el control que ejercen los dos grandes consorcios privados en la cúspide de la estructura de la prensa escrita, y resaltan, además, el contraste en esta materia entre lo que acontece hoy y lo ocurrido bajo la dictadura.

La recesión de mediados de la década de los años 80 arrastró también a COPESA y *El Mercurio*, salvados de posibles quiebras gracias a generosos créditos avalados en esa época por el régimen dictatorial que más tarde, en vísperas del cambio de gobierno, "blanqueó" esas deudas, traspasándolas al Banco del Estado en una operación poco clara, que motivó la presentación de acciones judiciales por parte de las actuales autoridades. ❁

Al General no le gustan los chismosos

El ejército chileno acusó ante la justicia militar de "sedición inducida", a los dos principales medios de comunicación del Estado que denunciaron actividades castrenses de espionaje telefónico e inteligencia. La denuncia contra TVN (Red de TV Nacional) se debe a la difusión de una entrevista con un agente de la Dirección de Inteligencia del Ejército (DINE), que denunció intervención y grabaciones en teléfonos de políticos, funcionarios del gobierno y obispos. La querrela contra *La Nación* se fundamenta en un informe publicado por el diario sobre la estructura y funciones de la DINE y el Batallón de Inteligencia del Ejército (BIE).

El colegio de periodistas señaló que el ejercicio periodístico de criticar y denunciar es una "obligación y contribuye al desarrollo del sistema democrático." El Director Ejecutivo de TVN, afirmó que su medio es "autónomo, veraz e independiente y seguirá siéndolo duela a quien le duela", agregando que su denuncia fue un servicio a la nación, al Estado y al propio ejército.

Durante la dictadura del general Augusto Pinochet, actual Comandante del Ejército, el gobierno ejerció un férreo control sobre la televisión estatal e intervino las universidades que tenían canales de TV.

Bajo el gobierno de Patricio Aylwin se restituyó la autonomía a las Universidades y TVN pasó a ser un medio propiamente estatal en lugar de gubernamental, al tiempo que se inauguraron dos redes televisivas privadas.

El agente que reveló el espionaje de la DINE fue presentado ante las pantallas con su rostro oscurecido y su voz deformada para resguardar su seguridad. Sin embargo hizo declaraciones ante un juez civil antes de la entrevista, como condición impuesta por el canal, que además verificó sus informes de otras fuentes.

El colegio de periodistas recordó los preceptos éticos que obligan tanto a verificar los informes de ese carácter como a mantener en reserva la identidad de una fuente en casos que comprometan su vida o su seguridad. (IPS)

El comunicador posmoderno

propuestas para su formación



Grabado anónimo

Imprenta siglo XVI

El nuevo comunicador social debe ser un personaje del Renacimiento: humanista, polifacético, generalista, y artesano. Debe poder pensar y actuar en un contexto planetario, nacional, regional y barrial. Los que intentan formar y capacitar a estos profesionales deben rediseñar radicalmente sus programas y currículos.

El perfil del comunicador social se ha modificado sustancialmente como resultado de los cambios y tendencias sociales predominantes. Se ha tornado más complejo y más lleno de posibilidades.

HERNANDO BERNAL ALARCON, colombiano. Comunicador y Director General del Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior.

La moderna facultad o escuela de comunicación tiene que rediseñarse. Esta palabra adquirió una nueva dimensión a partir de la aparición del libro de Akoff, especialista en teoría de sistemas, titulado *El Rediseño del Futuro*. Su tesis central es que el futuro no ocurre porque sí, sino que lo podemos prever y diseñar con anticipación. El rediseño implica una "teleología", o sea predecir con claridad a dónde y cómo se quiere llegar.

El comunicador en tiempos actuales ya es polifacético. Primero que todo es un humanista, y como tal tiene que comprender los tiempos y sentir el presente de la historia. Tiene que ser un generalista para poder ver la sociedad en sus múltiples complejidades. Pero esto no le impide ser un "especialista" en aquella rama o campo en el cual ejerce su tarea de comunicador. Debe ser un "letrado" y manejar por lo tanto las técnicas de la redacción, y al mismo tiempo es un

"artista", que sabe crear e imaginar. Y es necesariamente un tecnólogo que maneja con pericia y sabe explotar las múltiples posibilidades de la tecnología de cada uno de los medios de comunicación social.

En la era de la informática el comunicador tiene que conocer en detalle y manejar los sistemas y los computadores. Paralelamente debe ser un inves-

tigador capaz de estudiar y encontrar las causas de los hechos, para lo cual no sólo debe tener intuición sino preparación en las técnicas de la investigación y en los principios matemáticos que la rigen.

La comunicación social se hace presente en todos los escenarios de la vida cotidiana. En el hogar, en la oficina, en la vía pública. En los grandes eventos del

deporte y del arte. En la fábrica y en la organización. En el trabajo y en el creciente tiempo de ocio.

La explosión de los medios y su interconexión a través de los satélites y las cadenas no impide la proliferación de los pequeños sistemas de transmisión, y del uso personal de la comunicación mediante la grabadora, el betamax y el VHS. La comunicación se globaliza y se

LA COMUNICACION SUPERADORA

ENTREVISTA CON HERNANDO BERNAL ALARCON

CHASQUI. ¿Cómo debiera ser la formación profesional de los comunicadores para adecuarse al nuevo marco referencial posmoderno?

Hernando Bernal Alarcón. La postmodernidad en mi opinión es un vocablo un tanto ambiguo. Para los seguidores de Foucault, Marcuse y Habermas la postmodernidad es la negación de todo lo que trajo consigo la sociedad industrial, con sus problemas de masividad y de alienación, sin especificar cuáles serían los parámetros de una nueva sociedad más humana.

Desde otro ángulo Daniel Bell, Alvin Tofler y Peter Druker, se refieren al surgimiento de una sociedad del conocimiento cuyo principal rasgo sería la abundancia, velocidad y facilidad de transmisión de la información.

Para los primeros la comunicación debe acentuar la crítica. Para los segundos debe ser la herramienta que favorece la disseminación, el acceso y el uso del conocimiento. Los comunicadores sociales formados en una o en otra posición van a ejercer tareas y funciones diferentes. Dentro del marco de la autonomía académica compete a las escuelas y facultades decidir por dónde se orientan. Preferimos la segunda vertiente, pues es la que en realidad ofrece una mayor posibilidad de acción a los profesionales. Además es la que nos permitirá evitar perder otra vez el carro de la historia.

¿Cómo serían los profesionales más adecuados a ese mundo emergente?

El reto para las escuelas de comunicación es que tienen que conjugar serios conocimientos en las ciencias humanas y sociales, con el manejo de la investigación social, y con el manejo de las tecnologías propias de la comunicación como tal, y de cada uno de los medios en particular. Estos aspectos toman muy compleja la definición de pautas curriculares y, según sea el balance que cada escuela de comunicación quiera adoptar, también serán diferentes los perfiles de cada comunicador social. Todo lo anterior debe estar respaldado por una fuerte formación en computación e informática. Estas ya son destrezas básicas para todas las profesiones y para assimilarlas se requiere modificar completamente los currículos de formación profesional.

¿Cómo conjugar los aspectos de especialización, tecnificación y amplitud renacentista?

El comunicador social tiene que ser un humanista y tener una amplia visión del mundo y poder interpretar el sentir social. Pero nada de esto se contrapone a la necesidad de que domine un campo técnico específico y que sea por lo tanto un especialista.

De aquí surge la necesidad de los programas de posgrado como una de las características más importantes en la formación del comunicador del futuro. Las escuelas deben tenerlo en cuenta; tanto más cuanto que muchos profesionales de otras disciplinas, especialistas en sus campos, se sienten motivados a actuar como comunicadores y requieran por lo tanto de complementación profesional.

En cuanto a la parte tecnológica he visitado muchas escuelas y hablado con profesores y decanos que están desarrollando currículos especializados para la formación de camarógrafos, escenógrafos, actores, locutores, presentadores, ingenieros de luz, ingenieros de sonido, fotógrafos. El nuevo comunicador deberá ser también un técnico y un artesano en su especialidad.

¿Según esto dónde queda el "periodista estrella"?

En la era postmoderna el periodista estrella es un equipo, lo mismo que el "escritor estrella", o cualquier otro profesional que sobresalga. Y esto es cierto en cualquier otra profesión: la medicina, la abogacía, la ingeniería, la administración, la química y la física. El reto es orientar la formación hacia el trabajo en equipo, que será tanto más eficiente cuanto mejor sean formados los profesionales que lo componen.

Finalmente, ¿en dónde quedan los medios en la era postmoderna, o dicho de otro modo cómo deberían ser los medios en ese nuevo marco?

Las tendencias demuestran que conjuntamente con la globalización de los medios ocurre la explosión de los medios locales con un énfasis en lo nacional y hasta lo comunitario. Este es otro reto para la definición curricular en las escuelas de comunicación. Hay que formar un comunicador para trabajar en niveles globales, nacionales, regionales y locales.

privatiza simultáneamente. Conjuntamente con el locutor o el presentador que influye a través de las grandes cadenas, se requiere el comunicador social capaz de llegar a la mente y el sentimiento de los grupos primarios a nivel comunitario. Además se requiere el comunicador capaz de administrar, producir, transmitir y crear, en los niveles mega (planetario), macro (nacional), midi (regional), o mini (local).

Desarrollar currículos apropiados para la formación del comunicador social en esta era que algunos denominan postmoderna es un reto interesante y complejo. La carrera del comunicador social en su formación básica profesional tiende a alargarse. Surge la necesidad de que las escuelas y las facultades desarrollen posgrados para especialización de los mismos comunicadores en áreas tales como: investigación en comunicación social, mercadotecnia social, periodismo televisivo o radial, comunicación organizacional, comunicación e integración económica, comunicación y desarrollo social, comunicación y política, comunicación y pastoral social.

Se hace necesario además que las escuelas se abran para dar cabida a muchos profesionales de otras disciplinas científicas que deseen conocer, adquirir y capacitarse en los principios y metodologías propias de la comunicación social.

Se crea cada vez más la necesidad de que las escuelas de comunicación desarrollen carreras tecnológicas que complementen la labor de los profesionales en diferentes campos que van desde las técnicas adecuadas de edición, manejo y control de publicaciones, hasta los aspectos complejos del manejo y puesta en marcha de la comunicación vía satélites, o mediante el uso de fibras ópticas y otras tecnologías avanzadas.

La comunicación entra cada vez más a ser un componente necesario de la "interdisciplinariedad" académica. Comunicación y ciencia, comunicación y biología, comunicación y medicina, comunicación y epidemiología, comunicación y economía, comunicación y ciencias físico-químicas, comunicación e ingeniería, comunicación y ciencias jurídicas, comunicación y política; son campos todos ellos en los cuales es necesario explorar interrelaciones y establecer parámetros de formación.



Las escuelas deben abrirse a los profesionales de otras disciplinas científicas que deseen conocer, adquirir y capacitarse en los principios y métodos de la comunicación social

El comunicador está llamado a ser un punto de apoyo para el desarrollo de las tecnologías educativas, que son la revolución más importante de la educación en las épocas actuales. Este es un campo que cubre desde el diseño de materiales educativos para procesos de aprendizaje individualizado, hasta el establecimiento de sistemas abiertos de formación profesional y a distancia en la Universidad estructurada en base a la comunicación.

El amplio desarrollo de las ciencias de la Administración, que gira alrededor de la filosofía de la Calidad Total y de la Gerencia del Servicio, es otro aspecto más que requiere la presencia y el apoyo de los comunicadores sociales.

Conjugar estos aspectos, que constituyen el "telos" y la "fisonomía" de lo que algunos denominan la "Sociedad de la Información", o la "Sociedad del Conocimiento", es indispensable para el rediseño de la comunicación social y de las escuelas y facultades de formación de comunicadores.

NUEVAS ESTRATEGIAS DE CAMBIO

Las industrias culturales rechazan aún los criterios de servicio público en favor del desarrollo que debieran orientar su conducta. Para Robert White los cambios ocurridos en la cultura, la sociedad y las comunicaciones en los últimos veinte años crean condiciones favorables para implementar nuevas estrategias consensuales hacia la reforma de los medios.

Las telenovelas latinoamericanas ya se ven en todo el mundo. En el siglo XXI América Latina podría estar entre los grandes centros de creación y producción de entretenimiento popular. La región tiene la ventaja de tener un pié en el sur y otro en el norte. Sus culturas son un complejo mestizaje de pueblos indígenas de origen asiático y africano, con olas migratorias de todo el mundo. La presencia de más de 30 millones de his-

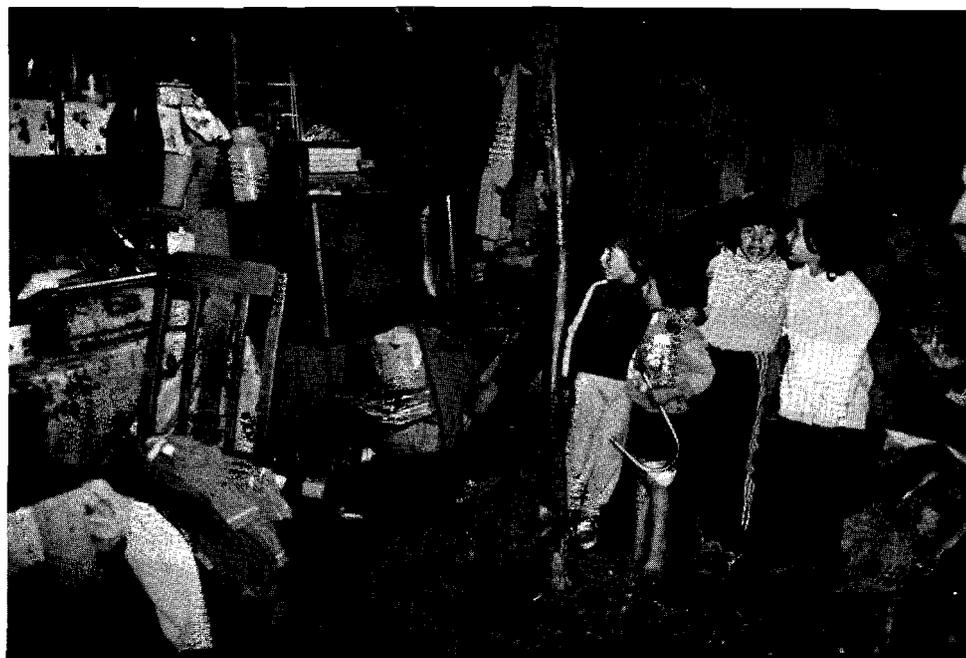
panos en los Estados Unidos difunde su cultura en ese territorio.

Los cambios dentro de la región son igualmente impactantes. Los sistemas de comunicación se han hecho más diversos y complejos. A los medios comerciales se agregan los de propiedad pública y de orientación cultural o educativa. Se reconoce la presencia de los medios de iglesias y universidades, y de las emisoras populares o comunitarias. Los sistemas de recepción por cable y por antena satelital llegan a una porción más amplia de la población. Sectores importantes del público latinoamericano manifiestan un interés creciente en la calidad de la programación televisiva y

en el servicio que esperan recibir de los medios.

Sin embargo, la televisión chatarra de los años 60 y 70 con su saturación de programación de segunda importada de Estados Unidos, y la mediocre producción nacional aún caracterizan al medio televisivo latinoamericano en la década de los 90. No importa que algunas empresas latinoamericanas sean hoy miembros del exclusivo club de las grandes transnacionales de la comunicación ya que sus objetivos centrales siguen siendo la maximización de las ganancias y el manejo ideológico. El servicio público y el desarrollo integral de la sociedad aún no se reconocen como cri-

ROBERT WHITE, S.J., Director del Centro Interdisciplinare sulla Comunicazione Sociale, Universidad Gregoriana, Roma.



Daniel Caselli, Uruguay

Niños de un cantegril de Montevideo

terios válidos para orientar la conducta empresarial en los medios.

En este marco contradictorio de superación y expansión que no prioriza las funciones sociales de los medios se dan condiciones favorables para un nuevo diálogo entre las industrias culturales, la comunidad de creadores, los críticos de los medios, las facultades de comunicación, los investigadores y los expertos en políticas públicas. La pregunta que nos concierne en esta coyuntura es cómo influir sobre el complejo sistema de medios para promover la evolución social, cultural, económica y política de América Latina.

Todavía nos quedan recuerdos amargos de los veinte años de lucha por la reforma de la televisión entre 1965 y 1985 en países como Perú, Venezuela y México. Las incipientes industrias culturales de esa época, asustadas por los presuntos efectos de las restricciones gubernamentales, manipularon exitosamente a los políticos y aplastaron propuestas en favor de la imposición de mínimas obligaciones de servicio público.

Objetivos compartidos

La filosofía de las comunicaciones que se expresó en los movimientos de los 60 y 70 formaba parte de un proceso histórico tendiente a una mayor democratización de la sociedad. Ese proceso no ha terminado y, en cierto sentido, el apoyo social a sus propuestas centrales es hoy más amplio que hace veinte años. En lo referente a la reforma de las comunicaciones esos objetivos son:

- Incentivar el desarrollo de industrias culturales propias en las que escritores, productores, actores y otros profesionales de las artes populares puedan expresar sus talentos y reflejar la diversidad cultural de América Latina.
- Superar el control monopólico ejercido por grupos económicos sobre las industrias culturales mediante la creación de múltiples pequeñas y grandes empresas comerciales, alentando los proyectos de comunicación de universidades y organizaciones no gubernamentales, y las diversas formas de comunicación popular y comunitaria.
- Mejorar la calidad, originalidad y diversidad de la programación de TV,

Las empresas dominantes de la industria cultural siempre resistieron tenazmente las más mínimas reformas y siempre tuvieron el poder político para derrotar cualquier iniciativa.

radio, cine y otras formas de arte popular, especialmente aquella dirigida a los grupos menos atendidos: niños, jóvenes, familias, mujeres, minorías étnicas y la población rural.

- Ampliar el uso de los medios y las nuevas tecnologías de la comunicación en las áreas de educación y desarrollo en los sistemas escolares y en la educación no formal para adultos.
- Decentralizar las comunicaciones para que reflejen mejor los intereses y culturas locales y regionales, y faciliten un acceso más amplio del público a los medios.
- Eliminar los más obvios excesos en la comercialización de los medios (publicidad irrestricta, saturación de violencia y pornografía, etc.) ya sea a través de legislación reguladora o por medio de autocontroles voluntarios promovidos por las asociaciones profesionales y empresariales.

La centralidad del usuario

En términos generales, estos objetivos siguen siendo los mismos que hace veinte años. Lo que ha cambiado radicalmente son las estrategias sociales y culturales para reformar los medios. Detrás de estas estrategias hay nuevas concep-

ciones compartidas sobre las comunicaciones y la política.

1. Los ingredientes de una filosofía de servicio público en las comunicaciones, y los criterios normativos de las artes populares no se encontrarán en ideologías abstractas sino en las prácticas y medios del proceso histórico propio. Los géneros más importantes de las comunicaciones (ej. telenovelas), así como los ideales de la conducta profesional surgieron en el marco de empresas comerciales. Los objetivos de la reforma no se lograrán ignorando esta realidad sino ampliando el alcance de las instituciones existentes y rescatando los resultados más valiosos de su historia.

Una amplia coalición por la reforma

2. Muchos procesos de reforma de las comunicaciones fueron sabotados o subvertidos por la ilegitimidad implícita en la exclusión de sectores sociales afectados. El debate público y las decisiones sobre política de comunicaciones deben incluir a todos los actores involucrados: los medios comerciales y las industrias culturales; la comunidad creativa; los docentes e investigadores universitarios; politicólogos y representantes de los principales partidos políticos; las instituciones educativas y religiosas que atienden los valores culturales; las organizaciones y movimientos de pobres y marginales. Pero por sobretodo la estrategia de reforma debe incorporar a los representantes del público usuario de los medios tales como educadores, padres de familia, y dirigentes de la sociedad civil.

3. La organización de una amplia coalición de todos los sectores realmente motivados y afectados por los medios es esencial para lograr el consenso y la legitimidad en favor de legislación y otras medidas de reforma de las comunicaciones. En décadas pasadas hubo intentos de usar el aparato estatal para forzar reformas que no tenían la comprensión y el apoyo de la sociedad. Estos proyectos resultaron contraproducentes. Los grupos sociales urbanos y modernizantes, de nivel económico medio y alto son un sector esencial de esta coalición. Estos grupos necesitan información precisa sobre cuestiones económicas y políticas, valoran la programación educativa formal e informal, y aprecian el entretenimiento

de calidad para sus hijos y para la mayoritaria población que depende de los medios para su diversión, descanso y contacto con la sociedad. Esta coalición debe incluir además representantes de los movimientos políticos populares frecuentemente excluidos del proceso de decisiones.

