

DESINFORMACION**10**

Los sistemas de desinformación de las grandes potencias son cada vez más sofisticados. Necesitan de los comunicadores. La guerra de baja intensidad y las operaciones psicológicas, también.

*Howard Frederick, Gino Lofredo, Guiomar Vega,
Nikolai Strugov, W. Soderlund, R. Price, R. Krause, W. Wagenberg.*

**COMUNICACION Y DROGAS****44**

La "transnacional de la droga" utiliza más y más a los medios de comunicación para propagar sus acciones. Y acobarda o asesina a los periodistas que la enfrentan.

Paul Little, Juan Tokatlian, Jesús Bejarano, María Jimena Duzán, Max Tello Charún, Roberto Lerner, Jack Laufer, Bruce Bagley, Wilman Sánchez, Juan Braun, Cynthia McClintock, Carlos Palenque, Cucho Vargas, USIS y la AED.



CIESPAL: NUEVA ETAPA DE TV <i>Luis Eladio Proaño</i>	7
CARRERAS DE COMUNICACION <i>José Marques de Melo</i>	92
ENTREVISTA A: LUIS RAMIRO BELTRAN <i>Juan Braun</i>	38

NOTICIAS	2
NUEVAS TECNOLOGIAS	4
ACTIVIDADES DE CIESPAL	6
LIBROS	99

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la Redacción de CHASQUI.

Carta del editor

Desinformación, guerra o conflicto de baja intensidad, operaciones psicológicas, droga y narcotráfico son conceptos que tienen un punto fundamental en común: La violencia.

Decenas de periodistas han muerto por meterse a esclarecer el "juego de los grandes". Otros se han autocensurado. Y muchos siguen arriesgando sus vidas para que el público pueda conocer la verdad.

En honor a los colegas caídos y a la libertad de expresión, que nunca debe claudicar, CHASQUI presenta los resultados de una profunda investigación periodística sobre desinformación, —el juego propagandístico de las gran-

des potencias— y una descripción de la "transnacional de la droga" y su manejo de los medios de comunicación.

El Presidente del Ecuador, Dr. Rodrigo Borja, colocó la piedra fundacional del Estudio de Televisión de CIESPAL. Fue el 29 de Junio de 1989. Nuestro Director General, Dr. Luis E. Proaño, ratificó que "esto permitirá emprender un amplio programa de formación de profesionales y técnicos latinoamericanos en coordinación con ULCRA, la Fundación Friedrich Ebert y el Ministerio de Cooperación Exterior y la CAF de Holanda".

¡Felicitaciones!

Juan Braun

DIRECTOR: Luis E. Proaño. **EDITOR:** Juan Braun. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Jorge Mantilla Jarrín. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Jaime Pozo. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS. **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Asdrúbal de la Torre, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Andrés León. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis

Beltrán (Bolivia); Gian Calvi (Brasil); Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Daniel Prieto (Argentina); Máximo Simpson (Argentina); Diego Echeverría (Chile). **Chasqui** es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania Federal. Apartado 584. Quito-Ecuador. Teléfono: 544-624. Telex: 22474 CIESPAL ED. - FAX (593-2) 524-177.

El desafío tecnológico

CHASQUI le solicitó al Profesor Marques de Melo un artículo que analice la situación de las Escuelas y Facultades de Comunicación y Periodismo en la América Latina, "vis a vis" las nuevas tecnologías. Y como era de esperar, la nota llegó. Y sus conclusiones son devastadoras: Las carreras forman profesionales para el medioevo. Este es un serio toque de atención para el mundo académico. La situación tiene que ser revertida para que nuestras sociedades se beneficien de la era de los satélites.

A pesar de que la prensa viene funcionando desde los albores de la colonización española (siglo XVI) o de la llegada de la corte portuguesa al Brasil (siglo XIX), no se puede hablar plenamente de una industria periodística en nuestro continente, a no ser desde mediados de este siglo. Las primeras actividades sobre comunicación colectiva que aquí se desarrollaron son apéndices de instituciones estatales o eclesiásticas que solamente sirven a la élite intelectual. No tenían una estructura empresarial articulada con el mercado de bienes de consumo.¹ Este aporte industrial vino como consecuencia de la urbanización e industrialización de nuestras sociedades, determinado en gran parte, por el proceso de sustitución de importaciones ocurrido en los períodos de conflagración mundial y también por la recepción de significativos contingentes de migrantes europeos que hacen florecer modernos padrones culturales. La dinamización de la prensa (aumento de los tirajes) y el posterior crecimiento de la radio, el cine y la televisión, se origina por las necesidades de consumo de los productos culturales, demandados por los sectores afluentes de la vida urbana y mucho más en los núcleos industriales surgidos en varios países.²

Hasta entonces no se pensaba en formar personal capacitado para los medios de comunicación colectiva. Las propias empresas del ramo se encarga-

ban de formar sus cuadros. Con la expansión del negocio de la información y de la cultura, las universidades son solicitadas para formar especialistas.

EXPANSION DE LAS VIEJAS TECNOLOGIAS

La existencia de instituciones de enseñanza superior para la formación de profesionales destinados a los medios de comunicación, en Latinoamérica, data de poco menos de medio siglo.³ Las primeras iniciativas, ocurridas en Brasil y Argentina en los años 40, en Venezuela, Colombia, Cuba, Ecuador, México y Perú en los años 50, surgieron como consecuencia de la expansión de los procesos de difusión colectiva desencadenados por la industrialización, ocurrida en varios países.

El surgimiento de las escuelas de comunicación en nuestro continente coincide con el avance tecnológico experimentado por los "mass media" en los países metropolitanos. El período de la post-guerra está marcado por la revolución de las telecomunicaciones, posibilitada por el descubrimiento de los semiconductores y por la producción del transistor. El vertiginoso crecimiento de la electrónica significó transformaciones en la vida económica y cultural de los pueblos, haciendo factible el desplazamiento de los padrones de la sociedad de consumo hacia las naciones del Tercer Mundo.

