

Chasqui



● las transnacionales del cine

● cultura y medios: un difícil matrimonio

● ¿cómo va la TV para niños?

JAIME POZO

Entregamos en este número la segunda parte del estudio del profesor Assmann sobre Iglesia Electrónica. La oportunidad de este estudio ha quedado confirmada con diversos hechos ocurridos en América Latina durante el primer semestre de 1987, por ejemplo la toma de posición de las iglesias frente al problema de la deuda externa; así, una actitud de angélica prescindencia suele ir ligada a la predicación electrónica. Hasta cierto punto el análisis del antropólogo Little sobre *Platoon*, el *Color Púrpura* y la *Misión* que ofrecemos en esta entrega, coincide con el estudio anterior en cuanto ambos desentrañan contenidos ideológicos en estos dos medios masivos: el cine y la televisión.

Descendiendo al ajeteo diario de la revista, el reclamo de numerosos suscriptores de *Chasqui* a propósito del retraso con que la reciben se ha debido a cambios de diseño, instalación de una nueva imprenta para CIESPAL y una prolongada huelga de los correos ecuatorianos. Esperamos ponernos pronto al día.

La doctora Colleen Roach de Fordham University, Nueva York, el doctor Howard H. Frederick de la Escuela de Telecomunicaciones y del Programa de Estudios Latinoamericanos de Ohio University y la señora Gloria de Dávila, Directora del Departamento de Investigaciones de CIESPAL, se han unido a los colaboradores de *Chasqui*. Les damos la bienvenida.

A propósito de colaboradores, la política editorial de nuestra revista ha sido solicitar colaboraciones; desde este número la ampliamos en el sentido de recibir colaboraciones no solicitadas, especialmente en el área de reseñas de libros y revistas y en el de investigaciones. Para más detalles, escribanos por favor.

Simón Espinosa



40 Las Transnacionales del Cine

Paul Little

Los filmes son incisivas armas ideológicas que resultan tanto más eficaces cuanto más sutilmente instilan su mensaje. Tal el caso de *La Misión*, el *Color Púrpura* y *Platoon*.

6 Cultura y Medios: un difícil matrimonio

Carlos Monsiváis

De cómo el cine repercutió en la cultura popular mexicana. Todo ello ensayado con la maestría y conocimiento del asunto propios de uno de los mejores periodistas latinoamericanos.



32 ¿Cómo va la tevé para niños?

Gloria de Vela

Una visión de conjunto de las tendencias de la televisión infantil en Europa, los Estados Unidos y el Tercer Mundo.

Noticias	2
Socialización, comunicación y transformación en la provincia de Bolívar, Ecuador	17 <i>Pasquale Iaccio</i>
Comunique en video lo popular	22 <i>Oswaldo Hirschmann</i>
Contragate y el NOII	28 <i>Colleen Roach</i>
El dilema de la enseñanza de la comunicación	35 <i>Peter Schenkel</i>
La Iglesia Electrónica en América Latina	48 <i>Hugo Assmann</i>
Reseñas	58
Actividades de Ciespal	63



Martín-Barbero

De los medios a las mediaciones

La Editorial Gustavo Gili acaba de publicar en México el libro del profesor Martín - Barbero **De los medios a las mediaciones**. Con este libro la Editorial extiende su catálogo a los asuntos latinoamericanos con el propósito de desarrollar en torno a ellos una labor editorial creciente.

El libro del profesor Martín - Barbero es un inicio muy significativo de este propósito. Frente a la ofensiva —no solo transnacional— de que son objeto los países latinoamericanos contra sus identidades más auténticas, Martín-Barbero extiende el conflicto de los medios de comunicación a las mediaciones, y desde el espacio de la cultura replantea el problema del sujeto receptor que, en la masa-pueblo, cobra un papel activo y productor.

Este problema que suele ser tratado sin una perspectiva dinámica e histórica, y con nostalgias tradicionalistas y folkloristas, es analizado en este libro de manera concreta; en él se revalúan las expresiones culturales directas y cotidianas de los pueblos de Latinoamérica a través de los viejos medios a su alcance y de otros que día a día son creados por su iniciativa anónima, y se los convierte en uno de los fundamentos para una respuesta auténtica. Con acierto va desmascarando la situación latinoamericana en este campo y va señalando los elementos sobre los que fundamentar una nueva visión del problema. En tal sentido, este libro puede jugar un papel muy positivo en las Universidades latinoamericanas entre las que el profesor Martín-Barbero tiene ya una posición distinguida desde su cátedra de la Universidad del Valle, en Cali, Colombia●

Venezuela: las diez mejores películas

En una encuesta cinematográfica realizada por la Revista Imagen del Consejo Nacional de la Cultura a 29 críticos cinematográficos sobre las diez mejores películas venezolanas, el resultado fue el siguiente:

1. Román Chalbaud: El pez que fuma (22 votos)
2. Iván Feo y Antonio Llerandi: País portátil (19 votos)
3. Olegario Barrera: Pequeña Revancha (18 votos)
4. Fina Torres: Oriana (18 votos)
5. Joaquín Cortés: El domador (14 votos)
6. Margot Benacerraf: Araya (13 votos)
7. Raúl Held y Manuel de Pedro: Iniciación de un shamán (11 votos)
8. Jacobo Penzo: La casa del agua (11 votos)
9. Manuel de Pedro: Juan Vicente Gómez y su época (9 votos)
10. Carlos Azpúrua: Caño Mánamo (7 votos)
11. Alfredo Lugo: Los muertos sí salen (7 votos)

Se incluyeron once películas en los resultados finales debido a que las dos últimas películas obtuvieron igual número de votos. El conteo final permite apreciar al conjunto de las 25 películas más relevantes de la historia del cine venezolano. Sobre estos resultados la Cinemateca Nacional proyecta organizar un ciclo con los films ganadores. Una información más amplia puede encontrarse en la citada revista Imagen, No. 110-26, enero de 1987, dedicada exclusivamente al cine venezolano●

Alternativa popular

El Centro de Estudios y Difusión Social y de Educación Popular (CEDIS-CEDEP) de Quito, Ecuador ha hecho las siguientes producciones radiofónicas: **El trápiche de la vida**, 16 minutos, sobre el problema de la deuda externa latinoamericana. Primer premio en el Concurso organizado por el Instituto Cubano de Radio y Televisión sobre el tema.

Aztra: Perdón y olvido de una masacre, 29 minutos, documental sobre los hechos del 18 de octubre de 1977, cuando más de cien zafreiros del Ingenio Azucarero "Aztra" (Ecuador) fueron ase-

sinados por la Junta Militar por defender sus derechos.

Radio Revista "Punto de Vista", 30 minutos, se edita semanalmente desde el 29 de marzo de 1986 con el propósito de informar sobre los hechos más sobresalientes que ocurren en la vida socioeconómica y política del Ecuador, desde una perspectiva nacional, democrática y antimperialista y bajo una concepción popular de la comunicación por radio. Este programa se trasmite por treinta y dos emisoras en dieciséis de las veinte provincias del Ecuador.

Serie "Derechos Negados", en 7 casetes que incluye los siguientes programas: (1) "Derecho a la organización", "Derecho a la tierra", "Derechos políticos"; (2) "Derecho a la vida", "Derecho a la igualdad de raza", "Derecho al trabajo", "Derecho a la libertad"; (3) "Derecho a la vivienda", "Derecho a la información veraz"; (4) "Derecho de la mujer", "Derecho a una remuneración justa"; (5) "Derecho a la alimentación", "Derecho a la salud"; (6) "Derecho a la seguridad social", "Derecho a la educación"; (7) "Derecho a la niñez", "Derecho a la privacidad de la correspondencia".

Esta serie es producida por la Comisión Ecuménica de Derechos Humanos (CEDHU), la Comisión Diocesana de Derechos Humanos de Machala y el Centro de Educación Popular (CEDEP)●

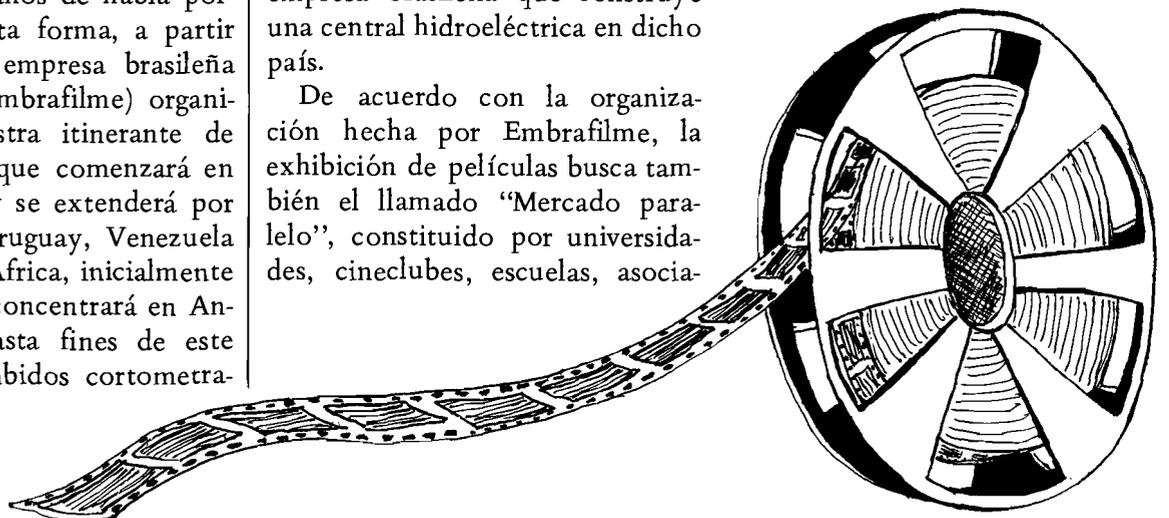
Cine brasileño a la conquista de los mercados

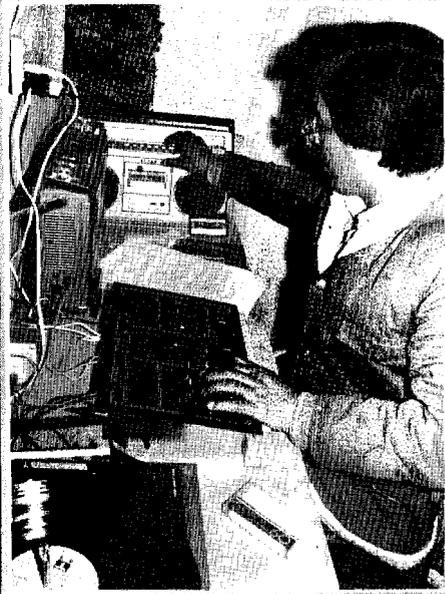
El cine brasileño iniciará una campaña destinada a reconquistar el mercado latinoamericano y a abrir oportunidades comerciales en países africanos de habla portuguesa. De esta forma, a partir de agosto, la empresa brasileña de películas (Embrafilme) organizará una muestra itinerante de cine brasileño que comenzará en Buenos Aires y se extenderá por países como Uruguay, Venezuela y México. En Africa, inicialmente el esfuerzo se concentrará en Angola, donde hasta fines de este año, serán exhibidos cortometra-

jes y largometrajes en 16 y 35 milímetros. Las muestras se harán en Luanda y Malange, donde quedan los Centros de Obras de la empresa brasileña que construye una central hidroeléctrica en dicho país.

De acuerdo con la organización hecha por Embrafilme, la exhibición de películas busca también el llamado "Mercado paralelo", constituido por universidades, cineclubes, escuelas, asocia-

ciones vecinales y otros organismos. El deseo de la Embrafilme es llevar, siempre que sea posible, a directores y artistas a los locales de exhibición de las películas para la realización de debates sobre el desarrollo de la industria del cine brasileño●





Comunicación aplicada a la educación y desarrollo comunal

Con el financiamiento del gobierno de Holanda, el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (ICCA), San José de Costa Rica, impulsará un proyecto de comunicación aplicada al desarrollo rural. El proyecto se desarrollará conjuntamente con el Centro de Capacitación de Radio Nederland. El proyecto "Comunicación aplicada para la educación y el desarrollo comunal en Latinoamérica, en particular en las regiones de Centroamérica y el Caribe" tendrá una duración inicial de tres años. El propósito fundamental del proyecto es el de capacitar a pequeños productores agrícolas, a técnicos, educadores y extensionistas en la producción de programas radiofónicos, como un instrumento necesario para promover el desarrollo rural●

Africa, cada vez más aislada

La televisión en Africa está o totalmente ausente o confinada a la capital y a las ciudades principales; la radio, pues, sigue siendo la principal fuente de información para la gran mayoría de los africanos del campo. Con frecuencia pueden escoger de un número asombrosamente grande de estaciones internacionales que compiten por los oídos, la mente y el corazón africanos. The South African Broadcasting Corporation transmite también para el norte del continente, mezclando sutilmente su propaganda con excelente música pop, con la cual rusos y chinos difícilmente pueden competir. Se entiende entonces que el primer objetivo de cualquier grupo que trate de dar un golpe de estado en un país africano, sea tomarse la estación de radio que es la fuente más obvia de poder.

Hay estaciones de satélites en varios países africanos pero de ordinario tales estaciones están subutilizadas. El norte de Africa conecta con Arabsat y al sur del Sahara las conexiones son más dispersas. En Addis Abeba, Etiopía, hay una estación que solo recibe pero no transmite; otra en Harare, Zimbabwe, tiene serios problemas, y varias otras operan de modo errático. Algunos países están suscritos a Visnews pero su número ha disminuido en los últimos años porque no pueden pagarse ese lujo. En la práctica, Johannesburgo en Sudáfrica, y Nairobi en Kenia, dos de las ciudades más occidentalizadas del continente, son las que acaparan las conexiones africanas con el mundo de habla inglesa. Ambas ofrecen servicios técnicamente sofisticados. Los corresponsales extranjeros en Johannesburgo, atraídos por los problemas de ese país llegaban a 150, el mayor número en Africa. En Nairobi su número es menor y los allí acantonados tratan de cubrir Africa Oriental, el Cuerno de Africa y Etiopía. Se dice que los corresponsales de Nairobi suavizan sus críticas al gobierno por evitar que se los expulse de un lugar tan agradable y tener que fijar su residencia en otro sitio menos grato y más caliente.

La mayoría de los gobiernos africanos tienden a ver los medios occidentales con desconfianza. Quizás por temor de que reporten sus crímenes e imperfecciones, quizás también porque sienten que los medios de comunicación occidentales simplifican o vuelven triviales los problemas africanos y quizás además porque sospechan que bajo el manto del periodismo se llevan a cabo actividades de espionaje. Los países de Sudáfrica gobernados por blancos siempre han tenido una relación tormentosa con los medios occidentales de los que sospechan que fomentan la liberación de los negros, mientras que la Etiopía marxista ha desterrado a periodistas de renombre internacional.

La falta de información es bilateral. Mientras la cobertura periodística y televisada de Africa como un todo va disminuyendo, la cobertura africana del resto del mundo, nunca muy extensa ha ido también disminuyendo. (Media Development, 4, LXXXIII)●

Centro para periodistas extranjeros

El Centro para Periodistas Extranjeros situado en Reston, Virginia, USA, celebró su segundo aniversario en marzo de 1987. Hace dos años no era sino una oficina vacía en una ala del American Press Institute y un poco de dinero proveniente de algunos amigos de la prensa. Hoy, el Centro es una institución llena de actividad, con un staff de cuatro, un plan financiero a largo plazo y treinta y dos programas.

Entre los más recientes acontecimientos del Centro están la expansión de su Junta Directiva a siete miembros con la adición del profesor Robert T. Terrell de la Escuela de Periodismo de la

Universidad de Missouri y Richard Wald, Senior Vicepresidente de la agencia ABC. La organización de siete talleres y seminarios y de dieciseis más para el resto de 1987, y la asesoría a la Agencia de Noticias Panafrican que solicitó al Centro preparar y dirigir un entrenamiento a largo plazo en Administración y Márketing para la Agencia. Su Director General Auguste Mpassi-Muba invitó a un representante del Centro a Dakar, Senegal, para discutir los aspectos más importantes del plan propuesto que, de llevarse a cabo, significará una importante contribución para el desarrollo de la prensa en Africa●

Reagan versus The Sandinistas

Se trata de un libro cuyo subtítulo es "The Undeclared War on Nicaragua", editado por Thomas W. Walker.

Vienen tres partes, la primera, titulada "El asalto a Nicaragua", contiene siete ensayos, uno de ellos sobre penetración electrónica, escrito por el profesor Howard J. Frederick de la Escuela de Telecomunicaciones de la Universidad de Ohio y corresponsal de Chasqui en los Estados Unidos. La parte segunda que lleva el título de "Frente Doméstico" consta de cuatro ensayos. Jack Spence trata en uno de ellos sobre la cobertura de esta guerra por parte de los medios en los Estados Unidos.

La tercera parte denominada impacto e implicaciones tiene tres ensayos: "El Impacto Social en Nicaragua" por Harvey Williams, "Los temas de Ley Internacional, Moralidad y Prudencia" por Sung Ho Kim y "Sociedad y Gobierno en los Estados Unidos: las elecciones de Nicaragua" por Noam Chomsky.

Producto de investigación, este libro es el estudio más completo y actualizado sobre la creciente campaña de la administración Reagan para detener y borrar la revolución Sandinista. Es un libro que será de grande ayuda para periodistas y comentaristas que con él podrán contar con una visión en profundidad. Pedidos a Westview Press, College Division, 5500 Central Avenue, Boulder, Colorado 80301. Precio 30 dólares y 14.95 en paper back●

SCREENING DAYS en Estocolmo

SCREENING DAYS se realizó en Estocolmo, Suecia, para presentar películas producidas por cineastas de Africa, Asia, del Caribe, América Latina y del Pacífico. El motivo de la realización de este evento es tratar de abrir un puente que permita salvar el abismo de información, comunicación e intercambio artístico que sufren esas respectivas regiones.

La intención fue reunir muchas de las producciones más relevantes de las áreas arriba mencionadas y presentarlas ante distribuidores de cine en los países nórdicos, Dinamarca, Finlandia, Islandia, Noruega y Suecia. Asistieron representantes de las cadenas nacionales de televisión, de las distribuidoras de cine de los circuitos comerciales y no-comerciales y las directivas de los festivales de cine de los países nórdicos, así como personas de organizaciones de cooperación internacional (ONGs)●

El difícil MAT entre Cultu

Carlos Monsiváis

La fórmula cultura y medios masivos convoca de inmediato, de acuerdo con las imágenes en uso, un paisaje apocalíptico donde el segundo de los términos acosa interminablemente al primero, degrada sus escasas posibilidades y concluye en millones de espectadores como millones de conciencias muertas. Este panorama —inefecto para mí en lo esencial, aunque acertado en muchos de sus planteamientos críticos— resume el prolongado enfrentamiento que se inicia a principios de siglo al

condenar la alta cultura a los placeres del cinematógrafo. A lo largo de esta contienda han ocurrido reconciliaciones, etapas de absoluta hostilidad, traiciones, conversiones súbitas, acercamientos y profecías desesperanzadas. Y dos enconamientos persistentes: el clasismo, que quiere hacer las veces de “compasión ante las masas imbecilizadas”, y el anti-intelectualismo que ahora inicia su discurso condenando “a los amargados intelectuales de café, ninguno de los cuales llenaría por su cuenta una plaza de toros”.

En el origen de la querrela, central en nuestra historia cultural aunque nunca demasiado aclarada, está la relación de un país atrasado y miserable con la revolución técnica que, a fines del siglo XIX y principios del XX, interrumpe el aislamiento cultural de los sectores populares que, fuera de unos cuantos espectáculos como los juegos de azar,

el circo, las fiestas cívicas y las tandas, extraen de sí mismos los elementos de la diversión y del juego imaginativo, y cuya diversión está marcada ferozmente por las exclusiones de clase: el teatro y la ópera son cosas de la élite, más acontecimientos sociales que artísticos, el impulso externo para que las Buenas Familias le añadan pasmo estético a su boato.

AL COBIJO DE LA OSCURIDAD

A principios de siglo, el cinematógrafo incorpora al público popular e inicia el perdurable reinado que modifica el sitio de la “alta cultura” y algo democratiza la vida social. Según lo demuestran las investigaciones de Luis Reyes de la Maza y de Aurelio de los Reyes, en el tránsito del siglo XIX al XX el cinematógrafo es el nuevo estremecimiento que sacude

Carlos Monsiváis, (1938), periodista y ensayista mexicano; ha colaborado regularmente en *Novedades*, *El Día*, *Excelsior* y ha sido profesor visitante en la Universidad de Essex, el King's College y la UNAM. Entre sus obras principales están *Antología de la poesía mexicana del Siglo XX* (1966), *Los narradores ante el público* (1969), *Días de Guardar* (1971). Acaba de publicar y prologar una *Antología de la Crónica Mexicana*.

RIMONIO

ra y Medios Masivos

a un país todavía rural; en 1895 el kinetoscopio permite ver, dice una nota de la época, "criaturas tan cristianas como nosotros y tan animadas por almas como están las nuestras", y ya en 1912, al cobijo de la oscuridad, la buena sociedad que no alcanzó a irse y quienes anhelan reemplazarla consideran a la revolución un espectáculo, le aplauden a don Porfirio y le silban a los ejércitos campesinos. A los intelectuales, el asunto no deja de entusiasmarles y de preocuparles. José Juan Tablada opta por el regocijo:

El paisaje que te asombra; el gesto y la sonrisa de la mujer que te cautiva, están allí; los verás siempre que quieras y cuantas veces lo desees. ¡Ah, el sortilegio es hondo y la seducción incontrastable! El prodigioso sueño de opio está al alcance de todas las fortunas. Allí está el hada

sonriente y todopoderosa para el bebé que abra sus ojazos y crea en ella; allí están los paisajes que nunca habías contemplado, ¡oh soñador que nunca saldrás de tu rincón! allí está la mujer del ídolo, la Circe que nunca hubieras encontrado, ¡oh poeta poseído de anhelos devoradores y de fastuosas quimeras! Tuya es su gracia que los magnates se disputan; es tuya, desáltérate, masca tu ensueño, deja macerar tu alma en su fascinación, espóstate al fulgor de plenilunio de la fantasmagoría a la luz que irradia un astro muerto sobre esa tierra espectral, y castamente, ya que no puedes hacer otra cosa, hártate de realismo. El cinematógrafo es el Zola de lo imposible.

Llueve mucho y para ir al teatro hay que irse a vestir; luneta cinco pesos en la ópera. ¡Bah!, soy de mi época y toda la ciudad me sugestiona... ¡al cinematógrafo pues! (Citado en Salón Rojo de Luis Reyes de la Maza).

El invento que desata en Tablada un idioma adoratriz, obtiene reacciones acres. En 1906, el cronista Luis G. Urbina examina la incierta "rebelión de las masas" y describe al pueblo que sueña ante las maravillas de la pantalla, el alma colectiva que aduerme sus instintos y sus brutalidades, acariciada por la mano de la ilusión, de una ilusión infantil que la transporta y eleva por encima de las groseras impurezas de la vida. Ante ellos, sonríen los burgueses, que saben de estética. No así los seres que al vivir en el trabajo, en el fondo del taller, en el rincón de la fábrica, en el cuartucho miasmático de las oficinas, no saben discutir ni analizar estéticamente sus impresiones, no pueden pagar sus espectáculos. Van al cinematógrafo de El Buen Tono

porque los hace sentir y los entretiene con una pacificadora inocencia de niño, y después, al retornar al hogar desmantelado y tristón, su fantasía, como una lámpara de Aladino, sigue ornamentando con efímeros delirios las tristezas de su existencia...

Urbina se anticipa a Ehrenburg: el cine es una "fábrica de sueños". Y, de paso, inaugura el ánimo hostil contra los consumidores de basura, y contra quienes, no debiendo, comparten su desdichada suerte:

Yo convengo en que el cinematógrafo entretenga la curiosidad de la muchedumbre... La masa popular, inculta e infantil, experimenta, frente a la pantalla llena de fotografías en movimiento, el encanto del niño a quien la abuelita le cuenta una historia de hadas; pero no puedo concebir cómo, noche por noche, un grupo de personas que tienen la obligación de ser civilizadas, se emboban en el Salón Rojo, o en el Pathé, o en el Monte Carlo, con la incesante reproducción de vistas en las cuales las aberraciones, los anacronismos, las inverosimilitudes, están hechas ad hoc para el público de ínfima calidad mental, desconocedor de las más elementales nociones educativas.

"LA PRIMERA DE LAS DROGAS"

Culturalmente, el impacto de la tecnología es devastador. Inicia la admiración rencorosa por Norteamérica, infiltra múltiples dudas sobre el porvenir de la sociedad mexicana, crea relaciones de doble-gamamiento psicológico. Nadie ha preparado a la sociedad para el salto científico y técnico aplicado a la industria y al espectáculo y, digamos, a semejanza de las monjas de Puebla que en 1880 denuncian al superior de su convento por usar ese invento del demonio (el teléfono), las multitudes se aterran ante las sombras

móviles que las obligan a refugiarse en el cerrar de ojos cuando, desde la pantalla, un tren se avalanza hacia las butacas. Es sólo entretenimiento, se dice, pero, como en todas partes del mundo, el cine es un agente sospechoso de la secularización. Si ésta significa —como afirma Max Weber— la "desmiraculización del mundo", la realidad ajena a los prodigios de orden divino, el cine seculariza sólo para volver a sembrar de milagros el espacio psíquico de sus espectadores (maravillas ya no computables por estampas piadosas sino por fotos del star system).

En sus primeras décadas, el cine decide la moda, reordena las imágenes sensuales y sexuales, inventa un rostro femenino que es producto de otra concepción de la mujer, aprovecha el melodrama (género constitutivo de la moral familiar) para filtrar heterodoxias. En una colectividad tan cuantiosamente analfabeta, el cine asume con facilidad muchas responsabilidades de la cultura oral y es inmejorable vehículo de un asomarse al mundo no exclusivamente político: cómo visten en París, cómo caminan los chinos, cuáles son los vínculos hogareños en Estados Unidos.

Nada de eso se reconoce por lo pronto, y en el campo de la derecha la versión a lo que puede ser gozado por todos deviene odio y lamentaciones al advertirse la evaporación de ocios familiares, inocencias públicas, juegos infantiles. Incluso en pueblos y pequeñas ciudades se erosiona la dictadura del tradicionalismo.

En su autobiografía, *Mis recuerdos, sinarquismo y colonia María Auxiliadora* (Editorial Tradición, México, 1980), uno de los fundadores de la Unión Nacional Sinarquista, Salvador Abascal, es contundente:

Culturalmente el impacto de la tecnología es devastador. Inicia la admiración rencorosa por Norteamérica

Ninguna diversión tenía, mi supremo entretenimiento era la lectura; el cine lo frecuenté recién salido del seminario y siempre salí de él con un malestar profundo, como del que ha perdido miserablemente un tiempo que equivale a un tesoro, con el alma vacía, vacía de algo que poseyera, despojada, saqueada, desolada; cuando muchos años después volví al cine, aunque rara vez, con la esperanza de ratificar mis primeras impresiones, el efecto fue aún más desastroso. Sus imágenes femeninas, ya en pleno desarrollo esta industria de la sensualidad, eran una terrible tentación que se apoderaba de todos mis sentidos y de mis fantasías, hasta que un buen día hice juramento de no volver jamás. Lo he cumplido y lo cumpliré sin esfuerzo y vivo feliz sin esa esclavitud...