Medios e identidad cultural

4. La tan buscada identidad cultural latinoamericana no se encuentra en un pasado indígena o campesino ni en alguna utopía ideológica, sino en la amalgama cultural que surge en las ciudades y en el foro de las comunicaciones de masas. El surgimiento de una concepción de las comunicaciones de arraigo profundo y amplia aceptación dependerá de un proceso socio-cultural de negociación de una "esfera cultural pública" en la que no se impongan los valores de ningún grupo en particular y en la que todos los sectores sociales reconozcan

algo de su propia identidad. Las clases populares no son simplemente los receptores pasivos del producto comunicacional. Ellos usan los medios en relación con su contexto social inmediato. A veces resisten y rechazan los mensajes, y otras se reconocen en ellos y participan en una complicidad seductiva.

5. El éxito de la democracia y la sociedad civil en América Latina dependerá mucho del desarrollo de una infraestructura de organización y comunicación entre los pobres y los grupos de bajos ingresos, principalmente urbanos. Esto permitirá que ellos expresen sus identidades culturales, su lenguaje y sus formas de comunicación mediatizada para asegurar la presencia de su proyecto social, cultural y político en la esfera pública y en la toma de decisiones. Las políticas nacionales de comunicación deberán asegurar la legalidad y asignar los recursos para proyectos de comunicación de base vinculados a los

movimientos populares. La comunicación popular y comunitaria debe verse como una parte integral de los sistemas nacionales de comunicación.

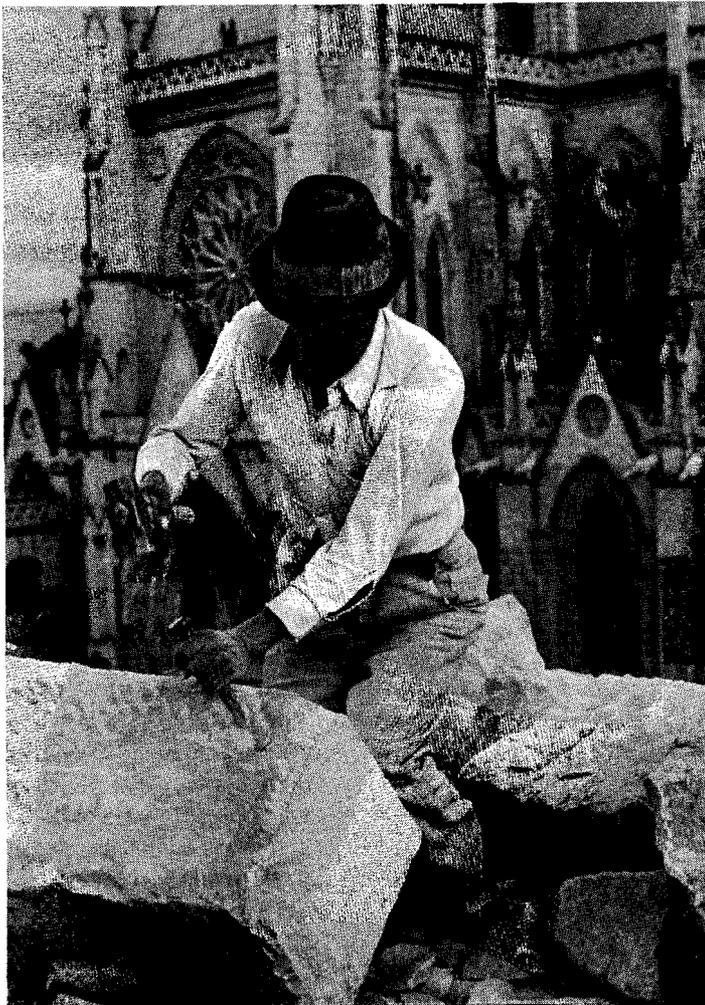
6. La reforma de las comunicaciones debe basarse en un reconocimiento del valor estético propio del producto mediático comercial de consumo masivo. Esta estética de lo popular no deberá juzgar en función de los valores de la élite cultural, de los preceptos de cualquier ideología política u otros criterios externos. Los géneros del arte popular -la telenovela, el radiodrama, las comedias de lo cotidiano- tienen raíces profundas en América Latina y han contribuido a la formación de las culturas nacionales y regionales. Con demasiada frecuencia los movimientos de reforma de los medios definieron la calidad en términos elitistas generando una programación propagandística o pesadamente didáctica frustrante y carente de interés para todo el público no comprometido con el proyecto político.

Melodrama para el desarrollo

7. Los practicantes de la comunicación para el desarrollo enfatizaron excesivamente la planificación económica racional y los criterios cuantitativos de producción asumiendo que estos valores "universales" eran el único camino para superar los obstáculos asociados con los conflictos entre clanes, etnias y regiones. En los hechos esta concepción de las comunicaciones postergó el fortalecimiento de la sociedad civil. Los medios de comunicación son útiles para el desarrollo no sólo como transmisores de datos económicamente relevantes sino también como espacios donde los distintos frentes culturales pueden, simultáneamente, dramatizar sus diferencias, y descubrir los valores compartidos. El ámbito de lo melodramático, lo carnavalesco, del humor y la narrativa es la zona más propicia para conformar síntesis nacionales y culturales, y para gestar proyectos audaces en lo social, económico y político.

Sectores culturales emergentes

8. La industria cultural latinoamericana está dominada actualmente por poderosas empresas. Estas aportaron importantes destrezas gerenciales y adelantos tecnológicos a la industria. Sin embargo, siempre resistieron tenaz-



Luis Mejía, Ecuador

Picapedrero de "La Basílica"

mente las más mínimas reformas en favor del servicio público de los medios, y siempre tuvieron el poder político para derrotar cualquier iniciativa en ese sentido. También son un obstáculo a las innovaciones, la diversidad y la flexibilidad en relación con los intereses de sectores culturales emergentes. La reforma en las comunicaciones debe centrarse en promover la entrada de nuevos actores y nuevas ideas en la elaboración de contenidos y estrategias de articulación del interés público. La posibilidad de mejorar la calidad de programación y estimular la competencia en la producción cultural depende en buena medida del ingreso a la industria de estos nuevos actores económicos. La expansión de la difusión por cable, por ejemplo, abre oportunidades a nuevas concepciones sobre la función de los medios en la sociedad.

9. Para los intentos de reforma del pasado, el poder de crear significados y cultura se asignaba exclusivamente a los productores y transmisores de la comunicación de masas. Se creía que modificando los medios se alteraba el proceso de creación de cultura. Se ignoraba la crucial función creadora de las mediaciones sociales en la familia, el barrio, las múltiples redes informales de discurso, y las diversas instituciones (iglesia, organizaciones culturales, partidos políticos) con las cuales se identifica la audiencia de los medios. La gestión y reforma de las comunicaciones quedaba en manos de expertos y ejecutivos. Los grupos mediadores eran excluidos porque no eran considerados parte del proceso de creación de significados.

10. Otro resultado negativo de las concepciones racionalistas de la reforma planificada fue la falta de atención a las motivaciones del público receptor. El consumidor fue ignorado y no se intentó forjar alianzas con él. La reforma de los medios es un proceso que requiere constante actualización. Se necesitan mecanismos y procedimientos para consultar periódicamente, cada 5 o 7 años, a todos los sectores sociales y culturales. La consulta intentará captar sus ideas y propuestas respecto al desarrollo del sistema de información y comunicación, y las políticas que debieran guiarlo.

La acción reformadora no ocurrirá cuando los planificadores políticos lo deseen. Ocurrirá cuando un suceso coyuntural, quizá melodramático e irra-



Oscar Borrillo, Uruguay

Niño vendedor de diarios en Lima

cional, active como catalista el movimiento de opinión y el interés de los políticos. La reforma no adoptará el lenguaje de una ideología o teoría social en particular, sino que hablará con la voz del pueblo tantas veces contradictoria. El cambio no ocurrirá en una repentina transformación totalizante sino en avances parciales logrados sobre la marcha de lo cotidiano. Por lo menos de esta forma la reforma expresará la filosofía pública de las comunicaciones tal y como se manifieste en las vivencias sociales y la memoria narrativa de los pueblos que cada día tratan de interpretar y comprender el momento moderno en su constante transformación. ●

REFERENCIAS

- Elizabeth Fox, *Días de Baile: El fracaso de la reforma en la Televisión de América Latina*, México: FELAFACS-WACC, 1990.
- Elizabeth Fox (ed.), *Medios de comunicación y política en América Latina*, México, Gili, 1988.
- Diego Portales, *La dificultad de innovar: un estudio sobre las empresas de televisión en América Latina*, Chile, ILET.
- Ana María Fadul y Joseph Stauhaar, "Communications, Culture and Informatics in Brazil: The Current Challenges", en *Transnational Communications: Wiring the Third World*, Sussman and Lent, (ed). Sage Publications, 1991.
- Rafael Roncagliolo (ed.), *Cara al año 2000*, Lima, IPAL, 1992.
- Jesús Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, México: Gili, 1987.
- David Thorburn, "Television as an Aesthetic Medium", *Critical Studies in Mass Communication*, 4 (1987) No 2.
- Robert White, "Cultural Analysis in Communication for Development", *Development*, 1990: 2.
- Jorge González, "Los frentes culturales", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. 1, No 3, Mayo 1987.
- Rafael Roncagliolo, "Latin America and the NWICO", *Media Development*, Vol 39, No 2 (1992).
- Antonio Pascuali, "Shifting the debate: from the academic world to the real world", *Media Development*, Vol 39, No 2 (1992).

La Iglesia Católica ante la revolución en las comunicaciones



AFP Photo

Juan Pablo II en su visita a Brasil, Octubre 1991

El Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales publicó la Instrucción Pastoral Aetatis Novae en la que analiza la revolución en curso en las comunicaciones sociales y su impacto sobre la misión de la Iglesia. El documento trata temas claves para cualquier proyecto de reforma de las comunicaciones y es especialmente relevante al contexto latinoamericano. La propuesta incluye un ambicioso y multifacético plan de acción cuya utilidad excede el ámbito eclesiástico. A continuación reproducimos extractos de este documento.

Los medios de comunicación social han alcanzado tal importancia que para muchos son el principal instrumento informativo y formativo, de orientación e inspiración para los comportamientos individuales, familiares y sociales. (Juan Pablo II, *Redemptoris missio*, 1991).

2. Lo que saben y piensan los hombres y mujeres de nuestro tiempo está condicionado, en parte, por los medios de comunicación; la experiencia humana como tal ha llegado a ser una experiencia de los medios.

I

Contexto cultural y social

3. Valoramos los esfuerzos positivos de colaboración ecuménica en el ámbito de las comunicaciones. Esto empeña a los cristianos a unirse más profundamente en su acción comunicativa y a

concertarse con las otras religiones, respecto a su presencia común en el seno de las comunicaciones.

4. El cambio en las comunicaciones supone, más que una simple revolución técnica, la completa transformación de aquello a través de lo cual la humanidad capta el mundo que le rodea y que la percepción verifica y expresa.

Las comunicaciones sociales tienen consecuencias positivas y negativas sobre el desarrollo psicológico, moral y social de las personas, la estructura y el funcionamiento de las sociedades, el intercambio de una cultura con otra, y la transmisión de valores, las ideologías y las convicciones religiosas.

El entramado de los medios de comunicación con la vida cotidiana influye en la comprensión que pueda tenerse del sentido de la vida. Pesan no sólo sobre los modos de pensar, sino sobre los contenidos del pensamiento.

La realidad corresponde a lo que los medios de comunicación definen como tal; lo que los medios de comunicación no reconocen explícitamente parece insignificante. Así el silencio puede hallarse impuesto de hecho a los individuos o a los grupos ignorados por los medios de comunicación.

Contexto político y económico

5. En muchos casos los sistemas públicos de telecomunicaciones y de difusión han sido sometidos a políticas de falta de normativa y de privatización. Del mismo modo que el mal uso del servicio público puede llevar a la manipulación ideológica y política, así, la comercialización no reglamentada y la privatización de la difusión tienen profundas consecuencias.

En la práctica, y frecuentemente de forma oficial, la responsabilidad pública del uso de las ondas está infravalorada. Se tiende a evaluar su éxito en función del beneficio y no del servicio.

Los intereses de los anunciantes ejercen una influencia anormal sobre el contenido de los medios de comunicación: se prefiere la popularidad a la calidad y uno se alinea en el mínimo común denominador.

La solución de los problemas nacidos de esta comercialización y de esta privatización no reglamentadas no siempre reside en un control del Estado sobre los medios de comunicación, sino en una reglamentación más importante, conforme a las normas del servicio público, así como en una responsabilidad pública mayor.

II

Tarea de las comunicaciones

6. La comunicación es el reflejo de la comunión eclesial y puede contribuir a ella. Dios se comunica definitivamente en el Verbo hecho carne. En consecuencia, la comunicación debe situarse en el corazón de la comunidad eclesial.

7. Los medios pueden ser, a la vez, eficaces instrumentos de unidad y comprensión mutua, y transmisores de una visión deformada de la vida, de la familia, de la religión y de la moralidad, según una interpretación que no respeta la auténtica dignidad ni el destino de la persona humana.

La fuente de determinados problemas individuales y sociales reside tam-

Además de los medios tradicionales en vigor, como el testimonio de vida, la catequesis, el contacto personal, la piedad popular, la liturgia, y otras celebraciones similares, la utilización de los medios de comunicación es esencial para la evangelización.

bién en el progresivo uso de los medios de comunicación en sustitución de las relaciones interpersonales y en la considerable dedicación prestada a los personajes de ficción que presentan esos medios. Los medios de comunicación no pueden reemplazar el contacto personal inmediato ni tampoco las relaciones entre los miembros de una familia o entre amigos. Sin embargo, sí pueden contribuir a la solución de esta dificultad -mediante grupos de discusión, debates sobre las películas o emisiones- estimulando la comunicación interpersonal en vez de reemplazarla.

8. La Iglesia, que trata de dialogar con el mundo moderno, desea poder entablar un diálogo honesto y respetuoso con los responsables de los medios de comunicación.

Comunicaciones y nueva evangelización

11. Además de los medios tradicionales en vigor, como el testimonio de vida, la catequesis, el contacto personal, la piedad popular, la liturgia y otras celebraciones similares, la utilización de los medios de comunicación se ha hecho esencial para la evangelización.

Habrà que dar una particular atención al impacto audiovisual central en las comunicaciones, según el adagio "ver, juzgar, actuar".

La evangelización actual debería encontrar recursos en la presencia activa y abierta de la Iglesia en el seno del mundo de las comunicaciones.

III

Solidaridad y desarrollo integral

13. Ocurre que los medios de comunicación exacerban los obstáculos individuales y sociales que impiden la solidaridad y el desarrollo integral de la persona humana. Estos obstáculos son especialmente el secularismo, el consumismo, el materialismo, la deshumanización y la ausencia de interés por la suerte de los pobres y los marginados.

14. El papel social específico y necesario de los medios de comunicación es contribuir a garantizar el derecho del hombre a la información, promover la justicia en la búsqueda del bien común, y ayudar a las personas, grupos y pueblos en su búsqueda de la verdad.

Los medios ejercen estas funciones capitales cuando favorecen el intercambio de ideas y de informaciones entre

todas las clases y los sectores de la sociedad y cuando ofrecen a todas las opiniones responsables la oportunidad de hacerse oír.

15. No se puede aceptar que el ejercicio de la libertad de comunicación dependa de la fortuna, de la educación o del poder político. El derecho a la comunicación pertenece a todos. La Iglesia debe insistir especialmente sobre su propio derecho al acceso a los medios de comunicación.

IV

Prioridades pastorales

16. La Iglesia deberá tomar medidas para preservar y favorecer los "medios populares de comunicación" y otras formas tradicionales de expresión, reconociendo que, en determinadas sociedades, pueden ser más eficaces para la difusión del Evangelio que los medios de comunicación más modernos, porque posibilitan una participación personal mayor y alcanzan niveles más profundos de sensibilidad humana.

Los medios tradicionales y populares no sólo representan un importante cauce de expresión de la cultura local, sino que también posibilitan el desarrollo de una competencia en la creación y en la utilización de los medios de comunicación.

17. La Iglesia debe seguir desarrollando, manteniendo y favoreciendo sus propios instrumentos y programas católicos de comunicaciones.

Formación de los comunicadores cristianos

18. La educación para las comunicaciones sociales debe formar parte integrante de la formación de los agentes de pastoral y de los sacerdotes. Ellos deberán adquirir las competencias profesionales necesarias en esta materia, así como una formación doctrinal y espiritual.

19. Es preciso que la Iglesia elabore y proponga programas pastorales que respondan con precisión a las condiciones particulares de trabajo y a los desafíos éticos a los que se enfrentan los profesionales de las comunicaciones.

V

Necesidad de una Planificación Pastoral

20. Los obispos y las personas encargadas de decidir el reparto de los recursos de la Iglesia deberán esforzarse por conceder una adecuada prioridad al campo de las comunicaciones, teniendo en cuenta las circunstancias propias de su nación, de su región o de su diócesis.

21. Conviene que las diócesis y las conferencias o asambleas episcopales redacten planes pastorales dirigidos especialmente a los medios de comunicación social, o que examinen y actualicen los planes existentes. Para esto buscarán la colaboración de profesionales que trabajen en instituciones civiles u organismos eclesiales ligados al ámbito de las comunicaciones, incluidos los organismos internacionales y nacionales de cine, radio, televisión y prensa.

ANEXO

ELEMENTOS DE UN PLAN PASTORAL DE COMUNICACIONES

24. Un plan pastoral de comunicaciones debería contener los siguientes elementos:

a) una presentación de conjunto, elaborada a partir de una amplia consulta, y que describa las estrategias actuales de las comunicaciones sociales.

b) un inventario o evaluación de las diferentes clases de público, los productores y directores de los medios estatales y comerciales, los recursos financieros y técnicos, las redes de distribución, los recursos ecuménicos y educativos, y el personal de los medios católicos.

c) una propuesta de estructuración de los medios de comunicación eclesiales. Esta deberá incluir las relaciones públicas, la prensa, la radio, la televisión, el cine, los casettes, las redes informáticas, los servicios de reproducción gráfica.

d) una educación para los medios de comunicación que insista particularmente en la relación entre éstos y los valores.

e) una apertura pastoral de diálogo con los comunicadores, que insista en el desarrollo de la fe y en el crecimiento espiritual.

f) una indicación de las posibilidades de obtener y asegurar los medios de financiación de esta pastoral.

Elaboración del plan pastoral

25. Recomendamos que se constituya un equipo de personal eclesial y profesionales para su elaboración. Esta se desarrollará en dos fases: 1) Investigación y 2) Programación.

26. Investigación. Tres tipos de estudios pueden ayudar a obtener la informa-



En la tercera edad y desalojada en Montevideo

Oscar Bonilla, Uruguay

ción necesaria en la fase de investigación: una evaluación de las necesidades, un examen de la difusión de los medios y un inventario de los recursos propios de la Iglesia, y externos en el mundo empresarial, las industrias y los organismos ecuménicos.

28. Educación. El plan pastoral deberá: a) proponer posibilidades de formación en comunicaciones para todos los que se han comprometido en la actividad de la Iglesia: seminaristas, sacerdotes, religiosos y religiosas, o animadores laicos; b) animar a las escuelas y universidades católicas a proponer programas y cursos relacionados con las necesidades de la Iglesia y de la sociedad en materia de comunicaciones; c) proponer cursos, talleres y seminarios de tecnología, gestión, ética y política de los medios; d) realizar programas de educación y comprensión dirigidos a profesores, padres y estudiantes; e) alentar a los artistas y escritores a transmitir los valores evangélicos en la literatura, teatro, radio, emisiones televisivas y películas recreativas y educativas.

29. Formación espiritual y asistencia pastoral. Los profesionales de las comunicaciones esperan frecuentemente de la Iglesia una orientación espiritual y un apoyo pastoral.

31. Relaciones públicas. La Iglesia necesita una comunicación activa con la comunidad a través de los medios tanto profanos como religiosos. El plan pastoral deberá tender a: a) sostener oficinas de relaciones públicas; b) producir publicaciones y programas de radio, TV, y video de calidad excelente; c) promover premios y otros medios de reconocimiento que animen y apoyen a los profesionales.