A medida que se opera una re-división internacional del trabajo, con la superación de las fronteras entre países productores de materias primas y países manufactureros, en América Latina se implantan parques fabriles para abastecer los mercados internos con bienes de consumo antes importados

de centros foráneos. Esta nueva dinámica del proceso de producción y circulación de las mercaderías se debió a los instrumentos tecnológicos perfeccionados para difundir bienes simbólicos y motivar el consumo de productos utilitarios.

Con el propósito de atender a la demanda de personal calificado proveniente de la naciente industria del confort, así como de las empresas periodísticas y publicitarias, surgen y se multiplican escuelas superiores dedicadas a preparar periodistas, radiodifusores, relacionadores públicos, etc. Aparecen, por tanto, en un momento histórico marcado por el apogeo de las "viejas tecnologías" de la comunicación.⁴

Sin embargo, tal coincidencia es meramente cronológica, una vez que el camino recorrido y la estructura adop-



Las escuelas latinoamericanas de comunicación

José Marques de Melo, brasileño. Doctor en periodismo, profesor de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de Sao Paulo. Fundador y primer presidente de INTERCOM.

tada por las escuelas de comunicación en América Latina, se encontraban desactualizados en relación al avance tecnológico de los medios de difusión colectiva.

Nuestras escuelas de comunicación surgen como consecuencia de la ampliación del mercado de consumo masivo y de la modernización de los vehículos de reproducción simbólica, pero se distancian de las dinámicas técnicas y culturales inherentes a los fenómenos típicos de sociedades en transición.

CARRERAS MEDIEVALES

La principal explicación para ese abismo entre la enseñanza de la comunicación y la realidad de la industria cultural la encontramos en el perfil conservador de las universidades, espacios donde se incrustan tales instituciones y en la tradición elitista de los intelectuales que conforman sus directrices y políticas de acción.

En tales condiciones, se origina un "gap" entre el mundo académico y el mundo profesional de la comunicación. Se crea un contraste permanente entre la disposición de los "media" para incorporar innovaciones y la vacilación de las escuelas para adoptar cambios.

Tanto la modernización de los "media" y de su aparato subsidiario (las agencias de publicidad) como la creación de programas destinados a formar profesionales de la información colectiva, ocurren en los comienzos de la he-

gemonía norteamericana en nuestro continente.⁵

No obstante, pronto se establecerá un contraste entre la industria de la comunicación y la educación de los comunicadores. Las empresas de comunicación siguen la misma ruta de la industria convencional, importando el "know-how" norteamericano, vale decir: conocimiento científico y modelos tecnológicos. A su vez, las escuelas de comunicación surgen a partir de la inspiración de los proyectos gestados en Missouri (Walter Williams), Columbia (Pulitzer) y en Harvard (Eliot), pero se distancian de estos por determinaciones ecológicas. Incrustadas en espacios universitarios distintos de aquellos que caracterizan a las universidades norteamericanas (donde se busca equilibrio entre investigación y tecnología), las escuelas latinoamericanas de comunicación fueron aprisionadas por el modelo "medieval" de universidades a imagen y semejanza de Salamanca y Coimbra.⁶ De esta forma, fueron impedidas de cumplir su vocación original: apoyar el surgimiento de la industrialización de la información y de la cultura del período de la post-guerra. Resultado: se convirtieron en espacios anacrónicos, pero en sintonía con la tradición verbalista de la aristocracia intelectual remanente de los tiempos coloniales y poco afinadas al impetuoso desarrollo de los "media" y su creciente actualización tecnológica y gerencial.

Las primeras escuelas de periodismo que funcionaron en Brasil, México, Venezuela o Argentina, en las décadas del 40 y del 50, tenían poca similitud con sus congéneres norteamericanas.⁷ Las escuelas de los Estados Unidos tuvieron una trayectoria de articulación con la industria cultural, tanto en el campo de la investigación como en el de la formación profesional y fueron sensibles para asumir los avances tecnológicos allí procesados. Mientras tanto, las escuelas latinoamericanas asumieron un papel de distanciamiento de las empresas periodísticas, manteniéndose segregadas en los predios universitarios y, por tanto, sin informaciones de los cambios ocurridos en la vida profesional y de los rumbos asumidos por la revolución electrónica que transformó radicalmente el proceso de producción/difusión de las noticias.⁸

No se trata aquí de discernir sobre la validez de los modelos norteamericanos de la industria/enseñanza de comunicación de masa. Se trata, eso sí, de reconocer que la actividad empresarial y profesional de la comunicación absorbió, en el ámbito de la tardía industrialización latinoamericana, padrones "modernos" de desenvolvimiento productivo y mercadológico, mientras la universidad, de donde se esperaba recursos humanos capacitados para enfrentar cambios, se limitó a los padrones "tradicionales" de enseñanza/aprendizaje, contribuyendo muy poco a la "revolución burguesa" que ocurría en la región.⁹

El panorama se presenta más grave cuando se examina la estructura curricular y las directrices pedagógicas vigentes en las más antiguas escuelas de periodismo, transformadas en facultades de comunicación. Son instituciones envejecidas precozmente, cuyo ritmo y tono se asemejan más a los procesos de comunicación de comienzos del siglo. Las preocupaciones dominantes son casi exclusivamente éticas, jurídicas e históricas, dejando poco espacio para los problemas de naturaleza metodológica, técnica y científica. Es desolador el retrato presentado por el "Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina" (CIESPAL) en la primera mitad de la década del 60, cuando realizó seminarios para discutir la problemática de la enseñanza en el área.¹⁰



aprisionadas por el modelo medieval de las universidades

HUMANISMO EQUIVOCADO

Es necesario hacer dos observaciones en cuanto a la cuestión tecnológica. Primero, el comportamiento de rechazo o de resistencia a la tecnología, demostrando una tendencia de reflexión nostálgica y refractaria a la modernidad. Segundo, la ausencia o la precariedad de instrumentos tecnológicos como base del aprendizaje de los procesos y mecanismos de comunicación colectiva.