Algo intuye el furor ascético de Abascal: frente a los medios electrónicos ni la sociedad en su conjunto, ni mucho menos el tradicionalismo, tienen respuestas. Tanto no comprenden los tradicionalistas el fenómeno que sólo incrementan su resonancia por medio de la censura. A semejanza del Código Hays en Hollywood, en México la Liga de la Decencia sólo consigue ser un gran blanco paródico y centuplicar el morbo por cada película "prohibida". Ni las intimidaciones a los dueños

de las salas y a los espectadores que exhiben o frecuentan películas inconvenientes, evitan el fenómeno universal: el cine remueve la moral urbana y pueblerina y difunde modelos que se independizan en grado considerable de los propuestos por la Iglesia y el Estado. No importa la debilidad y casi inexistencia del cine mexicano de la época muda; el cine de Hollywood, y en menor medida el italiano, lo sustituyen ventajosamente, coincidiendo de algún modo con las informaciones sociales de la revolución y su demolición de fortalezas de la mentalidad feudal.

NUNCA FUERA ESPECTADOR DE MITOS TAN BIEN SERVIDO

Mucho es lo que el cine aporta. Con él se introduce la cadena de cometidos dobles de los medios electrónicos:

– Moderniza a sus oyentes y promueve a un tiempo su anacronismo social (el cine, escuela de comparación de conductas).

– Es vehículo del nacionalismo cultural y del falso cosmopolitismo. Inventa una mentalidad urbana y una mentalidad rural.

– Fomenta la desintegración del tradicionalismo, agregándole tonos paroxísticos al mensaje moral y dándose un aspecto funerario al amor al pasado (se exalta lo que se subvierte o lo que ya fenece). Lo tradicional —se infiere— es lo atrasado. Véase, por ejemplo, el caso de la honra: en la etapa de las divas, estremece; en el melodrama de los cuarentas, es catarsis pública; desde los setentas, divierte.

– Consigna el sexismo brutal de la sociedad mexicana y considera de modo distinto, aunque casi

nunca explícitamente, el papel de la mujer.

– Informa a los marginados de lo que nunca podrán tener y los “apacigua” con las mismas visiones.

– Introduce de manera paulatina el espíritu de tolerancia al establecerse la comparación con otros países y pregona la intolerancia.

– Exalta el localismo e incorpora insensiblemente a los espectadores a nociones más complejas del mundo y de la nación.

Esto se da muy vigorosamente al arraigar en todo el continente el cine sonoro. A partir de 1932, con el melodrama *Más fuerte que el deber*, el cine se convierte en el mayor estímulo social (después del empleo, la vivienda y la familia), y la influencia de una industria se extiende de México a Latinoamérica. Eso es, a fin de cuentas, la Edad de Oro del cine nacional, la sustitución de realidades morales y culturales a nombre de la diversión, la conversión del entretenimiento en filosofía de la vida, el desplazamiento de la épica de la historia por la épica rebajada y fantástica que complementan las risas y lágrimas de los domingos por la tarde. Más por urgencia operativa que por cálculo, el cine mexicano aprovecha, sobre todo en el período 1919 - 1955, muchísimo de lo almacenado en la memoria cultural del pueblo: frases amorosas, versiones de lo horrible y de lo catártico, de la deshonra y el exceso, ideas compartidas sobre la pobreza y la riqueza, certidumbres religiosas, nuevas aproximaciones del apetito y el hambre sexual, canciones, sentido del humor petrificado en el chiste, recuerdo brumoso de las tradiciones que se presta a su teatralización. Este cine es un resumen no de-





masiado inexacto del nivel cultural en el país y en América Latina, y su éxito debe mucho a los vínculos entre situaciones reales, fantasías colectivas y fidelidad en la reproducción de las conductas populares.

En la década de los treinta, entre huelgas y avances de una conciencia sindical y socialista que afianzará la lealtad popular a las instituciones, convergen el crecimiento de la industria gráfica (gracias entre otras cosas a los cómics y a los diarios deportivos), el crecimiento de la industria cinematográfica y el auge de la industria radiofónica.

Sin que los intelectuales o los funcionarios lo admitan o sospechen, una revolución cultural modesta pero implacable aprovecha la densificación urbana, desplaza a la literatura como centro de la reverencia masiva, promueve a la vez y sin contradicciones la alfabetización y el analfabetismo funcional (que lean cómics pero hasta ahí) y le concede un espacio mínimo a una nueva sociedad, ya no campesina, ya no dependiente al extremo de los dictados gubernamentales, proveniente al mismo tiempo de las costumbres antiguas y de las necesidades de la modernización. Entre 1930 y 1950 la industria cultural elimina de las vivencias colectivas a numerosísimas prácticas del campo y de la cultura criolla e hispánica, y en la poda el cine es fundamental. Siembra las trampas de regaños y moralejas para no tener demasiados problemas con la moral dominante, exalta a la familia, pondera la honra, le prepara un mal fin al adulterio y la prostitución... y hace del discurrir de imágenes un reconocimiento provocador de las apetencias de un público ávido y reprimido.

Gracias a la novedad de lenguaje y costumbres, el cine afianza una certeza: perseverar en lo tradicional es morir en vida. La movilidad es la teoría del conocimiento de un mundo sacudido por las guerras y la ciencia. La modernización del público es parcial y restrictiva, pero innegable, y va del estilo dancístico en los barrios al nuevo sentido del humor, del *look* de las mujeres a la renovación del melodrama, tarea para la que son imprescindibles las leyendas y los personajes que requiere un público formado en la comprensión personalizada al extremo de la política, la historia y la sociedad y que, educado por el clasismo, acepta como natural y justo el desprecio a su inteligencia.

“VIERAS QUE DIFÍCIL ES SEMBRAR EN LAS AZOTEAS”

A la distancia, se verifica el papel básico de los medios electrónicos en su primer auge: son los mediadores entre el shock de la industrialización y la experiencia campesina y popular urbana, de ningún modo preparada para ese cambio gigantesco, que a partir de la década de los cuarentas modifica la idea nacional. Civilización es técnica y por eso a la escuela se la concibe como afinadora de la mano de obra (de acuerdo con la perspectiva gubernamental, el analfabetismo de las mayorías es un gran freno para el esplendor de las minorías) y, si mucho se apuran y en todo caso, *cuidadano* es aquél que alguna vez se adentró en la educación primaria, votó en ocasiones por el partido oficial, pertenece a una de las centrales y desaparece acto seguido. Al concluir los deberes del ciudadano, aparece la industria cultural.

De los treinta a los cincuenta el cine y la radio son la vanguardia cultural de las masas en su proceso de adaptación urbana o de penosa e insuficiente actualización. Así, los jornaleros y los inmigrantes a sus metrópolis usan la radio como vehículo de nostalgia e incluso de comunicación directa. Para un trabajador migratorio, la radio es una identidad que se desplaza. En muchísimos pueblos, la radio llega antes que la carretera y le ayuda al campesino a intuir la ciudad y a inventarse necesidades que, acumulativamente, le construyan una psicología. Gracias al mundo vislumbrado a través de música, voces y ruidos, el campesino o el desplazado rural encuentran asideros.

Si los recién alfabetizados suelen estacionarse en los comics, los incorporados gradual y opresivamente al proceso industrial atenúan sus incapacidades y asombros con las fantasías que son demandas inadvertidas, las compensaciones de un destino impuesto que van de la catarsis dominical a las ventajas del anonimato urbano (sociales, sexuales). Mientras la “alta cultura” se restringe a cien mil privilegiados de la capital y capillas adyacentes a lo largo del país, los medios electrónicos organizan el tránsito a la sociedad plenamente urbana.

Ante la pantalla, un público desprovisto de las claves para entender los veloces cambios en su entorno cristaliza de golpe lo columbrado en la memorización de unos cuantos poemas: la certidumbre de que la realidad más intransferible (la “vida íntima”) nunca es exactamente lo mismo que la biografía personal. En colectividades tan reprimidas en todos sentidos, la “vida íntima” no equivale al discurrir cotidiano. En el apiñamiento, lo que quienes

lo experimentan consideran “íntimo” es el fluir de la fantasía, la relación entre lo que se vive y lo que se sueña individual y colectivamente, la sucesión de relatos tragicómicos a los que se confía la identidad y la privacidad genuina.

Desde esta perspectiva, los “mitos” del cine nacional son puentes de entendimiento, biografías colectivas a cargo de rostros y figuras privilegiados, encarnaciones de experiencias pasadas y presentes. Jorge Negrete, Pedro Armendáriz o Dolores del Río evocan el apogeo y la distancia emotiva de la sociedad rural. Fernando Soler y Sara García sintetizan las imposiciones y astucias del patriarcado y el “matriarcado”. Pedro Infante, David Silva o Fernando Soto *Mantequilla* condensan la asimilación siempre fragmentaria a las grandes ciudades que se desconocen o que, al crecer sin límite, es preciso reconocer de nuevo. Cantinflas, Tin Tan y Reñortes representan las dificultades y las facilidades con el habla y la mímica. Joaquín Pardavé actúa en casi todas sus películas (y al margen de su edad real) las disculpas cómicas de la vejez. Ninón Sevilla, Lilia Prado y Meche Barba son la sensualidad inaccesible pero posible. María Félix es la humanización de la mujer a través de su sacralización... La exégesis es desmedida, pero el ámbito a que alude es todavía más desmedido.

El delirio de identificación dura hasta que se vulnera el prestigio “religioso” del cine y se extingue el candor cultural que animó a los espectadores que se sentían, desde las butacas, en la verdadera universidad de la vida. En el sentido popular, si el cine ya es arte, de algún modo deja de ser vida.

“SE TE ASOMA EL MICROFONO”

El éxito de los medios electrónicos no conmueve demasiado al sector intelectual que, todavía en los años cincuenta, confía en sus propios medios masivos: la exclusividad del conocimiento y la personalidad de los Tres Grandes (Orozco, Rivera, Siqueiros). Las tesis de Ortega y Gasset en *La rebelión de las masas* se diluyen y reaparecen en forma de consignas que expulsan de la cercanía del paraíso a los mediocres y constituyen el gran premio en vida: “Se acerca el tiempo en que la sociedad, desde la política al arte, volverá a organizarse en los órdenes y rangos: el de los hombres egregios y el de los hombres vulgares”. Ante la “puebrilización” del mundo, los escritores y los artistas sonríen con desdén.

No es muy eficaz la presencia de los intelectuales en el cine, si se descuenta la intervención de Xavier Villaurrutia en el guión de *Vámonos con Pancho Villa*, y aciertos sin continuidad de Julio Bracho. Lo que se considera más importante artísticamente, el nacionalismo lírico de Emilio Fernández y Gabriel Figueroa, es un hecho aislado y sin carga crítica (lo que explica quizá su duración tan breve). Lo común en la actitud de la élite es la condena tajante: el desprecio de Carlos Chávez por Agustín Lara es la conducta típica, y lo excepcional el interés de Jorge Cuesta por Mae West, o el de Salvador Novo por la lucha libre o por las similitudes entre Cantinflas y Fidel Velázquez. El sentimiento de superioridad es intenso y tan internalizado que incluso el breve pero intenso deseo de asomarse al mundo de los académicos que anun-

cian una cerveza es suprimido con la burla feroz.

El vulgo es necio y la Academia, que lo sabe, contempla sus predilecciones sin mayor aprensión. Cuando más, artículos en contra de los “churros” cinematográficos y fustigamientos a los admiradores de los ídolos. Pero el tono dominante es la indiferencia, pasada la estruendosa celebración del automóvil y las luces neón por los poetas de los años veintes.

En los medios masivos, el anti-intelectualismo es feroz, El intelectual es el perverso, el afectado, el “raro” en todos sentidos, cuyo lenguaje pomposo denota la ineptitud crasa, el miedo a la sinceridad. Todavía a principios de los setentas es común tal reducción: el intelectual es el enemigo natural de la gente en las butacas, el que se opone al disfrute sencillo de la vida.

NACIONALISMO ES CANTAR AMORCITO CORAZON

En los medios electrónicos las sensaciones lo son todo. El cine no es para pensar, ni para educar histórica o políticamente, ni para predicar, sino para llevar al límite las emociones vicarias. De principios de los treintas a mediados de los cincuentas (el fenómeno reaparecerá de modo muy similar, a mediados de los setentas), el cine mexicano educa a sus frequentadores en un “sentimiento nacionalista”, que tiene poco que ver con las ceremonias de la Nación Visible y cuyas ficciones rápidamente se tornan verdaderas: así somos en México, querendones, disipados, amantes frustrados, mujeres abnegadas, sentimentales hasta el amanecer de la siguiente semana... De tan fantástico, el espíritu popular que el



cine y la canción confeccionan termina por legitimarse (cuando no hay alternativas, lo mítico concluye por ser lo real).

El cine, la radio y la industria del disco convierten al nacionalismo cultural en hilera de espectáculos comerciales. Para ello, se rehace el sentido de la fiesta y la mitología de las formas de relación, se agudiza y vuelve circense al chovinismo, se pierden las distancias entre lo genuino y lo artificial, se precipita el deterioro de lo que, al salirse de su medio de origen, se oye ridículo. Gran parte de la ferocidad del chovinismo se diluye al presentarse como show (*Como México no hay dos*) y lo "muy nacional" solo se reconoce si viene presentado como espectáculo.

Declarativamente, la radio es órgano simultáneo de lo Nuevo y de lo Tradicional, a quienes sirve con idéntica lealtad. De hecho, se decide siempre por el comercio del pasado y por el uso represivo de la modernidad. ¿Por qué elegir la pobreza de "lo nuestro" si está a mano la riqueza de una civilización ya no hispánica o gálica, sino de veras internacional (norteamericana)? ¿Por qué aferrarse a la inmutabilidad de las costumbres pudiendo hacerlas más rentables? Para afianzar a su público, se ajusta la herencia musical y las variantes regionales del habla a las necesidades del desarrollo publicitario y comercial.

Un ejemplo: la canción mexicana (el tratamiento "culto" de los temas tradicionales: rancho, nostalgia, costumbres) se canjea —vía cantantes como Lucha Reyes y compositores y letristas como Chucho Monge, Manuel Esperón y Ernesto Cortázar— por la canción ranchera, que Tomás Méndez y José Alfredo Jiménez llevarán a

sus últimas consecuencias. Basta de tanta inocencia campirana y de tanto paisaje idílico. La humareda se queda pendiente, el inmigrante se olvida de la nostalgia y aplica su intensidad local y nacional a evocar ingratas y mancornadas, el dolor del hombre bueno por la hembra mala. No es exageración: la XEW y la RCA Víctor de México condicionan a sus operaciones técnicas y comerciales el destino entero de la música popular, con todo y sus expresiones marginales.

Este panorama poco le dice a la "alta cultura": folclor urbano, forraje para la chusma que es, en el fondo, irredimible. Ante la

El cine, la radio y la industria del libro convierten el nacionalismo cultural en hilera de espectáculos comerciales

complacencia del Estado, cuya única apuesta cultural masiva es la escuela primaria, la iniciativa privada usa al cine como lo que jamás será cultura por ser, en la medida en que una imagen no puede mentir, realidad estricta. "Todo Estado —dice Gramsci— tiende igualmente a crear y a mantener cierto tipo de civilización y de ciudadano", pero el Estado demanda de los medios un ciudadano que simplemente no lo sea, una civilización como juego de espejos: donde me reflejo es lo moderno; donde no me asomo es lo antiguo.

El ofrecimiento de las clases medias trae aparejados cambios culturales diversos, de los cuales el más ostensible es la transformación del sentido general de las universidades, cuyo ideal implícito ya no será la producción de profesionistas relevantes sino de profesionistas funcionales. Por el mismo impulso, en el espacio de las clases dominadas los espectáculos se convierten en satisfactores ostensiblemente culturales. Por lo mismo, para la minoría ilustrada o para la burguesía, las conquistas del cine mexicano no dejan de ser rémoras, describen la penosa unidad nacional que surgió del impulso de la industria y de la identidad de gustos entre las clases que es falta de refinamiento clasista (no puede disponer de status aquello que les gusta a todos). Para distanciarse del populacho, y justamente disgustado por la bajísima calidad, las clases medias se alejan del cine mexicano, y en el éxodo no se distingue una característica relevante: el cine es dispositivo industrial que responde a vivencias y apetencias infalsificables, lo aceptemos o no.

Sin glamour posible, emerge de estas muchedumbres urbanas una cultura donde la sinceridad es, en efecto, el mayor valor moral, la falta de pretensiones que es la gran pretensión. *La sinceridad*, el no poder sino lo que se es, resulta un escudo, una justificación, una estructura del gusto, el placer y la admiración que explica numerosos fenómenos: Rigo Tovar, las películas de ficheras, Juan Gabriel, Raúl Velasco, Lupita D'Alessio, el arrobo ante la fascinación violenta e incomprensible de la tecnología, la interiorización de las visiones denigratorias y la neutralización consiguiente. En *La invención de lo cotidiano*, Michel de Certeau se refiere a las tácti-

cas que, por oposición a las estrategias de los fuertes, definen (con astucias) la resistencia popular. Así, es muy común nulificar el insulto festejándolo, mellando los filos racistas y clasistas y convirtiendo la injuria en un chiste compartido. El naco (paria urbano) aplaude el chiste contra los nacos, el marginal se ríe de la ridiculización de su habla y el desempleado carente de cualquier "competencia profesional" convierte, en gran éxito de taquilla a *El Milusos*, película explícitamente racista. De agresión, *El Milusos* pasa a símbolo expropiado.

LAS POLITICAS AUDITIVAS

Si alguno, el papel de la radio, asunto empresarial en un 95 por ciento de los casos, es hacer las veces de sociedad alternativa. Es el gran vehículo de la fragmentación de la vida cotidiana, de la modernidad entendida como desfile de productos de la publicidad, del desplazamiento de la *opinión pública* por el *Estimado auditorio*. Complementariamente, la política radiofónica ratifica una tesis básica del Estado y las clases dominantes: *para las mayorías no hay desarrollo cultural posible en el sentido clásico*, y por lo mismo, si al país le urge la alfabetización es porque capacita la mano de obra. El porvenir cultural de los alfabetizados es asunto de ellos o de nadie. Los rudimentos suficientes. En un discurso del Día del Maestro, en 1922, el secretario de Educación, José Vasconcelos, le evita trabajos al resto de sus sucesores. Dice Vasconcelos: "Para reorganizar a los pueblos deseamos, más que propagar la alta cultura, hacer llegar a todas las mentes los datos más elemen-

tales de la civilización. Educar a la masa de los habitantes es mucho más importante que producir genios, puesto que en realidad el genio no vale sino por la capacidad que tiene de regenerar a una multitud". En conclusión: el prerrequisito para el surgimiento de los genios son los muchedumbres al alcance regenerador de la alfabetización.

En los medios rurales y en los "cinturones de pobreza" urbanos la radio más que la escuela divulga los datos más elementales de la civilización y le ahorra trabajos al genio. La técnica pone al día al país pero ustedes, oyentes, son únicamente receptores sumisos. Si la publicidad es el verdadero sistema informativo de la sociedad industrial, la alfabetización será requisito laboral, no cultural. (Afirma en un informe presidencial Abelardo Rodríguez: "La educación adecuada a las masas debe servir de apoyo a la estructura económica del país".)

Quizá en mayor medida que el cine, la radio fija la tasa de información cultural que se considera justa para la mayoría, y la persuasión ubicua del medio obliga a los oyentes a creer en lo que se divulga, al romanticismo proverbial de la raza, por ejemplo, o la identificación de productos comerciales con lo infalsificablemente nuestro.

En la radio se catalogan las reacciones aprobadas ante la Mexicanidad y las filiaciones regionales; reordena, en combinación con la industria del disco, la sensibilidad amorosa (y, en gran medida, la sensibilidad familiar) con ídolos que se incorporan a la intimidad; instaura un idioma neutro ostensiblemente pomposo, con su líder de la vida cotidiana: el locutor; vierte el melodrama en fórmulas donde los gestos se in-



corporan a la voz, vicio que se transmite al cine.

Los indígenas y los rancheros aceptan felices los estereotipos denigrantes en su contra, la burla de su media lengua y de su inge-

nuidad desquiciante, la risa por su asombro milagrero ante las máquinas. ¿Por qué no se ofenden? Quizá porque el estereotipo es, de cualquier forma, un primer reconocimiento. Por lo mismo, las mujeres interiorizan el idioma de las radiocomedias con su comprensión de la realidad a través de la exasperación y su dotación de frases y pasiones vicarias para las solteras reales e ideales, "desamparadas" en una femineidad que es sistema defensivo y autoparódico.

Gracias sobre todo a la radio, el medio electrónico fundamental en grandes zonas rurales e indígenas, la tecnología se incorpora a la ideología popular, como la magia cuya lógica final es la inferioridad de sus admiradores. Nos mide la distancia con lo que usamos y cuyo funcionamiento no entendemos, y con lo que ni usamos ni entendemos. Dos elementos profundizan el impacto de la tecnología: la tardanza en incorporarla al proceso educativo y la imposibilidad de generar una tecnología propia. Por lo demás, 900 radiodifusoras en todo el país (de las cuales únicamente 20 son culturales) se instalan en cerca de 40 millones de hogares. La radio no confiere estatus pero le da ritmo, continuidad sonora y frases hechas (para sentir las más que para decirlas) a la intensa, conmovedora y aliviada vida de su auditorio.

DEL PROVINCIALISMO A LA "VIDA CONTEMPORANEA"

Cine en casa, arraigo y recomposición de la vida familiar, la televisión llega a México cuando los grupos dominantes piden literalmente a gritos que no se les identifique con el mundo de

(irónicamente idealizado por) López Velarde. En breve lapso, la televisión afina y amplía lo ya conseguido por el cine, la radio, la industria disquera y las historietas e impone un criterio único de *vida contemporánea* en todo el país. Nítidamente, el espectador sabe —sin siquiera verbalizarlo— qué es *lo actual* y qué es *lo anacrónico*. Tales conceptos son superficiales, pero el ideal obligatorio apresura una modernidad genuina o, mejor, reconoce y encierra lo inevitable a partir del señalamiento de lo que condena y de lo que considera rescatable la sociedad industrial.

En 30 años, la televisión consigue:

— Unificar, mucho más de lo que se reconoce, el habla nacional, modificando o suprimiendo entonaciones locales y regionales, o imponiendo un vocabulario mínimo derivado de la telecomedia, los cómicos y los locutores.

— Banalizar los espectáculos de acuerdo con el dictum paternalista: el sentido de la televisión no es hacer pensar sino divertir.

— Constituir el refugio probado contra la alienación del trabajo, del transporte y la política; la evaporación psicológica y cultural de la realidad económica y política que se consigue con sólo prender un aparato.

— Definir, como en todas partes, la noción de deporte y la relación del espectador con el deporte profesional, y del deporte con el sentimiento nacional.

— Negarle a la actividad política su potencial democrático, y presentarla como autoadulación estatal o como la corrupción o la ineptitud gubernamentales, algo ajeno y opuesto al ámbito familiar, que exige para serlo de una condición apolítica.

— Ajustar por los buenos ofi-

cios del melodrama (la telecomedia) el impulso de la familia (en su versión de clase media) a los requerimientos del individualismo de consumo. Ante la pantalla, sujeta a un pacto y separada del espacio público, la familia se "privatiza" de nuevo.

Lo más importante: la televisión legitima el culto a Norteamérica como la clave de lo contemporáneo. A eso —en cierta forma inevitable dados los alcances mundiales de la cultura industrial norteamericana y las debilidades internas— lo vigoriza el plan de conquista que ve en América Latina sólo a un mercado. Lo que habían conseguido los propagandistas de la ideología empresarial, lo obtienen las series dobladas: la intransigencia conservadora se quiebra o se arrincona (los círculos de la derecha ceden las tradiciones que haga falta si permanece incólume el sentido de propiedad). A partir de la década del sesenta, la "norteamericanización" (no las inevitables influencias o adopciones culturales y tecnológicas, sino la mentalidad capitalista transformada en individualismo sentimental y blandamente competitivo) ya no afecta sólo a las élites; anunciada por la oligarquía y soslayada por el Estado, se añade a diario sectores enormes.

Referido a las mayorías, esto no implica "desnacionalización" alguna, sólo el añadido evidente en la idea nacional de una zona de imitación y asimilación. Los jóvenes proletarios o marginados que bailan disco, memorizan letras cuyo sentido no entienden, disuelven tabúes de la "masculinidad" colgándose aretes y collares y usan precipitadamente el *break dance*, no dejan de sentirse mexicanos, sea este gentilicio lo que sea, pero en su nuevo código nacionalista

ya está escrito el deber de parecerse al modelo universal, lo que antes se hubiera dicho: "ser contemporáneos de todos los demás hombres".

Ante los medios electrónicos, la derecha se rinde, la izquierda tradicional no rebasa las frases exorcisadoras *manipulación* y *enajenación* y el sector intelectual ve con mínima o máxima pavora la desproporción entre su ámbito de influencia y el estallido demográfico (cuando éramos menos, nos leían los mismos). El sentimiento "apocalíptico" es injusto, no aquilata debidamente como las cuantiosas transformaciones sociales son también culturales, y no examina los alcances del desbordamiento de la enseñanza media y superior; prefiere concentrarse en lo irrefutable: las tropelías educativas de los medios, el programa de stupidización y adocenamiento que nada le concede al espectador, la continuación del sexismo por vía de las concesiones a la "mujer moderna".

Los análisis suelen ser correctos, pero la conclusión tiene un sabor teológico: el monopolio televisivo es el mal, es el principal causante del atolladero cultural. En una versión más terrena, el monopolio, simplemente, es una empresa que, hábilmente y aprovechándose de la falta de proyecto estatal, vende al mismo tiempo mercancías y certidumbres individualistas, es vocero de las transnacionales y de la transnacionalización psicológica. Los gobiernos ven en Televisa a la garantía de la libertad de expansión capitalista en México, y Televisa se considera en la práctica como la diversión que inhibe o pospone los pensamientos subversivos.

DESDE CABINA, EL LOCUTOR INFORMA

Los medios electrónicos, a la vanguardia del cambio cultural. Al Estado no le afectan: en todo caso coadyuvan a la modernización y mantienen en su sitio, entretenidas, a las mayorías. La iniciativa privada se encarga del "tiempo libre" y a las masas les corresponden barnices de actualidad, apariencias "homogéneas", usos e ilusiones tardías o discontinuadas. La información es privilegio de unos cuantos, y los periódicos nacionales tiran, en el mejor de los casos (*La Prensa, Esto, Ovaciones*) 300 mil ejemplares en un país de 82 millones de habitantes.