32. Investigación. Las estrategias de la Iglesia en comunicaciones sociales deben fundarse en los resultados de una investigación seria. El plan pastoral deberá alentar a los institutos de estudios superiores, los centros de investigación a emprender investigaciones; interpretar y aplicarlas a la misión de la Iglesia; y apoyar una reflexión teológica permanente sobre las comunicaciones, la Iglesia y la sociedad. ●

EL DOCUMENTO COMPLETO PUEDE OBTENERSE EN:
 Libreria Editrice Vaticana
 00120 Città del Vaticano
 FAX (06) 698 4716

LA IGLESIA Y LAS COMUNICACIONES EN AMÉRICA LATINA

ROBERT WHITE

La instrucción pastoral *Aetatis Novae* es el resultado de más de cinco años de consultas con obispos y expertos en comunicación de todo el mundo. Si bien ésta edición celebra el transcurso de veinte años desde la divulgación del documento fundacional *Communio et Progressio*, la propuesta actual difiere mucho de su antecedente.

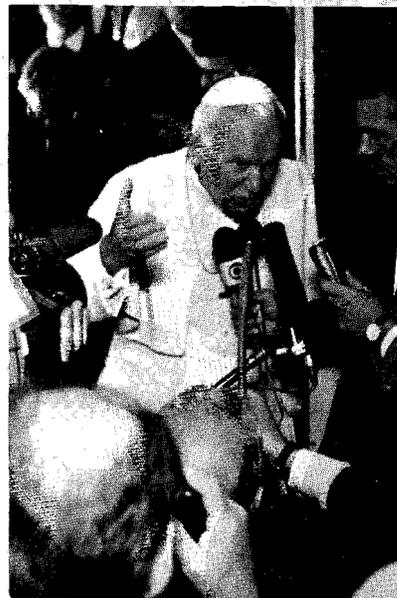
Aetatis Novae es más representativo de las ideas de las "Nuevas Iglesias", y de los puntos de vista de las naciones del sur con sus poblaciones católicas en rápida expansión en África, Asia y América Latina. En particular el documento refleja los cambios históricos en lo pastoral y lo teológico que ocurrieron en América Latina en las últimas dos décadas. Esta declaración política destaca que en los países del sur hay una urgente necesidad de reconocer y defender las culturas regionales y nacionales ante las influencias globalizantes. Por lo tanto *Aetatis Novae* llama a la "defensa de las culturas humanas" (16), e insiste sobre "los medios al servicio de las personas y las culturas" (8).

El documento también reconoce las grandes injusticias en la comunicación y la existencia de una oposición entre los que, en términos del acceso a la información, son ricos y los que son pobres. *Communio et Progressio* —con un optimismo retrospectivamente injustificado— describía a los medios de comunicación como una gran mesa redonda alrededor de la cual se sentaban los pueblos del mundo para discutir e intercambiar ideas. *Aetatis Novae*, en cambio, reconoce que los medios pueden ser descritos con mayor precisión como una mesa donde se sientan sólo los que disponen de información en abundancia, y que accidentalmente dejan caer algunas migajas para los que sufren de una crítica pobreza informativa.

Aetatis Novae plantea la necesidad de "una evaluación crítica de los medios", y señala "la injusta exclusión de grupos y clases del acceso a los medios de comunicación". El documento destaca la "restricción sistemática del derecho fundamental a la información" y denuncia "la generalizada dominación de los medios por élites económicas, sociales y políticas" (12/15).

La recomendación más importante de *Aetatis Novae* es su llamado a que las iglesias dejen de *hablar* acerca de la importancia de la comunicación, pongan manos a la obra y hagan algo al respecto. El documento establece el contenido de un plan de comunicaciones que debe ser parte integral de la planificación pastoral y de acción social de cada diócesis, de cada conferencia episcopal nacional y regional.

El esquema de planificación pastoral sugiere que dentro de muchas partes de la Iglesia se maneja un modelo dialógico de las comunicaciones. Toda la comunidad laica, aquellos con responsabilidades pastorales en las comunidades cristianas, los obispos —todos juntos— deben reflexionar sobre los signos de los tiempos y articular las nuevas formas de la comunicación de "comunidad y participación" a la que apelaba el documento de Puebla. La contribución más importante que puede hacer la Iglesia en favor del desarrollo de una verdadera comunicación en América Latina es promover la comunión y participación en sus propias comunidades cristianas. ●



El Papa Juan Pablo II y los medios

AFP Photo

LA IGLESIA, EL MENSAJE Y EL MENSAJERO

En Aetatis Novae la Iglesia reconoce el poder inédito de las comunicaciones y se propone influirlas desde una actitud de identificación con los más necesitados y marginados. Andrés León Calderón e Iván Rodrigo Mendizábal comentan.



Oscar Bonilla, Uruguay

Niños trabajando en Asunción, Paraguay, 1992

La Iglesia Católica siempre se ha preocupado de la comunicación tanto desde las evangélicas menciones al Verbo, la palabra o el mensaje, hasta como instrumento para la difusión de las ideas, el rito y la vivencia histórica de dos mil años.

La potencia espiritual y aún política de la Iglesia Católica reconoce la trascendencia de la evolución tecnológica de las comunicaciones y su extraordinario impacto sobre la sociedad de fines del siglo XX. Frente a este fenómeno universal e inédito, la Iglesia está tratando de encontrar en la comunicación las respuestas a las circunstancias, a los modelos, las ideologías, la praxis del momento. A la marginalidad de miles de hombres y mujeres condenados a niveles de pobreza crítica. A las consecuencias del consumismo impuesto desde fuera, de la deuda externa que agobia, de la dependencia en todas sus fórmu-

las. La Iglesia busca respuestas que proyecten los valores de las culturas ancestrales y que limiten la invasión de la violencia, de las guerras absurdas transmitidas supuestamente desde el lugar del hecho.

Ética cultural

El documento destaca el poder de influencia de los medios, que afectan la percepción individual y comunitaria y hasta la posibilidad de "fortalecer o destruir las referencias tradicionales en materia de religión, de cultura y de familia". Los medios alteran los conceptos éticos y los valores históricos de los pueblos. La Iglesia reconoce la necesidad de una ética cultural que respete lo histórico, lo étnico, lo íntimamente compartido por los grupos humanos, como forma de mantener su individualidad, su personalidad y su proyección hacia el futuro.

¿Privatización de la información?

Resulta sumamente actual la advertencia que Juan Pablo II hace de los peli-

gros que conlleva el mal uso de los servicios públicos, la comercialización no reglamentada y la privatización. La corriente privatizante preocupa al Pontífice que textualmente manifiesta que en el área de la información "se tiende a evaluar su éxito en función del beneficio y no del servicio", lo cual distorsiona el legítimo derecho de informar y de ser informado. La propuesta intenta evitar los extremos de una comunicación estatuante dirigida políticamente, o de una acción simplemente comercial de propaganda interesada.

La necesidad de una política de comunicación amplia, democrática y científica, aflora en el texto que estudiamos, reviviendo aquella vieja discusión tan querida en los años sesenta, que demandaba la instauración de un esquema de comunicaciones que garantice la comunicación, el diálogo y la relación equilibrada entre emisores y públicos.

El documento insiste en que los medios de comunicación deben respetar y participar en el desarrollo integral de la persona. Esta es una postura distinta de

la dominante porque al identificarse con el pueblo rompe con la comodidad, la pompa y el homenaje, la postura prepotente del que todo lo sabe. Es distinta en cuanto orienta toda la capacidad profesional y la vocación de servicio hacia los grupos sociales que más necesitan y hace del individuo parte de una comunidad, a la cual se debe.

La Instrucción Pastoral plantea los retos actuales de la comunicación en cuatro grandes acápites:

- La necesidad de una evaluación crítica, que parte de una actitud positiva y abierta hacia los medios de comunicación.
- Solidaridad y desarrollo integral, en base al concepto de que la comunicación es el camino privilegiado para la creación y la transmisión de la cultura.
- Políticas y estructuras que garanticen el intercambio de ideas y la posibilidad compartida por todos de ser oídos en las propias iniciativas y necesidades.
- Defensa del derecho a la información y a las comunicaciones, que no puede depender del poder sino que es un bien universal.

Por cierto, el documento va más allá, y se dirige a aspectos internos del quehacer comunicacional de la Iglesia en cuanto a sus prioridades pastorales, llegando inclusive a la determinación de un instructivo moderno que contiene los elementos de un plan de acción de los comunicadores cristianos.

Conclusiones

El documento concluye que para que la Iglesia pueda interpretar los signos de nuestro tiempo y realizar su misión profética debe estudiar y evaluar el recto uso de la tecnología y medios de comunicación.

Estos signos son los de la miseria, la dominación, el analfabetismo, las carencias de salud, la drogadicción y tantos otros que hunden al hombre en el terror y la angustia. Pero son también la rebeldía, la búsqueda de una auténtica liberación, la solidaridad y el compromiso.

Esa búsqueda de la utopía de la esperanza y solidaridad humana debe ser el objetivo principal de la comunicación, sus teorías y medios. ●

CREAR CONCIENCIA SOCIAL

A *etatis Novae* retoma lo que en su momento MacLuhan definió como la aldea global, caracterizando al mundo de la comunicación como "el primer aerópago del mundo moderno".

El aerópago es un espacio, una asamblea, un tribunal de confluencias variadas, de múltiples voces sociales pero también fragmentaciones por la fuerza de los instrumentos tecnológicos que hacen que las voces y sus actores se amplifiquen al universo.

El potencial tecnológico, inocuo en su propósito, sirve para este mundo de las comunicaciones como instrumento de formación de nueva conciencia social. Entonces la comunicación, sin ser necesariamente el acto de entrega y de amor que señala el documento pontificio, es sobre todo un acto de mediación social.

Aetatis Novae, precisa la misión del comunicador como un dinamizador de esa conciencia nueva que nace del hecho comunicacional. Y va más allá señalando la necesidad de inculturar los medios, es decir, comprender, introducirse y expresarse a través de ellos, probablemente hacerlos propios.

Andrés León, en su texto señala que la "iglesia está tratando de encontrar en la comunicación las respuestas a las circunstancias, a los modelos, a las ideologías, a la praxis del momento". De acuerdo a nuestra lectura, tal aseveración es imprecisa porque "en" la comunicación (en ese contexto del documento, medios-tecnología) no hay respuestas sino validaciones de actos concretos y por lo tanto afirmaciones, cuyo impacto busca seguir creando conciencias sociales.

El documento pontificio prepara el camino para esbozar políticas institucionales en el seno de la Iglesia para afrontar con más decisión el tema de la comunicación como bien público y social, de servicio y de entrega hacia la comunidad. ¿No será acaso éste un reconocimiento implícito de las formas de organización incluso ideológica de los sistemas de medios que han sabido vencer -por lo menos en muchos de nuestros países latinoamericanos- la hegemonía del Estado?

El documento, a diferencia de lo que señala León, más bien define la comunicación desde el impacto y no tanto desde los procesos comunicativos. Es decir, hace muy poca referencia a aquellos procesos donde la organización social ha logrado configurar otro tipo de medios, horizontales, participativos y no necesariamente masivos. El video llamado popular, las radios comunitarias, la televisión por cable, los periódicos barriales, son promovidos por sectores de base de la Iglesia. Estas son experiencias contraculturales, es decir, exceden la simple definición de los medios de masa ligado al desarrollo de la tecnología.

La *Aetatis Novae* refleja en sí misma la posición de una Iglesia diferente que está comenzando a enfrentar sus oposiciones internas. Más que teorizar, plantea líneas concretas de acción frente a la realidad de los medios de comunicación de cara a las culturas actuales. Paradójicamente, mientras el Pontificio Consejo para las Comunicaciones del Vaticano emite este documento pragmático de acción, la Congregación para la Doctrina de la Fe saca a luz otro documento que reglamenta y sugiere encarar con más cuidado la producción y publicación de textos que se enfrenten con la moral y la praxis cristiana: por ello una lectura del documento pontificio desde la perspectiva de esa otra Iglesia, la popular, para muchos alimentada o nacida de la teología de la liberación, es quizá más que un acierto, una expresión de deseo. ●

IVAN RODRIGO MENDIZABAL, Secretario General de OCIC-AL. Organización Católica Internacional de Cine para América Latina

Se comunican los investigadores

En agosto último se reunieron en Brasil los investigadores de la comunicación de América Latina y del mundo. La amplitud de la participación y la diversidad de temas y enfoques son indicios del desarrollo y dinamismo de la profesión.



Oscar Bonilla, Uruguay

Sacando brillo a la información

Los profesionales de todos los dominios poseen sus vocaciones, tradiciones y ritos tribales. Entre ellos figuran los congresos internacionales y los *papers*. También el uso de barbarismos tomados del inglés, que ya es un genuino latín contemporáneo.

En agosto último nos tocó el turno a los llamados investigadores de la comunicación. El término "comunicólogos" atenta contra la eufonía. Digamos que se trata de un objeto de estudio, quizás una disciplina, incipiente, en proceso de constitución. Lo cierto es que tuvimos nuestro Primer Congreso Latinoameri-

cano de Investigadores de la Comunicación. E inmediatamente después, y como es costumbre bianual, la Conferencia Mundial de la Asociación Internacional de Estudios e Investigaciones sobre la Información, IAMCR/AIERI.

El encuentro latinoamericano se realizó en Embú-Guacú y el mundial en Guarujá. El primero es un poblado de la periferia de Sao Paulo; y Guarujá, un agradable balneario, vecino al puerto de Santos. Nuestros anfitriones brasileños, que asumieron con éxito el colosal esfuerzo de organización, optaron por la paz de los alrededores de la metrópolis.

En ambos eventos hubo de todo un poco. Sin embargo, varios elementos merecen ser destacados, sobre todo de

cara al futuro, y en estos tiempos de cambios de siglo y de milenio.

Embú-Guacú

Fundada hace más de diez años en Caracas, la historia de ALAIC está asociada y asida a los debates internacionales de aquellos tiempos. No es casualidad que ella nazca casi al mismo tiempo que la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) y la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP). Pero los investigadores de la comunicación eran pocos y dispersos. Salvo algunos grupos nacionales sólidos, como INTERCOM en el Brasil, sus asociaciones nacionales se caracterizaban por anémica vida y precaria salud.

RAFAEL RONCAGLIOLO, peruano. Director del Instituto para América Latina, IPAL

Durante muchos años, ALAIC intentó despegar con muchas dificultades. Sus primeros presidentes, Luis Aníbal Gómez, Jesús Martín-Barbero, Oswaldo Capriles, Patricia Anzola, nadaron meritoriamente contra la corriente, en el esfuerzo por crear una entidad académica regional en un marco de desconcierto y de fracaso de las políticas nacionales de comunicación, que agitaron la década de los setentas.

Todo esto duró hasta el Congreso de IAMCR/AIERI en Barcelona (1988). Entonces, en una reunión informal, los brasileños asumieron la tarea de su reconstitución. Hubo una asamblea previa en Florianópolis y ahora el primer Congreso.

Lo que realmente importa es la representación y la calidad del Primer Congreso de Embú-Guacú. El Congreso se dedicó al tema de la comunicación y el libre comercio. Las cincuenta y cuatro ponencias registradas, como es natural de variada calidad, provinieron de más de diez países de la región, y también de España, Gran Bretaña, Italia y los Estados Unidos de América. Algunos países, como México y Perú, enviaron delegaciones numerosas. Otros, como Argentina, Bolivia, Chile y Uruguay estuvieron sub-representados, tanto por el número de investigadores, como si se atiende a la alta calidad de su producción.

Lo más importante fue la novedad en la elaboración de marcos conceptuales y/o metodológicos, sino la apertura de nuevos problemas y áreas de investigación, en particular plurinacionales. Haber reunido un centenar de investigadores para una discusión académica polifacética es el mérito principal, aunque no único, de la Presidencia de José Marques de Melo en ALAIC. Su sucesor, el mexicano Enrique Sánchez Ruiz, junto con la nueva Directiva, estarán, sin duda, a la altura de esta herencia.

No fue sólo un encuentro académico. Se avanzó en varios trabajos de coordinación que apoyarán el desarrollo de la investigación. Menciono sólo dos reuniones prácticas en Embú-Guacú: las de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura y la de COMNET-AL, Red Iberoamericana de Centros de Documentación en Comunicaciones.

Asistimos, en suma, a un salto adelante en la articulación plural de los investigadores latinoamericanos en comunicaciones.

Guarujá

Clausurado el Congreso de ALAIC, y rendido el merecido homenaje al uruguayo Mario Kaplún por sus cincuenta años como comunicador, el grupo latinoamericano emprendió la ruta a Guarujá. El 18 de agosto se inauguró allí la décima octava Conferencia Científica de AIERI/IAMCR; la tercera en América Latina, después de las de Buenos Aires (hace treinta años) y Caracas (hace diez). El tema en Brasil fue un poco gaseoso: comunicación para un mundo nuevo. Sus contenidos, sin embargo, reflejaron un extraordinario progreso en la investigación mundial sobre comunicaciones.

El discurso principal de Fernando Henrique Cardoso (todavía no Canciller del Brasil), reveló una perspectiva latinoamericana de continuidad con los ejes de la teoría de la dependencia y creatividad para enfrentar las nuevas situaciones, como su propia biografía lo sigue anunciando.

AIERI/IAMCR sale de Guarujá consolidada como la organización internacional de los investigadores de la comunicación. Su excelencia académica reposa simultáneamente sobre su capacidad para convocar a académicos de todas las latitudes geográficas y teóricas, y sobre su eficiencia para establecer un diálogo científico universal y prospectivo.

Más aún: la presencia latinoamericana, y latina en general, se acrecentó notablemente. Reflejo de ello es la elección de numerosos latinoparlantes en su Consejo Internacional, y también la constitución de un nuevo organismo que agrupa a los investigadores de la comunicación de expresión latina. Este se funda, no sobre ninguna voluntad aislacionista, sino en la comunidad de problemas y enfoques de los investigadores del mundo latino.

Por último pero no menos importante: durante la Conferencia se reunió por cuarta vez la Mesa Redonda McBride, que agrupa a un conjunto de investigadores y profesionales, de todas partes del mundo, interesados en los ideales de la pluralización, libertad y democratización de las comunicaciones. Son señales de que las cosas caminan en todos los frentes. ●

NUEVOS DIRECTIVOS DE ALAIC

La Asamblea de ALAIC eligió a los nuevos dirigentes para el trienio 1992-1995.

Estos son:

Presidente - Enrique Sánchez Ruiz (México)

1er Vice Presidente - Luis Peirano (Perú)

2do Vice Presidente - Margarida K. Kunsch (Brasil)

1er Suplente - Marcelino Bisbal (Venezuela)

2do Suplente - Raúl Fuentes Navarro (México)

3er Suplente - Ricardo Sol (Costa Rica)

El Segundo Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación se realizará en 1995 en Guadalajara, México.

SEDE DE ALAIC:

Universidad de Guadalajara

Centro de Estudios de la Información y la Comunicación

Paseo Poniente 2093 - Jardines del Country

Apartado Postal 6-216

Guadalajara, Jalisco, México

Tel. (52-3) 623 7505 y 623 7631

Avances en la investigación de las comunicaciones

JOSE MARQUES DE MELO

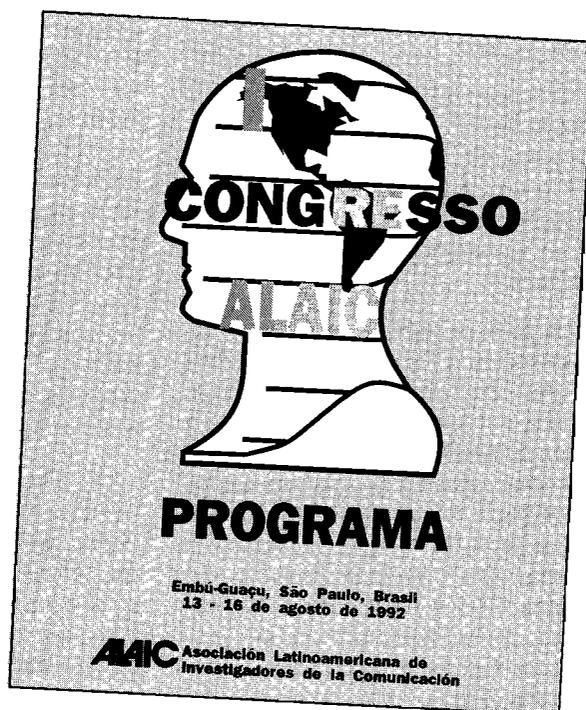
El Primer Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación culmina un proceso intelectual iniciado en Caracas, en 1978, cuando se fundó ALAIC. Desde entonces, líderes de nuestra comunidad científica (Luis Aníbal Gómez, Jesús Martín-Barbero, Oswaldo Capriles y Patricia Anzola) buscaron formas de aglutinar a los investigadores de la región dedicados a registrar, interpretar y pronosticar sobre los fenómenos de la producción simbólica en América Latina, principalmente aquellos vinculados a la comunicación de masas y la industria cultural.