En el primer caso, la actitud anti-tecnológica reproduce un modo de pensar y de actuar que se convierte en un humanismo equivocado, prácticamente rescatando el temor demoníaco de la máquina, registrado en los principios de la revolución industrial en Europa. La técnica es considerada como algo que se opone a la naturaleza humana y no como un producto de la creación del hombre para agilizar la actividad productiva y aliviar a los trabajadores de tareas repetitivas y embrutecedoras.

Se confunde técnica con tecnicismo. "Tecnicismo es la sumisión ciega e irresponsable del hombre al dominio de las máquinas. Es la adoración del saber-hacer sin ninguna relación con los fines. La técnica, entretanto, es el instrumento de la liberación del hombre. (...) La amenaza que se percibe en la técnica no está en las máquinas o instrumentos, sino en la actitud del hombre en relación a tales objetos".¹¹

Tal posición, clasificada como "humanista", ha sido la causa de la conservación de un espectro intelectual, dentro de las escuelas de comunicación, que rechaza la técnica, aislándola a los ínfimos espacios de la codificación verbal y combate inclusive a la naturaleza industrial de los procesos de comunicación colectiva. En verdad, se trata de la permanencia de aquel recelo "apocalíptico" (Umberto Eco) que identifica en los medios de comunicación colectiva una tarea trivial y banalizadora, destinada a reducir a los individuos a la condición de autómatas culturales.¹²

RECHAZO A LA TECNOLOGIA

Como resultado de la hegemonía de ese comportamiento radical, la tecnología no solo es descalificada filosóficamente sino rechazada pedagógicamente. En la mayoría de los centros universitarios dedicados a preparar agentes de comunicación colectiva no existen instrumentos tecnológicos para el desarrollo de aulas prácticas o de in-



La tecnología afecta el modo de pensar y actuar

vestigaciones experimentales. La presencia de laboratorios que reproduzcan las condiciones de trabajo inherentes a la actividad productiva es residual y, aún así, tales aparatos son mantenidos en cuarentena por los grupos que hacen del "humanismo" la razón de ser de su militancia universitaria.

El espacio reivindicado para la enseñanza de la comunicación ha sido el de la denuncia al sistema industrial de difusión de los bienes simbólicos y el de la crítica a los patrones semánticos dominantes en los "mass media".¹³

CAMBIO DE RUTA

A partir de los años 60, tal tendencia vino a agravarse cuando CIESPAL concibió su Plan Tipo de Facultad de Ciencias de la Información Colectiva, dando prioridad a una directriz eminentemente comunicológica (estudio y análisis crítico de la comunicación social), en detrimento del proyecto original estimulado por la UNESCO.¹⁴ Este proyecto, mantenido de alguna manera por otros centros internacionales de formación profesional en comunicación, instalados en Europa, Asia y África, se orientaba hacia la capacitación y perfeccionamiento de profesionales para la prensa, radio, televisión y cine. Mientras tanto, en América Latina, el cambio de ruta de CIESPAL —que abandonó la línea de trabajo destinada a capacitar

técnica y científicamente a los profesores de las escuelas de periodismo— significó un recrudescimiento del viejo "humanismo" que se enclaustra en la crítica cómoda y fácil a la sociedad vigente, sin compromiso alguno con la formulación de modelos alternativos para transformar las estructuras sociales.

Una actitud de ese tipo significa abandonar la postura de contemplación de la sociedad, para actuar en ella directamente y asimilar los cambios que caracterizan su complejidad, inclusive los obstáculos a los procesos de cambio.¹⁵

De ese comodismo contemplativo deviene la ausencia de la infraestructura tecnológica en las escuelas de comunicación, vale decir, de laboratorios para convalidar científicamente las hipótesis elaboradas por la especulación social y filosófica y para construir los padrones alternativos de comunicación y cultura que se pretende anteponer a los modelos dominantes. Aún en los centros universitarios, donde se incorporó esa tecnología para fines pedagógicos, se comprueba una tendencia creciente a lo obsoleto o a la ociosidad. La raíz del problema radica en el temor institucional al tecnicismo y también en la falta de competencia de los maestros para administrar adecuadamente a la tecnología disponible.¹⁶

DESEMPEÑO PROFESIONAL LIMITADO

No es extraño, por tanto, que las empresas de comunicación de masa, los organismos gubernamentales que mantienen agencias de difusión colectiva o las entidades sindicales o comunitarias encargadas de actividades de información pública, sean contrarias a dar empleo a graduados en las escuelas de comunicación social. Justamente por lo inadecuado de la capacitación que recibieron en la universidad, los jóvenes comunicadores enfrentan poderosos obstáculos para adaptarse al mercado de trabajo. La primera dificultad es sin duda la superación de los estereotipos antitecnológicos difundidos en la sala de clase. La segunda es la adopción de una postura realista frente a la máquina y las potencialidades que representa para mejorar su desempeño profesional. Hay que convenir que esa asimilación de los métodos de trabajo vigentes en la actividad profesional, no se logra sin grandes sacrificios por parte de los comunicadores preparados por la universidad.

Tal incompatibilidad entre el perfil de los comunicadores demandados por el mercado de trabajo y los formados efectivamente por las escuelas de comunicación, viene creando situaciones de tensión entre las empresas y la universidad, sobre todo como resultado de la legislación existente en varios países que garantiza, a través de la sindicalización o de la graduación académica, privilegios para el ejercicio profesional. Como en la práctica existe una reserva de trabajo para los comunicadores graduados en las escuelas de nivel superior y como persiste aquella contradicción de perfiles profesionales, se ha agudizado la crisis de relacionamiento entre escuelas, sindicatos y asociaciones patronales.