Ante los medios electrónicos, lo común es el ánimo derrotista

Son cada vez más escasos los espacios sustraídos de la influencia de los sistemas encargados de distraer del peso del trabajo mecanizado y exhaustivo y de manejar el entretenimiento. Al principio, este control del "tiempo libre" afecta a las clases medias urbanas; luego, abarca al conjunto del país, lo que implica también las zonas marginadas. A las mayorías, los medios electrónicos les ofrecen imágenes que ratifican las limitaciones inducidas; el rencor abstracto contra la vida, la identificación de pobreza e inferiori-

dad, el miedo ante la autoridad que es certeza a partir de la experiencia personal y colectiva. Sobre todas las cosas, a los dueños de los medios les importa uniformar reacciones haciendo ostensible la masificación. Si somos tantos, no hay caso de ser distintos. Si somos tantos, seremos siempre Ninguno. Si somos tantos, cada vez tendremos menos.

Ante los medios electrónicos, lo común es el ánimo derrotista: los medios son la utopía flotante y cambiante, el nirvana genuinamente hipnótico y a bajo costo que elimina distancias entre los ofrecimientos industriales y la conducta a que inducen. Si, digamos, una telecomedia es la imposición del sentido melodramático en la vida de sus espectadores, los medios resultan la autobiografía fatal de quien los oye y contempla.

Tal determinismo del que participa incluso la izquierda, se contamina de buenos deseos explicativos y de preguntas que incluyen su propia respuesta desolada. Por ahora, lo evidente es que al ser mínima o casi inexistente la participación de las clases explotadas en el proceso educativo, los sistemas de comunicación sirven, entre otros, a dos propósitos directos: uno, popularizar las explicaciones de la clase dominante, y dos, reducir el gusto popular a la sinceridad que en sí misma se sacia. En este sentido, los medios electrónicos no admiten cultura distinta a la que difunden. Desde 1940, han desplazado a la opinión pública y confirman a diario la debilidad de la sociedad civil.

Mientras no se cuestione activamente la fundamentación ideológica de la injusticia social en el criterio de la modernización, los medios seguirán invictos ●

Socialización, comunicación y transformación en la provincia de BOLIVAR, Ecuador

Pasquale Iaccio

Relato de cómo la comunicación en un medio rural al que se dio la posibilidad de autonomía, cambió el destino de una extensa zona andina

Pasquale Iaccio, investigador de Historia Contemporánea en el Departamento de Sociología y Ciencia de la Política en la Universidad degli Studi di Salerno, Italia. Se ha ocupado de temas referentes a la vida cultural y a la mentalidad colectiva de la sociedad italiana del novecientos. En cuanto a América Latina ha investigado sobre la conquista española del Nuevo Mundo y sobre Bartolomé de Las Casas. Sobre la situación de la provincia de Bolívar antes del 71 escribió entre otros el ensayo "Una investigación de etnocomunicación en Ecuador. Marginalidad, dependencia y etnocomunicación en un ecosistema de la sierra andina" en *Sociologia della Comunicazione*, 5, 1984. Dirección: vía Irmo, 33 - Salerno, Italia.

Cuando vine por primera vez al Ecuador, al comienzo de los años setenta, la provincia de Bolívar era una de las más marginadas del país. Las condiciones de vida de la gente muy difíciles, se hacían más duras en el sector norte por la cercanía de la cima nevada del Chimborazo y por las corrientes de aire frío que la cruzaban. El clima, las condiciones ambientales, la penuria de vías de comunicación y la situación económica general habían condenado a esta provincia a un grave abandono, sobre todo en las parroquias de Simiátug, Salinas, Facundo Vela y Guanujo.

ANTES

El pueblo de Simiátug, situado más arriba de los 3.100 mts. de altura, estaba formado por menos de un centenar de viviendas. Una

pintura provisional y uno que otro techo de tejas rotas no conseguían esconder la impresión de abandono, pobreza y miseria. Los únicos edificios que sobresalían entre los demás eran la iglesia y la escuela, ambas de ladrillo. No había energía eléctrica, agua potable, asistencia médica. El pueblo parecía desierto durante toda la semana, a excepción del miércoles, día de mercado, cuando las calles y las dos plazas se animaban con una muchedumbre de campesinos indígenas que llegaban desde las montañas aledañas para vender en el pueblo los productos arrancados a una tierra por demás avara. La feria que tenía un gran atractivo también para las parroquias cercanas concluía generalmente al crepúsculo con una colosal borrachera colectiva en la cual los campesinos indígenas trataban de ahogar en licor la

propia desesperación a causa de una vida miserable. Al final, dejaban en las cantinas del pueblo las pocas ganancias de toda la semana. Sucedió que una de las pocas oportunidades de ganancia económica y de socialización de los campesinos se transformaba en una nueva ocasión de embrutecimiento y de dependencia respecto de los blancos del pueblo (en realidad mestizos), que eran a la vez intermediarios comerciales, dueños de cantinas y compadres.

En lo concerniente a Salinas, situada a 3.500 mts. de altura, no existía un mecanismo parecido de dependencia de recintos-pueblos, pero las condiciones de vida material eran igualmente duras, sobre todo en las áreas situadas por encima de los 4.000 mts. sobre el nivel del mar, en la zona del Arenal, donde el páramo se transforma en una árida estepa. Lo que más llamaba la atención del visitante que llegaba hasta allá arriba, a pesar de los caminos difíciles y el frío intenso, era el mismo aspecto del pueblo. Se trataba de una aldea de chozas de no más de 300 habitantes, aferradas a las laderas de una montaña. Algunas cruces, plantadas en la tierra desnuda a la entrada del pueblo, señalaban el cementerio. No existía energía eléctrica, agua corriente, asistencia médica. Solo en una tienda, en una choza como las demás, se vendían velas, fósforos y, curiosamente, Alka-Seltzer y Coca-Cola, los únicos productos que recordaban que estábamos en el siglo Veinte. De otros géneros alimentarios, como el pan, no había ni siquiera sombra. Se lo conseguía solamente en Guaranda, y, de vez en cuando, en Simiátug. De todos modos, era un artículo de lujo que habitualmente la gente no consumía. A pesar de la belleza natural de estos

lugares, el pequeño pueblo de chozas a sólo 12 kilómetros del Chimborazo aparecía aún más aislado que Simiátug y las posibilidades de vida de sus habitantes estaban en los límites de la supervivencia.

Esta suscita descripción de cómo eran estos territorios hasta comienzos de los años setenta nos presenta el cuadro de una realidad cerrada, regulada por leyes no escritas, pero muy férreas, fundamentada en una trama de relaciones en las que coexistían atraso material y explotación económica, aislamiento ambiental y dependencia psicológica, racismo y paternalismo. Todo esto había mantenido, por largos años, estos territorios rurales completamente impermeables a las renovaciones tecnológicas, a la actualización de sistemas de producción agrícola, a mejoras higiénico-sanitarias y de instrucción (no había escuelas en ninguno de los recintos), a un mínimo incremento del nivel de vida de la población y a cualquier influjo de la sociedad más desarrollada, distante sólo pocas decenas de kilómetros. Es natural que no tuviesen influencia los modernos medios de comunicación de masa mientras predominaban formas de asociación y de comunicación típicas de la sociedad tradicional.

Se daba una ausencia prácticamente total de los modernos medios de comunicación. La televisión era completamente desconocida por falta de energía eléctrica (aun si alguien hubiese podido permitírsela), igual sucedía con la circulación de periódicos y publicaciones de cualquier tipo, dado el altísimo índice de analfabetismo existente en los pueblos. El único medio que tenía una cierta difusión era el radio transistor, que los campesinos utilizaban para escuchar programas de música

tradicional, pero no para tener contactos con el mundo exterior ya que éste para ellos, prácticamente no existía.

AUTONOMIA Y COMUNICACION

Esta situación probablemente no habría cambiado en mucho tiempo si a comienzos de la década de 1970 no hubiese comenzado en toda la zona un proceso económico que, aunque movido desde afuera, se desarrolló siguiendo criterios autónomos dictados por la voluntad de emancipación de la gente del lugar.

Este proceso partió de una constatación de las posibilidades que ofrecía la zona. El primer principio fue pues, partir de la realidad. Pero la realidad no era solamente la materia prima que la zona ofrecía, sino la capacidad de la gente para comunicarse en comunidad. Había allí solidaridad humana, voluntad democrática de decidir por consenso, y sobre to-

La minga, un rito comunitario



do hubo la ocasión de que no tenían que depender ni de los patrones de hacienda ni de los mestizos blancos del pueblo. En suma: una comunidad con cierta autonomía, con capacidad de comunicación directa, personal entre sus miembros, con tradición de debate comunitario hasta lograr el consenso, y una ayuda inicial (dinero más tecnología apropiada y adaptada) desde afuera lograron desatar el proceso que a continuación describimos.

DESPUES

Los obstáculos superados en estos años han sido muchos: el ambiente hostil, el poder de los gamonales, las diferencias profundas entre campiña y pueblo, la enorme dispersión de los habitantes sobre el territorio, la misma pobreza de los campesinos que hacía extremadamente difícil la más pequeña mejora material y el intento de formar organizaciones de base y, sobre todo, la pasividad y desconfianza inicial de los campesinos indígenas, provocadas por siglos de sumisión, ya absorbidas y aceptadas como una condición natural.

“Naturales” era el apelativo que los blancos de Simiátug reservaban a los indígenas aledaños; “racionales”, en cambio, era la definición que los blancos se daban de sí mismos. El proceso de desarrollo económico ha producido hasta hoy profundas transformaciones, sobre todo en las parroquias de Simiátug y Salinas, habiéndose extendido, recientemente, en alguna medida, también a la zona de Facundo Vela y Cuatro Esquinas, hasta que se ha vuelto un episodio que va más allá de los límites de la provincia y está empezando a interesar a la prensa nacional. Quien vaya hoy a Salinas, por

ejemplo, recorrerá una carretera mucho más cómoda que en el pasado, y ya no podrá reconocer, en el moderno y activo centro de hoy, con muchos edificios públicos y casas de bloques de cemento, el viejo pueblito de chozas de barro y paja.

La vida de la gente de esta zona ha cambiado profundamente respecto al pasado reciente y con ella ha cambiado el tipo de relaciones que tiene con el mundo externo; las formas de socialización también están cambiando rápidamente, asimismo la globalidad de valores sobre los cuales se conforma la sociedad, el nivel de las aspiraciones, la mentalidad individual y colectiva, y los instrumentos de comunicación. Este proceso no es lineal ni uniforme. Siguen existiendo diferencias entre pueblo y pueblo, entre pueblos y campiña, entre los recintos del páramo y aquellos del subtrópico pero sobre todo coexisten en cada comunidad, casi en cada persona, lo viejo y lo nuevo, en una malla inextricable que presenta, contemporáneamente, aspectos de la vida material y de la cultura tradicional junto a las renovaciones tecnológicas y de comportamiento importadas de las sociedades desarrolladas.

Existe un flujo continuo entre estas zonas internas y las ciudades cercanas de Guaranda, Ambato y hasta de Quito donde, dos veces a la semana, se envía un jeep con los quesos producidos en las queserías. Naturalmente, las relaciones que nacen con el exterior van mucho más allá del simple intercambio comercial. La gente viaja mucho más que antes y por muchas otras razones que las económicas; para participar en cursos de perfeccionamiento en centros y ciudades cercanas y hasta en el exterior, a reuniones de

trabajo y cooperación con otras organizaciones campesinas, para encontrarse con autoridades y representantes de organismos estatales y privados, para asistir a escuelas secundarias y hasta a la universidad, como está sucediendo con un número creciente de jóvenes.

Se ha establecido, por tanto, un flujo de personas que, desde la sociedad externa, vienen a estas regiones: los voluntarios extranjeros o ecuatorianos, que se ocupan del desarrollo económico y social (ingenieros, agrónomos, técnicos), los responsables de los organismos gubernamentales, los médicos que viven todo el año en los dispensarios de los pueblos, los profesores de las escuelas rurales y hasta periodistas, estudiosos y los primeros turistas. Todas estas personas crean, incluso con los miembros de los recintos más alejados, una relación de colaboración, llevando tecnologías, instrucción, recursos, materiales,

Niña de Facundo Vela



diferentes experiencias, asistencia social.

La gente no soporta pasivamente su influencia; al contrario, es parte activa, con capacidad de desarrollar las posibilidades de mejora que esta nueva situación introduce. Todo esto ha permitido que la sociedad desarrollada, en el pasado considerada como extraña y hostil, haya entrado en varias formas en la sociedad tradicional, hasta hace pocos años cerrada e inmóvil. Estos cambios no se han quedado solo en los pueblos, sino que abarcan gradualmente, a todo el sector indígena.

Lo que más importa es que también el campesino indígena ha entrado en el proceso de desarrollo como sujeto activo y responsable. En realidad, las diferencias substanciales respecto al pasado están, justamente, en esta actitud modificada. Antes, el campesino, incluso el de las áreas más marginadas, no estaba del todo aislado de contacto físico con el exterior, sin embargo, acababa por ser relegado a una condición de dependencia total bajo el aspecto económico y cultural. Hoy, por primera vez, el pueblo y la hacienda han perdido su centralismo, ya no son el punto de referencia, incluso psicológico, para los campesinos que los rodean. Junto con los cambios de la vida material y las renovaciones tecnológicas en el campo del trabajo, han sido introducidos los modernos medios de comunicación de masa. Estos también coexisten con los sistemas de comunicación y de socialización de la sociedad tradicional.

LOS MEDIOS

Con la electricidad, la televisión es receptada en muchas ca-

sas de Salinas y en algunos recintos (Simiátug se encuentra excluida todavía porque no recibe la señal televisiva). Se ha consolidado aún más el uso del radio transistor infaltable, sobre todo, entre quienes desarrollan una actividad artesanal. Así mismo notable ha sido la difusión de "cassetes" de música grabada, principalmente de tipo tradicional, pero con un interés en aumento hacia la música moderna extranjera por parte de los jóvenes. Menor acogida ha tenido la prensa nacional debido a obstáculos objetivos de difusión. Los periódicos, generalmente, circulan entre los dirigentes de las organizaciones o demás personal que, por su actividad, mantiene frecuentes contactos con las ciudades vecinas. También la difusión de libros no es muy alta, sin embargo, con el desarrollo de infraestructura escolar, son usadas comúnmente las publicaciones escolares en todos los recintos. Hay una discreta difusión de manuales, folletos, publicaciones periódicas por cuenta de organismos de promoción humana.

No hay duda que la introducción de algunos de los modernos medios de comunicación tiene una trascendencia notable entre los que los usan. En Salinas por ejemplo, de noche, la mayor parte de las familias ha tomado la costumbre de quedarse en casa viendo la televisión. La misma publicidad y los frecuentes programas de importación no pueden dejar de modificar algunos aspectos de la mentalidad y del comportamiento de la sociedad tradicional. Todo esto tiene también reflejos negativos. Por ejemplo, reduce las ocasiones de socialización de esparcimiento, que anteriormente se daban con mayor frecuencia en el pueblo de Salinas, pues por la noche la gente se

reunía alrededor de una guitarra y organizaba fiestas para cada ocasión.

Esto no quiere decir que haya disminuido en Salinas la gana de estar juntos, sino que, simplemente, están cambiando las motivaciones y los métodos de socialización. Hoy, en efecto, en Salinas, como en Simiátug, Facundo Vela y Cuatro Esquinas, existen muchas ocasiones para reunirse en el pueblo y en los recintos, gracias a muchas iniciativas por cuenta de las varias organizaciones activas en toda la zona.

Por todo esto, motivos más concretos y prácticos, en lugar de aquellos de simple esparcimiento, han terminado por tener una importancia mayor en la determinación de los comportamientos sociales de los habitantes de los pueblos y de los recintos y han multiplicado también la ocasión de encuentros entre indígenas y habitantes de los pueblos. Las innovaciones que se han dado en estos últimos años, por la manera en que han sido introducidas, no han borrado los valores tradicionales para sustituirlos, mecánicamente, con los nuevos importados desde el exterior. Es verdad que muchas innovaciones han sido aceptadas en seguida — por otro lado hubiera sido absurdo un rechazo total de lo que conlleva una mejora de las condiciones de vida y de trabajo—; sin embargo, con más frecuencia se ha dado un re-descubrimiento de las propias tradiciones, lo que no es, necesariamente, una contradicción con la emancipación y el desarrollo. Por ejemplo se ha producido una legitimación de la lengua quichua, un tiempo despreciada por los mestizos que imponían forzosamente el uso del castellano a los indígenas. Un

medio importante de esta revalorización ha sido la introducción del quichua en la misa. Desde hace algunos años el párroco de Salinas, padre Antonio Polo, que vino a estas regiones en el 70, junto con el grupo O. M. G. (Operación Matto Grosso) y verdadero motor del cambio en su parroquia, se traslada a los recintos para decir la misa en la doble versión: quichua y castellano.

LENGUA E IDENTIDAD

La religiosidad se vive así de manera muy diversa que en el pasado, cuando el indígena era obligado a trasladarse al pueblo para asistir a funciones religiosas en la lengua de los blancos. Ahora, en cambio, la misa, recitada en el propio lugar de origen y en la propia lengua, representa un reconocimiento de su dignidad de indio. Además, los folletos y afiches en quichua que acompañan a estos oficios religiosos, representan para muchos indios, el primer contacto con la palabra escrita. En el centro de acopio de Salinas, junto con muchos productos agrícolas y artesanales en venta, se puede ver expuesta una especie de historia fotográfica del pueblo en sus últimos dieciséis años, para que la gente conserve el recuerdo de sus

vivencias transcurridas y el visitante pueda evaluar el trabajo de los moradores del lugar. Esto no es todo; el padre Antonio está recogiendo documentaciones, testimonios y haciendo entrevistas en toda su parroquia, para reconstruir en lo posible, incluso el pasado más lejano.

Recientemente, el arqueólogo Pedro Porras, luego de visitar la zona de Salinas en diciembre de 1986, ha constatado la presencia de relevantes testimonios arqueológicos, pertenecientes a, por lo menos, cuatro diferentes épocas del período incáico y pre-incáico. Las brillantes perspectivas que parecen abrirse para un estudio sistemático de las épocas pasadas no hacen sino ir al encuentro de las expectativas de los habitantes del lugar que habían ya emprendido, desde hace tiempo, la colección de piezas antiguas y de objetos de la vida material, comenzando así a conformar el núcleo de un museo futuro. También las actividades de la Runacunapac Yachana Huasi de Simiátug dan mucha importancia a las iniciativas educativas que permiten el descubrimiento de la propia identidad étnica y cultural como la Escuela Indígena, el Instituto de Capacitación Campesina, la formación de profesores indígenas (yachicamayos) para las

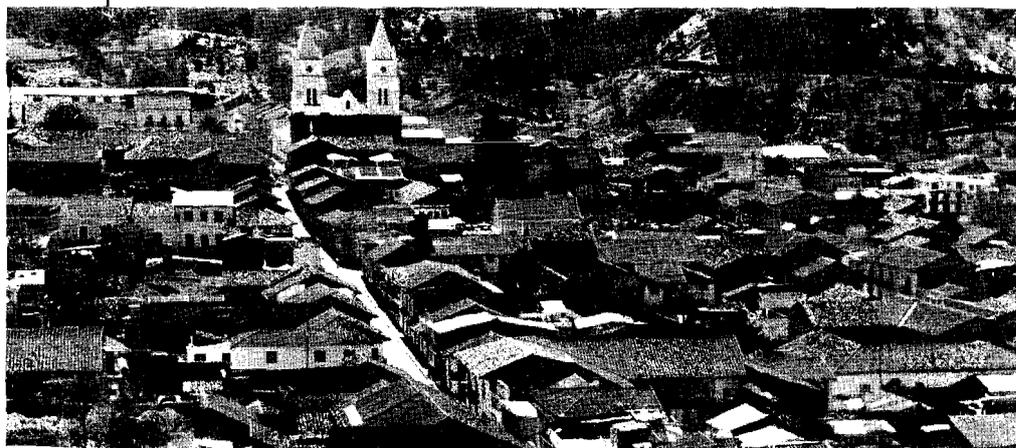
escuelas primarias de los recintos, la operación de una estación de radio de onda corta, que transmite seis horas diarias en quichua y en castellano. Son, solamente, algunas de las muchas iniciativas emprendidas en esta dirección, pero pueden ser suficientes para delinear, suscitadamente, los caracteres específicos del proceso de desarrollo que está acaeciendo en esta zona. En efecto, la participación activa de las fuerzas vivas locales ha permitido que el cambio se configure sobre la situación socio-antropológica existente y sobre las efectivas aspiraciones de la población del lugar.

La misma influencia creciente de los nuevos "media" y de la TV, en especial, que introduce las imágenes de un mundo totalmente diverso, está equilibrada por la valorización de las propias tradiciones que, a veces, sucede a través de un uso apropiado de los nuevos media, tales como la radio de Simiátug, los textos escolares indígenas, la adopción del quichua en ceremonias religiosas, etc.

El contacto entre las dos sociedades sucede, por lo tanto, en un plano de equilibrio, sin los efectos traumáticos que se verifican en muchas otras zonas del país.

Naturalmente, este proceso en acto en el sector norte de la provincia de Bolívar no ha terminado todavía, ni está libre de errores y atrasos, pero los resultados conseguidos hasta ahora demuestran —y no es cosa de poco— la posibilidad de emancipación, incluso en las regiones más internas de la sierra, la capacidad motriz de los valores de la sociedad tradicional y, por último, el logro concreto de un modelo de desarrollo realizado en plena autonomía económica y cultural. ◉

Vista parcial de Guaranda, capital de la provincia de Bolívar



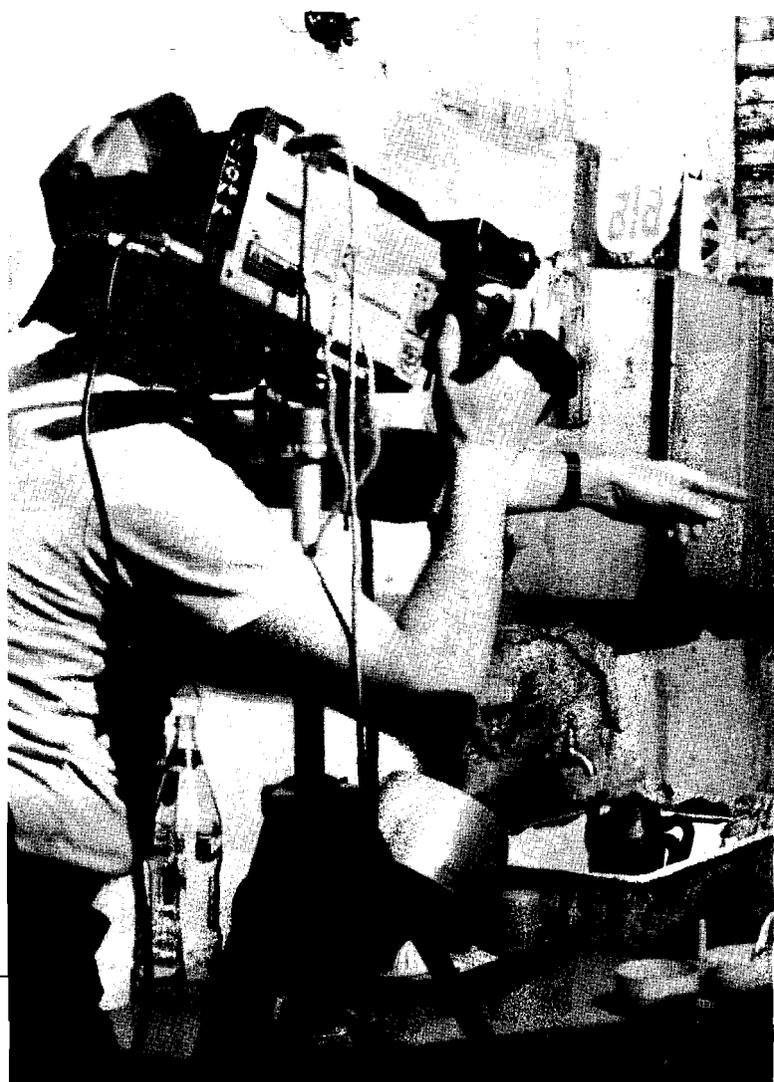
comunique

VI lo

Oswaldo Hirschmann

Sobre este tema es más lo que se ha escrito que lo que, en realidad, se ha producido. Nos referimos a todo material que no solamente refleje una cierta calidad técnica, sino que también ofrezca una propuesta estética, artística y, sobre todo, cuente con una fuerza comunicacional acorde con el lenguaje de este medio específico. Enfrentamos la escritura de estas líneas, conscientes de que lo que afirmemos puede haber sido ya dicho y, al mismo tiempo, convencidos de que aún la última palabra no ha sido pronunciada. Esa "última palabra" tiene que ver con la praxis misma del video. Los comunicadores del Norte y las sociedades industrializadas han visto malograrse un sin fin de aspiraciones iniciadas en la década del 60. Aunque trabajamos con más de una década de atraso en lo que al uso del video se refiere, los avatares y adversidades producidas por el contexto de nuestras sociedades desindustrializadas y agobiadas por los sobresaltos de futuros empe-

Oswaldo Hirschmann, argentino, es Coordinador Regional para América Latina y El Caribe de la Asociación Mundial para las Comunicaciones Cristianas (WACC). A más de esta actividad, trabajó directamente en producción de video popular. Dirección: Camacua 2821406 Buenos Aires, Argentina.



en VIDEO popular



ñados por deudas externas, no necesariamente impiden la generación de alternativas más creativas en el uso de esta nueva tecnología de comunicación.

EL VIDEO, ¿UNA NUEVA TECNOLOGIA?

Esta tecnología resulta tan novedosa que ni bien terminamos de acostumbrarnos a la cámara de tres tubos, la industria ya desplaza al tubo vidicon y nos ofrece un "chip" fotosensible (conocido con las siglas CCD) como paso intermedio que traduce el espectro luminoso en impulso electromagnético. Los generadores de efectos digitales y otros accesorios de edición y post-producción nos van indicando cuál es el lenguaje que se habla en este medio tan novedoso que difícilmente encontramos productores de video con preparación académica y especializados. Los más han sido anteriormente periodistas, fotógrafos, audiovisualistas, cineastas, gráficos, docentes o... sacerdotes.