Durante su primer quinquenio de actividades, ALAIC vislumbró un momento de efervescencia de los movimientos sociales en nuestro continente y participó de ellos activamente contribuyendo para delinear las políticas nacionales de comunicación e impulsar un nuevo orden de la información y de la comunicación. Lamentablemente, ALAIC no había alcanzado la solidez suficiente para afrontar la crisis causada por la recesión económica de la segunda mitad de los años 80, y por el reflujo político desencadenado con el fracaso de las experiencias socialistas en Europa del Este.

En 1988 un grupo de latinoamericanos reunidos en Barcelona, durante el XVI Congreso de AIERI/IAMCR, decidió revivir emblemáticamente su peculiar espacio de diálogo académico y de proyección internacional. La tarea de reconstrucción fue confiada a los investigadores brasileños y respaldada decisivamente por los investigadores mexicanos, a través de sus entidades representativas -INTERCOM, AMIC y CONEICC. La organización enfrentó dos obstáculos: 1) la desmovilización intelectual provocada por la inserción de los investigadores en la reconstrucción democrática en la mayoría de los países latinoamericanos, y acentuada por la desorientación ligada al fin de la Guerra Fría; 2) la escasez de recursos financieros para actividades de naturaleza académica, en una coyuntura de desmantelamiento de los sistemas dependientes de las fuentes estatales y para-estatales.

ALAIC buscó viabilizar su reconstrucción, cimentándose en una estructura auto-sustentada, incentivando a los investigadores a optimizar los recursos disponibles en las propias instituciones universitarias, superando la fase de dependencia atroz del engranaje gubernamental o de las agencias internacionales. Sin rechazar la colaboración de esas fuentes, ALAIC buscó movilizar los recursos de sus propios asociados. El resultado fue alentador.

JOSÉ MARQUES DE MELO, brasileño. Es Director de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo, ECA-USP, y fue Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC, desde 1988 hasta 1992.



Se generaron iniciativas de auto-financiamiento, aumentó la auto-confianza, la independencia y la democratización de oportunidades, según la competencia de cada miembro.

Desde el punto de vista científico, hubo un avance considerable en el panorama de la investigación latinoamericana de comunicación. Los indicios de pionerismo y de vanguardia, que habían sido valorizados por colegas norteamericanos y europeos, como Emile McAnany, Robert White, Philip Schlesinger, Kaarle Nordstreng y Miquel de Moragas, se mantuvieron vivos en esa etapa de crisis, reforzados por el surgimiento de una nueva generación de investigadores de notable amplitud intelectual. Gradualmente se superaron las amarras ideologizantes o los condicionamientos políticos a los que estuvieron ligados los fundadores del campo en nuestro continente.

El ejercicio del pluralismo teórico y la práctica del diálogo constructivo ha forjado positivamente la nueva generación. También se reforzó la identidad de la comunicación como área académica con legitimidad universitaria y un perfil metodológico propio consecuente con la naturaleza singular de los objetos investigados. La disciplina se aleja del marco sociológico o lingüístico dominante en otros tiempos y afirma sus propios caminos descriptivos e interpretativos, sin por eso desechar la cooperación entre disciplinas o la asimilación de paradigmas transdisciplinarios. ●

LOS DESAFIOS DEL LIBRE COMERCIO

La adopción del modelo de libre comercio plantea en América Latina enormes desafíos en lo que concierne a las comunicaciones y la cultura. Vale preguntarse, si no son, en cierta manera, desafíos compartidos por todas las partes, y precisar quiénes son los desafiados.

La firma del tratado de libre comercio en América del Norte, genera fuertes críticas en Canadá y los Estados Unidos. Estas críticas se parecen notablemente a las que se escuchan en México y en el resto de América Latina. Tanto en el norte como en el sur la oposición a la apertura comercial expresa sus temores ante la eventual pérdida de control nacional sobre los flujos de bienes, servicios, símbolos y personas. También a todos preocupa la pérdida de su identidad cultural.

Para contestar la pregunta sobre quiénes están siendo desafiados hay que hacer un poco de historia. El modelo de sustitución de importaciones en el cual el estado jugaba un papel de protector de las industrias nacionales, o sea, el modelo que hoy en día cede lugar al de libre comercio, en gran medida nunca

ELIZABETH FOX, estadounidense. Autora de *Medios de Comunicación y Política en América Latina*, y editora de *Comunicación y democracia en América Latina*.



Oscar Bonilla, Uruguay

Vendedor en las calles de Santiago, Chile

funcionó en América Latina en materia de cultura y comunicaciones. El modelo proteccionista no funcionó a pesar de los esfuerzos históricos de ciertos sectores políticos para proteger y beneficiar los procesos de comunicación y cultura endógenas y en favor de sus funciones de servicio público. Por ejemplo, recordamos el apoyo que dieron los estados de México, Argentina, Colombia, Perú y Venezuela a las industrias nacionales de cultura incluyendo a la publicidad nacional. Se hicieron también esfuerzos para apoyar a los periódicos nacionales y regionales a través de la distribución y subsidio del papel periódico, y múltiples esfuerzos regionales de crear instituciones de intercambio de información y

cultura como ALASEI, ASIN, ULCRA, y la misma ALAIC. Todos se crearon con algún apoyo de los Estados.

A pesar de estos esfuerzos, sin embargo, el papel de un estado protector o paternalista, (con notables excepciones en programas de apoyo a la cultura de élite o a actividades de corte folclórico) fueron poco efectivos en cumplir las disposiciones múltiples que quedaron escritas en las leyes y constituciones de la región. El sexto plan de comunicación del presidente Herrera en Venezuela, por ejemplo, y las medidas del Presidente Monge de Costa Rica, el plan de comunicación para el desarrollo del Presidente Borja del Ecuador, todos quedaron en el tintero por falta de con-

senso o de voluntad política, o por los cambios electorales.

Ha sido ampliamente documentado que durante la época del auge del modelo del Estado protector y el de sustitución de importaciones fue cuando ocurrió la mayor penetración de productos y capitales extranjeros, principalmente norteamericanos, en los medios de comunicación de la región, aquellos gigantes como *Globo*, *Televisa*, y *Venevisión* que eran y son obviamente capaces de competir en cualquier mercado mundial.

El crecimiento de estos gigantes latinoamericanos, ocurrió con apoyo estatal. El Estado muchas veces por sus políticas de otorgamiento de licencias, o para dar beneficios políticos a algunos, ayudó a crear estos monstruos de los medios modernos en América Latina y el mundo. Sólo en algunos casos excepcionales como en Chile y Colombia no se crearon monopolios o oligopolios

nacionales de los medios. Hoy podemos afirmar que los grandes medios privados de la región no tienen nada que temer del libre comercio. Seguramente se beneficiarán con el nuevo modelo y con la globalización de la cultura.

Entonces, ¿a quién desafía el nuevo modelo de libre comercio? No amenaza a las industrias públicas nacionales de comunicación y cultura que ya están casi desmanteladas después de años de negligencia estatal y oposición por parte de los medios comerciales. Tampoco afectará a los grandes medios latinoamericanos capaces de competir a nivel mundial.

Nuestra hipótesis es que es el consumidor y la comunidad de receptores que están siendo desafiados. El individuo y la comunidad de receptores recibirán el impacto directo de la apertura de las economías al comercio internacional y son los que están más desprotegidos.

Así como el Estado protector en general no funcionó para los medios de comunicación y la cultura de la región, tampoco el Estado asistencial sirvió para proteger una filosofía y una práctica de servicio básico o público aplicada a las comunicaciones.

Debemos prestar atención a la situación del consumidor, receptor o público de las comunicaciones. Esa es la zona y el tema en el que deben centrarse las investigaciones para estudiar el desafío que plantea el libre comercio. La intención es asegurarnos que funcione el otro lado del nuevo modelo económico llamado liberal, que se respeten y se protejan los derechos de los consumidores. El pluralismo, la diversidad, el servicio público y un mercado competitivo son también derechos básicos del liberalismo que entra en la región, y son derechos que debieran poder cruzar las fronteras con igual facilidad que los bienes y servicios. ●

ENTRE LA NOSTALGIA Y LA RENOVACION

En comunicaciones todo ha cambiado tanto y tan rápido que muchos investigadores no logran aún recuperarse del naufragio y asirse a un referente conceptual y anímico con el que se sientan políticamente a gusto. Por lo menos esa es la impresión que recibió el observador invitado cuya ventaja radica en que nadie puede acusarlo de ser comunicólogo.

El Primer Congreso de ALAIC se realizó en una suerte de convento en las afueras de São Paulo, un sitio austero en el que aparentemente no se acostumbra mirar televisión. En ese espacio neutral y ajeno los asistentes al Congreso manifestaron sin timidez, aunque quizá sin querer, la ambigüedad que sienten respecto a las prioridades de su profesión. En cada participante parecía mezclarse la nostalgia por una clara identidad ideológica perdida o escondida, con la confesión autocrítica y el bosquejo de un nuevo estilo aplicado a temas y sujetos definidos con más amplitud y menos prejuicios. Cada vértice de ese triunvirato existencial parecía turnarse en el dominio del comportamiento de cada cual. En los debates los colegas que parecían conocerse de toda la vida se turnaban en personificar uno u otro componente de la alternante identidad colectiva. La hora del día, las oscilaciones del bioritmo, o la diferencia entre el efecto de un café y el de una caipirinha podía cambiar el énfasis de una intervención o el curso de un debate de uno a otro rincón del pugilismo teórico.

Algunos se sentirán ofendidos por esta implícita calificación de veletas profesionales. Pero no es ofensa, al contrario, la flexibilidad puede ser un valioso atributo. La ambigüedad es propia de la conciencia colectiva en transición. Es sano reconocer que el proceso no termina y que seguimos buscando las síntesis que nos dejen trabajar y vivir en paz con nuestras múltiples personalidades: militantes justicieros, samaritanos posmodernos, liberales neoconvertidos, científicos desprejuiciados, y magistrales bailarines de la rumba institucional y el danzón académico.

El problema no es la ambigüedad en sí misma. La dificultad resulta de la parálisis que impide al investigador relacionarse con soltura con los protagonistas de lo que se propone estudiar. Les resulta engorroso acortar la distancia que los separa de los medios y su gente, y del público/pueblo con sus gustos arrabalerados y su conciencia confusa y contradictoria. Hacia ellos los investigadores parecían tímidos, culposos, por momentos avergonzados. Los miraban con perspectiva de astrofísicos, con un interés desconfiado o idólatra, similar al que muchos sienten hacia los encuentros cercanos del tercer tipo. El observador sentía vértigo ante el espacio que separaba al investigador de quienes componen los procesos que describe, mide, o juzga. El visitante teme equivocarse y que su impresión sea sólo una proyección del aislamiento propio del que curiosear los ritos de una fraternidad muy unida por el pasado compartido y la hostilidad o benevolencia del presente.

GINO LOFREDO

Asdrúbal de la Torre:

CIESPAL Y LA TRANSFORMACION DE LAS COMUNICACIONES



Han transcurrido 33 años desde la fundación de CIESPAL. En 1959 hubiera sido imposible imaginar los cambios que ocurrieron desde entonces en las comunicaciones sociales: en los medios y la tecnología, en los comunicadores y periodistas, en las teorías y los estilos periodísticos, en el público y las ciudadanías, en el contexto político internacional. Preguntamos al Dr. Asdrúbal de la Torre, Director General de CIESPAL sobre la ubicación de la institución en este fin de milenio tan lleno de sorpresas.

Asdrúbal de la Torre: Los cambios trascendentales en la comunicación ocurrieron precisamente en estas tres últimas décadas coincidiendo con la iniciación de las actividades de CIESPAL. La Institución estuvo presente desde el comienzo en esa transformación. Los profesores e investigadores que participaron en ella, formaron parte del equipo de docentes de CIESPAL. Este grupo de comunicadores con seguridad son reconocidos en la actualidad, como los gestores del gran cambio de las comunicaciones en América Latina. Durante estos 33 años nunca nos apartamos de este proceso renovador.

Gino Lofredo: Al comienzo CIESPAL era una organización de vanguardia haciendo trabajo de pioneros. Era una de las pocas en América Latina dedicada exclusivamente a las comunicaciones. Hoy operan en América Latina cerca de 300 Facultades y decenas de Centros de Investigación especializados en comunicaciones. Cuando se comenzó

a publicar *Chasqui* era quizá la única revista dedicada al tema. Hoy se editan un centenar en todos los países de la región. ¿No se necesita redefinir las funciones de CIESPAL?

Hace treinta años, las escuelas de comunicación eran casi desconocidas en la región. De alguna manera CIESPAL suplía esa carencia. Muchos profesores no eran graduados de facultades de comunicación. Eran autodidactas o venían de otras disciplinas. CIESPAL contribuyó a la concepción y organización de muchas escuelas de comunicación. Participó en la elaboración curricular. En ocasiones compartió su cuerpo docente a la vez que mantuvo un intenso programa de publicaciones que sirvieron como textos universitarios. De esta función inicial pasó gradualmente a centrarse en la formación de posgrado para profesores universitarios.

Realizó y apoyó las investigaciones, desarrolló un centro de documentación actualizado y reforzó su departamento de publicaciones con la edición de la revista *Chasqui*.

El actual ámbito académico se apoya en un selecto grupo de docencia tanto nacional como internacional, en sus expertos de planta que dirigen departamentos especializados y en una infraestructura que le permite realizar con solvencia sus tareas. Considero que en la actualidad CIESPAL mantiene una relación destacada en el entorno institucional de las comunicaciones, con un grupo amplio y maduro de escuelas, profesionales, medios, investigadores y organizaciones internacionales dedicadas a las comunicaciones.

¿Cuáles son las actividades en que CIESPAL se distingue y destaca? ¿En qué áreas tiene una ventaja comparativa respecto a las demás instituciones?

La ventaja de CIESPAL es que siempre procuró trabajar con capacitadores especializados y tecnologías de punta en sus programas de formación. Además, sus becarios siempre fueron profesionales a nivel de posgrado, escogidos por su capacidad y experiencia. Esto hizo

que no entre en competencia con ninguna otra organización de comunicaciones en América Latina. CIESPAL participó en apoyo a muchos proyectos conjuntos. Tácitamente se ha producido una división de trabajo en el ámbito de las organizaciones dedicadas a las comunicaciones sin que se haya producido interferencia entre unas y otras. Por el contrario, hoy comienzan a complementarse. En las reuniones internacionales no se producen grandes divergencias. Más bien se nota un espíritu de colaboración y el surgimiento de un nuevo grupo de especialistas en comunicaciones en la región.

¿Usted no considera necesario la especialización de funciones entre las instituciones? El espectro de temas y

actividades se ha ampliado tanto que parece imposible que alguien pueda abarcarlo todo.

De hecho, existe ya una especialización institucional. Esta es necesaria, positiva e inevitable, pero debemos proceder con cautela para no caer en un estancamiento. La excelencia académica es una prioridad en CIESPAL. Con el avance tecnológico, la evolución de los medios y de las comunicaciones en general, sin un rigor académico en la enseñanza y la capacitación profesional es muy difícil que la institución pueda conservar su posición. Esta, por lo tanto es una preocupación constante y una de las metas principales.

La investigación en las comunicaciones es hoy un campo de enorme

amplitud geográfica, temática y cultural. ¿Cómo puede participar CIESPAL en proyectos de alcance continental?

CIESPAL ha sido pionera en la investigación. Hay trabajos que se han convertido en modelos dentro de la región. La participación de comunicadores, en su mayoría ex becarios de la institución, nos ha permitido realizar proyectos de investigación a nivel continental. Por otro lado no veo la dificultad de apoyar nuevos proyectos dispersos geográficamente siempre y cuando se puedan identificar fuentes de recursos económicos dispuestas a cooperar con esta actividad. Contamos con una red de informadores bien capacitados en la mayoría de países de América Latina.

La institución asigna especial importancia al trabajo en capacitación y producción de programas de radio. ¿Podría CIESPAL tener su propia emisora, cultural educativa o de formación a distancia en onda corta o por satélite para llegar a los centros de investigación y docencia de toda la región?

En realidad hemos pensado en esa posibilidad, pero a su vez creemos que CIESPAL no debe diversificar o dispersar sus actividades. El eje de nuestro trabajo es la capacitación. El crecimiento en recursos humanos ha sido siempre modesto. El manejo de una emisora de radio significaría aumentar el personal técnico, de servicios y por lo mismo el presupuesto, además, nos apartaríamos de las funciones para las que fue creada la institución.

La radio participativa, popular, comunitaria ha sido uno de los temas de constante interés en CIESPAL. En los últimos años proliferaron las radios comunitarias de corto alcance, a veces emitiendo sin el permiso de las autoridades. Se trata de un fenómeno masivo. ¿Cómo puede relacionarse CIESPAL con este proceso?

La experiencia nos permite señalar que la radio comunitaria rural y urbano-marginal tiene enorme importancia en especial en aquellos sectores de población donde el acceso a la comunicación es limitado y aún inexistente.

Una actividad de esta naturaleza, ejecutada a base de acción comunitaria, tiene muchas ventajas: interés y

SEMINARIO SOBRE MERCADEO SOCIAL

Responsables de la salud en los países de América Latina, comunicadores y periodistas, se reunieron en Quito, entre el 19 y el 23 de octubre, con el propósito de abordar temas relacionados con el mercadeo social. Se analizaron diferentes metodologías y técnicas de mercadeo para aplicarlas en proyectos de desarrollo en el área de la salud.

Por otra parte, entre el 26 de octubre y el 23 de noviembre se realizará un segundo seminario, dirigido a los responsables de operacionalización de programas de salud. Las dos actividades son auspiciadas por la Academia para el Desarrollo Educativo y CIESPAL.

TALLER DE PEQUEÑOS FORMATOS RADIOFONICOS PARA PROFESORES UNIVERSITARIOS

Doce profesores del área de radio de las Universidades de Argentina, Bolivia, Cuba, Ecuador, El Salvador, México, Perú y Venezuela, se encuentran en Quito para realizar el Curso-Taller Internacional de Producción de Pequeños Formatos Radiofónicos, sobre Mujer y Desarrollo, organizado por CIESPAL con el auspicio de NUFFIC de Holanda.

Tendrá una duración de seis semanas y permitirá a los docentes universitarios trabajar con formatos dramatizados como charlas, adaptaciones, radioteatros y radionovelas, que serán abordados por Walter Alves, Francisco Ordoñez y Alejo Luna.

ENCUENTRO DEL CONO SUR PARA DIRECTORES DE INFORMATIVOS DE TV

Del 11 al 13 de noviembre, en Santiago de Chile, CIESPAL y la Fundación Friedrich Ebert de Alemania, realizarán el Primer Encuentro subregional Cono Sur para Directores de Informativos de TV y Representantes de las empresas nacionales de telecomunicaciones.

Es el segundo encuentro de este tipo que se realiza en esa zona de América Latina. Asistirán representantes de Argentina, Uruguay, Paraguay y Chile. El mismo se encuentra dentro del plan de búsqueda de un mayor y mejor intercambio de noticias de TV entre los países del continente.

“apropiación” del proyecto. Fortalecimiento de la organización comunitaria a través de la posibilidad de convocatoria. Recuperación de la identidad del grupo y desde luego la integración de estos sectores a la problemática social, económica y política del país. Las radios comunitarias potencialmente pueden ser una solución al problema del aislamiento de las poblaciones rurales, los grupos indígenas, e incluso de los sectores urbano marginales.

Usted señaló el interés de CIESPAL en fortalecer sus programas de posgrado. Sin embargo ante la especialización en las comunicaciones hay multiplicidad de programas. ¿Cuál sería el eje de estos programas en CIESPAL?

En nuestros países inquilinos del subdesarrollo, no podemos darnos el lujo de capacitar profesionales en destrezas que no ayuden a la superación de las carencias de nuestros pueblos. En nuestros cursos, talleres y seminarios trabajamos con temas de interés social: la mujer, el niño y la familia; la salud y la prevención; la protección del ambiente.

¿Estima usted que CIESPAL ofrecerá en los próximos diez años un programa de maestría o de doctorado en comunicaciones?