En el caso particular del Brasil, donde la ley garantiza la reserva del mercado de trabajo en periodismo y relaciones públicas para los graduados en las escuelas de comunicación, se constata una con-

(abrir las puertas de la profesión periodística para que ingresen personas sin competencia ética/técnica respaldada por la universidad y facilitar la profesionalización de legos en la materia o aventureros, candidatos potenciales a liderazgos dudosos y a la corrupción), no puede ser desconsiderada totalmente en su vertiente económico-ocupacional, en razón de que la gran mayoría de las escuelas de comunicación conceden títulos a profesionales que no siempre se encuentran aptos para el desempeño técnico-práctico compatible con las actuales exigencias de la industria de la información.¹⁷

Esta tensión tiende a aumentar con la introducción de nuevas tecnologías de comunicación en las empresas editoras de periódicos, revistas y libros, en las emisoras de radio y televisión, en las productoras de cine, en las agencias de publicidad y relaciones públicas. Tales organizaciones privadas o estatales aceleran su modernización tecnológica, con la instalación de equipos auto-

NUEVAS TECNOLOGIAS

Una reciente investigación de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), confirma esa tendencia. De las 180 escuelas de comunicación existentes en el continente, los dos tercios evidencian distanciamiento en relación a las nuevas tecnologías, omitiéndose o negándose a participar del diagnóstico de la situación. Esta actitud, en opinión de Joaquín Sánchez, robustece la sospecha de que no están interesadas en la temática o de que allí nada ocurre en relación a este tópico.

Además, los resultados obtenidos en las 65 escuelas que colaboraron en el diagnóstico de la FELAFACS, son poco satisfactorios sobre la disposición de enfrentar la cuestión y capacitar en mejor forma a sus graduados. Los indicadores recogidos pueden ser resumidos de la siguiente manera:

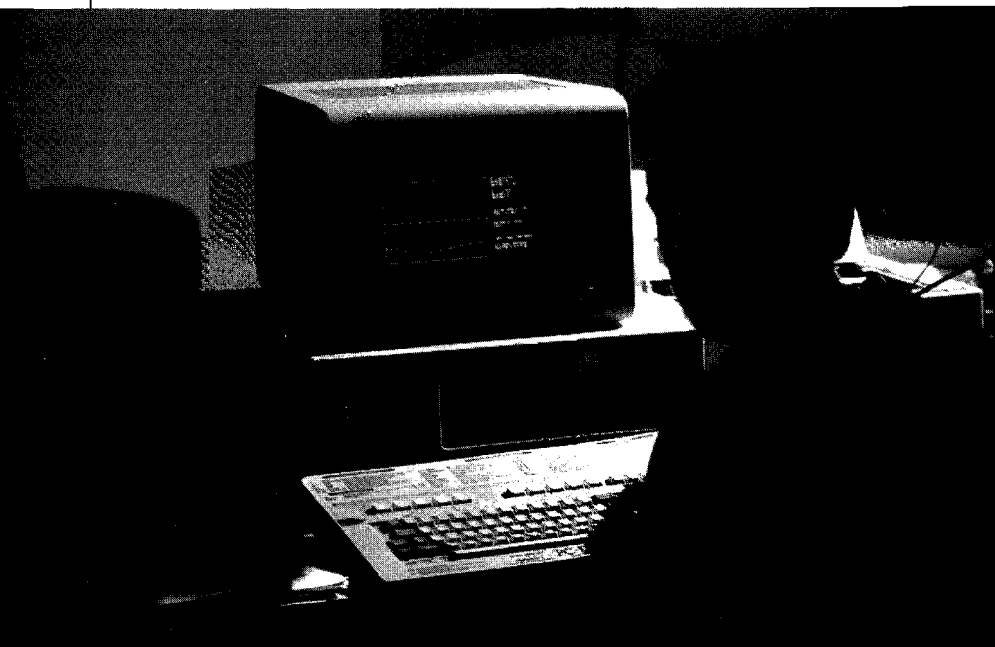
- Solamente en Brasil, México y Colombia existen programas de enseñanza sobre las nuevas tecnologías de comunicación. Sin embargo, son actividades de naturaleza especulativa, no siempre orientadas hacia el manejo y la experimentación de las nuevas tecnologías.

- Una de cada diez escuelas de comunicación tiene actividades de investigaciones sobre el tema, generalmente tesis de licenciatura o de post-gradó. En consecuencia, se trata de un trabajo independiente efectuado por los alumnos, sin que pueda hablarse de una política institucional de valorización de tal problemática.

- Son pocas las escuelas que cuentan con equipos para clasificarlos bajo la rúbrica "nuevas tecnologías de comunicación". Estos se limitan a videocassetes (50 escuelas, o sea, el 28o/o) y a microcomputadores (27 escuelas, o sea, el 15o/o).

- El debate del tema no consiguió sensibilizar a las escuelas de comunicación. Fueron pocas las que promovieron actos académicos para discutir la naturaleza del nuevo fenómeno y sus implicaciones socio-culturales.

- Es precaria, asimismo, la disponibilidad de fuentes bibliográficas sobre la cuestión. "Existen bibliografías especializadas que se incorporan muchas veces a los programas, pero son bibliografías sin evaluación ni organización, simplemente incorporadas a los programas por ser novedosas".¹⁸



Persiste la idea de que la técnica se opone a la naturaleza humana

frontación entre los personeros empresariales y los contingentes sindicales/académicos, en este momento de transición política. El empresariado reivindica una disposición constitucional destinada a impedir que los comunicadores graduados en las universidades disputen, en forma privilegiada, los lugares disponibles en la industria cultural. Si la tesis patronal merece el rechazo total, por su motivación político-social

matizados, mientras las escuelas que forman a los profesionales, es decir a quienes se presume van a operarlos y hacerlos funcionar técnicamente, desconocen los principios elementales de la informática o de las telecomunicaciones.

Cuando los incluyen en sus programas de enseñanza, lo hacen apenas bajo la rúbrica de la reflexión crítica o del análisis social de sus consecuencias.

LOS DESAFIOS

Se puede afirmar que el impacto de las nuevas tecnologías sobre las escuelas de comunicación ha sido marcado por la presencia del tema en cuanto modo cultural y pauta de investigación, sintonizada con las demandas de las agencias financieras.