O. Hirschmann en plena grabación de "Hijos de la Ausencia"

Si en verdad el medio radial se insertó en nuestras sociedades de una manera pausada, permitiéndonos consolidar un reajuste y asimilación, el video, en cambio, no nos da tregua. No solamente somos arrollados por la rapidez de la explosión tecnológica de la cual el video forma parte, sino también por el complejo juego de intereses económicos y monopólicos que consolidan este fenómeno. A título de ejemplo: nuestra región de América Latina y Caribe no solamente ha sido fracturada por diferentes normas de televisión en nuestros países (NTSC, PAL-N, PAL-M, SECAM), sino que los colosos del video, Sony y Mashushita, se han disputado el mercado con los formatos domésticos Beta y VHS, respectivamente. Actualmente, el mercado de nuestra región está, prácticamente, definido en territorios de influjo comercial. Ahora, solo falta que estas dos compañías transnacionales se pongan de acuerdo e impongan un formato universal de videocassette (como ya existe en audio) y entonces toda la infraestructura que, con mucho sacrificio, hemos podido adquirir en video doméstico, quedará automáticamente obsoleta. De la radio "a galena", a la de tubos, microtubos y transistores hubo un largo proceso de ajuste. ¿Podrá suceder lo mismo con el video?

EL VIDEO, ¿"HACER TELEVISION FUERA DE LA TELEVISION"?

Dejado el tecnicismo que entiende "televisión" como la señal de video y audio que se transmite por radio frecuencia y que requiere para ese propósito de un equipo emisor y de un aparato receptor, asumimos el dicho de "hacer televisión fuera de la televisión" como valedero en su contenido. El video nos permite tener "televisión" fuera de la televisión. Nos permite "programar" lo que queremos ver en nuestro televisor. No obstante, es diferente ver que hacer "televisión fuera de la televisión".

Entrevistamos a Mario Berardi, audiovisualista argentino de la Agencia Periodística Independiente (API), y le preguntamos sobre esta tensión entre el "ver" y "hacer" video. Su respuesta fue:

"La televisión es al mismo tiempo un elemento cotidiano en el hogar y ajeno a él. Un niño de siete ve una secuencia en su televisor y sabe lo que es un cambio de tiempo, sabe lo que es un "flashback". Lo entiende desde el punto de vista de la comunicación audiovisual. Hoy se entiende todo. No era así cuando se inició el cine. Hoy, esta percepción del mensaje televisivo está socializada en el consciente colectivo. Pero, solo está socializada la recepción del mensaje. En cuanto a la emisión, es un mun-

do totalmente ajeno a la cultura popular, a la cultura de la sociedad en general y más todavía a la de los sectores populares".

La técnica del video se utiliza en diferentes aplicaciones: 1) Seguridad comercial e industrial: el video por cable permite establecer un sistema de vigilancia, ayuda en los procesos industriales para mantener alejado al operario de situaciones de alto riesgo. 2) Archivo histórico-social: no solamente sirve para mantener un registro en imagen de los acontecimientos de importancia en una organización, sindicato, escuela o sociedad vecinal, sino que también sirve a los muchos comunicadores desempleados para ganarse la vida grabando casamientos, bautismos y otros eventos sociales. 3) Prácticas de Comunicación: son innumerables las aplicaciones en la enseñanza, relaciones públicas, ventas y hasta psicoanálisis. 4) Herramienta interactiva: pensamos no solamente en la aplicación de esta técnica en los trabajos de informática educativa, sino también en el papel facilitador que poseen los programas de video para impulsar la formación de redes de consenso y acción, además de hacer factible la sistematización de experiencias. 5) Producciones en video, esto es, todos los esfuerzos que hay desde la grabación "a mano alzada" que se realiza de un evento documental, hasta el trabajo que se realiza en la elaboración de un guión con todos sus pasos de pre-producción (protagonistas, elección de escenarios, planificación de la grabación, etc.), producción, y post-producción (edición del video, musicalización, sonido y efectos, etc.). Sólo en este último caso entramos, realmente, en la dimensión del hacer video.

¿SE PUEDE HACER VIDEO POPULAR?

En América Latina hay muchos comunicadores que están en la línea del llamado "video popular". El término se torna controvertido si no tratamos de aclarar las diferentes connotaciones de este calificativo. Presiento que algunas veces mencionamos el término "video popular" cuando nos referimos a la características de la presentación de un programa de video producido desde una instancia doméstica y artesanal. Aceptamos presentaciones mediocres porque el llamado "video popular" no presta atención a la calidad técnica sino más bien a la calidad de contenido. Por este prejuicio justificamos escenas con mala iluminación, distorsionados o bajos niveles de sonido, fallas o contradicciones en la línea narra-

tiva y mal manejo de cámara. Por estos defectos formales una buena idea o un mensaje necesario pasan a engrosar trastiendas de la mediocridad. Sin embargo, hay productores que insisten en que el "video popular" es aquel material que, con calidad técnica, contempla los sectores populares como protagonistas y gestores de su historia, cualquiera sea la instancia que el programa de video refleje. Se refieren esos productores a aquellas producciones que salen del pueblo y que, al mismo tiempo, rescatan las identidades culturales, defienden lo propio frente a intentos globalizantes y homogeneizantes de las culturas masivas y vuelven al pueblo como afirmación

un boletín que sea digno, presentable. Todo esto es muy difícil, de ser hecho en todo lo que sea un medio audiovisual. No se forma un equipo de audiovisualistas de un día para otro, ni entre universitarios, ni entre la gente del barrio. Creo que si estas cosas no se hacen bien, no se las debe hacer. Es posible de un activista o militantes hacer un cronista, un reportero, un fotógrafo sin mayores dificultades. Pero un guionista de video no es tan simple de lograr. Armar un equipo de comunicación audiovisual es más complejo que hacer lo mismo con un equipo de un medio gráfico".

Compartimos con Berardi, sin la menor intención de entrar en falsos elitismos ni profesionalismos, que es necesario darle al comunicador de video que quiere acompañar la marcha de su pueblo, el lugar que le corresponde y el reconocimiento por la tarea que realiza. De lo contrario, el grado de excelencia de los productores de video "popular" dependerá, como está sucediendo actualmente, de la oferta de integrarse al mercado comercial por simples razones de sobrevivencia. Es preciso alentar los esfuerzos que apuntan a que la audiencia de los sectores populares logre superar la pasiva condición de receptor y se convierta en activo emisor, conocedor del lenguaje, de las posibilidades y limitaciones del video.

Una lectura detenida del discurso de varios programas del llamado "video popular" nos hace pensar que aún tenemos un largo camino por delante. El discurso resulta autoritario, dogmático y, en muchos casos, panfletario. Es interesante observar cómo aplicamos los métodos de lectura crítica para poder desentrañar los mensajes, los metamensajes y los sistemas de valores que se transmiten a diario por los medios masivos de comunicación. Por otro lado, cuando producimos medios alternativos como contrapropuesta y apertura a la participación, somos tan directos, simples y aburridos en nuestro tratamiento del medio y del discurso que la lectura crítica se queda sin clientela.

La presunción de que falta un guión a innumerables producciones nos hace pensar que no solamente se trata de falta de conocimiento en la metodología de producción, sino más bien del resquemor que trasunta el entrar en el mundo de la ficción como un género que coarta la frescura y la espontaneidad popular y, por ende, la autenticidad del producto. De estar en lo cierto, significaría que estamos rechazando géneros de ficción de fuerte raigambre popular, desde los más tradicionales como las leyendas y fábulas de la tradición oral, hasta los más electrónicos como las telenovelas.

Mientras los grandes monopolios de la producción



Filmando en los campos de Tucumán

de su lucha reivindicatoria. No faltan comunicadores que afirman que para que sea "video popular" es necesario, a más de lo anterior, que el pueblo se convierta también en "hacedor" del medio visual. Mario Berardi, con riesgo de enmarañarse en la controversia, afirma categóricamente:

"El video no es popular ni hay posibilidades de utilizar el medio con una perspectiva popular. Cuando uno trabaja en comunicación popular hay medios que de alguna manera son recogidos más rápidamente por la gente. Con otros, por varias razones, no sucede lo mismo. Es muy fácil trabajar en torno a boletines. Es un medio más accesible, con posibilidades de formar un equipo y con posibilidades de elaborar un producto de comunicación que sea digno. Se puede trabajar en un barrio, en una villa, en una comunidad, y se puede, relativamente en poco tiempo, formar un grupo de comunicadores que produzca

televisiva se encuentran en constante y franco proceso de actualización, los grupos de producción de video alternativo enfrentan los inconvenientes y obstáculos más salvables de una producción, a saber, una cámara amateur u obsoleta, una grabadora con cabezas gastadas por ser continuamente utilizada como reproductora, la ausencia total de islas de edición y de infraestructura de audio que asegure una buena banda sonora.

Se hace imperativa la formación de redes de productores de video alternativo que les permita, a través de una propuesta cooperativista, poder contar con los equipos de producción necesarios. Bernardi comenta que "en la Argentina hay experiencias en la producción de video que no se han divulgado y que son de sectores medios de pueblos del interior, en los cuales ha habido experiencias muy interesantes, incluida la creación de canales de televisión. Hay dos o tres que están funcionando, de hecho ilegalmente, porque la ley no permite que las cooperativas tengan medios de comunicación". De la misma manera, la ausencia de políticas claras de comunicación basadas en leyes de radiodifusión abiertas a procesos participativos, ha hecho posible el surgimiento de monopolios de video clubs y estaciones de cable televisión con fuertes intereses comerciales, ajenas a cualquier proyecto de democratización de las comunicaciones. Faltan leyes que estimulen la producción y distribución de videos, que

Producir es siempre un esfuerzo comunitario



velen por la protección de los derechos de los productores, que promuevan la industria nacional y que tengan en cuenta a los productores medios, de ordinario preferidos por la televisión so pretexto de que no son una buena inversión comercial.

VIDEO Y COMUNICACION POPULAR

Optamos por prescindir del calificativo "video popular" a fin de superar las dos corrientes que parecerían delinearse en este quehacer entre "tecnócratas" y "conceptualistas". No son éstos, tiempos de entrar en interminables controversias. Es preciso reconocer el video como medio de comunicación, es necesario conocer su técnica y lenguaje. Aceptamos que la comunicación es el objetivo que perseguimos en una producción de video que se presenta como alternativa ante el avasallamiento de medios masificantes y representantes de intereses sectoriales. Reconocemos que el video aparece como la oportunidad de expresarse para aquellos cuya voz no encuentra eco en la televisión comercial. Y apreciamos en el video una nueva invitación al vuelo creativo de un pueblo que sale al rescate de aquellas pautas que reafirman su memoria histórica y su identidad cultural.

Hay experiencias de trabajo en video alternativo que deben ser tomadas en cuenta. Una de ellas es la del Sindicato de Obreros Metalúrgicos de São Bernardo y Diadema en el estado de Sao Paulo, Brasil relatada por Regina Festa y Luis Fernando Santoro, (*Media and Development* (WACC 1/1987-VOL XXXIV, pág. 29). Allí, la Televisión de los Trabajadores ha explorado los usos alternativos del video en la búsqueda de una estructura narrativa diferente, en la habilidad de utilizar los valores simbólicos del mundo del obrero, en las posibilidades de utilizar la ficción para capacitar, en la investigación participativa que organice la memoria colectiva, en la participación de obreros como entrevistadores y comentaristas de sus propios procesos socio-políticos, y en el uso del video y de los recursos de la televisión (por ejemplo, transmisiones en vivo y en directo) para acontecimientos de gran importancia.

UNA EXPERIENCIA DE PRODUCCION

Una organización de derechos humanos nos encargó la realización de un trabajo sobre los hijos de desaparecidos políticos a los diez años de ocurrido el hecho en una provincia del interior del país.

El equipo de producción efectuó un viaje de ex-

Apreciamos en el video una nueva invitación al vuelo creativo de un pueblo que reafirma su memoria histórica

ploración y estudió los diferentes casos, los escenarios disponibles, con la idea de lograr una inmersión en aquella realidad que trataría de comunicar y reflejar en un programa de video. Fue momento para escuchar y entender. Fue momento para descubrir aquellos elementos fundamentales que permitirían la elaboración de un guión. En primer lugar, durante esos cinco días de prolongadas charlas con familias, trabajadores sociales, miembros de asociaciones, psicólogos y niños que fueron víctimas involuntarios de tal violencia, se llegó a algunas conclusiones de base. Los “niños” ya dejaron de serlo y se han convertido en adolescentes o jóvenes adultos. Durante esos largos años de superación algunos han quedado atrás marcados por el trauma de la violencia. Otros, sin dejar de perderla de vista, han tratado de reconstituir su vida proyectándose al futuro, estudiando para poder “ser algo” en la vida, asumiendo, con sacrificio, a su familia inmediata (madre y hermanos) como imperativo prioritario en medio de la planificación de su futuro.

A los dos meses de este primer encuentro, el equipo de producción regresó a la provincia después de haber decidido sobre tres casos específicos y haber elaborado un guión que, aunque respetó la espontaneidad, fijó el desarrollo de una cierta línea narrativa. Hubo ficción. Algunas escenas fueron montadas. Se respetaron los escenarios auténticos y fueron los jóvenes y sus respectivas familias los que se convirtieron en protagonistas. Fueron ellos los que relataron sus historias. Conjugaron sus penas con sus sueños. La cámara los siguió y trató de plasmar, en pocos minutos, el sentir y accionar cotidiano del joven que, aunque “especial” por ser hijo de desaparecido, vive las mismas angustias del entorno socio-económico de su clase obrera y pobre.

Diez días de grabación contribuyeron a presagiar una etapa de postproducción extensa y tediosa. El papel y desempeño protagónico de los jóvenes fue extraordinario. Lo asumieron con seriedad y sacrificio pues tuvieron que recordar lo que en muchos momentos hubieran querido olvidar. Pero el dolor estaba profundamente arraigado, entremezclado con el complejo de culpa personal por no haber podido impedir que les arrancaran al padre y aquel luto que aún no habían podido experimentar por la

muerte del desaparecido a quien, esperanzadamente, confiaban volver a ver algún día. Las consignas políticas de “aparición con vida y castigo a los culpables” los condenaban al dolor permanente por la ausencia del ser querido.

En tan solo veintiocho minutos se trató de sintetizar esta realidad en una alquimia de ficción y verdad. La realidad que se presentó no es, precisamente, la que muchos quisieran ver. A algunos les choca enfrentarse a testimonios de jóvenes que, a pesar de su experiencia personal, parecen no estar “polinizados”. A otros les repele la idea de que los jóvenes piensen que son la escuela y la educación burguesa, la única garantía para la movilización social y la superación de su condición de clase obrera. Frente a todo el discurso de marcado acento ideológico que genera el trabajo en el campo de los derechos humanos, estos jóvenes, víctimas directas e inocentes de la barbarie humana, nos hacen reflexionar que el tema de “derechos humanos” va más allá de las injustificadas violaciones que se producen en los regímenes autoritarios y dictatoriales. Y nos hablan de la vivienda, del derecho a la educación y de una vida humana digna de ser vivida.

Creemos que si un programa de este tipo puede generar reflexiones individuales y colectivas más profundas en medio de todas las contradicciones por una “falta de línea” o “coherencia ideológica” entonces, el esfuerzo valió la pena. Pero lo que más podría consagrar esta experiencia de video como un intento de comunicación popular es la reacción de uno de los jóvenes protagonistas que, al terminar de ver el programa, pudo afirmar con una fuerte carga emocional: “¡Esta es mi vida!”. Esta posibilidad de retorno, de devolver al pueblo, a la gente, todo aquello que le pertenece es uno de los valores inalienables que nos permiten pensar que se puede hacer comunicación popular con video.

La técnica del video nos facilitó la realización de un trabajo que hubiera resultado muy costoso producir en filme. El poder repasar las tomas del día nos permitió compartir con los protagonistas la marcha del trabajo. No sabemos si volveremos a encontrarnos, pero sí lamentamos el momento de la separación. El trabajo fue el producto de un esfuerzo comunitario ●

CONTRAGATE Y EL NOII

Colleen Roach

¿Qué conexiones pueden establecerse entre el escándalo contragate y el Nuevo Orden Mundial de Información y Comunicación?



Desde otoño de 1986, cuando estalló el Escándalo "Contragate" en los Estados Unidos (la venta de armas a Irán por rehenes, destinando parte de las ganancias a un apoyo ilegal a los contras nicaragüenses, llamado "Contragate" o "Irangate" en referencia al escándalo de Watergate durante el régimen de Nixon) se ha vuelto un lugar común que los investigadores y periodistas

críticos hagan referencia a la necesidad de "hacer conexiones". Las intenciones básicas tras el empleo de este término son positivas, poniendo atención en la necesidad de mirar las realidades sociales, políticas y económicas a través de una lente "sistémica", y critica implícitamente a los especialistas que no hacen relaciones entre su análisis específico y el contexto general. Con relación a Contragate, "hacer conexiones" significa no solamente el establecimiento de relaciones entre varios aspectos de política exterior estadounidense, sino que subraya que efectivamente hay gato encerrado.

En este espíritu, pueden hacerse varias conexiones entre las recientes revelaciones sobre Contragate y mi propio campo de especialización: la posición estadounidense respecto del Nuevo Orden Mundial de Información y Comunicación (NOII)

PROYECTO DEMOCRACIA

El primer punto corresponde a un sub-capítulo específico de mis investigaciones sobre el NOMIC: el Proyecto Democracia. Este proyecto fue lanzado en el año 1982 por el Presidente Reagan. Su finalidad era la de canalizar millones de dólares fiscales hacia la diplomacia privada anticomunista para cultivar, en las palabras del Presidente Reagan, "la frágil flor de la democracia" en todo el mundo. A fines del año 1983, el Congreso aprobó formalmente el proyecto del Ejecutivo asignando un presupuesto inicial de US\$65 millones para financiar la Fundación Nacional para la Democracia -FND

Colleen Roach es Profesora Asistente de Comunicaciones en la Universidad Fordham, Nueva York. Trabajó anteriormente en el Sector de Comunicaciones de la UNESCO, París.

(Véase Laurien Alexandre, "In the Service of the State: Public Diplomacy, Government Media and Ronald Reagan", *Media Culture and Society*, Londres, vol. 8, 1987). Pero desde su inicio, la FND fue una creación híbrida y molesta. En primer lugar, aunque fue establecida jurídicamente como organización privada, estaba claro que se beneficiaba de fondos públicos. Varios estudios y artículos se referían a ella como organismo "cuasi-privado" o "mixto" o simplemente "organismo privado que recibe fondos públicos". En segundo lugar, el tipo de proyectos que financiaba la FND daba lugar a ciertas inquietudes. Aunque se asignaba la prioridad a las actividades sindicales y de partidos políticos cuyo pensamiento coincidiera con el del "mundo libre", ciertas subvenciones en el campo de la información recibieron más notoriedad que lo deseado. Por ejemplo, los críticos señalaban el financiamiento por la FND del periódico opositor *La Prensa* en Nicaragua (véase "Missionaries for Democracy: U.S. Aid for Global Pluralism", *New York Times*, 1o. de junio de 1986) que guardaba demasiada semejanza con el financiamiento por la CIA de *El Mercurio* durante la breve presidencia de Salvador Allende en Chile (1970-1973).

Como ya se mencionó, el Proyecto Democracia y su retoño, la FND, llegaron por primera vez a mi atención con relación a mis investigaciones sobre el NOMIC. Uno de los principales enfoques de mi trabajo ha sido el de tomar el argumento de "control gubernamental" que utiliza Washington ad nauseam para atacar el NOMIC, y demostrar sus varias contradicciones. En un artículo reciente (véase Collen Roach, "Context and Contradictions of the U.S. Position on the New World Information and Communication Order", ponencia presentada en la Décimoquinta Sesión de la Asociación Internacional para la Investigación en Comunicación Masiva, Nueva Delhi, 25-29 de agosto de 1986. Será publicado en: Rabi Narayan Acharya (ed.), *Mass Media and Culture*, Nueva Delhi, Manas Publishers, 1987.) señalaré la ironía de vilipendiar a la UNESCO y muchos países del Tercer Mundo por promover los medios controlados por el estado, precisamente cuando uno de los rasgos característicos del régimen actual es su intervención para suprimir o controlar el flujo de información dentro de los Estados Unidos (en nombre de la seguridad nacional, por ejemplo), así como sus esfuerzos por promover cada vez más la información gubernamental o cuasi-gubernamental en otros países (por ejemplo, el lanzamiento de la Radio Martí y el Servicio Worldnet de la USIA).

Fue con relación a este último punto —el aumento en la participación del gobierno estadounidense en las actividades de la comunicación social— que se mencionó el Proyecto Democracia en mi trabajo de investigación. A más del financiamiento de *La Prensa* en Nicaragua, otras actividades auspiciadas por la FND en el campo de la información incluyeron la publicación de una revista trilingüe para promover la causa de las "comunicaciones libres" en todo el mundo y la distribución de "libros básicos" sobre las instituciones democráticas estadounidenses.

El 15 de febrero de 1987, en un contexto mucho más grave, el Proyecto Democracia salió en primera plana de la edición dominical de *The New York Times*. El artículo se intitulaba "Ventas al Irán Relacionadas con Amplio Programa de Políticas Clandestinas" con el sub-titular revelador: "Operaciones Secretas por el Personal del CSN comenzaron con el 'Proyecto Democracia'", se informa.

Lo que nos dice el artículo es que, durante los últimos cuatro años, bajo la dirección del Coronel Ollie North (ex-asesor del Consejo de Seguridad Nacional), el Proyecto Democracia creció hasta llegar a ser un aparato paralelo de política exterior, fuera del proceso establecido de toma de decisiones y más allá de la esfera del Congreso. Y lo más importante fue que el *New York Times*, basándose en fuentes de Washington, señaló que mientras que la rama pública de la FND (o del Proyecto Democracia) estaba donando dinero del gobierno federal abiertamente a editores extranjeros de libros, por ejemplo, bajo la dirección del Coronel North, el lado secreto estaba enviando ayuda de fuentes privadas a los rebeldes nicaragüenses y llevando a cabo una amplia gama de otras actividades, incluyendo las ventas de armas al Irán.

Poco tiempo después de esta revelación, la Comisión Tower, establecida para investigar las actividades del Consejo de Seguridad Nacional, emitió su informe. En una nota de pie de página impresa en la última página del texto, la Comisión negó la existencia de relación alguna entre la FND y el Proyecto Democracia, que fue mencionado en todos los documentos del CSN que había estudiado la Comisión. En un malabarismo asombroso, la Comisión aseveró que el Coronel North simplemente usó el mismo término (o sea, Proyecto Democracia) "para referirse a su propio sistema de operaciones encubiertas" (véase *The Tower Commission Report*, Annex C: "The NSC Staff and the Contras", nota 8, p. 550. Nueva York, Bantam Books/Time Books, 1987)



Desde esta repudiación semi-oficial de cualquier actuación incorrecta bajo el Proyecto Democracia o la FND, el *New York Times* ha adoptado una posición característicamente esquizofrénica. Por un lado, en un editorial del 13 de marzo de 1987, con el título de “El Buen Proyecto Democracia”, endosó ceremoniosamente la conclusión de la Comisión Tower de que no había vínculo alguno entre el Proyecto Democracia del Coronel North y el del régimen de Reagan. Todo se atribuye a un estado desafortunado de “confusión”. Por otro lado, en sus artículos investigativos, el periódico neoyorquino ha seguido informando que los dos Proyectos Democracia son, efectivamente, el mismo. Por ejemplo, en un importante artículo en primera plana del 8 de abril de 1987 (“Millones No Justificados en Ayuda a Contras durante los Últimos Tres Años”) el *Times* revela cómo se utilizó el Proyecto Democracia para financiar compañías, bodegas, aviones y barcos para ayudar a los Contras en Nicaragua. A continuación, se lee que el Coronel North utilizaba el término de Proyecto Democracia para referirse a su trabajo pero que el Proyecto fue lanzado por el Presidente Reagan en 1982.

Otros periódicos norteamericanos que no están presos en la contradicción de “reportar los hechos” al tiempo que “se mantienen a la raya del régimen establecido” han sido más consistentes y puntuales en su reportaje sobre el Proyecto Democracia. Por ejemplo, *In These Times* del 11-17 de marzo de 1987, se refiere sin rodeos al Proyecto como “una sede para el territorio internacional en la Casa Blanca, dedicada a la contrarrevolución y más allá de cualquier forma de control”.

¿Qué tienen que ver estas revelaciones con el debate sobre las comunicaciones internacionales? En primer lugar, encontramos evidencia asombrosa para apoyar a aquellos investigadores críticos que, durante por lo menos 10 años, nos vienen diciendo que están vinculados los libros y las bombas. ¿Debemos admirarnos de que el Proyecto Democracia, que ostentaba entre sus objetivos el de promover las “comunicaciones libres”, también fuera un actor clave en los intentos de cambiar armas por rehenes y enviar armas ilegalmente a los Contras? Están interrelacionadas las posiciones estadounidenses sobre las comunicaciones internacionales y el escándalo “Contragate” porque son parte de la misma estrate-

gia global: conservar, bajo la máscara de la democracia, y sea cual fuere el costo, la hegemonía estadounidense en el Tercer Mundo.

EL MOVIMIENTO DE PRIVATIZACION

Como se demuestra en lo que antecede, uno de los aspectos más preocupantes del fiasco del Proyecto Democracia ha sido la creciente confusión sobre qué es público y qué es privado en la conformación de la política exterior norteamericana. La FND fue un organismo privado pero se beneficiaba de una asignación del Congreso. Fue descrita como de dos ramas: una pública y una privada. ¿Cuál es la importancia general de esta aparente confusión?

Esta interrogante me lleva a la segunda conexión que puede establecerse entre Contragate y la posición estadounidense sobre el NOMIC: el significado del movimiento hacia la privatización para ambos temas. Durante algún tiempo, los investigadores críticos han señalado que las necesidades de la expansión del capital (tanto interna como internacionalmente) han redundado en una creciente privatización de la economía global. Esta tendencia generalizada, que tuvo sus inicios a mediados de la década del setenta, o antes, ha tenido —conjuntamente con las fiebres de la desregulación— consecuencias específicas en el campo de las comunicaciones. Para resumir brevemente: A nivel nacional, en los Estados Unidos significa que importantes sectores de información que anteriormente estaban en el sector Público han pasado a manos privadas. A nivel internacional, en el Tercer Mundo significa que la asistencia estadounidense en comunicaciones (ahora preferentemente bilateral) se da principalmente a aquellos proyectos que fortalecerán el sector privado de los países receptores. En muchos países industrializados (especialmente en Europa Occidental y Japón) significa la desintegración de los monopolios públicos de difusión y la privatización de las empresas nacionalizadas de telefonía y telegrafía.

Con relación al debate sobre el NOMIC, he argüido en otro trabajo (la ponencia de Nueva Delhi) que es de máxima urgencia hacer la conexión entre las exigencias económicas del empuje mundial hacia la privatización (o sea, la necesidad de dismantelar o impedir el crecimiento del sector público) y el principal argumento político-ideológico utilizado para atacar el NOMIC: que es esencialmente un movimiento para establecer medios de comunicación bajo control estatal. En otras palabras, no puede ser meramente un accidente fortuito que el movimiento

internacional hacia la expansión del sector privado haya recibido enorme apoyo del argumento de que cualquier acción por impedirlo fomentará los medios controlados por el gobierno.