Serán pasos graduales y meditados. Para el efecto estamos conversando con varias universidades internacionales. Por ejemplo, con la Universidad de Tulane procuraremos iniciar a finales de 1993 un curso anual de tres meses sobre la comunicación y la movilización social. Este programa de posgrado sería coauspiciado por UNICEF que tiene un interés constante en las campañas en defensa del niño. En igual forma gestionamos relaciones con universidades latinoamericanas, pudiendo citar entre otras, la Universidad Andina. Con Johns Hopkins University iniciaremos un programa de investigación de la comunicación alternativa, en el primer semestre de 1993.

Los medios de comunicación privados están haciendo su propia capacitación según sus necesidades empresariales. Ellos invierten grandes recursos. Traen especialistas internacionales para formar su personal y disponen de una capacidad instalada

en tecnología a las que pocas instituciones de enseñanza pueden acceder. ¿Intenta CIESPAL estrechar las relaciones con las empresas de la industria cultural y de comunicaciones?

Es posible. Estamos trabajando en ello. CIESPAL ha realizado investigaciones sobre los medios de comunicación, sabemos quiénes son y cómo funcionan. ¿Por qué no trabajar con ellos? Sin embargo, los medios de comunicación privados deben sujetarse a las regulaciones de CIESPAL que exige a sus becarios título de profesional en comunicaciones, debidamente reconocido por las organizaciones gremiales.

¿Qué diría usted a los docentes, a los que orientan la evolución de las facultades de comunicación respecto a las necesidades de la formación profesional y la dirección de los cambios que se requieren?

Muchos programas de las universidades latinoamericanas, por desgracia están alejados de la realidad social de nuestros países. Reitero la necesidad de amoldar el currículum de las universidades a las necesidades de desarrollo. En apariencia muchas facultades de comunicación preparan profesionales para trabajo en los medios. Pero los índices de desocupación aumentan. Frente a esto, los sectores marginales de población rural y urbana requieren comunicadores que puedan utilizar adecuadamente la comunicación para fomentar la organización y el desarrollo comunitario.

Son las organizaciones internacionales como UNICEF, FAO y las ONGs las que debieran promover esta formación de comunicadores para el desarrollo. CIESPAL mantiene buenas relaciones con todas ellas. ¿Cree usted que existe la voluntad y los recursos para apoyar la formación especializada de comunicadores para el desarrollo?

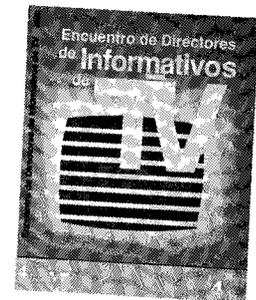
Son incontables los proyectos de desarrollo que han fracasado al no incorporar estrategias de comunicación adecuadas a las necesidades de los públicos beneficiarios. Esto es, ampliamente reconocido. Hay una lamentable historia de autoritarismo donde se ha querido encontrar resultados por decisión política vertical, antes que por la participación popular. ❁

DOS NUEVOS LIBROS DE CIESPAL



Radioapasionados

La presencia de la radiodifusión en el desarrollo de la comunidad y la participación de ésta en el quehacer cotidiano de aquella, constituyen un hecho trascendente en el vasto campo de la comunicación social. Esto se evidencia en este nuevo libro que CIESPAL incorpora a su serie bibliográfica Manuales Didácticos con el título de *Radioapasionados*, donde se describen 21 experiencias de radio comunitaria registradas en diferentes partes del mundo



Encuentro de directores de informativos de TV

En este volumen, cuarto de la Colección Encuentros, constan las apreciaciones vertidas en Quito durante la reunión internacional de Directores de Informativos de Televisión, que CIESPAL y la Fundación Friedrich Ebert de Alemania promovieron con la finalidad de evaluar testimonios de lo que en materia de información, están realizando las estaciones de TV en América Latina. Las experiencias recogidas en este encuentro constituyen invalorable aporte para los comunicadores y para quienes trabajan en el campo de los medios audiovisuales.

Integración latinoamericana

Entre el 29 de junio y el 24 de julio se realizó en CIESPAL el XXIV Curso Regional sobre Integración y Cooperación en América Latina y el Caribe, organizado por el Instituto para la Integración de Latinoamérica. Los licenciados Jorge Mantilla y Edgar Jaramillo, directores administrativo y técnico de CIESPAL disertaron sobre la función de la institución en la comunicación para la integración. El licenciado Mantilla señaló que "En principio CIESPAL profesionalizó periodistas a nivel de posgrado. Luego amplió sus actividades hacia otras especialidades de la comunicación. Por CIESPAL pasaron profesores y alumnos de toda América Latina en un intenso intercambio que contribuyó a la comunicación para la integración. Además de cursos y seminarios, CIESPAL aportó con la producción de radio y televisión. Las series de programas radiales coordinadas por la institución con el aporte de radios de distintos países del continente es un ejemplo de esta actividad".

El licenciado Jaramillo, por su parte señaló que "Una prioridad es formar profesores que puedan traspasar los conocimientos adquiridos en CIESPAL. Nos interesa el efecto multiplicador. Así apoyamos, desde nuestro campo, toda iniciativa hacia la integración".

Convenio Andrés Bello

Sobre la situación actual de la integración cultural, científica y educativa disertó Victor Guedez de la Secretaría Ejecutiva del Convenio Andrés Bello, que señaló "EL Convenio tiene como uno de sus objetivos estimular el conocimiento y la fraternidad entre los países firmantes. En este sentido ejecuta programas y actividades de integración y promueve relaciones de cooperación. Fomenta la difusión de la cultura de los estados miembros y sus avances en educación, ciencia y tecnología, a través de los medios de comunicación. Los proyectos contemplan, intercambio de asistencia técnica, pasantías, seminarios, talleres de formación e intercambio de expertos".

La paradoja del libro

El espacio iberoamericano del libro fue analizado por Carlos José Herrera, Jefe de la División Técnica de CERLAC (Centro para el Fomento del libro en América Latina y el Caribe). Herrera dijo que "A partir de 1968 se planteó que el libro, como instrumento cultural, tenía que estar exento de aranceles aduaneros y obstáculos para su libre circulación. Se suscribieron múltiples acuerdos y se logró lo que se quería. Sin embargo en la última década el comercio de libros entre los distintos países de América Latina y entre España y América Latina no aumentó en la misma proporción que la producción. España intentó copar el mercado latinoamericano produciendo en gran escala. Ahora tiene una sobreproducción y más devoluciones que pedidos. La paradoja está ahí: la circulación del libro a nivel continental legalmente no tiene trabas, pero el libro no se comercializa". Un participante del seminario señaló que en casi todos los países persisten trabas burocráticas y exigencias de soborno que se constituyen en obstáculos administrativos fuera de la ley y los convenios intergubernamentales.

Los proyectos de UNESCO

Alejandro Alfonso, representante de UNESCO en Quito, analizó los proyectos y actividades de la organización. América Latina ha creado entre 1974 y 1986 tres grandes organismos -dijo- cuya vocación fundamental es la comunicación para la integración: El Pool de Agencias Oficiales, ALASEI (Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información) y la ULCRA (Unión Latinoamericana y del Caribe de Radiodifusión). Sin embargo estas organizaciones están en crisis. Habría que examinar a fondo por qué no se cumplen las declaraciones de intenciones y los convenios". Alejandro Alfonso describió un proyecto de UNESCO ubicado en la región fronteriza entre Paraguay y Argentina cerca de la gran presa hidroeléctrica de Yaciretá. Allí se trabaja con un novedoso concepto de integración. Los dos países acordaron desarrollar la región fronteriza con sentido binacional. La UNESCO convino con ambos países desarrollar un proyecto de comunicación. Hernando Bernal Alarcón será el encargado de su diseño. Esta experiencia confirma que se puede trabajar en proyectos concretos de comunicación para la integración".

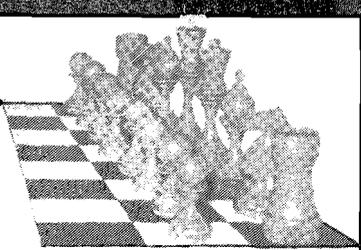
Temas y participantes

El seminario contó con la participación de más de cincuenta seminaristas de reconocido prestigio internacional provenientes de dieciocho países del continente.

Agustín Arinat de Chile habló sobre el impacto de las estrategias integracionistas. Alfredo Guerra Borges de la Universidad Nacional Autónoma de México, expuso sobre los aspectos conceptuales e instrumentales de las teorías integracionistas. El acuerdo de libre comercio entre México, Estados Unidos y Canadá fue analizado por el especialista mexicano Carlos Rico. Luis Carrera de la Torre, Antonio Brack y Roberto Samanez del Ministerio de Relaciones Exteriores de Ecuador analizaron el Tratado de Cooperación Amazónica. Luis Benito Prior, Jefe de la delegación de la Comunidad Económica Europea en Caracas, repasó las estrategias y mecanismos del Mercado Común Europeo. Los Economistas Abelardo Pachano de Ecuador y Carlos Caraballo de Argentina aportaron sobre la integración financiera, en la perspectiva de una posible confluencia de políticas monetarias en los países de la región. Mónica Hirst de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) de Argentina, analizó el MERCOSUR y sus políticas sectoriales. El Pacto Andino, su proyección externa y los obstáculos en el proceso integracionista de la subregión fue abordado por Alfredo Fuentes de Colombia. La realidad del CARICOM fue desarrollada por Richard Fatcher del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). El análisis sobre las telecomunicaciones en América Latina y el Caribe, en una perspectiva integracionista fue realizado por el Dr. Jorge Antonio Mayobre de Venezuela.

Sobre las estrategias de comunicación para la integración hablaron el Sr. Andrés León, Secretario General de CIESPAL; el Dr. Alejandro Alfonso, representante de la UNESCO en Quito, el Dr. Antonio Mayobre y el Dr. Hernando Bernal Alarcón de Colombia. ●

*Elija las piezas que le faltan.
y llene el cupón adjunto*



20
Octubre-diciembre, 1986
Comunicación y Arte Popular: experiencias comunicacionales que rescatan la identidad de América Latina.

21
Enero-marzo, 1987
Iglesia Electrónica y Marketing: la televisión y la técnica al servicio de valores ideológico-religiosos difundidos desde EE.UU.
Latinvisión: el intercambio de noticias por televisión en América Latina. ¿Utopía o realidad?



22
Abril-junio, 1987
Las Transnacionales del Cine: los contenidos ideológicos del mensaje cinematográfico.
Cultura y Medios: el difícil matrimonio que repercute sobre la identidad de los pueblos.



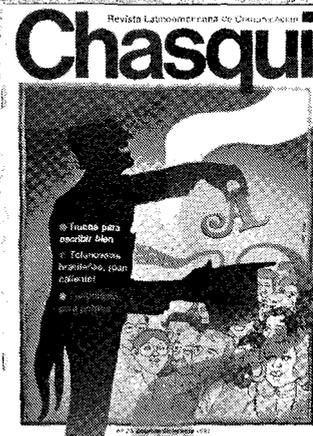
23
Julio-septiembre, 1987
Boletín Informativo para Niños: qué debe tomarse en cuenta en la elaboración de programas para niños.
Auge y caída de los videojuegos: principales cambios de las tecnologías digitales y su impacto en la sociedad.

24
Octubre-diciembre, 1987
Retórica en Periodismo: la retórica y su relación con el periodismo latinoamericano.
Exportación de Telenovelas Brasileñas: cómo y por qué la telenovela brasileña ha conquistado mercados en todos los continentes.



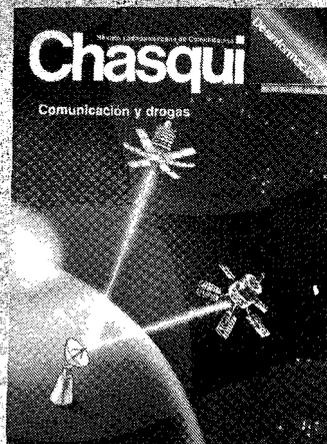
25
Enero-marzo, 1988
Relaciones Públicas: las propuestas alternativas en las relaciones públicas y su aplicación en organizaciones populares.
Políticas culturales en América Latina: el papel de la cultura en las transformaciones sociales.

26
Abril-junio, 1988
Derecho Social a la Información y Opinión: pilares fundamentales de la democracia.
Televisión sin fronteras: las transnacionales de la comunicación y su lucha por obtener nuevos mercados.



27
Julio-septiembre, 1988
Campañas Políticas y Comunicación: los procesos electorales y los equipos de campaña en América Latina y EE.UU.
El Mercado Social: metodología que ayuda a resolver graves problemas del subdesarrollo.

28
Octubre-diciembre, 1988
Comunicación y deuda externa: un plan de acción para los medios de comunicación.
Comunicación, Crisis y Desastres Naturales: información preventiva y movilización como campos de la comunicación social.



29-30
Enero-junio, 1989
Comunicación y Drogas: amplia investigación periodística sobre la "transnacional de la droga" y su manejo de los medios.
Desinformación: sistemas comunes y sofisticados al servicio de las guerras de baja intensidad y de las operaciones psicológicas.



31

Julio-septiembre, 1989

Investigación y Políticas de Comunicación: Nuevos campos de investigación en comunicación, objetivos, metodología y resultados.

Telenovelas Pro-Desarrollo: un formato utilizado para difundir mensajes educativos.

32

Octubre-diciembre, 1989

Comunicación en la Década del 90: los grandes temas de la comunicación hacia el año 2.000

Radio popular: la experiencia de diversas radios alternativas desarrolladas en América Latina.



33

Enero-marzo, 1990

SIDA: prevención, información y educación a través de los medios.

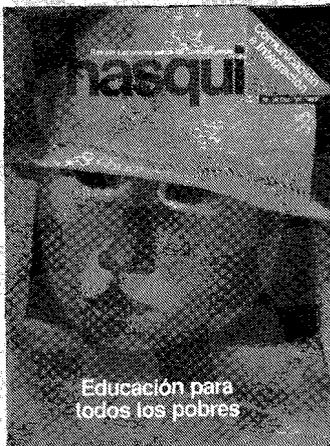
Video Popular: descripción de la utilización del video en proyectos alternativos.

34

Abril-junio, 1990

Mujer, desafíos de la comunicación: análisis de la inserción de la mujer en los medios de comunicación.

Periodismo deportivo: la cobertura en el Mundial de Fútbol México'86. El papel de la comunicación en el deporte internacional.



36

Octubre-diciembre, 1990

Educación para todos los pobres: papel de los medios de comunicación en los sistemas de educación y campañas de alfabetización

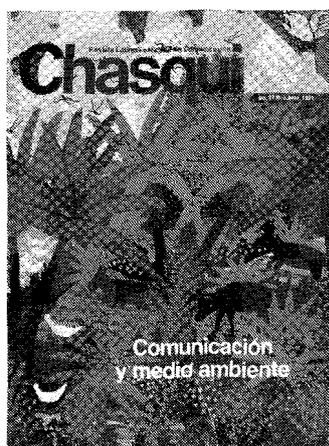
Comunicación e Integración: ¿cómo pueden participar los medios de comunicación en la integración latinoamericana?

37

Enero-marzo, 1991

Comunicación y Medio Ambiente: sistemas de concientización y acción sobre los problemas ambientales a través de la prensa, radio y TV.

Prensa y Derechos Humanos: homenaje a los centenares de periodistas que año a año son torturados, censurados, exiliados y asesinados.



38

Abril-junio, 1991

Comunicación, Guerra y Propaganda: análisis de los sistemas de propaganda y censura impuestos a los medios en la Guerra del Golfo.

39

Julio-septiembre, 1991

Comunicación en tiempos del Cólera: el trabajo de los comunicadores y medios durante la epidemia del cólera.

Comunicación y Desarrollo: la comunicación como herramienta fundamental para el desarrollo de los pueblos.



40

Octubre-diciembre, 1991

500 Años de Incomunicación Indígena: tratamiento, análisis y proyección de los comunicadores a 500 años del "descubrimiento de América".

Televisión, nueva etapa de CIESPAL

41

Abril 1992

Campañas de comunicación: impactos, éxitos y fracasos de diversas campañas comunicacionales.

Ética: encubrimiento o transparencia: repercusión de la manipulación, el autoritarismo, la crisis de valores y la violencia en medios de comunicación y periodistas latinoamericanos.

Despellejan a *Chasqui*: Léalos y sáquese el clavo

Nos acusan de ser la única revista -quizás el único medio de comunicación latinoamericano- con una clara vocación masoquista. Hay algo de cierto, los azotes oportunos de la crítica nos estimulan el metabolismo como titilantes dosis de adrenalina. Los verdugos invitados a castigar esta edición son Allan Castelnuovo -médico psicoanalista y argentino- y Alexis Naranjo, ecuatoriano, lingüista y escritor. Agradecemos su esfuerzo y su franqueza. Si algún lector quiere participar en este morboso ritual no espere a que lo invitemos, escriba.

Misión Imposible

ALLAN CASTELNUOVO

Cuando el Editor de *Chasqui* me expuso su idea de incorporar un crítico externo que, en defensa del lector, opinara libre y exigentemente sobre el contenido de *Chasqui*, me pareció no sólo una idea original sino muy iconoclasta y bien intencionada. No pensé, en ese momento, que podría involucrarme en un asunto tan temerario, pero la vida tiene extraños vericuetos. Hoy me ha tocado a mí ser el referido crítico de turno y recién en el momento de ejercer la función pude tomar conciencia del cronograma del proceso. Para conocimiento de los lectores lo paso a detallar: 1) Un día preanunciado pero no exactamente fijado cae en casa del ungido un mensajero portador de 90 páginas de la revista conteniendo 32 artículos, 14 notas firmadas, 6 sin firmar, un Documento Pastoral del Vaticano, un informe de UNICEF y una reseña de un simposium. 2) Veinticuatro horas más tarde llaman de la redacción con voz angustiada preguntando si está lista la colaboración y nos recuerdan que no nos pasemos de cuatro carillas a doble espacio. 3) Con la sensación de que todos lo esperan uno se hace cargo de la ansiedad reinante y, como aquel que debe orinar en una cubeta bajo la mirada de la enfermera, no le sale nada.

ALLAN CASTELNUOVO, argentino. Psicoanalista y miembro pleno de la Asociación Psicoanalítica Internacional

4) Procede entonces a expresarse y dedicarle a la tarea todo el tiempo que le dejan libres sus actividades cotidianas. Teniendo en cuenta todo esto sugeriría a la Redacción de *Chasqui* que mantenga su idea original pero revisando un poco su mecánica.

Una vieja sentencia reza: "Dios ciega a quienes quiere perder". Teniendo en cuenta su sabiduría comenzaré por declinar tanto el rol de crítico como la función de defensa del lector que me adjudica el editor de *Chasqui*. La primera de estas renuncias está basada en que un crítico es, en definitiva, un juez y para asumir tal papel frente a una material tan frondoso y polimorfo es necesario disponer de una suma de información, de un tiempo y de un espacio que están considerablemente lejos de la realidad. La segunda está motivada en que me suena impertinente atribuirme la defensa de una masa de lectores cuyas características e intereses desconozco y que quizás no quieren ser defendidos. Por estas dos razones todo lo que expresaré a continuación deberá ser tomado como una opinión personal tan válida como cualquier otra, resultado de una doble lectura veloz del material incluido en este número.

El primer impacto que me produce *Chasqui* es parangonable al de los concursos americanos para elegir "Miss U.S.A." en los cuales desfilan mujeres

poseedoras de un packaging esplendoroso pero con una interioridad mucho más modesta que sus tentadoras características exteriores. Esta asimetría es posible que se deba a la excelente impresión y diagramación de la revista y sólo es un demérito relativo para su contenido.

Otra impresión personal es inherente a su condición de revista ya que no las considero un plato fuerte cultural como los libros, sino que tiendo a tratarlas como una especie de fuente de bocaditos donde sólo se picotea aquello que apetece. Dentro de esta categoría, no obstante, existen serias diferencias entre el polimorfismo de las de interés general y la profundidad de las especializadas. *Chasqui*, aparentemente, debería incluirse entre estas últimas pero en la medida que se autodefine como dedicada a la "comunicación" es víctima de la ambigüedad de la disciplina que representa. Y esto merece un párrafo ya que vivimos en una época donde el eufemismo y la metáfora son utilizados generosamente tanto para embellecer el idioma como para mitigar el impacto de la verdad. Hoy en vez de "robo" es menos hiriente decir "desviación de fondos" y en lugar de un cartel donde se lea "Retrete", pasando por "W.C." se ha llegado a unas elegantes siluetas de un caballero o una dama que distancian las naturales funciones que se desarrollan

adentro de la compostura del afuera. Es evidente, también, que tiene más status un masterado en "Comunicación" que uno en "Periodismo" o "Audiovisuales", aunque lo que se gana en relevancia social se pierde en precisión. Al respecto pienso que la "comunicación" es un fenómeno del ámbito de diversas disciplinas (psicología, sociología, antropología, economía, lingüística, etc.) que no puede, ni debe, ser reducido al de técnicas y problemas propios de los medios masivos. Esta falta de una definición estricta del comunicador deviene en una dificultad básica para una revista que pretenda dirigirse a ellos, ya que en su afán de satisfacer a todos puede terminar no satisfaciendo a ninguno.