En el primer caso, se trata de una manifestación típica de las vanguardias intelectuales subdesarrolladas, que necesitan demostrar públicamente su actualización sobre las problemáticas privilegiadas en el "grand monde" (París, Londres, New York). Esto no significa que el trato de estas cuestiones se hace en forma sistemática y profunda; al contrario, el debate no supera la superficie y permanece en la fachada. Basta examinar las memorias de los recientes seminarios sobre el asunto para confirmar esta aseveración.

En el segundo caso, se trata de una estrategia de sobrevivencia de investigadores sin suficiente apoyo financiero por las respectivas universidades o instituciones. Para obtener recursos complementarios, indispensables para el propio sustento o para la permanencia de equipos subsidiarios, se someten a las oscilaciones del "menú" establecido por las fundaciones internacionales y determinado por las necesidades estratégicas de informaciones científicas de los respectivos gobiernos nacionales o corporaciones multinacionales. De esta forma, la investigación se convierte en un mero dispositivo para abastecer a personas o instituciones con poder de decisión en el exterior.

Con esta razón Jesús Martín Barbero califica a las nuevas tecnologías de la comunicación como "una de las peores modas que penetraron en las escuelas de comunicación de América Latina" (...) "una de las modas más alienantes y dependientes". No obstante todo lo que se ha dicho y hecho sobre la cuestión, Martín Barbero concluye con desaliento: "Pienso que nuestras escuelas no asumieron, ni en forma mínima, el desafío que las nuevas tecnologías significan como un nuevo "sensorium" social, como una nueva manera de percibir la realidad y de expresarla". Por esta razón, su propuesta es la de que el desafío de las nuevas tecnologías pueda significar una reflexión en torno de las mediaciones entre lo que pasa en las escuelas y lo que está pasando en nuestra sociedad".²⁰

Raúl Fuentes, a su vez, sugiere la oportunidad del debate sobre las nuevas tecnologías como punto de partida para "superar problemas, limitaciones y desviaciones que desde sus orígenes padece la formación de comunicadores sociales". Identifica en forma correcta la responsabilidad de las escuelas de comunicación frente a la crisis económica, inestabilidad política y perplejidad cultural: "El desafío al que se enfrentan las escuelas de comunicación no se redu-

En tal sentido, conviene destacar la tesis defendida por Walter Neira: "La formación del comunicador social, en cuanto se refiere a las nuevas tecnologías, se encuentra profundamente contaminada por la vieja problemática de origen particularmente renascentista, constituida por la actitud del humanista frente a la tecnología, por la disposición de rechazo que el intelectual y el humanista sienten por la máquina y por la técnica".²²



Es precaria la disponibilidad de fuentes bibliográficas

ce a la atención de los impactos de las nuevas tecnologías como objeto de estudio para ser incorporado en la investigación y en la enseñanza, ni a la dotación de equipos para la capacitación técnica de los estudiantes, que por sí mismos constituyen problemas difíciles de resolver. El reto fundamental radica en la planificación y la adopción de metodologías que en la práctica cotidiana permitan a los sujetos en formación desarrollar habilidades en el campo del conocimiento y de las técnicas, conciencia de los valores de diversos tipos de contenidos, actitudes y criterios éticos apropiados para desempeñar adecuadamente tareas profesionales más eficaces, destinadas a satisfacer las necesidades de la comunicación en la sociedad en que vivimos".²¹

CONCLUSIONES

Es evidente que el trato dado por las escuelas de comunicación a la problemática de las nuevas tecnologías sigue la misma matriz de comportamiento atribuida a la cuestión de las viejas tecnologías.

Esta es la raíz del problema. La reacción o apatía no está en el carácter contemporáneo de los instrumentos técnicos que multiplican, agilitan, tornan instantáneas o transversales las comunicaciones humanas. Ella radica en la propia tecnología y como tal es rechazada por la "inteligentsia" de las facultades de comunicación.

La impermeabilidad a la técnica y el temor a la tecnología provienen básicamente de dos protagonistas estratégicos:

En primer lugar, **de los profesionales de la comunicación**, que ejercen funciones docentes, principalmente los periodistas. Forjados a partir de una mentalidad corporativista, alimentados por un sentimiento heróico, los profesionales de la comunicación en América Latina ascendieron socialmente como una casta privilegiada, cuyo único instrumento de trabajo es la palabra. Así, construyeron un referencial productivo, donde existe una completa separación entre el trabajo material y el trabajo intelectual. En la estructura de las empresas de comunicación, persiste un tipo de segregación entre las tareas de pensar y las

de hacer. Estas últimas —inherentes a los departamentos gráficos, fotográficos y aún al sector de servicios:—administración, circulación, ventas— son consideradas actividades menores, intelectualmente despreciables. El manejo de la tecnología pertenece a este contingente de trabajadores operacionales, reservándose a los "otros" las tareas decisorias sobre los contenidos a ser procesados a través de las máquinas. En la medida en que la docencia profesional en las escuelas de comunicación es ejercida por esa categoría de "agentes intelectuales" (alienados del hacer material), se vuelve comprensible que el aspecto tecnológico sea minimizado u omitido.

En segundo lugar, de los **cientistas sociales**, que ocupan los espacios destinados a la fundamentación humanística de los procesos de comunicación. Generalmente son profesores o investigadores alineados con la tradición frankfurtiana de reducir la comunicación colectiva a los indicadores mercadológicos y por tanto acreedora de la negación pública. También son exégetas althusserianos, denunciando de la industria cultural como aparato ideológico de los estados capitalistas. Son asimismo los seguidores del funcionalismo, comprometidos con la instauración de los equilibrios sociales, pero poco atentos al funcionamiento material de las sociedades. Todos ellos convergen hacia especulaciones superestructurales, realizando recortes nítidamente ideológicos y dejando de lado las operaciones de rutina de la vida cotidiana, inclusive los mecanismos de producción y difusión de los bienes simbólicos. Cuando la tecnología merece ser incluida en ese universo sociológico, su imagen se vuelve amenazada por las mediaciones epistemológicas o es distorsionada por los estereotipos pseudo-humanísticos.