Así, cuando realizaba investigaciones sobre el Nuevo Orden Informativo a principios de la década de ochenta, examiné naturalmente en forma bastante detallada las implicaciones de la privatización para las comunicaciones internacionales. También creció mi interés en el hecho de que la tendencia hacia la privatización era generalizada, y que cualquier análisis de la misma no podía limitarse sólo al campo de las comunicaciones, ni siquiera al ímpetu económico subyacente. Por ejemplo, en una sección de mi trabajo de investigación, se hizo referencia a varias proclamaciones del Presidente Reagan en 1983-84, exhortando a una creciente comercialización del espacio extraterrestre y el remate al sector privado de los satélites meteorológicos norteamericanos. En una nota de pie de página, agregué: "Mientras tanto, en el planeta Tierra, el Régimen estaba ocupado con la defensa de la 'privatización de la guerra' ". Allí, se hizo referencia específica a los indicios de que, en el verano de 1983, la Embajada estadounidense en El Salvador estaba animando oficialmente a iniciativas del sector privado norteamericano en la guerra civil de ese país (véase "U.S. Veterans Aid Salvadoran Troops: Adventurers Provide Private, Military, Medical Training", *International Herald Tribune*, París, 30 de agosto de 1983).

Lo que fue una nota de pie de página en mis investigaciones —la privatización de las actividades bélicas— ha llegado a ser ahora un elemento esencial en el escándalo Contragate. A medida que surge cada vez más evidencia sobre la privatización de la guerra contra Nicaragua y la privatización de la definición de la política exterior estadounidense respecto del Medio Oriente, es bastante común ahora encontrar artículos impresos en la prensa que apoya el régimen establecido con titulares como "Gobierno Privado y Secreto" o "Dicen Críticos que EE.UU. 'Privatizó' la Política Exterior en Irán". Pero el estilo ahistórico demasiado típico de la mayoría de los medios norteamericanos, esta política de privatización ha sido "descubierta" en 1987, sin referencia a la evidencia de que ya estaba implantándose con mucha anterioridad a las recientes revelaciones sobre Irán y Nicaragua.

Así, lo que comenzó como un análisis de los intereses norteamericanos en el campo de las comunicaciones internacionales ha llevado directamente

al centro del poder: las alianzas formadas entre el régimen Reagan, el sector privado y las fuerzas armadas. Nuevamente se vinculan el debate sobre el NOMIC porque cada uno refleja la misma estrategia global: preservación de la hegemonía estadounidense en el Tercer Mundo.

OTRAS CONEXIONES

Es lógico que, a medida que se desenvuelva el presente escándalo, se vayan revelando otras conexiones menores entre el debate sobre el NOMIC y el Contragate. Por ejemplo ¿debe sorprendernos la noticia de que "La Casa de la Libertad", que desempeñó un papel tan importante en la campaña contra la UNESCO en los años del setenta, haya recibido subvenciones de la FND para circular artículos antisandinistas a la prensa, y que los nombres de ciertos actores internacionales están en las listas de ambas organizaciones? (Véase "Covert Operations in Central America", *The Inter-Hemispheric Education Resource Bulletin*, Albuquerque, Nuevo México, No. 8, Invierno 1987).

Una revelación similar se relaciona con el *Washington Times* (el periódico de derecha fundado por la Iglesia Surcoreana de la Unificación) que ha publicado numerosos informes y editoriales de la Fundación Heritage que atacan tanto a la UNESCO como a la ONU. Según un documento del CSN que trata sobre el sistema privado de asistencia para los Contras, un grupo involucrado en este esfuerzo había sido establecido por el periódico de Washington perteneciente a los "Moonies". (Véase "Newspaper Denies Contra Fund, Nort Ties", *The Boston Globe*, 29 de marzo de 1987. El vocero para el *Washington Times* desmintió cualquier afiliación entre su fundación pro-Contras y la mencionada en los documentos del CSN. Siguiendo el ejemplo de la Comisión Tower, manifestó que eran dos organizaciones distintas y que el hecho de que llevaran el mismo nombre era simplemente una "extrañísima coincidencia".)

Se espera que las Sesiones del Congreso sobre el escándalo Contragate, que se iniciaron en mayo de 1987, llevarán a revelaciones adicionales, que nos permitirán hacer conexiones como las arriba citadas. Sin embargo, el verdadero desafío es el de vencer a la opinión pública que la trapacería oficial no es un asunto compartamentalizado sino muy de moda por donde se lo mire ●

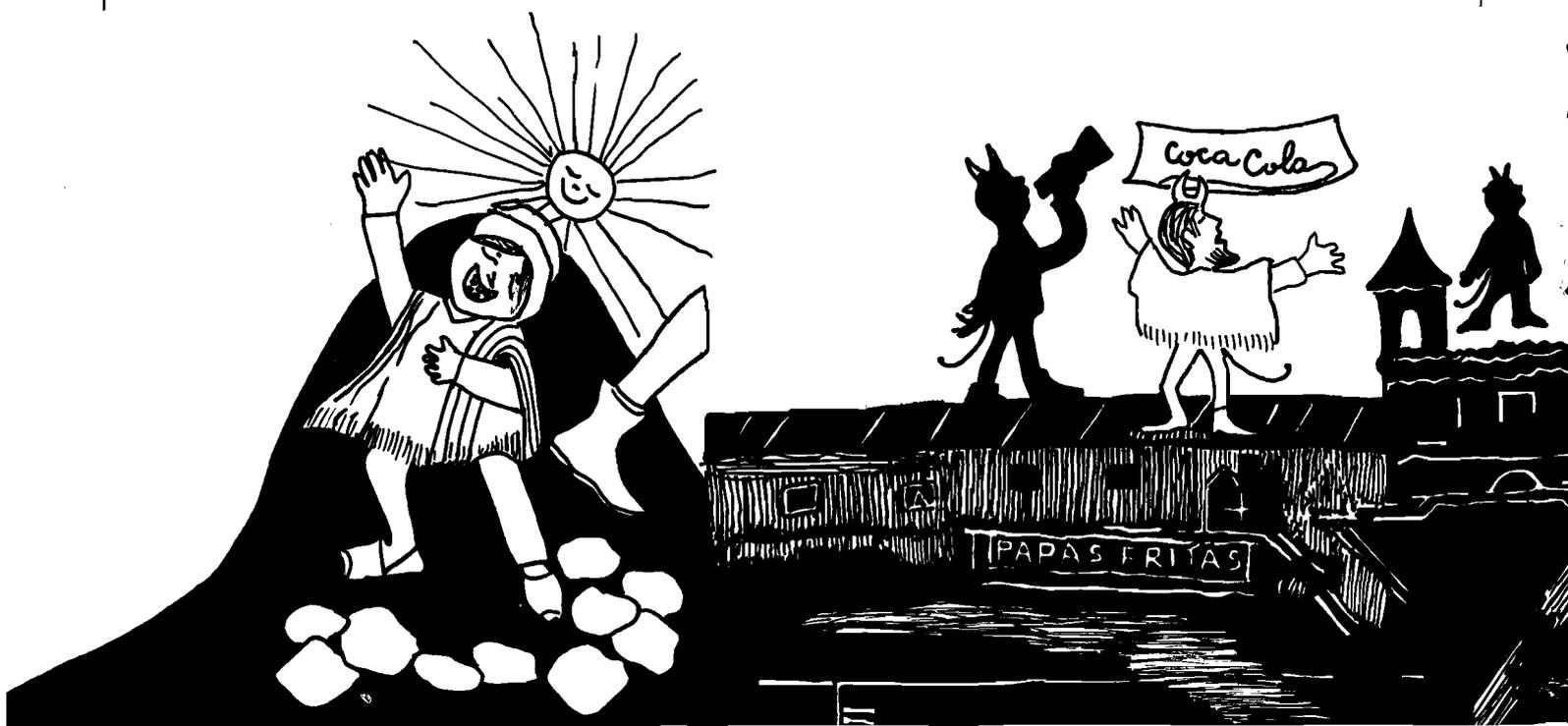
¿Cómo va la TV para niños?

Gloria Dávila

Gracias al último seminario "Los niños merecen una buena televisión", organizado por Prix Jeunesse en Munich, mayo de 1987, es posible hacerse una idea sobre cómo anda el mundo de la televisión infantil

Gloria Dávila, colombiana, dirige el Departamento de Investigaciones de CIESPAL, Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social en la Javeriana de Bogotá. Dibujos de Estela Martínez.

Prix Jeunesse es una Fundación creada en 1964 por un acuerdo escrito entre el Estado Libre de Baviera, la ciudad de Munich y la Emisora de Radio de Baviera con el objetivo de:



Poner énfasis en la importancia de los programas de televisión para niños y jóvenes, mejorar la calidad de esos programas y establecer normas, promover el intercambio internacional de programas e intensificar la comprensión internacional.

Para cumplir con los objetivos de información, calidad y desarrollo de iniciativas, la Fundación organiza periódicamente concursos y seminarios internacionales. Veintitrés años de reflexión, análisis y autocrítica sobre la producción de programas de TV para jóvenes y niños han permitido mejorar la calidad de los programas y han estimulado una línea constructiva de producción.

Desde su creación, cada dos años, se realiza el concurso Prix Jeunesse Internacional, en la ciudad de Munich, que si bien en sus inicios tuvo un carácter básicamente europeo, se ha convertido en un evento de calidad realmente internacional. Los jurados de los concursos están integrados por investigadores y productores como una forma de cooperación que permita el desarrollo de una televisión de calidad para niños.

Alternando con los concursos, también en Munich, se han venido realizando periódicamente, seminarios donde se han tratado diversos temas como "Niño-Familia-Televisión", "La emoción como instrumento de la dramaturgia", "La Imaginación y la Realidad en los Programas de Televisión para Niños", entre otros.

"LOS NIÑOS MERECEAN UNA BUENA TELEVISION"

Del 26 al 29 de mayo del presente año, se llevó a cabo en Munich este seminario que abordaba el tema de "La Buena Televisión" para niños más creativos. A este encuentro asistieron 127 personas, entre investigadores, productores, directivos y representantes de instituciones de Comunicación de Europa, Estados Unidos, Asia, África y América Latina, con el objeto de hacer un balance general de la situación de la TV para niños y analizar las perspectivas futuras de desarrollo tomando en consideración los esfuerzos que la Fundación Prix Jeunesse ha venido realizando en función de su mejoramiento.

El seminario se desarrolló a través de conferencias de

especialistas de los diferentes países. Así se pudo conocer el resultado de sus investigaciones y nuevos tipos de programas que se están produciendo en la línea de una mejor televisión para niños más creativos. Se pudo detectar tres corrientes fundamentales: la europea, la norteamericana y la tercer mundista (América Latina, África y Asia).

LA CORRIENTE EUROPEA

En Europa, donde la televisión ha sido considerada como un Servicio Público encaminado a satisfacer las necesidades de información, educación y cultura de las audiencias, existe una tendencia a abandonar el pedagogismo imperante en los programas de televisión de la pasada década, para dar paso a otras formas más creativas y espontáneas de producción de programas.

Se plantea la necesidad de explorar nuevas formas narrativas o nuevos formatos, donde se haga posible la ejecución de relatos convincentes o producción poéticas en las que se dé, por ejemplo, una compenetración entre imagen y música, se transmitan mensajes educativos cortos y se muestren procesos productivos (ej: cómo se hace el pan) con calidad artística y poética; o donde los niños tengan la oportunidad de contar sus propias historias. (Siegfried Mohnhof - Emisora del Oeste de Colonia).

La conferencista Carin Manher de la TV sueca planteó la necesidad de que la TV se acercara a la vida cotidiana, esto es, a la realidad antes que a programas "pre-concebidos y grabados en estudio". Filmar personajes reales "ordinarios" más que "actores" estereotipados. Asimismo Kees Underheyden de Radio Quebec señalaba que la programación para niños debe tratar de mostrar la realidad a través de reportajes y testimonios, a fin de que la TV se constituya en un medio de preparación del niño y de orientación respecto a la realidad. (Sveriges Television - Kees Underheyden - Radio Quebec).

Hubo prácticamente un consenso a nivel de participantes, respecto a la situación de desventaja en que se encuentra la programación para niños, a la que denominaron "La Cenicenta de la TV" Asimismo fue unánime la concepción



de que "buena" televisión para niños significa la producción de programas con calidad técnica, formal y de contenido. (Siegfried Mohnhof, de la Emisora del Oeste de Colonia califica de un buen programa para niños a aquel que, además de tener calidad, divierte, enseña algo, excite a hacer buenas acciones y dé buenos ejemplos).

En cuanto a los programas presentados como "alternativos" por parte de los participantes europeos, cabe destacar los siguientes:

"Actualidad o Información para Niños" o "John Craven's New Round": informativo de 20' de duración dirigido especialmente a los niños. Se transmite diariamente por la BBC de Londres y ha logrado una gran audiencia infantil. El programa proporciona información a los niños de acuerdo con sus temas de interés (animales, deportes o política, etc. que les permite estar actualizados sobre lo que sucede en el mundo). Como ejemplo se nos expuso un programa en el cual la Primera Ministra Británica, Margaret Thatcher se presenta al set de TV al lado del animador John Craven. A través de un proceso de pregunta y respuesta, los niños tuvieron la posibilidad de entrevistar a la Dama de Hierro, abordando temas de orden tanto privado como público. Si bien se presenta como un programa bastante costoso, es de gran valor educativo y formativo para que el niño esté permanentemente actualizado con lo que sucede en el mundo.

Dietr Soldeck de Colonia expuso algunas de sus producciones sin texto, en las que predomina un lenguaje cinematográfico con una correspondencia absoluta entre imagen y texto. En formatos cortos se exponen procesos. Son programas de alta calidad técnica y gran valor educativo, en los cuales el niño puede observar claramente ciertos procesos. Por ejemplo, la importancia del agua en las flores (tulipanes) o a través de un juego de imagen y sonido llega a reconocer los números, o a distinguir diversos tipos de trabajo a partir de la observación de distintos zapatos de los usuarios.

Otra alternativa presentada para la producción de programas educativos fue la de introducir en el relato elementos de actualidad como ganchos para rescatar valores históricos. Así se parte de situaciones de la vida cotidiana actual, para pasar a mostrar obras de arte de un museo egipcio.

LA CORRIENTE NORTEAMERICANA

Las ponencias de los norteamericanos estuvieron integradas por estudios sobre: "Los Intereses de los niños", realizado por la investigadora Ellen Wartelle de la Universidad de Illinois; por un análisis sobre la "Evaluación de la Televisión norteamericana a partir de 1980", realizado por Less Brown, funcionario de Channells, New York, y por un análisis crítico respecto a "Los mensajes televisivos dirigidos a los adultos de mañana", realizado por la Dra. Aimee Dorr de la Universidad de California.

La primera intervención recopila diversas investigaciones sobre lo que a los niños les gusta de la televisión y por qué. De este modo se han establecido las diferencias existentes en cuanto a preferencias por parte de niños de 4 a 8 años y niños de 8 a 12 años.

Entre los factores más sobresalientes que alientan la exposición a la TV por parte de los niños, la autora destacó las siguientes: La identificación con personajes (buenos o malos), los procesos seguidos para resolver problemas, la posibilidad de que el niño se anticipe a ellos o pueda predecirlos,

el suspenso y las sanciones impartidas.

Respecto de los otros dos conferencistas, fue interesante observar su visión crítica sobre la televisión norteamericana, por el carácter eminentemente comercial que ha reemplazado absolutamente los objetivos formativos o de servicio a la comunidad.

Less Brown expuso cómo la TV ha pasado a ser un gran negocio de pronta recuperación de inversión, gracias a la publicidad que es un ingrediente constante de la TV norteamericana. La expectativa nacida en la década de los 80 de que a través de la TV por cable el público tendría algo más que "televisión", murió en sus orígenes. La TV por cable se constituyó simplemente en "más televisión" esto es: programas de baja calidad atravesados por mensajes publicitarios. El desarrollo tecnológico que originó la TV por cable, el satélite y el video han permitido el fortalecimiento de poderosas industrias financieras, al abrir las puertas a mercados antes inusitados. Frente a los nuevos medios, la TV debe ahora competir para no perder audiencia y ahí está su desafío. Además la posibilidad de nuevas leyes que regulen su uso es la esperanza de un mejoramiento futuro de la TV norteamericana.

LA CORRIENTE TERCER MUNDISTA

Un representante del Africa y otro de América Latina presentaron la situación general de la TV en los respectivos continentes. La ponencia africana insistió en la importancia de respetar las diversas culturas y de rescatar los valores propios de la Negritud. La TV en Africa depende en gran parte de programas importados procedentes principalmente del Reino Unido y de la República Federal de Alemania, lo cual constituye un peligro para los procesos de afirmación de la identidad cultural. Frente a esto se planteó la necesidad de producir programas que defiendan y revaloricen la cultura propia.

La ponencia latinoamericana se circunscribió a la realidad peruana, que grosso modo coincide con la problemática latinoamericana: los programas para niños no cuentan con apoyo técnico y económico, razón por la cual adolecen de grandes fallas formales y de contenidos.

En términos generales el seminario fue un valioso espacio para el intercambio de experiencias entre países y un estímulo respecto a los esfuerzos por desarrollar una buena televisión destinada a los niños.

Considero importante rescatar las siguientes pistas ofrecidas por el canadiense Kees Vanderheyden:

1. Necesidad de cambiar de actitud hacia los niños, esto es, "tomarlos en cuenta seriamente" y confiar no solo en su imaginación sino también en su inteligencia, juicio y creatividad.

2. "Olvidarnos" de los patrones y soluciones estandarizadas, y escuchar y observar más a los niños.

3. Dar más importancia a la programación para niños que debe mejorar en inversiones y responder a las prioridades de los niños.

4. Reestructurar la programación para niños, y ofrecer una diversidad de servicios, en la misma línea de la programación para adultos: tratando de mostrar la realidad a través de noticias, testimonios, debates y comentarios, etc., que les permita un mayor desenvolvimiento en la vida.

5. Necesidad de lograr una excelencia en la forma, ya que la presentación es muy importante en el mensaje de la TV ●

El dilema de la enseñanza de la comunicación

Peter Schenkel

En 1979 el Club de Roma publicó el informe "Aprendizaje sin límites: Superando la brecha humana", elaborado por expertos internacionales, entre ellos Carlos Mallmann de Argentina y Pablo Latapi de México. En él se esbozan ricos criterios sobre la necesidad de reformar los conceptos estancados que aún rigen en los sistemas educativos y adecuarlos a los múltiples y serios desafíos que plantea la sociedad contemporánea en crisis.

Aunque este estudio se refiere a procesos de enseñanza y aprendizaje, por su carácter crítico, pragmático e innovador tiene, sin embargo, gran importancia para la comunicación social. Conviene analizar esta nueva tesis en cuan-

Peter Schenkel, de nacionalidad alemana. Es jefe del Grupo de Apoyo de la Fundación Friedrich Ebert en CIESPAL, cargo que desempeña desde hace más de 10 años. Ha escrito varios libros y numerosos artículos tanto sobre la comunicación social como sobre la política científica en general.

to a su valor y aplicabilidad en el contexto latinoamericano.

DEL APRENDIZAJE TRADICIONAL AL INNOVATIVO

La tesis central del estudio es la urgencia de superar el modelo de "aprendizaje tradicional" e introducir y aplicar un modelo de "aprendizaje innovativo". Se parte del hecho de que, por primera vez en la historia, la humanidad se encuentra frente a una encrucijada de enorme complejidad y peligro que se acentúa con la incapacidad de nuestra especie para dar una adecuada solución al cúmulo de crisis y problemas: no hemos enfrentado con éxito ni la brecha aterradora norte-sur, ni la loca carrera armamentista, ni el desarrollo desenfrenado de las tecnologías, ni el deterioro de nuestro hábitat. Los problemas sociales del hombre se han ido agudizando hasta convertirse en una herida que reclama urgente aten-

ción y remedio. El mayor problema, llamado por el estudio del Club de Roma el "dilema humano", es la "discrepancia entre la creciente complejidad de la situación global y nuestra capacidad de confrontarla en forma adecuada". En otras palabras, la capacidad del hombre se aferra a prácticas y valores obsoletos, no sabe evaluar las tendencias actuales en toda su dimensión, tampoco es capaz de prever los problemas cada vez más graves que se le vienen encima y de tomar a tiempo las medidas idóneas para solucionarlos o evitarlos.

Para superar este "dilema humano", el estudio postula la introducción de nuevas formas de aprendizaje: verlo como una continua "aproximación tanto al conocimiento como a la vida misma", con énfasis en la asimilación y aplicación de nuevos métodos, valores y patrones de comportamientos para adaptarse y desempeñarse mejor en un mundo que cambia con gran velocidad.

“Aprender es el proceso de prepararse a nuevas situaciones”. Pero no se trata solo de un aprendizaje individual, sino también de los grupos humanos, organizaciones y de la sociedad como tal.

La historia enseña que las naciones que aprendieron rápidamente, avanzaron. Otras, con menos intuición para las transformaciones, se quedaron rezagadas.

Se estima que el modelo de aprendizaje tradicional sirve para mantener un sistema existente o un estilo de vida establecido”, lo que dificulta la rápida adaptación a nuevas situaciones y la formulación de caminos y medidas alternativas en el momento preciso. Otro gran inconveniente es que estos modelos favorecen patrones autoritarios y de élite.

El aprendizaje innovativo parte de otra perspectiva: busca “preparar al individuo y la sociedad para la acción conjunta en nuevas situaciones”. Son dos los aspectos que caracterizan a este modelo: el primero es la anticipación, que significa una actitud que prevé determinados hechos y prepara alternativas y acciones para enfrentarlos; acentúa el futuro y no el pasado, analiza tendencias actuales para evaluar sus probables consecuencias e intenta formular, activamente, las soluciones y alternativas; el segundo aspecto es la participación entendida como una postura de “cooperación, diálogo y empatía”, la disposición de escuchar y respetar opiniones diferentes, de “examinar constantemente y desde un punto de vista crítico las normas y los valores, de conservar aquellos que son relevantes, y renunciar a los que son irrelevantes”.

Tanto la anticipación como la participación deben ser consideradas elementos complementarios del aprendizaje innovativo.

El estudio enfatiza otros aspectos: que la forma en que el hombre enfrenta el proceso de aprendizaje debería trasladarse de la adaptación inconsciente a formas de adaptación consciente; que se requiere una estrategia diferente para superar las complejidades “diferenciando entre los diversos recursos y medidas para enfrentarlos, reestructurándolos y mejorándolos” constantemente; que es más importante enriquecer la manera en la cual el hombre aprende, ampliando su capacidad de interrelacionar conceptos, hechos y tendencias. Debido al vertiginoso desarrollo de la ciencia y la tecnología y a la multitud de códigos de valores que permiten al hombre evaluar los problemas y complejidades que lo rodean, comprenderlos a fondo le resulta cada día una tarea más difícil. Resulta irónico que mientras más conocimientos hemos acumulado, menos transparentes y más multifacéticos se han vuelto muchos de los problemas; que el aprendizaje no puede contentarse con el registro de una gama de situaciones y problemas, como si fueran fenómenos aislados, sino que tiene que investigar sus interrelaciones, sus causas e implicaciones.

Pero el proceso de aprendizaje no debe realizarse solamente a nivel individual, sino que debe extenderse al nivel social. “Hay relativamente pocos hombres que participan de una manera consciente en el difícil proceso del aprendizaje social”. El aprendizaje innovativo debe aumentar la capacidad del educando para interrelacionar hechos, situaciones, tendencias, y problemas complejos futuros y prepararse frente a los mismos; por otro lado se requiere que la multitud de interrelaciones conceptuales se reduzca

“a un denominador común mediante el constante diálogo con otros individuos”.

ANTICIPACION Y PARTICIPACION

Lo más novedoso e importante del concepto **anticipación** es la “capacidad de vérselas con el futuro, de prever acontecimientos futuros y de examinar las consecuencias de mediano y largo plazo de decisiones y acciones actuales”. Este énfasis en el futuro resulta particularmente interesante para el ámbito de los sistemas educativos latinoamericanos. Prevalecen modelos de enseñanza y aprendizaje más apoyados en muletas del pasado, en estructuras y conceptos tradicionales. Al priorizar el elemento anticipatorio también se pretende superar el mencionado aprendizaje por “choces”, apoyar los desarrollos deseables y rechazar los perjudiciales, buscar y crear nuevas alternativas. En otras palabras, la anticipación debe “permitir a los hombres influir en el curso del futuro de forma consciente”.

No es que la experiencia y las lecciones de la historia hayan dejado de ser útiles, sino que muchas de las situaciones que el hombre y la sociedad enfrentan hoy son nuevas y de tanta complejidad que las normas de conducta, lecciones y recetas del pasado no pueden ofrecer las respuestas y soluciones individuales y colectivas deseables. “La anticipación social será la característica más importante de la sociedad del Siglo XXI”.

Algunos creen que los medios masivos cumplen con el cometido de informar sobre peligros y problemas que puede traer el futuro, pero la verdad es que ni la prensa, ni la radio, ni la televisión ofrecen a la opinión pública análisis

profundos de las problemáticas claves, información orientada que ayude a los individuos a comprender los nexos causales entre los fenómenos y acontecimientos y a adquirir un conocimiento cabal de lo que ocurre en el mundo y hacia donde éste se dirige.

Los futurólogos se empeñan en leer el futuro. Para ello se sirven de proyecciones, pronósticos, escenarios y escalas de probabilidades. Lamentablemente, este hábito aún no ha penetrado, suficientemente, en los sistemas de educación, en profesores, no solo en América Latina, sino en el mundo entero. El mejor maestro es aquel que ve el presente a través de los lentes del futuro y sabe transmitir esta concepción a educandos y estudiantes. Anticipación es más que imaginación y capacidad de prever un evento o una situación. Significa asumir la responsabilidad para influir y guiar el desarrollo futuro, "desarrollar planes y acciones para su realización". Con razón, la elaboración de hipótesis, pronósticos, modelos futurísticos, simulaciones, así como la detección de tendencias y probables consecuencias se va convirtiendo en una labor que realizan centros de investigación, tanto del sector público como del privado.

La otra característica fundamental del aprendizaje innovativo, la **participación**, no es un concepto nuevo ni desconocido. Proporciona al hombre una relación con el espacio, con los individuos y grupos que le rodean, con sus ideas, valores y proyecciones y resulta imprescindible para volver compatibles las diferentes posibilidades de anticiparse al futuro y "crear una armonía y consenso necesarios para que un curso de acción elegido llegue a ejecutarse".

La "participación efectiva presupone la búsqueda del hombre

en su integridad así como la de su disposición para tomar la iniciativa"; debe realizarse voluntaria y conscientemente; "la participación creadora coloca la identificación, la comprensión y la reformulación de problemas en un primer plano"; también implica la disposición y responsabilidad de asumir obligaciones.