Entre lo que más me interesó del presente número quiero mencionar a las entrevistas de Adriana Schettini a Eliseo Subiela y de Kintto Lucas a Gilberto Gil y Regina Festa así como "Desastre urbano y renovación de medios" de Carlos Luna Cortés. La primera me atrajo por que Subiela trasmite (y la entrevistadora es una hábil comadrona del evento) un clima emocional lleno de humanidad donde nos muestra la dinámica de su proceso creativo, imposible de ser convocado sin

El común denominador de mis preferencias se inclinan por un contenido creativo y emocional transmitido inteligentemente.

una honestidad intelectual encomiable. En el segundo, ratificando el concepto de que la teoría es práctica conceptualizada, me sorprendió la descripción empírica de los fenómenos de participación psicológica que Gil relata en relación a su comunión con el público. En cambio los conceptos de Regina Festa constituyen una experiencia original y poco frecuente donde los receptores son los que organizan y plasman el mensaje, mientras que el relato del accidente de Guadalajara es digno de atención por ser el testimonio de una situación extrema y de los diferentes mecanismos adaptativos utilizados por los sectores sociales en conflicto. El común denominador de mis preferencias se inclina evidentemente por un contenido creativo y emocional transmitido inteligentemente. También considero que las incursiones múltiples de Gino Lofredo son tan fértiles como polémicas, cosa positiva ya que promover la discusión inevitablemente es estimular el pensamiento.

Otras colaboraciones responden más a un principio de realidad y aportan información específica para el gremio de los comunicadores. No diría que su lectura es grata pero si imprescindible para la gente que está en el tema y pretende mantenerse actualizada. Incluyo en esta categoría el Documento Pastoral, los trabajos sobre formación profesional del periodista científico (Moreno Gomez, Marcela Guzmán, Cacua Prada, Galvo Hernandez, Julio Abramczyk y Prenafeta Jenkin), "La pendiente democratización de la prensa" de Gustavo Gonzalez, "El cine y el Estado mexicano" de de la Vega Alfaro y otros que están en la misma línea.

Finalmente hay colaboraciones que se quedan en un nivel descriptivo de temas realmente jugosos. Tomaría como ejemplo "Los culebrones de España" de Daniel F. Jones y "La pantalla omnipresente" de Marcelino Bisbal, artículos que aportan una información sumamente interesante respecto a la alienación de amplios sectores sociales sin interrogarse respecto a la estructura, causas y sentido de la misma.

Para terminar, y retornando al sentido original de la colaboración que me han solicitado, diría que *Chasqui* me impresiona como una revista que agrupa un montón de monólogos. Y a esta altura de mi vida los monólogos, incluido el

Hay que perturbar un poco -desde las Ciencias Humanas- la endogamia de las Facultades de Comunicación para ampliar su horizonte conceptual.

mio, me aburren y difícilmente me resultan estimulantes. Alguien dijo que la supuesta sabiduría de la vejez era sólo un déficit hormonal, frase a la que me adhiero y en función de la cual me siento más inclinado a un intercambio polémico de ideas que a la actitud escolar de deglutir pasivamente un vademecum de ideas enlatadas que no puedo operativizar. Estaría más entusiasmado si la dirección de la revista promoviera en sus páginas una amplia discusión interdisciplinaria sobre el tema de los culebrones, marginado por la intelligentzia pero de mayor difusión social que Bourdieu o Baudrillard. O desarrollara secciones destinadas a capacitar a los comunicadores jóvenes, y a cargo de las mismas pusiera a especialistas en Ciencias Humanas que perturben un poco la endogamia de las Facultades de Comunicación y amplien su horizonte conceptual. O quizá lo más atinado sería una consulta abierta y amplia entre los presuntos interesados en una revista como *Chasqui* y poder satisfacer los deseos y/o necesidades de los mismos que pueden ser muy diferentes a los míos. Dicen que una buena madre es la que brinda a sus hijos todo lo que aquellos necesitan y nada de lo que no necesitan. Y esta es una buena guía para cualquiera que pretenda brindar un servicio. ●

Desvíos, errores y omisiones

ALEXIS NARANJO

Me he preguntado, tras leer el presente número 43 de *Chasqui*, si de veras existe algo fuera de los medios de comunicación o si, por el contrario, el vasto y diverso mundo en el que vivo es tan sólo una alucinación de mi parte. He leído: medios, medios de difusión, medios y procesos de comunicación, comunicólogos, comunicadores sociales, modelos comunicativos, espacio comunicacional, magia y ciencias de la comunicación, el factor decisivo de la información electrónica, estilo informativo, rutinas informativas, mensajes audiovisuales, medios horizontales, participativos y no necesariamente masivos, culturas mediáticas, y así en casi todas las páginas que me ha tocado desmenuzar.

A la larga he sentido una suerte de sobresaturación angustiosa. Tanta que terminé por desear que alguna vez *Chasqui* publique una reseña sobre aquello de la sociedad o del individuo que no es alcanzable ni modificable por parte de los medios de comunicación (y aquello, al parecer, estaría incluso más allá de lo sagrado, si consideramos todo el interés que la Iglesia pone ahora en reevaluar, criticar e influir sobre los medios, según algunos artículos de esta edición).

Por otro lado, me sentí avasallado por la cantidad de contradicciones y oposiciones que se dan entre la mayor parte de artículos y articulistas. Así, por ejemplo, mientras unos buscan imponer la idea de que el Estado (así, con una gran mayúscula) debería intervenir como "promotor de la cultura cinematográfica", otros niegan que tal intervención vaya a aportar frutos. Mientras unos creen en las bondades de leyes y legislaciones para proteger ciertos medios, otros descreen de ello. Mientras unos ven un cuasi desastre en la situación actual de los medios en América Latina, otros en

cambio ven señales de que las cosas caminan favorablemente en todos los frentes, y así por el estilo.

Exceso de lo mismo por un lado, y por otro exceso de contradicciones dentro de lo mismo: es esto lo que ha constituido un cóctel demasiado fuerte para mí. Por cierto, la embriaguez concomitante me permitirá decir, sin irritar a los de *Chasqui*, que me molestó un tono de queja de ciertos articulistas, en relación a lo malos que han sido los monopolios, los grandes ejecutores del capital, los Jack Valenti, los teóricos del libre comercio y más en tanto que se habla muy poco de las faltas de los buenos de la película, quiero decir de los creadores, investigadores, profesores, escritores, periodistas, comunicadores y otros, que están detrás o dentro de los medios.

Es cierto que casi todos los articulistas se han cuidado bien de no caer en lo abstruso, en lo muy abstracto, o en un lenguaje poco periodístico. Pero hay excepciones clamorosas. "El discurso (...) reveló una perspectiva latinoamericana de continuidad con los ejes de la teoría de la dependencia y creatividad para enfrentar las nuevas situaciones, como su propia biografía (la de Fernando Henrique Cardoso) lo sigue anunciando". Confieso no entender qué quiso decir con eso Rafael Roncagliolo. Tampoco pude descifrar la nota de Iván Rodrigo Mendizábal que me pareció especialmente confusa y desorientadora. "Video Popular y democratización del discurso" me pareció menos una información objetiva sobre aquello que permite al video popular brasileño "romper con el discurso vertical y autoritario" que un aviso a favor de tal video.

De otra parte, por su frescura, humor, penetración y sustancia me parecieron deliciosas las entrevistas a Eliseo Subiela y Gilberto Gil. "Los culebrones trepan en España" y otros artículos en esa línea se me hicieron algo peyorativos, en el sentido en que parecen solicitar de América Latina, sobre todo y ante todo, buenos productos para la diversión de los espectadores.

Los textos que versan sobre la divulgación de ciencia y técnica en el continente me parecieron poco menos que pura ficción: ¿de qué ciencia (latinoamericana) se está hablando? ¿Es que alguien ignora el estado de postración en ciencias y técnicas en América Latina? Por lo demás, no encontré un solo artículo que viniera a ejemplificar alguna instancia de buen periodismo científico, algún artículo digamos sobre genética o arqueología o lingüística en América Latina. ¡Es como si me hubiesen dado el envase pero sin el condumio!

En cambio sobreabundan en este número las perspectivas o los puntos de vista sociológicos y económicos, y también los enfoques teleológicos, deontológicos o éticos. Los medios deberían hacer esto, las legislaciones deberían tomar en cuenta aquello, las universidades y facultades deberían formar de ésta o de esa otra manera. Está bien, pero de alguna manera me ha quedado el sabor de un *wishful thinking* generalizado.

Algunos buenos momentos de mi lectura del presente número se los debo a Alexandra Ayala, a Carlos Luna Cortés, a Eliot Flores y a Elizabeth Fox. Alexandra Ayala, si bien ingresa pedagógicamente a su reseña, logra atrapar al lector y sobre todo a la mirada del lector, bruscamente despertada. Carlos Luna Cortés toma al toro por los cuernos y entrega una nota valiente (de paso hay cierta redundancia al volver sobre el asunto en el artículo siguiente, "Crónica del fin del mundo"). Eliot Flores logra fluidez al describir un proceso de investigación periodística, y Elizabeth Fox produce, a mi juicio, un verdadero modelo de artículo: claro, directo, oportuno y conciso.

Para terminar, quiero expresar mi agradecimiento a *Chasqui* por haberme permitido experimentar este placer verdaderamente morboso de machacar a mi gusto, como lector común que soy y en simpatía con mis pares, el presente número de su revista. ●

ALEXIS NARANJO, ecuatoriano. Lingüista, pintor y poeta. Colabora con *El Comercio* de Quito y otras publicaciones.

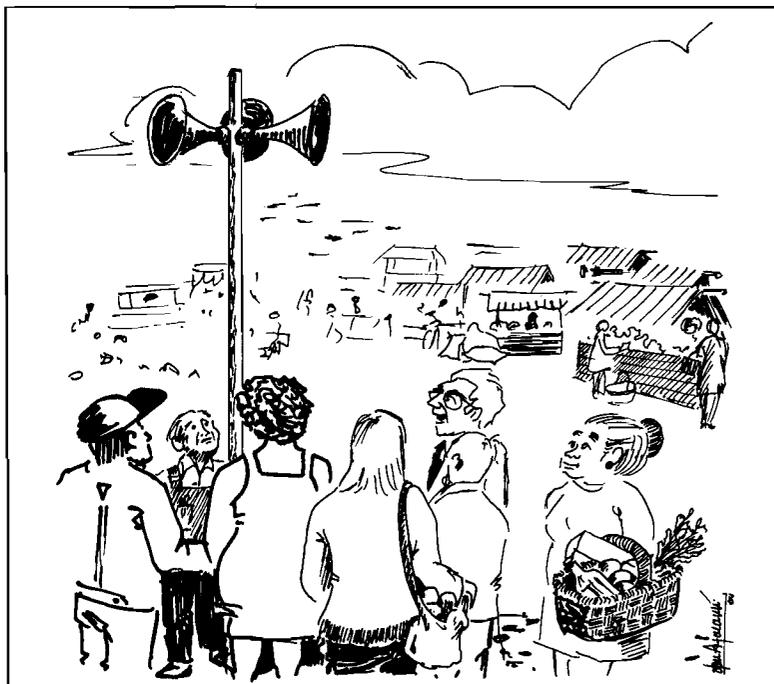
3.000 radioemisoras barriales en el área metropolitana de Buenos Aires

A partir de la apertura democrática de 1983 las radios barriales se multiplicaron en Argentina. Hoy operan más de 3.000 sólo en Buenos Aires y sus alrededores. Son emisoras privadas, comunitarias, autogestionadas y de propiedad de organizaciones intermedias. Estas radios promueven actividades culturales, políticas y sociales alentando la colaboración interdisciplinaria e interinstitucional entre las organizaciones que operan dentro del radio de su señal.

Este desarrollo sin precedentes en las comunicaciones en Argentina pudo darse por la libertad de expresión recuperada después de las dictaduras y por la presencia en el medio de técnicos y capital para montar las pequeñas emisoras en frecuencia modulada.

Desde el inicio del proceso las emisoras fueron delineando su estilo propio y se adecuaron al ritmo de vida y a las necesidades de cada zona. Muchas emisoras no pudieron sostenerse económicamente o no pudieron sacar una programación adecuada a su audiencia natural.

Por ejemplo la emisora *FM Barracas* que transmite en una zona marginal de Buenos Aires donde abundan las chabolas y los inquilinatos, organiza programas sanitarios para enseñar a la población como prevenir enfermedades. En estos espacios, los médicos responden consultas de los oyentes y recomiendan medidas de higiene y profilaxis, además de difundir las actividades de la sala de atención médica que funciona en el barrio. Los programas fueron útiles para controlar el brote de cólera en una zona de alto riesgo.



FM Morón es una emisora que surgió del programa universitario Radios para la Universidad Pública y difunde noticias y propuestas del ámbito académico, pero además da espacio a los problemas barriales y a la situación juvenil de la zona, en la que conviven familias de clase media y baja en una matriz zonal particularizada.

La periodista Patricia Fernández, de la emisora barrial del barrio de Floresta, afirma que muchas radios comienzan con propuestas barriales pero finalmente optan por temas globales y reducen su cobertura de asuntos barriales. "Estas radios aportan al barrio con material informativo, cultural y de entretenimiento -dice-, pero no abordan un espacio fundamental como es la vida cotidiana de los vecinos. A pesar de vivir en una gran ciudad queremos saber si a dos cuadras de casa hay problemas de tráfico, y ese tipo de información solo la puede ofrecer un medio barrial".

Los temas abordados difieren de acuerdo a las necesidades de cada zona,

sin embargo existen lineamientos comunes: actividades del consejo vecinal, las quejas y demandas del público, la historia del barrio y los servicios públicos.

Algunas promueven escuelas de locución y periodismo para la comunidad y realizan talleres para los vecinos que deseen expresarse en el medio. Rafael Arrastia, presidente de la Federación Argentina de Radios Comunitarias (FARCO), dirige un taller para todos aquellos que participan en radios barriales sin formación periodística. "La idea de los talleres -comentó- es que todos puedan hacer radio, pero cuidando la forma y respetando el medio".

El aspecto laboral por otro lado es fundamental para analizar su crecimiento. Cada pequeña emisora posibilita el trabajo de técnicos, locutores y periodistas jóvenes, que encuentran un espacio de trabajo y expresión accesible y abierto a propuestas alternativas a las redes de comunicación nacional. ●

SILVIA LAGO, IPS

Maduran las radioemisoras comunitarias en Colombia

En Colombia las radios comunitarias o clandestinas proliferan en todas las regiones y se ganan un espacio permanente en las comunicaciones nacionales.

La Iglesia Católica fue precursora de la fundación de emisoras de corto alcance en la década del setenta. En los últimos ocho años las radios comunitarias se popularizaron cuando múltiples señales no autorizadas comenzaron a transmitir precedidas de un lema coincidente: "Este es un programa hecho por la comunidad, para la comunidad y con la comunidad".

En el Primer Encuentro Nacional de Radios Comunitarias realizado en 1990 se acordó la creación de una red para la

cooperación y el intercambio de experiencias. A partir de entonces comenzó un proceso de desclandestinización y el Estado comenzó a mirar de otra manera el fenómeno de las emisoras alternativas. A partir de agosto pasado la red de radios comunitarias publica 5.000 ejemplares de su revista *Un, dos, tres, probando*. La red logró que se redacte el proyecto de ley que les dará vida jurídica, y estableció convenios con instituciones estatales que encontraron en estas emisoras el mejor medio para realizar campañas sociales, educativas y de prevención.

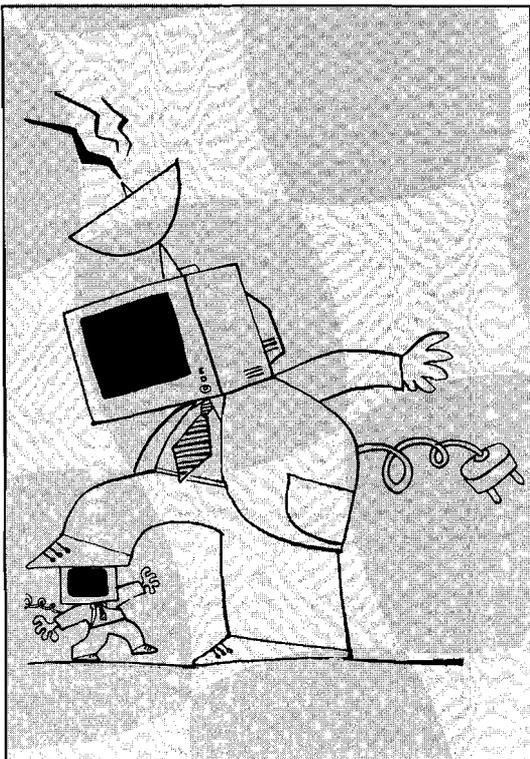
Las amplia participación en el Segundo Encuentro de Radios Comunitarias es un indicador de la rápida legitimación del

proceso. Apoyaron el encuentro la Universidad del Valle, la Pontificia Universidad Javeriana, la Corporación Aracaura, el Centro de Investigación y Educación Popular, y COLCULTURA.

En Colombia sólo el 10 por ciento de la población lee periódicos y el medio por excelencia de las manifestaciones culturales populares ha sido la tradición oral. Si bien la televisión tiene la mayor audiencia y el más rápido crecimiento, la concentración de la propiedad lo vuelve inaccesible a los proyectos alternativos. En este contexto todo parece indicar que las radios comunitarias serán el medio idóneo para la democratización de las comunicaciones. ●

EDUARDO MARQUEZ, IPS

300 emisoras ilegales de TV operan en Colombia



Alejandro Sequeira

El 11 de septiembre un Tribunal Administrativo de la ciudad de Barranquilla falló a favor de la ilegal y recién creada emisora *Tele 5* amparándose en una garantía constitucional del derecho ciudadano a informar y comunicar.

El Tribunal anuló la orden con la que el Ministerio de Comunicaciones prohibía a *Tele 5* que emitiera su señal. Los empresarios dueños del canal, argumentan que los protege el artículo 20 de la Constitución de 1991 que dice: "Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opinión, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación". Por esta razón, a pesar de calificar el fallo de "monstruoso", el Ministro de Comunicaciones William Jaramillo Gómez tuvo que permitir el relanzamiento de *Tele 5*. El impacto es comprensible si se considera que otros 300 canales privados emiten su señal sin autorización del Ministerio de Comunicación.

Para el Ministro Jaramillo, si el Consejo de Estado y la Corte Constitucional ratifican el fallo del Tribunal Administrativo del Atlántico "quien más dinero tenga, va a tener la oportunidad de invadir el espacio del que no tiene los recursos suficientes para operar en una determinada frecuencia."

Por su parte, los programadores de televisión, alarmados con la actual situación de vacío jurídico, se reunieron con el Ministro para pedirle la urgente redacción y tramitación de un proyecto de ley que reglamente los artículos de la Constitución relacionados con las comunicaciones.

Si bien es cierto que con la libertad de canales es posible que los grandes conglomerados económicos y el dinero proveniente del narcotráfico puedan entrar en una verdadera guerra de canales, también lo es que las organizaciones populares tienen acceso a este medio de comunicación. Es así que en solo un año, irrumpieron cerca de 300 canales de manejo regional de la información.

El futuro de la TV depende del fallo de los tribunales superiores, pero en todo caso, va a ser muy difícil cerrar canales abiertos y producidos por la comunidad que, como en el caso de las radios, parecen haberse legitimado de hecho. ●

EDUARDO MARQUEZ, IPS

Teleducación: Un salto al futuro

María Christina Zentgraf describe en *Tecnología Educativa* de junio de 1992 el proyecto de teleducación que opera en el Estado de Río de Janeiro. *Un salto al futuro* es una producción de TV en vivo con canal abierto con los receptores, que combina tecnologías en favor de un diálogo efectivo entre los usuarios y el responsable del programa. El programa es receptado por televisión, videocasette y teléfono. Un supervisor y un orientador de aprendizaje dinamizan las actividades de la telesala.