Romper esa doble barrera de ocultamiento de la tecnología representa el mayor desafío de las escuelas de comunicación en particular y de la universidad, en general. Es indispensable situar a la cuestión tecnológica como núcleo fundamental de la actividad académica, sin que esto signifique menospreciar la investigación básica o la reflexión crítica.

El camino pasa necesariamente por la confrontación entre lo que enseñan/

investigan en las escuelas y los procesos de comunicación que se realizan diariamente en nuestros países. Es inevitable, por tanto, que deberán ser detectados los desfases, vacíos, distorsiones, etc. Esto presupone un influjo de las instancias de la sociedad civil en relación a la universidad, exigiéndole eficiencia, actualización y compromiso con las tareas de superación de la crisis del continente.

En este contexto, las escuelas de comunicación se enfrentarán inevitablemente a las nuevas tecnologías, pues estas actúan significativamente en todas nuestras sociedades y afectan decisivamente en los modos de sentir, pensar y actuar de todos los ciudadanos. ■

REFERENCIAS

1. Marques de Melo, José. **Sociología da Imprensa Brasileira**. Petrópolis, Vozes, 1973.
2. Gargurevich, Juan. **Prensa, Radio y TV. Historia Crítica**. Lima, Editorial Horizonte, 1987.
3. Nixon, Raymond. **Education for Journalism in Latin America: a report of pro-**



Tradición y Tecnología pueden ir juntas

- gress. Minneapolis, Minnesota Journalism Center, 1981.
4. Rota, Joseph. Antecedentes históricos y características de las nuevas tecnologías de información. En: FELAFACS — **Nuevas Tecnologías y Comunicación**. Bogotá, 1986.
5. Furtado, Celso. **A hegemonia dos Estados Unidos e o subdesenvolvimento da América Latina**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1973.
6. Marques de Melo, José — **Ação educativa nas escolas de comunicação**, En: **Comunicação: direito à informação**. Campinas, Papyrus, 1986.
7. Rizzini, Carlos. **O ensino de jornalismo**. Rio de Janeiro, MEC, 1953.
8. Marques de Melo, José — **Contribuições para uma pedagogia da comunicação**. São Paulo, Paulinas, 1974.
9. Fernandes, Florestan. **Universidade brasileira: reforma ou revolução?** São Paulo, Alfa-Omega, 1975.
10. CIESPAL — **Enseñanza de Periodismo y Medios de Información Colectiva**. Quito, 1965.
11. Maraschin, Jaci. Questionamento teórico o provisório e a utopia, En: Marques de Melo, Fadul e Lins da Silva — **Ideologia e Poder no Ensino de Comunicação**. São Paulo, INTERCOM/Cortez & Moraes, 1979.
12. Morin, Edgar — **Cultura de massa no século XX**. Rio de Janeiro, Forense, 1967.
13. Neira, Walter — Problemas de la enseñanza de la comunicación social y las tecnologías avanzadas, En: **Seminario Latinoamericano — Educación, Comunicación, Informática**. Caracas, UCV — Escuela de Comunicación Social, 1986.
14. Ordoñez, Marco — **Pedagogía del Periodismo — evaluación crítica de las experiencias latinoamericanas**. Quito. CIESPAL, 1972.
15. Kunsch, Margarida — **Comunicação e Educação, caminhos cruzados**. São Paulo, Loyola/INTERCOM, 1986.
16. Marques de Melo, José — **Comunicação: Teoria e Política**. São Paulo, Summus, 1985.
17. Marques de Melo, José — A formação dos jornalistas, **Folha de S. Paulo**, 08/04/1987, pág. A-3.
18. Sánchez, Joaquín — Nuevas tecnologías y enseñanza de la comunicación, En: FELAFACS — **Nuevas Tecnologías y Comunicación**, Bogotá, 1986.
19. Pelinsky, Marika — Poder e controle nos discursos sobre as novas tecnologias de comunicação, En: Fadul, Anamaria — **Novas Tecnologias de Comunicação**. Sao Paulo, Summus/INTERCOM, 1986, pág. 47.
20. Martín Barbero, Jesús — Nuevas tecnologías y enseñanza de la comunicación, En: FELAFACS — **Nuevas Tecnologías y Comunicación**. Bogotá, 1986.
21. Fuentes, Raúl — Escuelas de comunicación y nuevas tecnologías en América Latina, En: FELAFACS — **Nuevas Tecnologías y Comunicación**. Bogotá, 1986.
22. Neira, Walter — Nuevas tecnologías y enseñanza de la comunicación, En: FELAFACS — **Nuevas Tecnologías y Comunicación**. Bogotá, 1986.



MAYO-JUNIO 1989

N° 101

Director: Alberto Koschützke

Jefe de Redacción: Camilo Taúfic

COYUNTURA: Eduardo Molina y Vedia: El Salvador: incógnitas y espejismos en el camino de Arena; Mary Zajer: Chile: otro año electoral, definitivo.

ANÁLISIS: Samir Amin: Iguales metas, distintos destinos; cinco intentos de modernización: Japón, China, México, Turquía, Egipto; Fabián Echegaray: Impávidos ante la democracia; la subjetividad política argentina; Luis Díaz Müller: Es ilegal; la deuda externa ante el derecho internacional; David E. Lewis: La otra espada de EEUU: la Iniciativa de la Cuenca del Caribe; Alvaro Camacho / Alvaro Guzmán: Violencia, democracia y democratización en Colombia.

POSICIONES: Carlos Andrés Pérez / FMI: Intercambio de cartas.

LIBROS: Steve Ellner: Viraje en la izquierda; nuevos rumbos, nuevas perspectivas.

TEMA CENTRAL: Teodoro Petkoff: El MAS y la búsqueda de un perfil distintivo; Ricardo Lagos: Dos conceptos clave de la renovación socialista en Chile; Luis Alva Castro: El antimperialismo constructivo del APRA; Marlo Solórzano Martínez: La alternativa socialista democrática en Guatemala; Jaime Paz Zamora: Nueva mayoría y proyecto nacional del MIR en Bolivia.