Frente al aterrador aumento de la complejidad de los problemas que acosan a la sociedad y al mundo, ¿cabe siquiera romper lanzas en pro de la participación? En realidad, la participación activa y comprometida es una condición sine qua non de los procesos de aprendizaje y de educación

El periodista, el comunicador debe sintetizar en sí al filósofo, al vidente, al desmitificador de las nuevas tecnologías

en general. Esto no implica dar las espaldas a la adquisición de conocimientos especializados, pues solo gracias a ellos el hombre podrá enfrentar con éxito las exigencias de la sociedad moderna; tampoco implica ignorar las ventajas que pueden ofrecer nuevas tecnologías. Lo importante es que el estudio no signifique la eliminación del diálogo y de la relación humana con otros individuos, tan indispensable para el intercambio de ideas, para someter las ideas y conceptos propios a un constante careo con las opiniones de los demás y para llegar a consensos dignos y aptos de ser llevados a la práctica.

OBJETIVOS DEL APRENDIZAJE INNOVATIVO

Como objetivos principales del aprendizaje innovativo, el estudio del Club de Roma destaca, sobre todo, los de sobrevivencia e integridad del hombre. Para alcanzar estos objetivos, dos propósitos intermedios desempeñan un papel clave: la autonomía y la integración.

Los autores definen la autonomía individual y social como "la capacidad de pararse en los propios pies y de ser independiente", como "el derecho y la capacidad de construir un sistema entrelazado de objetivos, estrategias, medios, caminos y posibilidades alternativas de decisión".

El hombre autónomo decide personal y libremente y no espera instrucciones; no ignora las coerciones externas, las toma en cuenta y las integra a su concepción de la realidad, lo que le sirve para tomar decisiones.

Aplicando el término al terreno de la educación, se puede decir que el hombre adquiere autonomía en la medida en que adquiere la capacidad de razonar críticamente. La mayoría de los textos de la educación formal no contribuyen aún lo suficiente al desarrollo de esta capacidad. Presentan teorías y conocimientos a menudo ya cuestionados por nuevos avances y olvidan llamar la atención sobre lo que aún no sabemos y lo que está por descubrirse. Intimamente vinculado está el hecho de motivar al hombre para que estudie voluntariamente, sin presión externa. He ahí la esencia de la autonomía.

Para que la autonomía no se desarrolle en forma aislada y unilateral se requiere del ingrediente de la **integración**, es decir, que el hombre supere subjetivismos y ac-

titudes solipsistas, "entre en relaciones humanas", "colabore sobre intereses comunes", comprenda nexos y causalidades superiores y entienda el conjunto de la situación, de la cual los problemas son una parte.

Para el proceso educativo, todo esto implica desarrollar la capacidad de ver y comprender las interrelaciones entre muchos hechos y procesos y promocionar el llamado "razonamiento integrador" que debe conducir a la "cooperación".

El meollo de estos conceptos es que la educación debería transformarse en "educación permanente"; que debería dar más énfasis a los estudios interdisciplinarios y a la investigación, manteniendo la necesaria interrelación de escuelas y universidades con la vida real y, sobre todo, con los sectores económicos, técnicos y sociales de una comunidad humana.

TRES APLICACIONES A LA COMUNICACION

El nuevo enfoque tiene enorme utilidad en tres aspectos básicos. Primero, en cuanto a los currícula de las facultades y escuelas de comunicación. Deben abandonar los caminos trillados del pasado y concentrarse mucho más en la formación y capacitación de conocedores de las problemáticas del futuro, de sus desafíos y exigencias, individuales y sociales. Ya no bastan los estudios de historia, política y economía que se remontan a épocas pasadas o que se contentan con conocimientos teóricos generales y que solo dan un barniz de cultura general. El periodista debe adquirir conocimientos sobre las nuevas tendencias y corrientes que imprimen al mundo su ritmo; debe

conocer las causas de los acontecimientos, así como su probable desenlace para mover las conciencias y sugerir alternativas y soluciones viables. Precisa saber las fuerzas motoras de la revolución microelectrónica, lo que ella significa para los países industrializados y lo que puede significar en términos de productividad, competitividad, empleo y soberanía para los países latinoamericanos.

Los currícula, en otras palabras, deben prestar más atención al mundo técnico y social que va naciendo y a las complejidades que plantea y a las necesidades de enfrentarse a los problemas generales y locales.

Se requiere que los comunicadores sean más conocedores de los

Sin autonomía individual y social no hay aprendizaje innovativo

cauces por los cuales la humanidad se encuentra impulsada hacia un porvenir lleno de promesas, pero también de peligros e incertidumbres; más capaces de pronosticar y movilizar las potencialidades humanas para encaminar los rumbos preñados de posibilidades de la sociedad y contribuir con análisis profundos y enfoques equilibrados a la dilucidación de los problemas venideros y de las alternativas al alcance.

En ningún campo el elemento anticipatorio reviste tanta importancia para la educación como en el de las nuevas tecnologías. Especialmente en América Latina han abundado las voces en contra de la penetración de estas tecno-

logías sofisticadas, especialmente por sus nefastos impactos en los valores culturales, el empleo, la soberanía de las naciones y hasta su economía. Solo últimamente parece imponerse una tendencia más ponderada, resuelta a ver no solo las desventajas sino también las ventajas de las nuevas tecnologías y a aceptar una visión más equilibrada respecto al significado y alcance de la revolución microelectrónica y bioenergética.

He aquí un enorme desafío para los educadores en general y para los formadores y comunicadores en particular. Dado el amplio universo de estas nuevas tecnologías, su vasto campo de aplicación en todos los sectores económicos y sociales y la velocidad de su introducción —estamos en vísperas de la sociedad informatizada— resultan obsoletos los sistemas educativos y currícula que aún hacen caso omiso de esta revolución científica y tecnológica. El resultado inevitable son millares de egresados sin una mínima noción del dinamismo y de los múltiples efectos que generan estas tecnologías, del modo profundo en que van revolucionando las economías y estructuras de los países desarrollados, de la manera como incidirán sobre los países menos desarrollados y de las formas más convenientes de enfrentar y preparar a estos países para este arrollador fenómeno.

De la eficacia en lograr este mensaje periodístico y comunicacional dependerá en alto grado el que el año 2.000 vea un continente latinoamericano vigoroso en despegue hacia una sociedad dinámica, moderna y competitiva en escala mundial o un continente ensimismado y apegado más a los modelos de desarrollo del pasado que a los del mañana.

En ningún continente el problema de los valores nacionales y culturales se ha mantenido más candente, por más tiempo, que en América Latina. Existe enorme preocupación respecto de la penetración cultural extranjera. Los esfuerzos por proteger los valores latinoamericanos autóctonos y sus estilos de vida son particularmente articulados en la región. Generaciones de comunicólogos, pedagogos y antropólogos han señalado el papel extranjerizante y transcultural desempeñado por la mayoría de los medios masivos, sobre todo por la prensa escrita, la radio, la televisión y el cine. Abunda toda una literatura crítica y denunciadora en contra de los comics y shows estilo Hollywood, las series policíacas como "Hawai cinco cero" o "Kojak" y producciones como "Dallas" o "Dinastía" que transmiten un mensaje foráneo y alienante de una cultura y un estilo de vida que poco tiene que ver con América Latina.

No puede, por lo tanto, ponerse en duda lo justificado de esta preocupación latinoamericana. Lo que sí puede y debe cuestionarse es si el grado de sensibilidad no resulta excesivo y si esto no repercute de manera desfavorable sobre sistemas educativos y procesos de aprendizaje necesariamente orientados hacia el futuro y capaces de asimilar lo que podríamos llamar la creciente "cultura universal", que tiene que ver con un conjunto de valores universales que van tomando cuerpo en torno a aspectos fundamentales del convivir: los derechos humanos, el respeto a una calidad de vida decorosa y a un medio ambiente sano, el rechazo al armamentismo desenfrenado, a la perpetuación del abismo norte-sur y el cuestionamiento de un desa-

rollo tecnológico desenfrenado, los deberes de los estados y empresas, las obligaciones y responsabilidades del hombre frente a la sociedad, la familia y consigo mismo.

Somos testigos, hoy día, de un choque entre esta naciente cultura universal, hacia la cual va empujada nuestra civilización por los resortes de su propio desarrollo y las costumbres nacionales arraigadas profundamente en costumbres, tradiciones y valores ancestrales de sus pueblos. Cabe, por tanto, precisar cuál es la "identidad cultural" que se quiere conservar y cuáles son los valores nacionales y culturales que se encuentran en peligro. Es preciso determinar cuáles de estos valores deberían ser conservados y cuáles deberían ser desechados.

Hasta ahora, en América Latina, se ha dado, por parte de pedagogos y comunicadores, mucho énfasis a la tendencia a colocar los propios valores en un pedestal demasiado alto y concebirlos como un acervo imperecedero que habría que defender indiscriminadamente y a toda costa, en vez de conceptualizarlos de manera crítica y aceptar que, si bien muchos valores deben sobrevivir y enriquecer para siempre la cultura global del hombre, otros deberían ser superados.

En muchos países en desarrollo ha tenido lugar un proceso de polarización en el "que la multiplicidad va a costo de la uniformidad y viceversa". Se cree que la identidad cultural excluye, a priori, interdependencias globales, que la autonomía no es compatible con la integración... que la conciencia universal representa una amenaza a la independencia nacional. Pero la verdadera cultura universal y la identidad cultural nacional son compatibles, la pri-

mera se nutre de la segunda, no la absorbe ni destruye. Solo que las naciones más dinámicas científica, tecnológica y culturalmente y que son las forjadoras del futuro de la raza humana, aportarán, necesariamente, más a la cultura universal que se va formando, que otras naciones menos dinámicas y más maniatadas a estilos de vida anacrónicos.

Para los procesos educativos y especialmente para la capacitación de comunicadores innovativos este enfoque parece de singular importancia. Intenta inculcar en el estudiante una sana conciencia crítica frente a las normas, ejemplos y valores foráneos, y una conciencia crítica frente a todo lo propio.

La necesidad de orientar los procesos educativos hacia el futuro plantea, por lo tanto, tareas arduas y que, a primera vista, pueden parecer poco deseables. Es lo más difícil hacer ver al hombre que no basta con el cambio de estructuras y tecnologías, sino que la salida del subdesarrollo requiere, ante todo, cambios de mentalidad y de conciencia, sin los cuales los demás cambios y transformaciones están condenados a permanecer como triste alucinación. Que el periodista y el comunicador, como portador de una visión social más pacífica y más justa que la de hoy, tiene en esto un papel extraordinariamente significativo, no requiere de ulteriores análisis.

Deberá ser tarea de los establecimientos académicos reexaminar sus currícula y planes de estudio y sus materiales y métodos pedagógicos para determinar si están preparando profesionales capaces de cumplir con estas funciones o si sus egresados se encuentran todavía aprisionados en los modelos del pasado ●

com cel su qu

las transnacion del cine

Paul Little

LA MISION, EL COLOR PURPURA, PELOTON, ¿son solo filmes conmovedores e inocentes? ¿No esconderán tras la magia de su narrativa una ideología de conquista?

John Wayne ganó fama y fortuna matando indígenas norteamericanos en los **Westerns** de Hollywood. Matar indios era bueno y al mismo tiempo necesario, porque los indios obstaculizaban el progreso norteamericano en su expansiva marcha continental, su "destino manifiesto". Tal destino requería que los blancos y sus valores triunfaran en esas películas e implicaba que los indios se civilizaran. La mejor manera de hacerlo fue exterminarlos.

Estos westerns, filmados en la Edad de Oro de Hollywood, mostraban claramente la ideología de dominación y superioridad que justificaba el imperialismo yanqui. Desde las primeras películas rodadas en Hollywood

hace sesenta años, el cine de masas ha promovido la ideología del sistema norteamericano. Hay que entender que, ante todo la industria del cine es "big business" y como cualquier otra gran empresa capitalista su primera preocupación es generar ganancia, misión que ha cumplido con eficacia durante este período. De ahí viene su deseo e intento, no sólo de mantener el sistema norteamericano sino de fortalecerlo a través de la creación de imágenes, fantasías, mitos e histo-

Paul Little, Antropólogo norteamericano, trabajó en el campo de la educación durante siete años en una Reservación Indígena Sioux donde publicó su historia *River of People*, (83). Actualmente reside en Quito, Ecuador, y trabaja en áreas de desarrollo y periodismo.

nsos mo ista ales

rias que apoyan su ideología. Por ello ocupaba, junto a Wall Street y Washington, el tercer asentamiento de poder norteamericano, lo ideológico.

LAS TRANSNACIONALES DEL CINE

Esta posición ha ido cambiando durante las últimas tres décadas. Mientras el número de películas producidas en Hollywood ha disminuido en un 50 por ciento, su control sobre la distribución a nivel mundial en donde actualmente radica el poder, se ha incrementado fuertemente. A través del marketing los mensajes escogidos, procedentes de donde sea, se difunden ampliamente y generan ganancias millonarias. En vez de referirse a "Hollywood" como centro de poder, ahora de-

bemos hablar de esa gran red de distribución controlada por un grupo reducido de empresas. Se trata de unas "transnacionales del cine" cuyo alcance de poder ideológico ya es mundial.

Para entender su proyecto, el pensamiento de Gramsci nos puede ayudar. El define el proceso hegemónico ideológico del Estado moderno como "el conjunto de actividades prácticas y técnicas con las cuales la clase dirigente no solo justifica y mantiene su dominio, sino que llega a obtener el consenso de los gobernadores". El papel que cumplen las transnacionales del cine es lograr ese consenso y lo hace con una mínima dosis de represión. Sus armas son imágenes y su campo de batalla es el inconsciente. La imagen es un poderoso elemento en la construcción y desarrollo de la conciencia humana. Las imágenes son referencias claves que usamos repetidamente en nuestra interpretación del mundo y a ese nivel tiene su impacto ideológico. Las imágenes no son neutras ni gratuitas, sino que vienen cargadas de cosmovisiones implícitas que llevan ideologías específicas. Para ser más precisos deberemos hablar de la entidad "imagen-ideología".

La manipulación de la conciencia se advierte en la medida en que uno puede introducir imágenes-ideologías en el inconsciente de otra persona sin que ésta se dé cuenta. Los grandes espectáculos del cine actual han perfeccionado este arte a tal punto que ha logrado algo que ni Marx esperaba: la expropiación de la voluntad.

Si ésta es la trampa, ¿cuáles son los trucos? El uso del mito, del tabú, del humor y la belleza son mecanismos poderosos que logran una cierta suspensión de nuestra capacidad crítica y, al lo-

grar eso, introducen en nuestro inconsciente una cantidad de otras imágenes-ideológicas que utilizamos para entender el mundo. El análisis de los filmes, por tanto, debe encontrar primero esas "técnicas de entrada al inconsciente", para luego entender el impacto de los mensajes que ellos nos entregan sutilmente. En este marco, el análisis de las películas es un intento de recuperar nuestra capacidad crítica ante tal asalto; un paso más para nuestra concientización.

Desde las primeras películas rodadas en Hollywood hace sesenta años, el cine de masas ha promovido la ideología del sistema norteamericano

La genialidad de los magnates del cine mundial consiste en la manera en que ellos mezclan este intento de lograr consenso con su proyecto de consumo. No es que solo estemos recibiendo estas imágenes-ideológicas en nuestra conciencia, sino, aún más, ¡las estamos comprando! Es ahí donde se ve la importancia del control de la distribución de las películas, porque a través del manejo de la oferta ganan el derecho a introducir su ideología y, al mismo tiempo, ganan dinero. Más aún, al escoger y pagar por ver estas películas nos disponemos a aceptar lo que viene en la pantalla porque, en general, nos

resistimos a admitir que hemos comprado un producto inútil o malo.

A continuación vamos a analizar tres películas de tipo espectáculo de los últimos dos años, las cuales a causa de un sistema de marketing (que incluye los Oscars y otros premios que los propios cineastas se otorgan a sí mismos), han tenido gran alcance mundial: *La Misión*, *El Color Púrpura* y *Pelotón*. Cada una de ellas utiliza una alegoría que gana entrada a nuestra conciencia y por lo que la manipulación se vuelve más fácil. Analicemos esas películas y las imágenes ideológicas que nos traen.

La Misión narra el conflicto entre los poderes políticos de Portugal y España y la orden de los jesuitas que tiene lugar en la selva guaraní, cerca de las cataratas de Iguazú durante el siglo XVIII. Los primeros tratan de conquistar a los guaraníes militarmente con el fin de esclavizarlos. Los jesuitas, en cambio, intentan conquistarlos con el fin de evangelizarlos y usan una técnica mucho más efectiva: la de la seducción. La alegoría principal de la película viene del mito griego de Orfeo, cuya esposa, Eurídice, luego de ser mordida por una serpiente, desciende al Hades. Orfeo la busca allá para sacarla de su desgracia y tenerla para sí, seduce al guardia (Hades) con la bella música de su lira, lo que le permite a Eurídice escapar del Hades a condición de que Orfeo no la mire hasta que llegue la luz del sol en la superficie de la tierra. Al llegar a la puerta de entrada a la tierra, Orfeo ansioso, amoroso e impaciente, mira atrás, a su esposa

que aún no ha recibido la luz del sol. Eurídice es llevado nuevamente al Hades y separado para siempre de su amante. Orfeo, que desde entonces se aísla de todas las mujeres, es despedazado por las mujeres de Tracia y echado a un río. Su cabeza llega a la isla de Lesbos donde se convierte en oráculo.

La película nos prepara para la seducción con sus tomas bellísimas de Iguazú y de la selva con todo su aspecto mítico. La conquista por seducción se concretiza cuando el padre Gabriel entrando en esa selva mítica, se sienta al borde del río y toca su flauta. Con esta escena no sólo seduce a los guaraníes, sino al público también. Desde este momento el público simpatiza con Gabriel y toma partido por su proyecto de sacar a los guaraníes de su Hades, la selva de la inocencia y atraerlos para él y su Dios. Si la selva es la fuente de vida para los guaraníes ¿por qué Gabriel insiste en sacarlos de ella? Su intento es civilizar a los guaraníes, y los

civilizados no pueden vivir en un estado de inocencia. Su proyecto civilizador, que la película nos presenta con una visión utópica, es claramente alienante. Cuando el emisario papal pregunta a un pastor cristiano guaraní por qué su gente no quiere regresar a la selva, él le responde "porque ahí vive el diablo". En poco tiempo la selva, que anteriormente fue manantial de vida para los guaraníes, se ha convertido en el Hades.

Al romper la vida tradicional de comunitarismo y de armonía, los jesuitas les plantean una forma de vida novedosa: la de comunitarismo y armonía. La diferencia es que esta nueva vida es cristiana, mejor, porque cree en el Dios verdadero. Supuestamente, esta vida cristiana se ve desde lejos como superior y a eso se debe la aplastante aceptación por parte de los guaraníes y su arduo trabajo para construir las reducciones. En su nueva vida no solo tenían que sostenerse a sí mismos con su fuerza de trabajo, sino también a los jesuitas, cuyo papel en

La alegoría viene del mito de Orfeo



esa nueva sociedad era evangelizarlos, instruirlos y organizarlos.

Solo en comparación con los bárbaros colonizadores portugueses el proyecto jesuita nos parece tan bueno. Ante la realidad del esclavismo que imponían los portugueses, la alternativa de los jesuitas se vuelve atractiva. En la posibilidad de conseguir seguridad y protección podemos encontrar las verdaderas razones de su rápida asimilación del cristianismo. Vale la pena mencionar que solo una minoría de los guaraníes se sometió a las reducciones; la película nada dice acerca de los numerosos grupos que mantuvieron su independencia.

De todas maneras, al dar tal aceptación, por las razones que sean, la película nos cuenta qué hicieron los jesuitas con los guaraníes después de la seducción lograda. Además de desarrollar la buena vida cristiana, había que luchar contra el mal de este mundo que quiere romper la armonía de esa vida. En esa lucha encontramos el argumento principal de *La Misión*. Hay dos posiciones en esta lucha: la pacífica, caracterizada por Gabriel, el misionero puro que cree en la fuerza de la fe y la oración, contra la fuerza bruta; y la violenta, caracterizada por Mendoza, el convertido que mantiene en sus venas un "realismo" que le hace entender que, a veces, hay que utilizar la violencia para lograr fines buenos. Al final, ninguna de las dos posiciones triunfa contra la corrupción dominante del mundo. El filme nos deja con el dilema existencial entre la validez de las dos posiciones y el pesimismo de que no vale la pena luchar. Esta inquietud se vuelve secundaria ante el punto principal de la película que aparece en la toma final: un niño guaraní, casi desnudo, coge



El pacifista creía en la fuerza de la fe

un violín roto, entra a una canoa con otros niños y todos vuelven a la selva. Como Eurídice tuvo que regresar al Hades, los niños, ante el proyecto roto de los jesuitas, solo quedaron con la inocencia y el retorno y así la seducción de los jesuitas termina como un gran orgasmo frustrado.

Mas allá de eso, la película nos transmite el mensaje de que el intento fue noble y necesario. Valía la pena el intento de sacar a los pueblos de América de su inocencia idílica y llevarlos al mundo real de la civilización. La conquista está bien siempre y cuando vaya hacia un "progreso" verdadero. Y así como la cabeza de Orfeo quedó convertida en oráculo, los jesuitas también trascienden la historia con su martirio. Nadie sale del cine pensando mal de ellos; mas bien los ven como héroes que teniendo una buena causa, lucharon por ella desinteresadamente. El retorno de los niños a la selva representa la esperanza, no en el sentido de que van a vivir nuevamente en un estado de inocencia, como garantía

de que habrá más inocentes para alimentar la próxima conquista organizada por la gente buena.

Si la alegoría principal de *La Misión* es el mito de Orfeo, *El Color Púrpura* utiliza una alegoría más antigua todavía: el tabú del incesto, tabú universal de todos los pueblos. La metáfora pasa de la seducción a la castración. Es importante anotar aquí que analizamos la película de Steven Spielberg y no el libro de Alice Walker en el cual se basa y que es mucho más perceptivo y sutil.

Spielberg, en cambio, nos baña en obviedad desde el principio de la película, pues nos lleva directamente de la escena pastoral de dos hermanas jugando, inocentemente, entre bellas flores púrpuras a la escena del dolor del parto de una hija preñada incestuosamente por su propio padre, el cual le quita la niña para venderla a un pastor. Desde esta escena la película nos golpea con el perenne mensaje simplista de Speil-

berg: hay buenos y malos, los primeros tienen que triunfar sobre los segundos. Que lástima que no se conformó con continuar dirigiendo triviales películas de aventura.

El hombre negro es el malo de la película, la encarnación del diablo, un animal que viola a sus hijas, vende hijos-nietos, golpea a toda mujer cuando le da la gana y estorba el amor entre dos hermanas. Ante tanto mal, la respuesta es clara - hay que castrar al hombre negro. Para tener más impacto, Spielberg emplea el humor, una técnica típica de él. (Recuérdese que en *Raiders of the Lost Ark* la escena más cómica fue la del asesinato de un árabe). Al principio de la película, Albert, vestido todo de negro, entra al bosque para violar a Nettie, vestida toda de blanco. Tras la persecución escuchamos una patada fuerte y un gemido angustioso. Inmediatamente, Albert se arrastra de dolor en el polvo, agarrándose la ingle. Reímos. Después vienen innumerables golpes (chistosos) a cabezas de hombres, propinados por mujeres, las caídas de los hombres que reparan sus techos, los puñetes graciosos recibidos de mujeres gordas, el trago de agua mezclado con saliva ofrecido por una mujer al macho, etc. La castración (figurativa) del hombre negro es divertidísima.

La otra historia contada por la película es la del amor entre dos hermanas. Tampoco esta historia es sutil. La escena de separación de las dos hermanas es tan ruidosa, tan dramática, tan interminable que queremos llorar, no por la separación, sino por ver un montaje tan pésimo. Otra escena, en donde Celie descubre la posibilidad del placer sexual a través de Shug, una escena clave en el libro de Walker, no lleva la sen-



La mujer negra queda bien parada. El hombre negro, no. ¿Por qué?

sibilidad que requiere y queda como una escena más entre tantas. La película pierde la oportunidad de desarrollar, de una manera sensible, el profundo amor que puede existir entre mujeres.

Finalmente, la presencia de Africa en la conciencia negra está presentada de modo contradictorio. Nettie va a Africa con sus dos sobrinos (vendidos al nacer) para evangelizar a los africanos y allá se encuentra con las raíces verdaderas de su raza. Estos sobrinos "africanos" que vuelven a América para ver a su madre son ahora hijos orgullosos y bellos. Nos viene la pregunta: ¿Si los africanos son buenos, porque los hombres afro-americanos no lo son? ¿De dónde viene la falla? Es la pregunta que la película no se atreve a contestar.

En *El Color Púrpura* el hombre negro está presentado como fuente del mal. No hay ni la menor indicación de que él también es

la víctima. El es víctima de un sistema que sacó a los negros de su tierra en Africa, que forzosamente separó y destruyó las familias al llegar a América, que las sometió a la esclavitud con sus trabajos deshumanizantes y después las "liberó" en medio de un racismo sofocante. ¿Cómo se supera el hombre de una raza que ha sido sometida? Otra vez la película no acierta a contestar. Prefiere echar la culpa a las víctimas individuales en vez de desmascarar un sistema injusto y racista que castra con una fuerza sádica. Y como el problema es individual, así también es la solución. Al final de la película, cuando Albert devuelve a Celie su familia, el único amor de su vida, muestra el macho algún resto de humanidad que tenía, reivindicándose parcialmente, mientras el sistema que creó a este monstruo sale totalmente ileso.

La lucha por el alma del hombre es la alegoría principal de **Pelotón**. Elías sargento de integridad y compasión, combate con Barnes, sargento egoísta y de maldad, por el alma de Chris Taylor, el Fausto del siglo XX. Taylor, que se había alistado voluntariamente para ir a la guerra, llega a Vietnam todo inocencia. Rápidamente vienen los golpes: se encuentra con una guerra en la cual los pobres conforman la mayoría de los combatientes, se encuentra con una tropa que se anestesia diariamente con la droga para soportar la guerra, se encuentra con la selva. La selva vietnamita no es la selva mítica e inocente de *La Misión*, que tiene que ser civilizada. Es la selva de insectos, de calor, de espesura, de lluvias torrenciales y de soldados vietnamitas. La selva es el enemigo que va a descivilizarlo.

En la primera patrulla en que Taylor participa, su misma inocencia le trae problemas. Le acusan de haber dormido durante la

guardia cuando, en realidad, estaba totalmente despierto, mirando al guardia dormido y a la tropa vietnamita avanzando hacia ellos. La emboscada vietnamita, inmediatamente, lo enfrenta con los otros elementos de la selva enemiga: el dolor, la destrucción y la muerte. Aprende muy pronto que en tal mundo no existe la moral, solo la supervivencia.

En un mundo tan corrupto y engañoso, la sonrisa es una amenaza. En su segunda patrulla, Taylor entra en una humilde casa vietnamita y enloquece al ver a un vietnamita sonriendo. Lo ametralla a sus pies para que deje de sonreír. Resulta que su "sonrisa" es una mueca natural que no la puede quitar. La patrulla termina incendiando todo el hamlet (caserío) y la destrucción se intensifica.