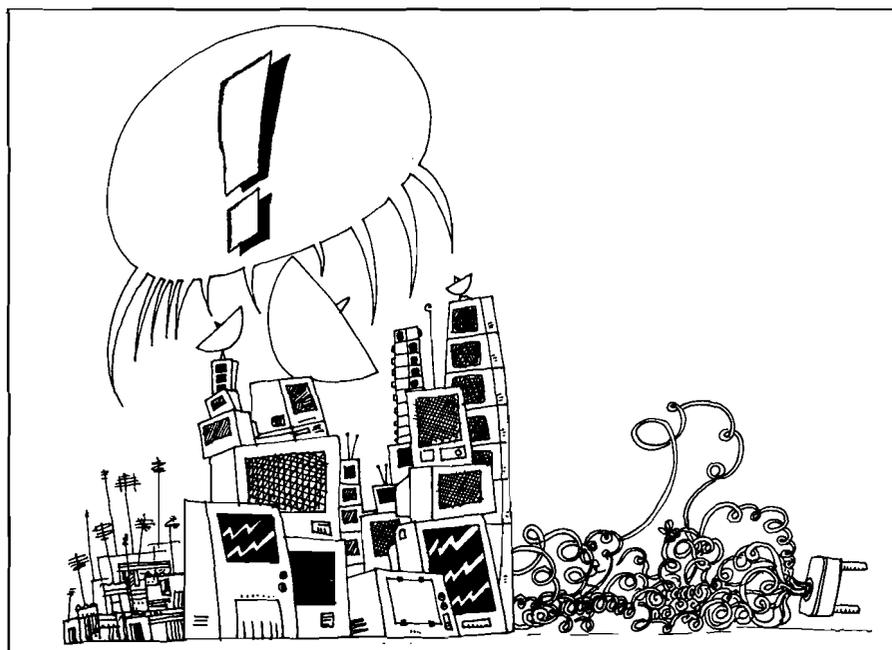
En la primera etapa serán producidos 160 programas y boletines impresos que serán distribuidos por la Secretaría de Educación del Estado de Río de Janeiro. La serie *Un salto al futuro* capacitará profesores de escuela y alumnos de magisterio de primero a cuarto años. La meta es revertir los elevados índices de evasión y repetición que afligen a todos los brasileños.

La serie utiliza estrategias de teleducación, y educación a distancia. La relación profesor-alumno es diferente de la convencional, pues el profesor se hace presente junto al alumno a través de un canal de comunicación, pudiendo ambos estar distantes en tiempo y espacio. La educación a distancia se constituye en un proceso educativo planeado, acompañado y evaluado en base a la tecnología educacional.

Las estrategias de uso de los medios en la teleducación son muy variadas. Se combina la comunicación colectiva a distancia con elementos de la comunicación interpersonal. Con esto se busca superar la despersonalización. En Brasil, tres son las estrategias principales de educación a distancia: 1. por correspondencia, en que el material gráfico puede ser acoplado a otros medios, efectivizándose la relación profesor-alumno principalmente a través del correo; 2. semindirecta, cuando los períodos de enseñanza individualizada a distancia son intercalados con encuentros pedagógicos periódicos y 3. por multimedios, cuando la comunicación se efectiviza por televisión o radio o en ambos canales con otros recursos complementarios.

La serie *Un salto al futuro* utilizará como medio principal de comunicación a la televisión, con el apoyo de medios escritos, visuales, auditivos y audiovisuales. Dinamizando los multimedios, estarán los supervisores y orientadores de aprendizaje.

Los educadores pueden encontrar en la tecnología educacional y principalmente en la teleducación, un aliado potente para democratizar la educación. Si se la usa como una estrategia de transformación al servicio de la educación, servirá para revertir el cuadro desalentador que enfrentan los maestros. ❁



Alejandro Sequiera

Parcial apertura informática en Brasil

Pese a que el 29 de septiembre finalizó la polémica reserva de mercado que hizo posible el desarrollo de la industria informática, las leyes que regularán el sector siguen protegiendo la producción nacional. La apertura de mercado no será irrestricta como se imaginaba, ya que se concentraron poderes de veto y decisión en manos de la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología, órgano que siempre favoreció la reserva de mercado. "Todavía no estamos libres del proteccionismo, el contribuyente continuará siendo penalizado por esos controles", dijo el presidente de la Asociación Brasileña de Empresas de Software, Manuel Antonio Dos Santos.

Ya es antigua en Brasil la lucha entre las asociaciones de fabricantes de equipos (Hardware) y las de desarrollo de programas (Software). Los primeros siempre favorecieron la protección y los otros la apertura, ya que si ingresara un mayor número de máquinas aumentaría la posibilidad de venta de sus programas.

El presidente de la Asociación Brasileña de la Industria de Computadoras (ABICOMP), Carlos Rocua, se defiende afirmando que los controles en informática existen en cualquier país desarrollado del mundo y que la polémica no es más que una tempestad en un vaso de agua.

Los productos brasileños se verán exentos de algunos impuestos mientras que los importados estarán sujetos a todos los tributos de importación.

La industria brasileña vivió durante 16 años en una burbuja de protección que le permitió desarrollarse para enfrentar la competencia abierta con la producción externa. Durante ese período Brasil montó un parque de 400 industrias y más de 40.000 técnicos. ❁

ARNALDO CÉSAR, IPS

LOS NIÑOS DE LAS AMERICAS

“A las puertas del siglo XXI, en América Latina y el Caribe, la mayoría de los niños son pobres y la mayoría de los pobres son niños” señala el informe Los Niños de las Américas, presentado por el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) el 30 de septiembre en Santafé de Bogotá, Colombia.

Las madres más pobres son las que tienen más hijos, las que registran las tasas más altas de mortalidad y se enferman más a menudo; sus niños son también más propensos a enfermarse por estar desnutridos y debido al ambiente que los rodea; sus escuelas generalmente son las más deterioradas, las peor dotadas y donde se imparte la educación de más baja calidad. Estos niños estarán destinados a ser adultos desempleados, o sólo podrán trabajar en actividades informales, poco productivas y mal remuneradas.

Así describe *Los Niños de las Américas* la manera como se transmite

la pobreza de una generación a otra en América Latina y el Caribe. Es por esto que propone que “la forma más eficaz de quebrar este círculo vicioso es centrar inicialmente los esfuerzos y los recursos en el núcleo original: la atención materno-infantil”.

Este informe es uno de los componentes de una estrategia multimedia diseñada por UNICEF para sensibilizar a la opinión pública sobre la problemática de la infancia en la región, desde una perspectiva integradora. Un video llamado *500 Segundos* y las series radiales *Los Niños de las Américas* y *Con Voz Propia* producidas por la BBC de Londres y por *Radio Nederland Training*

Centre de Costa Rica, son otros de los componentes de este proyecto.

Desde el Río Grande a la Tierra de Fuego, “las privaciones de los niños de las Américas responden a causas múltiples, con una incidencia relativa diversa en cada país, pero todas ellas tienen una raíz común que se nutre en el terreno abonado de la pobreza y la desigualdad social. De hecho, las condiciones de vida de los niños reflejan las grandes disparidades existentes entre los hogares latinoamericanos, entre los que tienen y los que no tienen, dice el informe.

De acuerdo con los últimos datos disponibles relativos a 1990, el informe presenta de forma sintética los princi-



Oscar Bonilla, Uruguay

Niños en "Villa El Salvador", Lima, Perú

pales indicadores de la situación de la niñez en las áreas relacionadas con el cumplimiento de las metas.

Salud

Según el informe, en América Latina y el Caribe, cerca de un millón de niños menores de cinco años mueren anualmente por causas en gran parte evitables.

Entre los menores de un año las causas principales de mortalidad son las afecciones perinatales, debidas a la falta de atención adecuada en el embarazo y el parto; las infecciones intestinales y las respiratorias. Estas dos últimas causas son las responsables de casi la mitad de las muertes de los niños entre uno y cuatro años.

El documento revela, además, grandes diferencias entre países. "Así por ejemplo, la diferencia en la esperanza de vida al nacer es de 20 años entre los países con un nivel más bajo, como Bolivia y Haití (55 años) y los países con nivel más alto, Costa Rica y Cuba (75 años). Las tasas de mortalidad de menores de cinco años reflejan también profundas brechas: Bolivia (160) y Haití (130) con las tasas más altas y Trinidad y Tobago (17) y Cuba (14) con las tasas más bajas".

Asimismo, al interior de cada país, e incluso dentro de las principales áreas metropolitanas, se presentan grandes

desniveles: en Perú, la diferencia en la tasa de mortalidad es casi triple entre el departamento de Huancavelica, donde es 133 por mil y Lima, donde es 45 por mil. Las disparidades dentro de una misma ciudad también son enormes. En Bogotá, por ejemplo, la diferencia entre barrios ricos y pobres, es de más del doble.

Nutrición

"Una parte importante de los niños que sobreviven -continúa el informe- ven socavados su desarrollo físico y mental, y su aporte potencial a la comunidad, a causa de la desnutrición". Más de seis millones de niños de este mismo grupo de edad sufren desnutrición moderada y un millón desnutrición grave. En general, en América Latina la desnutrición infantil es de carácter crónico, manifestada en la cortedad de talla con relación a la edad.

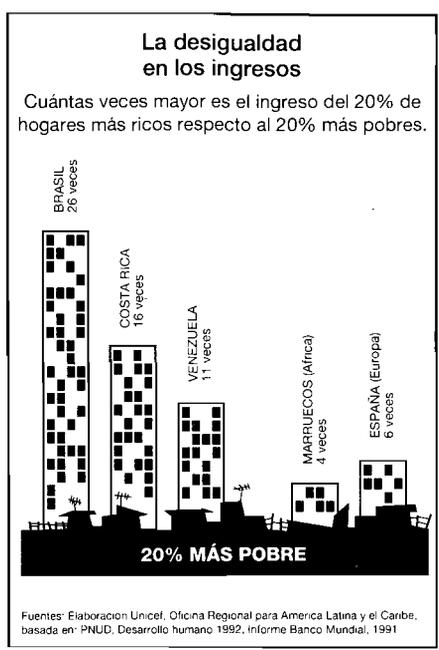
La pobreza, las enfermedades recurrentes como la diarrea, la dieta inadecuada de proteínas y calorías y el desconocimiento de las necesidades nutricionales de niños y madres, son factores que combinados, generan la desnutrición.

Existen deficiencias de nutrientes fundamentales en la dieta de muchos niños latinoamericanos y caribeños, tanto de vitamina A como de hierro. La deficiencia de vitamina A contribuye a la alta morbilidad y mortalidad por infecciones respiratorias y diarreas, y el bajo consumo de hierro genera una alta prevalencia de anemia en niños y madres. Por otra parte, 30 millones de latinoamericanos tienen bocio debido a deficiencias de yodo, pero apenas una ínfima parte sufre de cretinismo por esta causa.

Educación

La educación es una de las áreas críticas en la situación de la niñez según el informe de UNICEF, por ser uno de los resortes principales de promoción de la movilidad social y de reducción de las desigualdades. Si bien la región ha realizado avances importantes en el acceso a la escolarización primaria y secundaria, en los últimos años se ha producido un deterioro generalizado de la calidad de la enseñanza.

América Latina registra una de las mayores tasas promedio de repetición escolar. Sólo uno de cada dos niños que inician la educación primaria la terminan



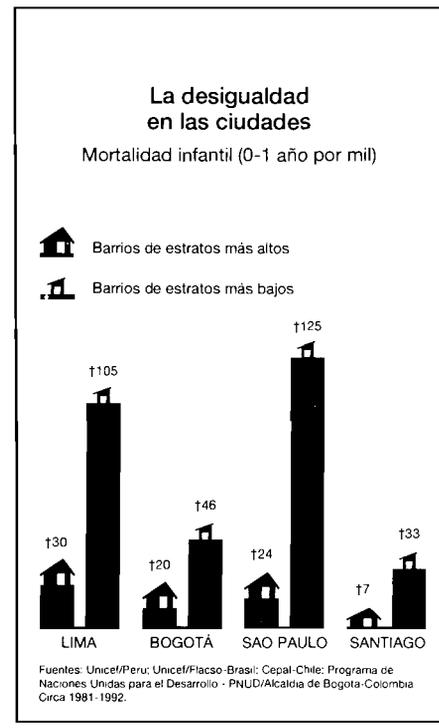
con éxito, por causas asociadas a la baja calidad de la enseñanza y a la penuria familiar, indica el informe.

Las desigualdades entre países son también muy marcadas. Por ejemplo, algunos países del Cono Sur tienen tasas de terminación de enseñanza primaria superiores al 80 por ciento, mientras que otros de Centroamérica presentan tasas próximas o inferiores al 50 por ciento. La baja calidad educativa también se refleja en los altos índices de repetición. Este problema le cuesta a la región alrededor de 3.000 millones de dólares al año.

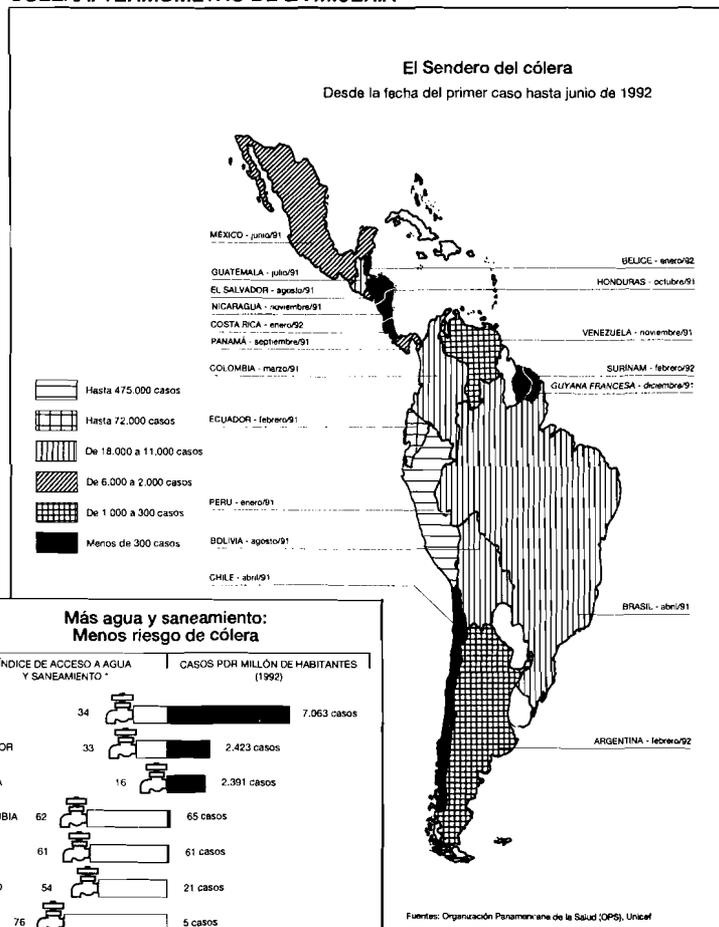
Agua y saneamiento

"Hoy en día, en América Latina y el Caribe 100 millones de personas carecen de acceso a agua potable y 156 millones no cuentan con servicios de saneamiento básico. Este hábitat precario presenta altos riesgos para el desarrollo normal de los niños, quienes se ven más expuestos a contraer enfermedades por la deficiente salubridad ambiental", dice el informe. Estima también que en la gran mayoría de países latinoamericanos, entre un 60 y un 80 por ciento de las causas de morbilidad puede atribuirse a deficiencias en el suministro de estos servicios.

A pesar de los avances conseguidos en los años ochenta, durante el llamado Decenio Internacional del Agua Potable y el Saneamiento, "al comenzar la última



CÓLERA: TERMÓMETRO DE LA MISERIA



Fuente: Organización Panamericana de la Salud (OPS), Unicef



Niños en circunstancias especialmente difíciles

Como consecuencia del proceso acelerado de urbanización y de la crisis económica de los años ochenta, la situación de millones de niños de la región se ha deteriorado considerablemente. Muchos de ellos se vieron forzados a trabajar para ayudar a sus familias o para sobrevivir por sí solos, obligados a forjarse un futuro a la brava, por fuera de la legalidad. El estudio estima que por lo menos 30 millones de niños trabajan, y de ellos, la mitad se gana la vida en las calles.

Otras causas de deterioro de las condiciones de vida de la niñez latinoamericana, señaladas por el documento, han sido la violencia política y social y los conflictos armados enquistados durante décadas en algunos países de Centro y Suramérica.

El informe de UNICEF afirma que muchos niños y adolescentes se han visto involucrados de forma activa o pasiva en estas guerras, las cuales han dejado un saldo devastador de víctimas entre muertos, desaparecidos, huérfanos, heridos o desplazados.

De acuerdo con este diagnóstico, "ni el crecimiento económico, ni la democracia podrán consolidarse mientras la mitad pobre de la población permanezca excluida de la actividad productiva y de la participación política, por falta de capacitación y oportunidades para integrarse a la vida social". El documento afirma que esto no sólo es una injusticia sino también un despilfarro de recursos humanos valiosos que son indispensables para asegurar un desarrollo humano sostenible.

Es por esto que los medios masivos de comunicación pueden jugar un papel fundamental con respecto a la difusión de las metas en favor de la infancia, como también reforzar el apoyo ciudadano para que se lleven a cabo los programas. En este sentido el informe afirma que si además de los líderes políticos, las Organizaciones No Gubernamentales, los funcionarios públicos, los maestros y los padres asumen como propias estas metas, las probabilidades de alcanzarlas serán mayores. Cumplirlas significará para esta región, sacar de la marginación a más de la mitad de su población, excluida del desarrollo durante tantos años.

Ni el crecimiento económico, ni la democracia podrán consolidarse mientras la mitad pobre de la población permanezca excluida de la actividad productiva y de la participación política.

década de este siglo, todavía uno de cada cuatro latinoamericanos no tiene acceso a agua potable y uno de cada tres no cuenta con un sistema eficaz de saneamiento".

El documento explica cómo las insalubres condiciones ambientales de las zonas urbano-marginales y de amplias zonas rurales han tornado endémicas enfermedades como la diarrea, la disentería, el tifus, los parásitos intestinales y el cólera, epidemia que comenzó en Perú en enero de 1991, se extendió rápidamente por toda la región y a mediados de 1992 había producido más de cinco mil muertos.

Entre los factores que dificultan el suministro de agua potable y saneamiento básico, el documento destaca la creciente deforestación de las cuencas de los ríos de la región, la degradación de los ecosistemas y el vertido descontrolado de residuos residenciales, industriales y pesticidas en las fuentes de agua.

LAS CARAS DE LA VIOLENCIA

La violencia en América Latina ha dejado miles de huérfanos. Juan es uno de ellos. Tiene sólo ocho años y dice que lo único que quiere es crecer para encontrar a los que mataron a su padre. Sin una intervención reparadora el ciclo de violencia se perpetúa.



"Desamparo". Agosto 1990. Medellín

Henry Agudelo, Medellín, Colombia

Juan, un niño de ocho años, busca a diario un rincón en la casa de alquiler que comparten ocho familias; se sienta en el piso, apoya los codos sobre las rodillas, agarra su cabeza a dos manos, y permanece así, en silencio, horas y horas, con la mirada perdida en el vacío. Cuando su mamá trata de sacarlo de lo que ella llama "la pensadera", la respuesta del pequeño es siempre la misma: "Mamá ya sabe lo que estoy pensando: lo único que quiero es crecer para encontrarme con los que mataron a mi papá".

Juan es sólo uno de los miles de huérfanos que ha dejado la violencia en los países de América Latina. A su padre lo asesinaron en una pequeña población

del llano colombiano, donde se han entrecruzado las guerras de los paramilitares, la guerrilla, el ejército y la mafia. Su madre, de sólo 28 años, quedó viuda y con tres hijos.

Es un hecho innegable: la pobreza y la violencia golpean con mayor fuerza a los niños y a las mujeres. Las distintas violencias han dejado miles y miles de personas desplazadas en Perú, Guatemala, Colombia; la mayoría son huérfanos y viudas. En El Salvador los campos de refugiados estaban repletos de madres solas y menores de edad. Los más grandecitos, los de 12 años, ya capaces de cargar sobre sus hombros el peso de un fusil, ingresaban al campo de batalla.

Entre los guerrilleros del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional, FMLN, que realizaron su última parada militar el pasado mes de junio, estaba Amanda. En medio de una sonrisa que hizo más vistosos sus inmensos ojos color miel, dijo adiós al fusil que la acompañó durante tres de sus 16 años.

Lo más grave de la violencia de la confrontación armada es el trauma psicológico. "Es algo muy difícil de borrar", dice una sicóloga que trabaja en un centro de atención para menores abandonados. "A la institución llegaron tres hermanas a las cuales les mataron a su papá y a su mamá. Ellas vieron todo. La mayor que en el momento de la masacre tenía ocho años, empieza a convulsionar, como en ataque de epilepsia, sólo al mencionarle el nombre del pueblo donde vivía".