SUSCRIPCIONES
(incluido flete aéreo)

América Latina
Resto del Mundo
Venezuela

ANUAL
(6 núms.)

US\$ 20
US\$ 30
Bs. 300

BIENAL
(12 núms.)

US\$ 35
US\$ 50
Bs. 500

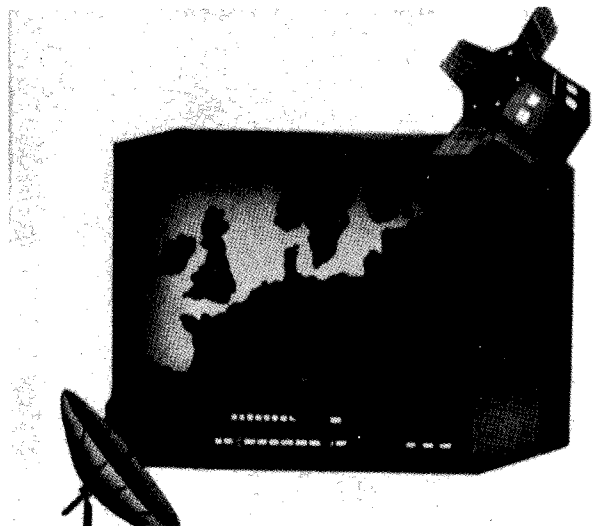
PAGOS: Cheque en dólares a nombre de NUEVA SOCIEDAD. Dirección: Apartado 61.712 - Chacao-Caracas 1060-A. Venezuela. Rogamos no efectuar transferencias bancarias para cancelar suscripciones.



INTERCOM 60

Revista Brasileira de Comunicação

COMUNICAÇÃO NA EUROPA

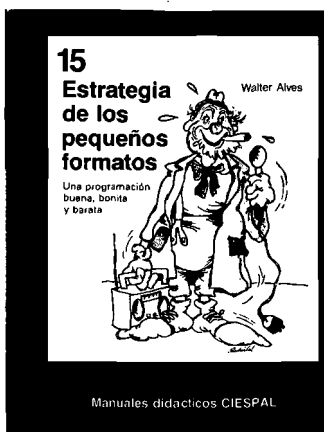


Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
Caixa Postal 20.793 CEP 01498 — Sao Paulo, (SP) BRASIL
Telf. 210.2122 ramal 748

Estrategia de los pequeños formatos

Walter Alves

CIESPAL. Manuales didácticos CIESPAL, No. 15. Quito. 1988. 188 pág.



"Existen demasiadas emisoras de radio y televisión en este mundo. Lo que faltan son programas", afirma Alves. Precisamente CIESPAL, ha buscado poner en manos del lector un conjunto de conocimientos válidos para producir programas de calidad.

La obra se inicia con el estudio del primer instrumento necesario para el trabajo radiofónico: La palabra. El vehículo natural para potenciar la calidad de la palabra es la voz humana, de allí la necesidad de utilizarla adecuadamente, de saber matizarla con el uso de pausas y de poder adaptarla a diversas situaciones y personajes. El buen productor tiene que saber jugar con todas sus posibilidades.

La voz debe ser complementada con la música y los efectos de sonido para señalar el ambiente o paisaje sonoro apropiado para cada tipo de programa. Uno de los

capítulos enseña a realizar "ruidos" o "efectos" indispensables para la producción. Vientos o tempestades, pasos o caballerías, gaviotas o armas de fuego. Todo esto se integra con otros aspectos como la creatividad, variedad, importancia, presentación, calidad del guión (y forma de redactarlo), claridad de la lectura, vocalización, etc., para formular los diseños predominantes de un programa bien logrado.

Walter Alves, entrega también un trabajo descriptivo de lo que denomina "pequeños formatos", como son: La noticia, comentario, editorial, charla, entrevista, rueda de prensa, reportaje, tertulia, musical, monólogo, dramatización y más momentos aptos para conseguir una programación radial variada. En estructuras más amplias, el autor describe lo que es una adaptación, una novela por capítulos o una radio revista. A más del detalle concreto de cada formato, en el libro se encuentran ejemplos de "buenos guiones", los cuales pueden servir de modelo para la elaboración de otras programaciones.

Como complemento importante para la practicidad de este manual didáctico, se incluye un apéndice titulado "Indicaciones Técnicas", del Ingeniero José Bustos, quien aporta con el detalle de las instalaciones e instrumentos radiofónicos básicos, como son los estudios mínimos, consolas, micrófonos, tocadiscos, etc.

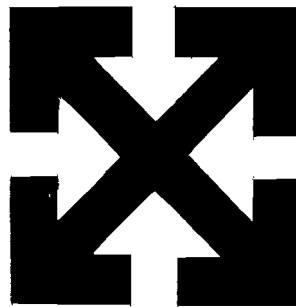
El libro de Walter Alves con la colaboración de José Bustos, es digno de recomendarse para quienes buscan mejorar las posibilidades de producción radiofónica en América Latina.

Andrés León

Cine latinoamericano, economía y nuevas tecnologías

Octavio Getino (compilador)

Serie Comunicación y Cultura. Editorial Legasa. Buenos Aires. 1988.



Este libro del conocido realizador argentino parte de una premisa que constituye el eje de su compilación: Ninguna de las dos tendencias predominantes en la historia reciente del cine latinoamericano ha logrado, por sí sola, resolver los problemas fundamentales que plantea esta actividad a los creadores, artistas y productores del área. En primer lugar, porque la tendencia "economicista", cuya finalidad es obtener filmes/mercancía y mantener "relaciones fluidas con las transnacionales y sus aliados locales", ha desestimado por lo general toda problemática vinculada con el desarrollo socio-cultural de los países latinoamericanos. Sin embargo, observa Getino "el mérito mayor de este intento de desarrollo industrial es haber instalado en algunos países pequeñas o medianas infraestructuras productivas, bienes de capital, inversiones en equipos y tecnología, laboratorios y estudios cinematográficos, empleos en actividades de producción y formación técnica de personal local". Acota al

respecto que "tal labor, frecuentemente reducida al mero ensamblaje, ha posibilitado, aunque tímidamente, el mantenimiento de proyectos industriales de carácter nacional.