La muerte llega a su culminación con el parricidio. Taylor sospecha que Barnes ha asesinado a Elías y, en preparación para el climax del encuentro mata a una media docena de vietnamitas

en un acto que mezcla cólera y psicosis. Al encontrar en la selva a Barnes, el cual le amenaza y se burla a la vez, Taylor lo asesina a sangre fría y el público aplaude. Ya no queda vivo ninguno de sus "padres". El hombre está solo en el mundo.

Al final de la película, Taylor sale del campo de batalla en un helicóptero, agotado y desorientado y sin haber tomado conciencia de lo que pasó allí. En esto la película solo cuenta un hecho real: la mayoría de los veteranos no tomaron conciencia sobre qué fue la guerra de Vietnam y su sentido. Aquí **Pelotón** nos deja simplemente con el conocimiento de que la guerra deshumaniza, desmoraliza y destruye. Someter al público a tantas barbaridades solo para llegar a un punto tan obvio, no se justifica.

El director, Oliver Stone, cuya película es autobiográfica, parece que quiere decir más: que la guerra de Vietnam, por alguna razón fue diferente; que esa guerra deshumanizó más que otras. Son justamente razones las que la película no encuentra, y ello constituye su vacío.

El hecho de que la película trate de la deshumanización de las tropas yanquis es significativo. Son ellos los que sufren, los que se confunden y mueren, los que importan y cuentan. La película nos hace simpatizar con el soldado norteamericano que ha sido puesto en un lugar tan malo. ¿Y los vietnamitas? ¿Sufrieron ellos? ¿Murieron ellos? En la película casi no aparecen y cuando lo hacen es como si fueran parte de la naturaleza.

A esa crítica se puede responder que la historia de los vietnamitas está fuera del alcance de Stone. Su película es norteamericana y está dirigida a un público

El acento se carga sobre el drama individual de las dos hermanas



norteamericano. Bien, pero Stone no pudo ser tan ingenuo para no entender que su película a través de redes de distribución tendría impacto a nivel mundial. Los magnates de la distribución vendieron *Pelotón* con el slogan "Vietnam como realmente fue". La guerra de Vietnam realmente fue así sólo para los yanquis. Los vietnamitas, tanto los civiles como las tropas survietnamitas, norvietnamitas y los vietcong vivieron una guerra que les costó

tia y odio son los motivos de la acción y que terminan en el parricidio, un acto individual. No se tocan ni el aspecto global de la guerra ni las estructuras que la causaron. Jamás se dice que la guerra de Vietnam fue una guerra imperialista y que la tropa norteamericana fue sacrificada por su mismo gobierno para cumplir con una ideología anacrónica anti-comunista.

Con un estilo muy distinto, *Pelotón* llega al mismo punto que

tres películas han tratado de lograr? ¿Qué imágenes-ideológicas hemos comprado? Debemos anotar aquí que cada una de las tres películas sacó ganancias de millones de dólares.

Las tres películas llevan una ideología de conquista, cuyo fin siempre es el mismo: dominar. En *La Misión*, la conquista se hace a través de la seducción, y el orgasmo frustrado de los jesuitas nos deja con un sentimiento de desilusión. ¡Qué lástima que no lograron su noble conquista espiritual! La invasión del mundo guaraní, la ruptura y alienación que ello provoca y la desenmascarada utilización de su vulnerabilidad militar para lograr fines evangelizadores, no nos provocan una actitud de repudio, no hay respeto por culturas y pueblos distintos. Aquí tenemos un caso de ideología de hegemonía con ropaje de liberación.

En *El Color Púrpura* la conquista se da a través de la castración. La mujer en su lucha por lograr el amor pleno, lo obtiene solo después de un largo proceso de debilitar al hombre. No existe la posibilidad de superar los problemas mutuamente. Vencer siempre implica pisotear al otro. El triunfo de las mujeres nos deja con alegría. ¡Qué bueno que lograron su amor después de tantas dificultades! Pero no nos provoca una actitud de vergüenza ser parte de un sistema tan racista y destructivo. Aquí tenemos la ideología del individualismo capaz de vencer cualquier mal bajo el ropaje de una historia de amor.

En *Pelotón*, la conquista tiene lugar a través del asesinato. El hombre en busca de su integridad marcha por un camino deso-



Filme "justo" para los americanos e incomprendido con los vietnamitas

a dos millones muertos, varios millones sin hogar y centenares de miles de mutilados de guerra, drogadictos y huérfanos, además de un territorio patrio destruido por bombas y devastado por químicos. La propaganda y la misma presentación en la pantalla ocultan toda esa realidad.

Hay una segunda trampa en la que cae Stone y que es aún más grave. La película cuenta historias personales en las que las emociones de enojo, venganza, angus-

El Color Púrpura: son los individuos, no los sistemas los que traen los problemas al mundo. **Pelotón** no nos concientiza sobre la guerra de Vietnam de manera adecuada, porque su visión parcial de la guerra nos desvía de un entendimiento global. Eso no nos debe sorprender.

Las transnacionales del cine no quieren concientizarnos. Como vimos anteriormente, su proyecto es lograr el consenso del público. ¿Cuál es el consenso que esas

rientador. Al salir de este mundo corrupto tenemos un sentimiento de piedad hacia los pobres soldados inocentes que tuvieron que aguantar tantos golpes. No nos provoca una actitud de enojo el mirar la destrucción física de un país por obra de una superpotencia imperialista. La guerra de Vietnam es para lamentarse, no para cambiar. Aquí tenemos la ideología del etnocentrismo capaz de olvidar que existe el otro.

Solo ver como nos manipulan esos filmes no es suficiente. No es casual que nos hayan enviado ahora esas películas que reinvidican la conquista. Para completar nuestro análisis del proyecto de consumo y consenso hay que entender por qué aparecen en este momento histórico.

De una manera muy sutil, *La Misión* justifica la conquista para fines civilizadores, dejándonos con la noción de que el mundo sigue marchando hacia el progreso. En este momento, en América Latina, centenares de sectas religiosas están penetrando el continente para evangelizar a su pueblo. Como los jesuitas establecieron una vida comunitaria entre un pueblo comunitario, el proyecto de los evangelistas es igualmente insólito: cristianizar a los cristianos. Su justificación ahora parece ser la misma que la de los jesuitas: tratan de civilizar a los pueblos atrasados, en este caso a los latinoamericanos y especialmente a los pueblos indígenas, inculcándoles los valores de la civilización más "avanzada" del mundo, la norteamericana. Otra vez enfrentamos el mensaje de que la conquista no es mala si está hecha por gente buena. Mientras el director de *La Misión*, Roland Joffé, nos dice al final de la película que el atropello de los pueblos indígenas pro-

sigue hoy en día, los mensajes que da su película conducen a lo mismo.

Los ataques al hombre negro presentes en *El Color Púrpura* vienen en un momento histórico en que él está recuperando espacios políticos y sociales en los Estados Unidos. El hombre negro es aceptado por el sistema norteamericano solo cuando ha mostrado docilidad ante sus patronos blancos y con esta actitud se ha ganado ciertos puestos oficiales del sistema. Pero hay negros que no aceptan tal postura de domina-

La manipulación de la conciencia se advierte en la medida en que uno puede introducir imágenes-ideologías en el inconsciente de otra persona sin que ésta se dé cuenta

ción y reclaman energicamente sus derechos, la totalidad de sus derechos. Un negro, fuerte y consciente de su explotación, asusta y amenaza a los blancos que tienen el poder. En la medida en que Hollywood disminuye la estatura del negro en ascenso, se aprecia su intento de mantener el statu quo. La sutileza de la manipulación de la película radica en el hecho de que no es el blanco quien castiga al negro sino alguien mucho más aceptable al público, la mujer negra doblemente dominada. Sin embargo, en la realidad, es

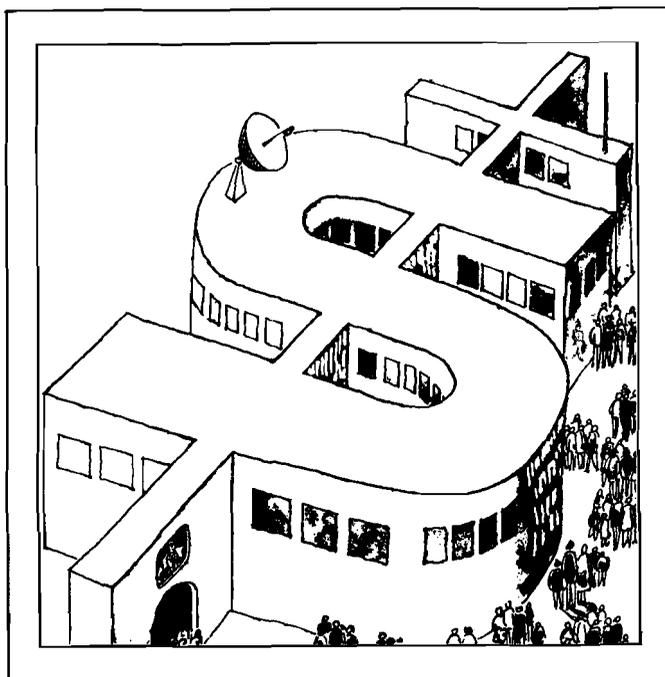
el blanco el que lo hace porque mientras la película está protagonizada casi completamente por negros, el productor y el director blanco tienen el control final sobre la película. Los negros solo participan, como siempre, bajo el mando de los blancos.

También de manera engañosa *Pelotón* reivindica al soldado norteamericano en un momento de conflicto e intervención en Centroamérica. La película nos dice que, en general, la tropa norteamericana fue gente buena que se confundió y dañó al ser puesta en la selva vietnamita; pero no nos indica por qué esa gente fue enviada allá. Además el filme nos manifiesta implícitamente que para bien o para mal, son los yanquis los que importan en el mundo. Ellos son los verdaderos protagonistas de la historia. Los "otros" existen para permitir que los gringos tengan una escena donde actuar. En Centroamérica hay pueblos que no aceptan tal visión del mundo y luchan por controlar su propio destino. Stone nos señala con una franqueza noble que los norteamericanos pueden fallar, pero su película promueve la idea de la hegemonía norteamericana.

Esos tres espectáculos que acabamos de analizar proyectan imágenes-ideologías de conquista que favorecen el mantenimiento del statu quo, mientras ganan millones y millones de dólares conforme su proyecto de consenso y consumo. Esas películas no nos concientizan sobre nuestra realidad, pues ello apoyaría un proceso de liberación de los pueblos contra los sistemas de dominación. Lastimosamente, la liberación no está de venta en los mercados de la ideología de las Transnacionales del cine ●

LA IGLESIA ELECTRONICA

EN AMERICA LATINA



Hugo Assmann

En el número 21 de **Chasqui**, correspondiente a enero - marzo de 1987, y con el título "Iglesia Electrónica & Marketing" señalábamos que el concepto "Iglesia Electrónica" designa un fenómeno bastante peculiar y característico de la realidad norteamericana, a saber el intenso y creciente uso de los medios electrónicos, especialmente de la TV, por parte de dirigencias religiosas fuertemente personalizadas y autónomas respecto de las denominaciones cristianas tradicionales. Asimismo decíamos que se la identifica como "Religión Comercial, Márketing de la Fe, Mesianismo Electrónico" y otros conceptos parecidos, que los protagonistas de este nuevo movimiento han llegado a crear verdaderos imperios elec-

trónicos, con gigantescas infraestructuras, estaciones de retransmisión, acceso garantizado a satélites,

Hugo Assmann, brasileño, teólogo y sociólogo con especialización en comunicación, autor de numerosos libros y artículos, fue de los primeros en proponer una Teología de la Liberación en sus libros **Opresión - Liberación: Desafío a los Cristianos**. Actualmente es profesor del Postgrado y del Departamento de Comunicación de la Universidad Metodista de Piracicaba (UNIMEP), Piracicaba, Sao Paulo, Brasil. El presente artículo es una condensación de la segunda parte de libro **La Iglesia Electrónica y su impacto en América Latina, Invitación a un Estudio**, editado por Editorial DEI, San José, Costa Rica. Agradecemos al Dr. Assmann por haber autorizado a **Chasqui** a resumir el libro y publicar el resumen.

centros de producción de programas, incluidos doblajes a diversas lenguas, nexos con redes radiofónicas y hasta universidades propias. Todo parece indicar, señalábamos, que las iglesias establecidas prefieren privilegiar sus bases pastorales de tipo tradicional. Era preciso conocer mínimamente este fenómeno en su desarrollo en Estados Unidos para poder establecer las semejanzas y diferencias con los programas religiosos electrónicos de América Latina.

EL SENTIDO DE ESTA PARTE DEL ESBOZO

Respecto al estudio de la Iglesia Electrónica constatamos una clara diferencia: en los Estados Unidos el fenómeno ya cuenta con una literatura relativamente abundante y diversificada, mientras que en América Latina las publicaciones son aún muy escasas y precarias. Existe, sin embargo, una percepción acentuada de muchos en el sentido de que es urgente investigar más a fondo lo que está pasando. En los estudios sobre "sectas" se ha puesto hasta ahora poca atención explícita al papel específico de los programas religiosos transmitidos por medios electrónicos.

En esta parte del trabajo pretendemos:

- revelar indicios de la penetración significativa de programas directamente importados de la Iglesia Electrónica de los Estados Unidos, con la salvedad de que esa importación posiblemente se tenga que enfrentar con problemas de adaptación al contexto latinoamericano;

- realizar una limitada muestra de la fuerte originalidad que el fenómeno adquiere en algunos de nuestros países, viendo las características peculiares de determinados programas desarrollados en América Latina;

- demostrar que, en nuestros países, los programas transmitidos en la radio mantienen aún un predominio sobre los televisivos;

- dejar entrever la increíble desproporción entre el escaso uso de los medios electrónicos por las iglesias históricas, por un lado, y la agresiva e intensiva utilización de esos medios por revivalistas y fundamentalistas;

- sugerir que se investigue hasta qué punto los carismáticos católicos comienzan a imitar, en América Latina, lo que ya verificamos en los Estados Unidos: la tendencia a una utilización de los medios electrónicos, con proyectos paralelos y bastante autónomos en relación a las iniciativas de pastoral más unida y orgánica de la Iglesia Católica; hay indicios de que ellos buscan consolidar organizaciones relativamente independientes y con apoyos financieros propios.

EN UN CONTEXTO DIFERENTE SE ELIGEN DESTINATARIOS DIFERENTES

No cabe duda de que la realidad latinoamericana está marcada por la situación de miseria de las mayorías populares. Era de esperar que la peculiaridad de esta situación se revelase definitiva en cuanto a la elección de los destinatarios principales de los programas religiosos vía radio y TV.

Extrañamente, son los programas de las iglesias históricas los que manifiestan cierta lentitud en adecuar su mensaje a la sensibilidad y a las necesidades materiales y religiosas de las clases populares, especialmente de los sectores más marginados. Esa lentitud, posiblemente, revele un deseo de huir de ofertas religiosas alienantes y buscar caminos por llevar al pueblo el potencial crítico y dinamizador de un cristianismo que no pretende continuar dando margen a las tradicionales acusaciones de religión evasiva y anestésica.

El fundamentalismo proselitista ha hecho, a su manera, su opción por los pobres: los transformó en destinatarios principales de su bombardeo de mensajes radiofónicos y televisivos.

En el interior de esta idéntica referencia tendrá que pasar el divisor de criterios para discernir las formas manipuladoras de las formas concientizadoras del mensaje cristiano. Es probable que la adaptación, adecuación —y, en consecuencia penetración— de los programas en las audiencias populares tenga que ver, precisamente, con la capacidad de sintonizar y afinarse con las necesidades de las masas indigentes.

ALGUNOS EJEMPLOS DE PROGRAMAS RELIGIOSOS EN LA TV

Varias tendencias religiosas del exterior introducen programas, abierta o veladamente proselitistas, en la TV brasileña. Este es el caso de los mormones, que ya en 1978, colocaban programas —generalmente películas "educativas"— en cuatro estaciones de TV.

En el resto de América Latina existe mayor penetración de los tele-evangelistas norteamericanos. América Central es una área que sufre bombardeos hasta la saturación: Club 700, Club PTL, Yipe Avila, el Hermano Pablo y otros.

México es la gran excepción: no admite programas religiosos explícitos en medios electrónicos. A pesar de eso, según algunos, México se volvió "el paraíso de las sectas", lo que obliga a cualquier análisis a tomar en cuenta la penetración fundamental que es la capilar o celular, mediante la efectiva implantación de bases operativas.

A fines de julio y principios de agosto de 1985 se

realizó, en San José, Costa Rica, el IX Encuentro Carismático Católico Latinoamericano. En esa ocasión los delegados de 19 países participantes decidieron crear la Asociación Latinoamericana de Evangelización a través de los Medios de Comunicación Social, organismo ligado al CELAM. La Asociación se denomina Lumen, tiene una oficina en Bogotá y pasó a coordinar los trabajos de comunicación de todo el subcontinente. Al parecer las experiencias habían avanzado más en Brasil, Colombia y México, en lo que se refiere a la TV.

Es sabido que otros movimientos católicos transnacionales están muy activos en los medios de comunicación y no acostumbran a consultar a los obispos locales o a las conferencias episcopales para iniciar sus actuaciones en este terreno. Cabe preguntarnos, entonces, ¿en qué dirección está avanzando más rápidamente el uso de los medios de comunicación por parte de los sectores de la Iglesia Católica? ¿Predominará, efectivamente, una coherente opción por la causa de las mayorías oprimidas, o renacen tendencias de asociación preferencial con otros sectores de nuestras sociedades?

Existe un movimiento pentecostalista, versión mágico-religiosa que "explica", sin ningún análisis, las causas socio-económicas de la miseria, la razón por la cual la miseria existe: porque las personas se niegan a convertirse. Las otras explicaciones son eliminadas, son descartadas, se vuelven superfluas. Esfuerzo y trabajo resuelven todos los problemas.

En Venezuela, la Iglesia Católica es dueña de dos emisoras de TV, en ciudades del interior; en Chile, la TV de la Universidad Católica —de tan funesta actuación bajo la batuta del Pe. Hasbún, con ocasión del golpe de septiembre de 1973, cuando Pinochet la eligió como la emisora de enlace en las semanas iniciales de la dictadura— todavía no ha llegado a actuaciones decididamente proféticas: del lado católico predomina la transmisión de la misa, cuando se trata de ver qué se puede hacer en la TV.

OBSERVACION SOBRE HORARIOS DE PROGRAMAS RELIGIOSOS EN TV

Un factor que debe ser ponderado en cualquier evaluación de programas televisivos son los horarios utilizados. En Brasil, con poquísimas excepciones, los programas religiosos de la TV son transmitidos en las primeras horas de la mañana: entre las 7:00 y las 8:30 a.m., de lunes a viernes, y entre las 7 y las 9:00 a.m., los sábados y domingos.

En los días de trabajo, tales horarios excluyen de la audiencia potencial a la mayoría de los trabajadores activos fuera de casa.

El elevado costo de los espacios en horarios im-

portantes sugiere la utilización de mensajes compactos.

Esta breve consideración sirve para establecer otra diferencia entre la realidad latinoamericana, en lo que concierne al uso religioso de la TV, y la "Iglesia Electrónica" de los Estados Unidos. Esta opera también intensamente en los horarios importantes, ya que dispone de redes propias de emisión, además de contar con muchos sistemas de TV por cable.

En otro ámbito de las comunicaciones, debe mencionarse que existen cuatro emisoras evangelistas, mundialmente conocidas:

— Para la América Latina y Europa, con incursiones parciales en Africa y Asia, la TWR que opera desde Bonaire, Antillas Holandesas en el Caribe, y cuenta con bases —de retransmisión y producción de programas— en Montecarlo, Luxemburgo, Suazilandia y Sao Paulo. La emisora de Bonaire opera con tal potencia que su transmisión es perfectamente captable en toda América Latina. Transmite en muchos idiomas, incluyendo el quechua, aimara y otras lenguas indígenas.

— Para la América Latina, específicamente, la HCJB-La Voz de los Andes que abarca toda América Latina desde su base en Quito, Ecuador. Transmite igualmente en muchos idiomas, incluidos los indígenas. Presta servicios al gobierno norteamericano retransmitiendo la Voz de América.

— Para el Asia y el Extremo Oriente, la FEBC, con base en Singapur, Corea del Sur, Taiwán y retransmisoras repartidas por Asia, una en el Mediterráneo y en Chipre.

— Para Africa, la ELWA, con base en Liberia, que transmite en casi 50 idiomas africanos.

Estas cuatro están asociadas a la WRMF (World Radio Missionary Fellowship). Todas se encuentran en fase de expansión, planean llegar a todos los que falta alcanzar, hasta el año 2000, con un proyecto especial de programas evangélicos y en todos los idiomas existentes en el mundo.

La América Latina entera, pero principalmente la América Central y el Caribe, sufren el bombardeo de un gran número de otras potentes emisoras misioneras, que desde los Estados Unidos transmiten en diversos idiomas, como la Family Radio, de Oakland, California, la Voz de la Amistad y otras.

Del lado de la Iglesia Católica, el panorama era el siguiente: en 1948 existían, en América Latina, unas 4.482 estaciones de radio AM; emisoras ligadas, de una u otra forma, a la Iglesia Católica eran solo un 7 por ciento del total. En Brasil son 126 las emisoras católicas, de un total de casi 1.300. La casi totalidad de estas radios funciona en términos comerciales y no se diferencia mucho de las demás, con la excepción de limitados espacios destinados a programas religiosos, muchas veces sin la preparación ni la

calidad técnica requeridas. Tomando en cuenta que en Brasil se encuentra más de un tercio de esas radios, el tema presenta un panorama desolador.

Ecuador, con 23 emisoras católicas, tiene el mayor número relativo comparado con su población.

La Red Católica de Radios de Costa Rica, que congrega las seis emisoras católicas del país, lanzó a inicios de 1986 un folleto destinado a orientar a los radio-oyentes en relación a la importancia de sus mensajes. Pero quien conoce un poco el mensaje real de esas emisoras, pone en duda sobre su identidad católica, ya que en ellas predomina un pensamiento poco crítico en relación a la ideología influida por los norteamericanos en aquel país.

En síntesis, en las radios católicas de América Latina predomina un asilamiento impresionante, que mina su mejoramiento técnico y minimiza su poder evangelizador.

No cabe duda de que la realidad latinoamericana está marcada por la situación de miseria de las mayorías populares. Era de esperar que la peculiaridad de esta situación se revelase definitiva en cuanto a la elección de los destinatarios principales de los programas religiosos vía radio y TV

DISCRETAS PISTAS PARA UN REFERENCIAL TEORICO

Cualquier estudio sobre este tema debería tomar en cuenta algunos supuestos:

— Lo fundamental es la comunicación real entre las personas. Esta no solo se reduce a los medios de comunicación, sino que ni siquiera pasa principalmente por ellos. Los medios de comunicación deberían estar al servicio de esa comunicación real.

— La comunicación de las clases subalternas está inscrita y condicionada por las características de la sociedad históricamente determinada. Vivimos en sociedades injustas y conflictivas. Los pobres padecen la incomunicación derivada de la ausencia de fraternidad.

— Los comunicadores cristianos deben concretizar su opción por los pobres. Esta significa: opción primordial por la comunicación de los pobres. Hacer todo lo que se pueda para que los pobres puedan comunicarse y tornarse sujetos de la comunicación hacia la sociedad como un todo.

— Esa atención a los medios de comunicación tiene dos aspectos básicos: la preocupación por los daños que el mal uso de los medios acarrea a la causa de los pobres y el esfuerzo para poner esos medios al servicio de su causa.

— Priorizar la comunicación de las clases subalternas, como referencia y fuente de criterios, no significa optar por una causa particular o exclusiva. Esto no significa que su causa no pueda ser distorsionada, manipulada y hasta usada como bandera divisionista. Pero, en su raíz, ella es la referencia para criterios de transformación de la sociedad entera.

— Nuestra situación no está de acuerdo con esos criterios. Funciona con otros: los criterios emanados de la opción preferencial por los ricos y poderosos, quienes tienen poder en la comunicación social en general y que también interfieren profundamente en los medios de comunicación. Sería idealista e ilusorio pretender desconocer este hecho.

— La comunicación social alternativa y el uso alternativo de los medios de comunicación se inscribe, por tanto, en un proyecto alternativo de sociedad, donde las relaciones sociales entre las personas no están tan cruelmente marcadas por la opresión. No hay proyecto alternativo de comunicación sin un proyecto alternativo de sociedad.

— La "Iglesia Electrónica" no es analizada correctamente si es vista simplemente como una expresión religiosa más, como una expresión religiosa entre otras. Debe ser vista como un movimiento idolátrico, una tremenda fuente de idolatría, en coherencia con circunstancias históricas específicas del mundo actual. Es un fenómeno que guarda una relación orgánica y profunda con las necesidades peculiares de los sistemas de opresión en el momento actual de la historia.

— La "Iglesia Electrónica" no es una gran conspiración contra el cristianismo verdadero. Ella es algo mucho más serio que una conspiración de unos cuantos subvertidores del cristianismo. Ella es, lamentablemente, un subproducto y un derivado "normal" dentro de un mundo opresor que necesita de legitimaciones religiosas. Las conspiraciones se detectan, se denuncian y, teniendo el poder para ello, se destruyen. Pero las ideologías congenialmente derivadas de la manera como el mundo funciona y se legitima, no desaparecen en tanto el mundo permanezca igual.

— No deja de ser impresionante la renovada necesidad de legitimaciones religiosas que el capita-

lismo tardío va manifestando. En este contexto, la "Iglesia Electrónica", así como muchos otros fenómenos ideológicos que se hacen presentes en el cristianismo, es sólo un absceso ideológico claramente perceptible. Hay otras formas de manipulación de la religión que son más sutiles.

— Los pobres se dejan llevar y son víctimas de esa corriente, porque en su vida cotidiana hay un grito de socorro, un desesperado conjunto de inseguridades y necesidades y el anhelo por unas manos fraternales hacia ellos. Es fundamental ver que lo que más se explota no es la religión como si ella fuera una entidad ontológica, sino que lo que se explota son los pobres que sí son seres concretos.

— En suma, es necesario ver el fetichismo no como un proceso etéreo en el mundo de las ideas e imágenes abstractas, sino como un proceso real, que se materializa en instituciones y formas de organización social, ayudando así a perpetuar las opresiones reales.

PEQUEÑO INVENTARIO DE PERPLEJIDADES

¿Se puede competir con la "Iglesia Electrónica", hacerlo en el mismo terreno y con las mismas armas? Moral y financieramente ni hablar. Exigiría cambios profundos en el uso de los recursos financieros de las iglesias.