En un centro de huérfanos de San Salvador los pequeños no sabían si llorar o gritar de alegría el día en que se anunció que por fin se había firmado la paz. Francisco Parra, de 15 años confiesa: "Lo mejor es olvidar. Hay gente que piensa en vengarse. Yo quiero estudiar, ayudar a mis primos que también quedaron huérfanos; soy el mayor de ellos". Roxana tiene 13 años, unos dulces ojos negros y un largo y lacio cabello oscuro. Mira al suelo y juega con sus manos mientras repasa su historia: "Es que nosotros anduvimos huyendo; venían los soldados y mi mamá tenía una niña tierna en los brazos. Como una bala venía perdida, le cayó a ella. Nosotras la dejamos ahí porque no la pudimos llevar..." No puede evitar las lágrimas. Lo que cuenta ocurrió hace ya ocho años.

En Colombia, también la violencia del narcotráfico se ha nutrido de los niños pobres de Medellín. Los niños sicarios, muchos menores de 16 años, fueron los encargados, en actos suicidas, de hacer el trabajo sucio a los jefes del narcotráfico. Y son también niños los que sirven de correo para distribuir la droga. Omar era uno de ellos. Cuenta que su oficio era llevar droga, en pequeños paquetes, a una papelería del centro de la ciudad. De allí, para camuflar la operación, salía con un cuaderno o con un lápiz.

La violencia familiar es otra cara de la violencia que golpea a diario a los habitantes más pequeños de América Latina y el Caribe. En sus hogares en las escuelas aprenden que los conflictos se

resuelven por la agresión, el insulto o los golpes. El maltrato físico y psicológico convierte a los niños en seres inseguros y agresivos. Cuando adultos, lo más probable es que sean padres violentos.

Mario tiene el cuerpo deforme de tanto cargar bultos. Su sitio de trabajo fue, por años, el mercado de Arada, en Lima. Lo que ganaba era para llevarlo a sus padres. Un día, su padre creyó que era muy poco lo que Mario llevaba a casa y en castigo le pegó con una varilla. No era la primera golpiza para Mario, pero sí la más dolorosa, por eso decidió volarse de la casa. Se convirtió entonces en un "petiso", esos niños envueltos en mugre que recorren las calles de Lima y que duermen bajo hojas de periódico, en las plazas centrales. Inhalar "perocal" un pegante de zapatos, lo hace sentir menos infeliz.

María, su falda raída y un saco roto que le llega más abajo de las rodillas, asoma la cara por la tapa de una alcantarilla. Es su casa. su padre abandonó a la madre, ésta buscó un nuevo marido y el hombre abusó de la niña. María se siente más querida y tranquila en su hueco, bajo las calles de Bogotá. "Monito, un peso, monito regálame para comer" es lo que repite esta niña de 14 años todo el día. "Así me rebusco la vida", dice. En nada parece ser distinta la vida de Gabriel, un "malandro" que recorre las calles de Caracas pidiendo un "bolo" para comprar un pan.

Los niños de la calle son una realidad dolorosa en la mayoría de las grandes ciudades latinoamericanas y caribeñas. Estos "cara sucia" son víctimas ahora de una nueva modalidad de violencia: la "limpieza social". En muchos países latinoamericanos se ha permitido que hagan carrera grupos oscuros que se sienten con derecho a asesinar a los que llaman con desprecio "desechables". José, un pequeño gamín de 9 años, que tiene por casa las calles de la caribeña Barranquilla, dice casi sin respirar:

"Yo tengo mucho miedo desde que mataron a esos basureros en la Universidad Libre. No puedo dormir. Sueño que nos van a montar a todos en un camión y nos llevan allá para matarnos. Quiero volver a mi casa pero no puedo. Mi mamá me amarraba con cadenas y no me dejaba salir a la calle. Por eso me volé". Y la historia de José la podrían repetir, casi idéntica, los niños de las favelas de Brasil, quienes además de ser considerados como un estorbo social, han caído víctimas de grupos criminales que los han usado para sus propósitos y no quieren testigos. A pesar de los esfuerzos de organizaciones comunitarias y de la justicia, casi mil niños brasileños han sido asesinados cada año en los últimos tres años.

La violencia en la escuela todavía es muy frecuente en algunos países de América Latina. En las zonas rurales, sobre todo, hay maestros que conside-

ran la represión y el castigo físico como el único medio para lograr que los niños aprendan y obedezcan. De esta manera, los pequeños se "educan" sin estímulos positivos, en un ambiente de miedo.

Y la pobreza genera otra violencia: la violencia sexual. Es entre los niños de la calle y los niños más pobres donde los traficantes de sexo encuentran más fácilmente a sus presas. La oferta es tentadora: dinero, una buena vida... Los niños y niñas prostituidos son un cuadro desgarrador en parques y playas de Lima, de San Pablo o de Río de Janeiro, en ciudades de Guatemala o de República Dominicana.

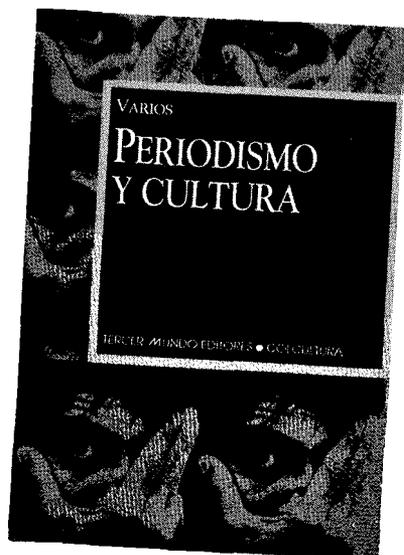
Se dice que en Brasil hay más de medio millón de menores que viven de la prostitución. Muchos "mishes", hombrillos brasileños que comercian con su cuerpo, han caído asesinados dentro de la "limpieza" que se realiza en las favelas.

Sin capacidad para defenderse, los niños de las Américas crecen en medio de mil violencias entrecruzadas. Los niños parecen desamparados al cruzar una calle, frente a un maestro que piensa que "la letra con sangre entra", o frente a los peligros que los acechan cuando la madre los tiene que dejar encerrados en un tugurio. Es doloroso, pero es real: el mundo no está diseñado para que ellos crezcan como debe ser, en un mundo lúdico, repleto de risas, juegos y esperanzas. ●



Daniel Caselli, Uruguay

Niño urgador de basura, Montevideo, Uruguay



PERIODISMO Y CULTURA

VARIOS AUTORES

3er. Mundo Editores - Colcultura, 1991.

Este libro reúne ensayos y discusiones planteados durante dos reuniones sobre Periodismo Cultural realizadas en Colombia con el auspicio de Colcultura. Participan en los debates Jesús Martín-Barbero, Daniel Ulanovsky, Elena Poniatowska, entre otros.

No existe periodismo acultural o separado de la comunidad. De cada ponencia, complementada en la ronda de preguntas, surge una nueva acepción de cultura que nos remite indudablemente a una constante definitoria: cultura es todo aquello que el hombre hace, piensa o siente. Jesús Martín-Barbero abre fuego con la idea de que cultura significa "comportamientos, experiencias, hábitos e inercias". Lo que el hombre hace, piensa o siente es también lo que el hombre comunica o incommunica, lo que escribe como noticia sin debatir y, para el caso de Colombia, lo que sufre como efecto de una crisis de convivencia.

Entreverado en casi todos los planteamientos, emerge el deseo de asumir la cultura como conflicto, debate y diversidad. Cuestionan la noticia creada desde los poderes hegemónicos y claman por un periodismo operado desde las prácticas cotidianas que abarquen desde el lechero al botador de basura. El

periodismo cultural debe superar la información de moda transnacionalizada.

El semiólogo Armando Silva afirma que es necesario comprender los procesos imaginarios con los que se construye la realidad social: Cultura es lo que queda luego del acontecimiento.

Los periodistas culturales se han anclado en el acontecimiento evidente, reduciendo y se han olvidado de los procesos invisibles que están detrás de cada noticia. El periodista cultural no investiga ni asigna otros sentidos a la realidad. De esta manera, las páginas culturales que reseñan precipitadamente un concierto o un evento resultarían las menos culturales. Aquellos mínimos rincones de los periódicos negarían, a nombre de una imagen restringida de cultura, las verdaderas representaciones de lo cotidiano: la violencia, el pasaje, la gente, los gustos, las masacres, la inseguridad, la vida.

Se adivina, en estos debates calurosos, una lucha generosa entre el papel de los intelectuales, los artistas y los periodistas. Aquellos les piden a los periodistas culturales mayor creatividad, ingreso en la construcción de mundos posibles y menos estacionamiento en los acontecimientos rastrosos. No hay que informar sencillamente; se necesita sentir las voces de la diversidad que no se encuentran necesariamente en una página cultural o en el narciso cazador de "chivas" espectaculares o sensacionalistas. ❁

IVAN ULCHUR

Tercer Mundo Editores
Calle 69 No. 6-46
Bogotá, Colombia

LA MEDIACION PEDAGOGICA

Apuntes para una Educación a Distancia Alternativa

FRANCISCO GUTIERREZ PEREZ

DANIEL PRIETO CASTILLO

Radio Nederland Training Centre, San José, Costa Rica, 1991.



Los autores desarrollan en *La Mediación Pedagógica* un enfoque alternativo a la educación a distancia, a partir de un marco teórico y de procedimientos centrados en la promoción y el seguimiento del aprendizaje.

Se trata de una opción que, llevada a la práctica, significa un tratamiento especial del tema, para hacerlo más pedagógico; una ampliación de los ejercicios a realizar por los destinatarios y una reorientación de la forma de los materiales.

La obra pone en discusión los modos tradicionales de evaluación y aporta recursos para la validación de los materiales.

Los autores se apoyan en valiosas experiencias latinoamericanas y ofrecen numerosos ejemplos útiles para reconocer las posibilidades de una educación a distancia alternativa. Con ésta se busca superar tendencias verticalistas y enciclopedistas, para abrir paso a la participación y la creatividad de los interlocutores. ❁

Radio Nederland Training Centre

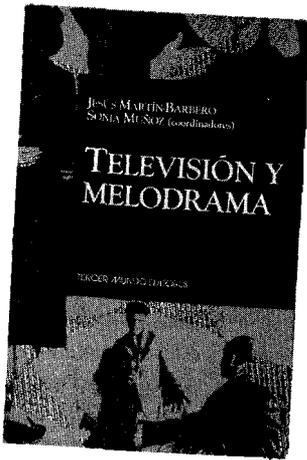
Sabana Sur, del MAG 100 este y 300 sur
Apartado 880 - Centro Colón 1007
San José, Costa Rica

TELEVISION Y MELODRAMA

JESUS MARTIN-BARBERO

SONIA MUÑOZ (COORDINADORES)

Tercer Mundo Editores, Colombia, 1992



¿Cómo inciden en la invención de lo cotidiano la televisión y el melodrama? Jesús Martín Barbero y Sonia Muñoz dirigen esta investigación en la que colaboran, además, los antropólogos Sergio Ramírez y Clara Llano, la profesora Elizabeth Lager y la socióloga Nora Segura.

Lugar de encuentro paradójico, la televisión colombiana -aparece como una expresión emotiva de lo imaginario popular a través de un género tan vapuleado por la llamada cultura seria y académica. Generalmente pensamos que el melodrama equivale a sensiblería, mal gusto, arte del populacho en oposición a una percepción cultural elitista que se niega a sí misma el recurso del goce cotidiano.

Los investigadores se dan a la tarea de analizar el proceso de recepción o de consumo de melodramas en estratos populares. Rastrear, por lo tanto, la relación cultural entre el género melodrama y el modo cómo se concibe el diálogo entre ficción televisiva y comportamiento cotidiano. La verdad, para el imaginario popular tiene que ver, según los investigadores, no tanto con un texto cerrado cuanto con intertextualidades de experiencia y sentimiento.

Martín-Barbero establece una articulación histórica y estructural entre el melodrama, la pantomima, el circo, el teatro, el folletín, y el cine, pues estos

géneros se fundamentan en espectáculos populares con gran capacidad de movilización masiva. Es aquí donde aparece la televisión mediando entre el género y la vida en el barrio popular.

La telenovela, dice Barbero, opera bajo dos modelos, el de la esquematización que pone en juego sentimientos elementales y el que trabaja con personajes permeables a la rutina cotidiana y referencial. Brasil, Venezuela y Colombia son países de avanzada en este campo. Colombia aporta a la telenovela y reinventa el género al ironizarlo y conectarlo con las costumbres y momentos históricos. Es el caso en Colombia del dramatizado *Pero sigo siendo el rey* con el que se "encontraron en risa" los colombianos y se desconocieron los mexicanos.

Es decir, el esquematismo narrado de la telenovela se ha convertido en una acción más compleja y más alusiva para un espectador que debe descifrar el texto. Como tal, la telenovela es testigo y factor importante de esta transición hacia lo plural de la intertextualidad: materia, forma, lenguaje, estrategias de comunicación que rebasan la pura forma telenovelesca y se encarnan en la colectividad popular como placer, como goce compartido.

Sonia Muñoz nos habla del extratexto gozado por las mujeres de los barrios populares y de cómo la telenovela les permite resemantizar o reelaborar su entorno de mujeres sometidas y simultáneamente cuestionadoras. La telenovela sería aquel trampolín de sentidos posteriores que las mujeres confieren a la vida a través del itinerario dramático de sus heroínas. La hora de la novela es, para el imaginario popular femenino, la hora de la calle y del intercambio de narraciones y experiencias compatibles. ●

IVAN ULCHUR

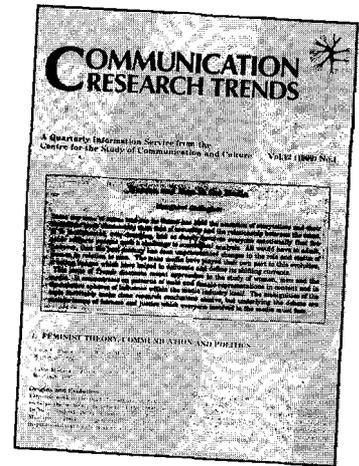
COMMUNICATION RESEARCH TRENDS

Women and Men in the Media

MARGARET GALLAGHER

Centre for the Study of Communication and Culture (CSCC)

Vol. 12, 1992, No. 1



El último número editado por el CSCC, radicado en Londres, ofrece una panorámica de trabajos recientes que, desde el mundo anglosajón, abordan distintos aspectos de la relación entre medios de comunicación masiva y diferencias sexuales.

El campo en el que se adentra la revista *C. R. Trends* es difícilmente delimitable por su carácter multifacético. Su tratamiento en este número está orientado a mantener abierto un debate - que tiende a ser permanente, pero hoy más actual que nunca- o varios debates simultáneamente, y no a mostrar conclusiones sobre problemas concretos. Tanto su editor, W.E. Biernatzki, como Margaret Gallagher se encargan de hacer un llamamiento a la conciencia de todos los que de una manera o de otra nos ocupamos o trabajamos con los medios, porque entienden que bajo esos debates subyace un serio problema de justicia.

Esta edición de *C. R. Trends* revisa concepciones actuales sobre los modelos de representación de lo masculino y lo femenino en el contenido de los medios, y también sobre las respectivas esferas de influencia que hombres y mujeres tienen en el interior de la industria "massmediática". ●

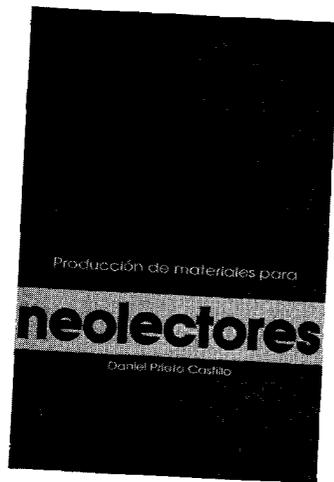
FRANCISCO BERNETE

PRODUCCION DE MATERIALES PARA NEOLECTORES

DANIEL PRIETO CASTILLO

Radio Nederland Training Centre

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, San José - Costa Rica, 1991



Esta obra de Daniel Prieto Castillo está dirigida a quienes trabajan en el vasto y complejo mundo de la alfabetización en nuestros países latinoamericanos. La propuesta central es la de acercarse a la cultura de quienes han tenido acceso a las letras para trabajar desde ellas y no desde ordenamientos discursivos y percepciones propias de quienes vienen utilizando el alfabeto como instrumento cotidiano. Ello significa tomar como punto de partida la cultura oral de los "neolectores", ya que éstos no acceden al ser a través de la apropiación de una nueva tecnología, sino que incorporan tal recurso a una capacidad anterior de leer su propia realidad. En efecto, la neolectura significa apenas el encuentro con una herramienta que de ninguna manera viene a reemplazar toda la vida y la cultura anteriores a ella.

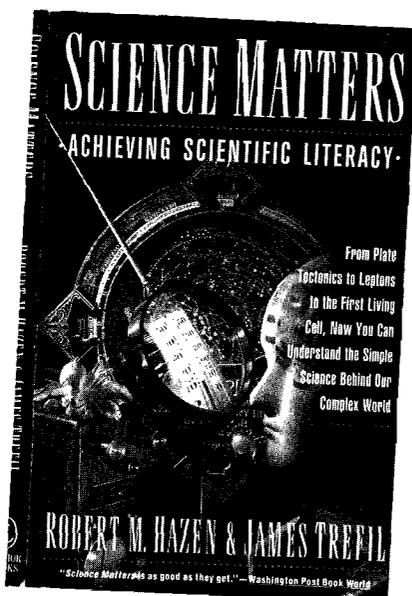
El autor ilustra sus afirmaciones con ejemplos tomados del contexto de nuestros países, ya sea de experiencias o de la literatura, y propone un marco teórico (a partir de una puesta en cuestión del modelo tradicional de comunicación) orientado a comprender el alcance de la lecto-escritura en nuestro medio. Son de importancia las reflexiones sobre la vida cotidiana y sobre el análisis crítico de los materiales. La obra concluye con una revisión de distintos formatos utilizados para el trabajo con neolectores: carteles, cartillas, periódicos, murales, e historietas, entre otros. Daniel Prieto Castillo ha publicado numerosos libros dedicados al análisis de la comunicación y la educación: *Discurso autoritario y comunicación alternativa*, *Comunicación y percepción en las migraciones*, *Manual de análisis de mensajes*, entre otros. ●

SCIENCE MATTERS: ACHIEVING SCIENTIFIC LITERACY

ROBERT M. HAZEN & JAMES TREFIL

Anchor Books, Doubleday, 1991

666 Fifth Ave., New York, NY, 10103



Detrás de los titulares gráficos y las cápsulas de los telenoticiarios hay cuestiones científicas que los periodistas mencionan superficialmente o ignoran por completo. La cita demagógica de un político, o la apreciación personal de un ciudadano afectado, desconocen las posibilidades o limitantes técnicas a la solución del problema social o político que presuntamente los desvela. El público, los educadores, y los periodistas no han sido capacitados para aclarar y ampliar con datos científicos y técnicos la información cotidiana que va formando el contexto de opiniones. En América Latina la mayoría de los políticos y comunicadores son analfabetos en el lenguaje de la ciencia. Desde una perspectiva política, el estudio de la ciencia y el conocimiento científico básico es esencial para una efectiva participación democrática.

Science Matters, de Hazen y Trefil, es el texto ideal para un curso de alfabetización científica para periodistas, políticos y para el ciudadano que intente comprender y actuar sobre lo que sucede a su alrededor. El libro trata los aportes centrales de cada rama de la ciencia, el estado actual del conocimiento, y las principales zonas de frontera en que los profesionales trabajan. La virtud del texto radica en su constante relacionamiento de los temas más esotéricos de la ciencia con asuntos de interés cotidiano en un lenguaje accesible al lector no especializado.

La lectura de *Science Matters* es una apasionante experiencia intelectual y estética que modificará la actitud y las prioridades del lector respecto al conocimiento, la sociedad y la comunicación. ●

GINO LOFREDO

EN ESTA PAGINA

Ponga su **M**arca



El lector promedio de esta revista requiere para su trabajo de prensa, radio o televisión, de implementos y accesorios: computadores, software para procesamiento y diseño de textos, cables, mouse, equipos de audio, micrófonos, grabadoras, casetes, grabadoras de video, videocasetes, lámparas, cámaras fotográficas, objetivos, películas, etc. etc.

Cuando piense poner su marca, piense en

Revista Latinoamericana de Comunicación
Chasqui

Su medio ideal