En cuanto a la segunda tendencia, centrada en los aspectos ideológicos y culturales, cuya preocupación básica es investigar y expresar los temas locales, Getino aporta una reflexión aguda y significativa: "Se trata", afirma, "de una tendencia que ha permitido construir los mejores productos del cine latinoamericano y no ya del cine realizado en Latinoamérica", distinción insoslayable que no afecta su sentido crítico. Razona que si bien se trata de un cine de ruptura que configura en verdad el nuevo cine latinoamericano, su carencia mayor ha sido subestimar la dimensión integral de la actividad. Y especifica que no ha sabido "armonizar el conjunto de las capacidades nacionales, sean ellas industriales, tecnológicas, comerciales, ideológicas y culturales, en una perspectiva de crecimiento autónomo".

El autor de esta compilación, cuya riqueza documental e informativa la convierte en obra de consulta indispensable, concluye en su "Introducción" que tanto el "economicismo" como el "ideologismo" traban, por su carácter parcial, el crecimiento amplio de las cinematografías latinoamericanas, por lo que es necesario "replantear la validez de esas parcialidades". El libro, ilustrado con abundantes cuadros sobre diversos aspectos de la producción y con nueve anexos, constituye un fecundo aporte para este impostergable replanteo.

Máximo Simpson

LIBROS

A comunicação alternativa na América Latina

Máximo Simpson Grinberg
(Compilador)

Editora Vozes, Río de Janeiro, 1987.

En el texto introductorio, Simpson observa, a partir de una aguda reflexión de Claude Zeltmann y Abraham Moles que es posible definir los tipos de sociedad por la relación media existente entre las tasas de emisión y de recepción de mensajes. En América Latina, al limitarse la capacidad de emisión a los grupos minoritarios que detentan el poder político y económico, se produce un desequilibrio entre las tasas de emisión y de recepción. Tal desequilibrio expresa las verdaderas relaciones de poder en el conjunto de la sociedad. Debido a ello, el empeño por descentralizar los mecanismos de generación y difusión de los discursos sociales pone de manifiesto "la saludable subversión de los receptores" en nuestras sociedades autoritarias de América Latina.

Sin embargo, el autor advierte la necesidad de anali-

zar la capacidad del poder —independientemente de cuál sea su signo político-ideológico— para recuperar y colocar al servicio del **status quo** las propuestas y prácticas alternativas tendientes a lograr la participación real de las mayorías en los debates y decisiones sobre los asuntos que les conciernen. En tal sentido, hace referencia a la llamada **participación dirigida** como intento de domesticación ideológica, tanto en el ámbito del capitalismo occidental como en los países del denominado "socialismo real".

Sobre estos ejes conceptuales, Simpson articula una breve e interesante antología de experiencias concretas, realizadas en cinco países de América Latina: Brasil (Luiz Gonzaga Motta), Uruguay (Mario Kaplún), México (Luis del Toro y Leticia Jaramillo), República Dominicana (Felicía Fermín, Unidad de Comunicación Alternativa de la Mujer, ILET) y Bolivia (Gridvia Kúndar). El tomo incluye también un texto teórico del propio compilador, tendiente a definir, como lo señala su título, las dimensiones, límites y posibilidades de la comunicación alternativa.

Clara Kuschnir

Redacción periodística

Hernán Rodríguez Castelo

CIESPAL. Ediciones INTI-YAN. Quito, Ecuador. 1988. 705 pp.



Constituye un manual teórico-práctico de gran utilidad para periodistas, comunicadores y estudiantes que desean aprender a escribir bien. En este sentido, el texto llena un gran vacío entre los profesionales de América Latina que desean mejorar su lenguaje y estilo periodístico.

Bajo la premisa de que "el periodista es un codificador", el libro se inicia con el tratamiento del código que es la lengua. La gramática

elemental merece especial atención, pues se asume que quien conoce bien las reglas de elaboración de mensajes, su puntuación y ortografía puede fácilmente mejorar su estilo, para lo cual se dan elementos de la retórica aplicados a las necesidades y posibilidades de la redacción periodística.

El estilo es un tema trascendental en el periodismo de América Latina. Es por ello que el autor cubre este tópico en profundidad, para lo cual plantea claras orientaciones hacia la obtención del "discurso" ideal: Claridad, legibilidad, concisión, propiedad, vitalidad y expresividad; retórica o hipercodificación y conmutación del código.

Complementa la obra el tratamiento de los géneros periodísticos más usuales donde la noticia, el reportaje (interpretativo-narrativo riguroso), el editorial, el artículo, el comentario, la reseña y la crítica son las formas más comunes del tratamiento de la información.

Como anexo, se incorporan una serie de textos periodísticos publicados en la prensa ecuatoriana que contribuyen a ilustrar el contenido central del libro.

María del Carmen Cevallos

Chasqui

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

CIESPAL ● Apartado 584 ● Quito-Ecuador

Envíe suscripción a partir del No. _____ por 1 años por 2 años Envíe primero factura

Envíe ejemplares sueltos Nos _____ Enviéme más información

Nombre _____

(Name) _____

Institución _____

(Institución) _____

Dirección _____

(Address) _____

Ciudad/Estado _____

(City/State) _____

País _____

(Country) _____

Código Postal _____

(Postal Code) _____

Fecha _____

(Date) _____

TARIFAS DE SUSCRIPCIÓN

	América Latina	U.S.A. Europa y Asia
4 números por año		
1 año (1 year)	US\$14	US\$29
2 años (2 years)	US\$24	US\$54
3 años (3 years)	US\$34	US\$72

“La prensa masiva norteamericana ha tomado la vanguardia de estigmatizar la droga como una de las grandes maldades del siglo”.

PAUL LITTLE

“Los Conflictos de Baja Intensidad, las Operaciones Encubiertas y las Operaciones Psicológicas son las formas de intervención más frecuentes de las grandes potencias en el Tercer Mundo”.

GINO LOFREDO