Existe un movimiento pentecostalista, versión mágico-religiosa que "explica", sin ningún análisis, las causas socio-económicas de la miseria, la razón por la cual la miseria existe: porque las personas se niegan a convertirse. Las otras explicaciones son eliminadas, son descartadas, se vuelven superfluas. Esfuerzo y trabajo resuelven todos los problemas

El tremendo barullo de los "programas religiosos" en la radio y en la TV no debería hacernos olvidar que la comunicación y los medios de comunicación no son sinónimos.

¿Y si lo fundamental para los cristianos no fuese "dar noticias" sino "ser noticia"... ser testimonio que se torna en "buena nueva"?

Según algunos representantes de la Iglesia, evangelizar por los medios de comunicación no significa, necesariamente, posesión de los canales de comunicación por parte de la Iglesia. Mons. Mauro Morelli, Obispo de Duque de Caxias-Brasil dice:

Tenemos la Pastoral de las Comunicaciones que más que nunca es un asunto de nuestro tiempo. Por medio de ella, la Iglesia necesita buscar medios para despertar a los líderes de la comunicación existente para las causas cristianas. Para la verdad, la justicia y la solidaridad. A través de los medios de comunicación, la Iglesia necesita desarrollar en la población la capacidad de evaluar, discernir y escoger. Necesita transformar al pueblo de objeto en sujeto. Necesita, finalmente, despertar una conciencia crítica en las personas que oyen la radio y ven la televisión. Y para hacer eso no es preciso disponer de los canales exclusivos de comunicación (Folha de Sao Paulo, 4 diciembre, 83).

¿Es la radio el canal del pobre? No se trata de negar la importancia aún primordial de la radio en América Latina. Pero quienes analizan tendencias irreversibles en los medios electrónicos señalan:

— la TV evolucionó en menos de dos décadas, de estaciones básicamente locales a un predominio actual de redes integradas;

— la TV, cada vez más omnipresente, dejó de ser hace mucho, el canal de las minorías privilegiadas; hoy llega hasta las mayorías en gran parte de los países latinoamericanos, y muy pronto llegará a los que faltan;

— la radio, con esa expansión de la TV, cambió de naturaleza así como la prensa; ambos tardan en darse cuenta de esto; la radio debe buscar otras funciones: profundización de la información, periodismo interpretativo, entretenimiento para quien no está cerca del televisor, etc.;

— técnicamente, ya estamos en la era del predominio de la FM, en áreas urbanas. ¿Qué sucederá con las estaciones de sonido inferior que están técnicamente desactualizadas?

Otra de las perplejidades vigentes es el intento de ver lo religioso solo en los programas religiosos. Creemos que es, en cierta medida, errado y por dos razones. Primero, porque en la programación general de los medios de comunicación lo religioso es explícitamente aludido o invocado. Esa religión persuasiva, penetrando en los hechos de la vida es lo que debe ser analizado seria y críticamente. Sospechamos que en ella predomina un extraño dios intervencionista, un dios-destino, un dios-"voluntad de Dios", un dios-lotería, un dios-arbitrario. ¿Será que los programas religiosos no trabajan en complicidad con ese dios que hasta ayuda a hacer los goles en el campeonato? Después está, en segundo lugar, la omnipresencia del fetichismo que tiene un canal preferido en la publicidad: ¿por qué será que

muchos programas religiosos están articulados según el esquema de la publicidad?

Cuando un cristianismo distorsionado penetra en los poros de un sistema opresor y se hace parte de su circulación endócrina, hablar de religión es un asunto muy arriesgado y peligroso. De repente nos convertimos en aliados de aquello que nos gustaría cambiar.

Alguien podrá preguntarse ¿qué sería de los pobres sin los milagros? Aquí no vamos a negar que tales hechos existen cotidianamente, eso sería absurdo. Quien ha frecuentado alguna vez los cultos pentecostales, reconoce que hay personas que son menos infelices. Sostener que sean realmente intervenciones divinas (o diabólicas) es otro asunto. Los empobrecidos y todos los pisoteados y carentes de los más mínimos alivios, se inclinan a aceptar las explicaciones religiosas.

No se trata, evidentemente, de apoyar el curanderismo o el milagrerismo. Pero es necesario salir de los simplismos racionalistas; abandonar la pseudociencia, soportar preguntas. No querer explicar todo como trampa y engaño, a pesar de que existen muchos tramposos. Lo terrible es que la religión provee los sustitutos mágicos allá donde se exigen soluciones de carácter humano, individual y social.

Milagros hay. Lo que faltan son soluciones. Los milagros son indicadores de carencias reales; son parábolas de las tareas históricas que hace falta enfrentar; son compensaciones inmediatistas en un mundo de gente maltratada, tanto física como psíquicamente, tanto individual como socialmente.

El punto que aquí interesa resaltar es la perfecta funcionalidad de los milagros en los sistemas sociales que atentan permanentemente contra la vida. En este sentido más radical, en el plano del sistema opresor, se desnuda todo el carácter no de los individuos necesitados que se alivian con milagros. Es en las necesidades del sistema social donde los milagros funcionan como alivios compensadores.

A falta de soluciones aparecen inevitablemente los milagros y las religiones se han encargado de industrializarlos desde siempre. Lo nuevo en la "Iglesia Electrónica", es que esa industrialización religiosa de los milagros se da descaradamente para que el sistema opresor tenga menos problemas y siga igual.

Otra pregunta importante es: ¿basta la coincidencia de clase para coincidir en la lucha? Surge la hipótesis de que los empobrecidos y marginados son los destinatarios preferidos de gran parte de los programas religiosos. Se agrega a esto el hecho de que la expansión de las "sectas" se da sobre todo en las capas populares. Desde hace décadas se analiza el asunto y las opiniones oscilan desde el endiosamiento acrítico, con su expresión de una especie de

"populismo liberacionista", hasta una postura de rechazo casi total.

De cualquier forma, no vemos cómo se pueda omitir una noble advertencia: primero que no se caiga en la ingenuidad de una extraña visión, economicista a su modo, en la cual las clases populares son elevadas a una especie de slogan —"el pueblo no se engaña"—; segundo, que no se asuma una postura elitista, purista, de vanguardistas que ya saben todo a partir de algún manual, acaso "marxista".

La "Iglesia Electrónica" no es analizada correctamente si es vista simplemente como una expresión religiosa más, como una expresión religiosa entre otras. Debe ser vista como un movimiento idolátrico, una tremenda fuente de idolatría, en coherencia con circunstancias históricas específicas del mundo actual. Es un fenómeno que guarda una relación orgánica y profunda con las necesidades peculiares de los sistemas de opresión en el momento actual de la historia

Es necesario conservar una actitud de profundo respeto, capaz de aceptar y digerir perplejidades, capaz de reconocer que hay muchas cosas en la vida de las cuales los profesores universitarios —y los teólogos— no tienen mucha noción. Por eso es necesario estar abierto para aprender y saber valorar las sorpresas.

PISTAS A PARTIR DE LAS CIENCIAS SOCIALES

Ante cualquier tipo de comunicación, difundido abierta y públicamente, conviene aplicar siempre la hipótesis de que, probablemente, esta guarda una relación funcional con el funcionamiento del sistema global imperante. Lo cual no excluye la existencia de espacios tolerados para una comunicación alternativa. Pero es preciso no olvidar que ella es contrahegemónica. La hegemónica es la comunicación "ajustada".

Esta hipótesis se nos presenta como figura fundamental en el análisis de los programas religiosos en los medios electrónicos. El hecho de que esos programas puedan funcionar, con tanto apoyo, en los Estados Unidos, nos remite a una funcionalidad ideológica en el sistema capitalista norteamericano. Lo mismo vale en relación a las diferentes situaciones de América Latina.

Las prácticas de comunicación dominantes están íntimamente articuladas a las estructuras de poder. Analizar las prácticas de comunicación de las iglesias latinoamericanas significa entender cómo se estructuran políticamente tales organizaciones religiosas y cómo se ejercen allí los mecanismos del poder.

Por otra parte, hay que tomar conciencia de que el capitalismo es una fantástica producción social de apariencias, con el consiguiente ocultamiento de lo real. Es bueno recordar que la humanidad despertó, hace solo algunos siglos, a la conciencia de que el mundo social y el curso de los acontecimientos son Historia, la que es perfectible y pervertible. Las religiones, y sobre todo la religiosidad popular todavía no asimilaron totalmente esta conciencia reciente. Continúan usando muchos términos ligados a una noción de curso pre-definido, aunque camuflado de "voluntad de Dios".

Desde que la humanidad despertó hacia un carácter factible de los acontecimientos sociales, las dominaciones y opresiones —que siempre buscarán legitimidades religiosas— entraron en una nueva fase. En un mundo considerado como factible, los mecanismos opresores comienzan a ocultarse. Esto no porque un grupo de poderosos, muy perversos, haya decidido operar ese ocultamiento de lo real con plena intención. La propia manera de funcionar de la economía fue creando los mecanismos ocultadores.

El capitalismo fetichiza la realidad, ocultándola de nuestra percepción. Todo el lenguaje que se creó en la economía burguesa para hablar de los hechos económicos y sociales, es fetichizante.

La religión que a Marx le interesaba desenmascarar era el fetichismo en la vida cotidiana. Gramsci elabora, a partir de esta visión de Marx, pero sumergiéndola en el análisis de la reproducción de la ideología de lo cotidiano, el concepto de "sentido común". No se trata de un concepto despectivo sino de una noción importante para entender cómo las personas sobreviven en medio de los problemas concretos. Esto nos remite a la experiencia religiosa cotidiana de las clases populares. Así como las ciencias operan con modelos explicativos o construcciones cognoscitivas de lo real, también el sentido común opera con modelos simples, con explicaciones fáciles. El sentido común es inmediateista, se aferra a la primera explicación plausible que le "basta" para sobrevivir en lo inmediato. Es ahí donde entran

en escena las explicaciones mágico-religiosas de los problemas reales.

Pero el sentido común es también una terrible trampa debido a su extrema manipulabilidad. Internaliza respuestas rápidas para muchas preguntas más o menos desagradables y estas respuestas rápidas son hoy industrializadas por muchas instancias. En esta línea de refuerzo y encauzamiento del sentido común los fundamentalistas religiosos, tanto en los Estados Unidos como en América Latina, vienen ejerciendo su influencia.

Es probable que una de las mejores puertas de entrada para entender por qué el fundamentalismo religioso llega a las masas empobrecidas, sea el análisis de la relación que existe entre su mensaje y sus formas simbólicas y el universo de la cotidianidad

Milagros hay. Lo que faltan son soluciones. Los milagros son indicadores de carencias reales; son parábolas de las tareas históricas que hace falta enfrentar; son compensaciones inmediateistas en el mundo de gente maltratada, tanto física como psíquicamente, tanto individual como socialmente

de los oprimidos, pero específicamente, la cotidianidad de lo sagrado en la vida de las personas que sufren todo tipo de privaciones. Este es un terreno poco investigado hasta el momento.

La TV por su parte es también una máquina fetichizadora de la realidad. Es un hecho que la TV vino para quedarse. Por tanto, es necesario saber convivir con ella, por lo que de nada sirve adoptar una actitud apocalíptica y condenatoria ante ella. Es preciso saber algo sobre las características propias de este medio de comunicación para entender hasta qué punto puede involucrarnos en su juego de simulación sustitutiva de la realidad.

Para empezar, la TV es un medio que se recibe y no es como la prensa escrita, un medio que se percibe. La participación reflexiva del tele-espectador es mínima por muchas razones. Por ejemplo, la imagen completa nunca existe en el televisor, ella es

completada en nuestro cerebro. Puede que parezca banal, pero hay estudios científicos que demuestran que eso es importante para entender los efectos semihipnóticos y creadores de dependencia a la TV. Estimulados en forma muy desigual los hemisferios cerebrales, con el creciente esfuerzo de construir la imagen televisiva, empeña tremendamente el hemisferio derecho, dejando en inactividad casi por completo al izquierdo, de lo cual se concluye que surgen dos problemas: primero, la superactivación de solo una parte del cerebro hace que la "información" consuma casi toda la energía disponible en esta parte del cerebro, no dejando tiempo para la penetración y el análisis. Segundo, el impacto, captado de esta forma, tiende a llevar la imagen directamente a la base emocional del cerebro, sin tocar o activar la parte reflexiva.

Otros autores sostienen que la TV representa "una nueva manera de trabajar la relación apariencia-realidad y una nueva manera de volver al mundo manipulable. La imagen opera a medio camino entre lo real y lo imaginario, porque el conocimiento se identifica, en la era de la TV, con el ver y la verdad con la experiencia inmediata de las imágenes".

La TV induce al tele-espectador a una creencia mágica de "su" objetividad. La imagen asegura que nos hace ver la realidad. Ella no se define por el contenido, sino por la eficacia ritual y espectacular de la propia imagen. De esta forma, la propia imagen televisiva se auto-asegura, se auto-testifica. Como sustituto de lo real, elevado a la dignidad de único mediador fidedigno de lo real, la TV pide aquello que todos los representantes de algo mediado siempre pedirán: que no se discuta su carácter de representante auténtico. La TV está, en cierto modo, revestida de dignidad "sacerdotal". La imagen se convierte en el lugar espectacular, internalizado como lugar psíquico, donde se crean certezas, seguridades, esperanzas y emociones.

Veamos un ejemplo. Una terrible inundación en Florencia con muchos muertos y destrucción. Los italianos conmovidos por la tragedia quieren más información, nombres de los responsables. La TV los inunda con imágenes. Las protestas disminuyen y todos parecen satisfechos. Un testigo comentó en aquel entonces, "parecía que la tragedia, en la medida en que se convertía en espectáculo, disminuía de importancia..." O sea, la TV restablece siempre las "justas proporciones" mediante la transformación de los acontecimientos más trágicos en espectáculo visual. Hace poco escuchaba un comentario con respecto a imágenes muy fuertes de la represión en África del Sur: "Qué bueno que al fin todo el mundo pueda ver esa barbaridad". El problema es que los que ven las imágenes de represión quedan televisivamente apaciguados en su rabia.

La TV no es únicamente un enorme proceso de intensificación del fetichismo, sino que ella se constituye, en cuanto fetichizadora, en mediadora de una adhesión devota a la realidad sustitutiva que ella misma engendra. La TV, aun cuando no trae mensajes religiosos, insta una relación próxima a lo religioso.

La hipótesis es la siguiente: la religión vía TV es, casi inevitablemente, un refuerzo religioso de una fetichización que ya funciona como tal. Por tanto, un uso crítico de la TV para los programas religiosos implica introducir un distanciamiento y criticidad en las imágenes, por medio de imágenes y palabras. Cosa bastante exigente. Por ejemplo, cuando el Vaticano, hace poco hizo saber que bendición e "indulgencia" transmitidas "al vivo" son válidas, pero que no tienen el mismo valor cuando son retransmitidas en videotape, cualquier profesor de Teoría de la Comunicación lo habría sentido como chistoso. ¿Hay una realidad viva en la transmisión en vivo? ¿O es la TV siempre una "realidad" transpuesta a la imagen?

En otro ámbito de esta misma realidad, conviene tomar en consideración el hecho de que por las nuevas posibilidades tecnológicas, o por afinación imitativa con el lenguaje de la TV, está ocurriendo una transformación de los significantes del audio en la radio.

Pero también en este punto todo pasa como en cualquier experiencia amorosa. La certeza de amar y ser amado está inscrita en las vicisitudes de la historia. Y amar significa también estar abierto a la gracia de ser amado, para poder amar. Amar es siempre querer poder amar. Cuando el amor se cierra sobre la certeza de poseer, en la garantía de tener sin poder volver a perder, el amor entonces se vacía de su verdadera sustancia

El medio más conducente a la reflexión crítica es, por su propia naturaleza, la prensa escrita. La radio tiende a apartarse, en términos globales, del papel de incitador a la reflexión. Siempre fue un

medio cuyo destinatario preferido es la imaginación de los oyentes y no su reflexión. Hay señales de que el distanciamiento entre el significante impreso y el significante audio ha aumentado mucho en las últimas décadas.

Cuando se presta atención a las técnicas de manipulación de la palabra por parte de los locutores de mayor audiencia popular, se entiende por qué su comportamiento, cuando son entrevistados en la TV o cuando son vistos de cerca, es completamente dramatizado. Tal vez pudiera llamarse también "palabra teatralizada intrínsecamente en el propio audio". Eso nos confronta con un hecho auditivo para lo cual los antiguos conceptos se tornan insuficientes, como recursos descriptivos.

¿A qué nos eleva ese tipo de reflexión? De vuelta a una característica de muchos programas religioso en la radio: también ellos distan mucho de la lengua reflexiva y recurren con frecuencia al "lenguaje imaginético". Para expresarlo con un poco de paradoja, digamos que ellos hablan no sólo para ser oídos, sino para ser vistos y palpados. La emocionalidad de los clientes es interpelada directamente.

PISTAS A PARTIR DE LA TEOLOGIA

¿Qué es la palabra de Dios para un fundamentalista? Para un tele-evangelista norteamericano es algo sumamente concreto; aquel paquete de hojas lujosamente encuadernado, aquella cosa que tiene agarrada en el mano y que él abre y muestra. Un objeto. Con ese objeto se puede dar un puñetazo argumentativo. Es una cosa, un punto, como una barra de oro o un talonario de cheques.

Esta trascendencia perversa es algo real en el mundo capitalista. El mundo de las relaciones mercantiles tiende a la totalidad, al mercado total. La fetichización, que acompaña y legitima este proceso, es una religión concreta hecha de perversas infinitudes, ligadas a objetos. Es una cadena enorme de cosas transformadas en objetos devocionales

¿No son lindos los símbolos agresivos de la Biblia abierta y sobre ella el águila norteamericana? Objetos devocionales que no requieren cualquier mediación hermenéutica o interpretación exegética. La devoción va directamente al objeto.

El predicador fundamentalista, con su Biblia en la mano nos dice: "Esta Biblia te salvará. Agárrala bien firme con la mano"... No venden Biblias, venden salvación. Tangiblemente, cosificadamente.

Es, sin duda, importante hacer llegar la Biblia, entera y con buenas traducciones, a las manos del pueblo. Está más que probado que el pueblo sencillo descubre riquezas en la Palabra de Dios que no siempre se les ocurre a los expertos en exégesis. Pero es, decididamente, algo muy diferente de la cosificación de la Biblia-objeto devocional.

Esta profunda diferencia en los distintos y contradictorios usos de la Biblia no puede estar ausente en el análisis de los programas religiosos electrónicos.

También es importante reflexionar sobre el hecho de que la Teología está al servicio de la Fe. Por eso no es verdaderamente practicable fuera de la fe. Las pretendidas "teologías" que no brotan de la fe, que no se alimentan de ella y la alimentan, son un desastre para el cristianismo. La teología está siempre tentada de convertirse en una grandeza autónoma. Estructura codificada de mitos, otrora; estructura discursiva codificada, hoy. En esa tentación de autonomía o grandeza en sí, la teología se vuelve mitología o logología. Y así se deshistoriza.

Cabe reflexionar también en lo que Marx denominó la trascendencia perversa, para referirse a la tendencia a la infinitud, al valor que no acaba nunca de autovalorizarse, pues exige una autovaloración sin límites.

Esta trascendencia perversa es algo real en el mundo capitalista. El mundo de las relaciones mercantiles tiende a la totalidad, al mercado total. La fetichización, que acompaña y legitima este proceso, es una religión concreta hecha de perversas infinitudes, ligadas a objetos. Es una cadena enorme de cosas transformadas en objetos devocionales. Es la red idolátrica, desde la simple mercancía hasta el culto perfecto a Moloc-Capital, dios que exige sacrificios infinitos. La peculiaridad de este universo devocional consiste en la seguridad que él confiere a los adeptos realmente cumplidores y devotos.

El asunto viene al caso, porque los fundamentalistas sienten una atracción irresistible por las materializaciones tangibles del misterio insondable de Dios y de nuestras relaciones con él. Se trata de una perversión de la propia experiencia de la fe: en lugar de una búsqueda de esperanzas de la efectividad del amor entre las personas para que se pueda vislumbrar en esa vivencia toda la belleza de Dios, pasa a ser un acto bancario de seguros de vida y cheques

especiales. Eso, claro está, se opera mediante la activación de las relaciones mercantiles, con la ayuda de objetos tangibles, en el propio corazón de la religiosidad.

Un trazo bien marcado del Concilio Vaticano II consiste en la reafirmación de un aspecto original del judeo cristianismo: que solo podemos amar a Dios mediante las tareas que nos toca cumplir para hacer de este mundo un lugar más justo y fraternal. Eso quiere decir que la experiencia de lo trascendente está inscrita en la lucha por la justicia, la paz, las condiciones propicias al amor, dentro de la historia. La Teología de la Liberación tomó este punto y lo transformó en su bandera.

A Dios se le busca, no se le tiene. Y se lo busca en las contingencias propias de los procesos históricos, en este mundo. Amar, alegrarse, luchar contra las injusticias, crear la fraternidad, eso empuja a la gente a participar en las anticipaciones gustosas del Reino definitivo. Y no hay más certeza que esa, por más que nos quieran vender seguros de vida eterna.

Los "nacidos de nuevo" del fundamentalismo tienen buena dosis de razón al insistir en la confianza benévola junto a Dios, a través de la obra de Cristo, que nos reveló a un Dios Padre y un Espíritu Consolador. Esto, además, está clarísimo en la Biblia, cuando los primeros cristianos nos cuentan de su júbilo y de su capacidad de explotar en fiesta, por saber que el Dios cristiano no tiene nada que ver con la divinidades torturadoras y los ídolos sedientos de sangre.

El derecho a la vida, que significa el derecho a los medios para vivir, y vivir en alegría, es un reclamo fundamental de los que creen en el Dios de la Vida; la fe en la Resurrección es el meollo y lo más determinante de la experiencia cristiana.

Pero también en este punto todo pasa como en cualquier experiencia amorosa. La certeza de amar y



No venden Biblias, venden salvación. Tangiblemente, cosificadamente



La emocionalidad de los clientes es interpelada directamente

ser amado está inscrita en las vicisitudes de la historia. Y amar significa también estar abierto a la gracia de ser amado, para poder amar. Amar es siempre querer poder amar. Cuando el amor se cierra sobre la certeza de poseer, en la garantía de tener sin poder volver a perder, el amor entonces se vacía de su verdadera sustancia.

Este asunto viene a propósito por la manera ambigüamente posesiva con la cual los fundamentalistas venden sus verdades.

Finalmente, unas palabras sobre la teoría del espejo. Esta extraña expresión pretende referirse a una oportunidad extraordinaria que la "Iglesia Electrónica" representa para las iglesias cristianas. El espejo ofrece la oportunidad de mirarse de cuerpo entero.

No queremos proponer que aquello que la "Iglesia Electrónica" devuelve como imagen, sea la imagen fiel de la realidad de esas iglesias. No, eso sería exagerar el tono. Las diferencias existen, pero también son reconocidas las semejanzas.

Analizar lo que sucede en lo que convenimos llamar "Iglesia Electrónica" es, de todos modos, una rara oportunidad para examinar las raíces, precedentes, orígenes, semejanzas de lo que ellas dicen y hacen, con lo que esas mismas iglesias ya dijeron o aún dicen, hicieron y aún hace, exactamente en relación a determinados temas y determinadas prácticas.

¿Es posible huir de este auto-examen, de este acto penitencial? Y si hubiera semejanzas impresionantes en muchos puntos, ¿qué hacer? ¿Sumar coincidencias y alegrarse con este hecho? O, dada la crucial seriedad del asunto, ¿es hora de distanciamientos y opciones imperativas? ¿Será que una posición esclarecedora en este asunto no tiene nada que ver con el futuro del cristianismo junto a la causa de los pobres? De todos modos, cualquier estudio serio sobre este asunto no podrá evadir lo que jocosamente hemos llamado la teoría del espejo ●

Fotos tomadas de la Revista Manchete

La historieta participativa

María Pérez Iglesias
Quito, Cuadernos de Chasqui
No. 13, 1987.

Estudio de investigación sobre la lucha de la práctica significativa llamada Historieta Participativa por imponer un cambio.

“Despreciada y ocultada como posibilidad real de transformación; asumida como “mass media” y negada como cultura; indiferente a los “académicos” y objeto de moralistas; relegada al “sub-arte”, a lo popular, a lo infantil e intrascendente, la historieta gesta su rebelión y la revolución llegada en los años sesenta y continúa renovándose hasta hoy” (p. 5).

El nacimiento de la historieta no es espontáneo, es la consolidación en un punto determinado de un proceso. La historieta no puede concebirse como tal sin el desarrollo anterior de lo icónico, así lo prueban las variadas producciones en los diferentes países.

La historieta aparece en el S. XIX, en Europa, Estados Unidos y México, bajo forma de revistas humorísticas, hojas volantes o suplementos dominicales: “una de las características de los comics reside en su naturaleza de medio de expresión, de difusión masiva que nace y

se vehicula gracias al periodismo, durante la época de plenitud del capitalismo industrial”.

La formación de sindicatos favorece la difusión de las tiras cómicas en la sociedad de consumo, sobre todo en el público femenino, en donde proliferan las llamadas Family Strips, Girl's Strips.

En los años 30 del presente siglo aparecen los cómics serios con un carácter ideológico y cultural: los héroes que luchan en favor de la justicia contra los enemigos de la sociedad, lo que produce la reacción contraria en los países de tendencia facista que no admiten los comics americanos.

En los años 50 los intelectuales se sirven de los cómics para popularizar sus teorías metafísicas y psicológicas, esto degenera luego, por la quiebra de valores sociales y los comics se orientan hacia la sátira, la pornografía y la demitificación de los héroes.

La aparición de los comics en los países del Este es tardía, después de la primera guerra mundial, bajo los mismos parámetros de influencia que en el Oeste.

Toda producción significativa genera un metadiscurso orientado hacia la crítica, la recuperación de materiales y la publicidad, discurso que se fortalece en los años 60. El metadiscurso tiene también su historia que comienza como historieta, continúa como lenguaje moral, como pretexto para discutir varios problemas, como texto híbrido y termina como medio de comunicación y como medio de cultura de masas. En este sentido la historieta lee la historia como devenir y proceso, y es leída por ella, como texto particular participa del texto general de la historia y de la cultura.

El análisis investigativo continúa, y, de acuerdo a los tiempos de tecnología avanzada, se encuentra a los héroes de las historietas desarrollando su acción en los espacios etéreos, convertidos en instrumentos comerciales, reproductores de la ideología dominante; pero al mismo tiempo la contradicción aparece, pues la historieta presiona cada vez con más fuerza para

participar activamente en los procesos de cambio social.

Los cambios se producen en la manera como la historieta forma parte del texto general de la Historia en diversos campos: En el campo editorial se multiplican los boletines y revistas de difusión, en el campo universitario se produce el salto de la historieta hacia lo académico, pues ella se constituye en materia de enseñanza, medio de crítica de otros medios, recuperación de textos antiguos y organización de productos.

América Latina, mercado favorito y necesario de los sindicatos de comics americanos, comienza su producción de historietas en los años 20, como un ejercicio de simple traducción de las tiras cómicas que provienen del Norte; poco a poco van popularizándose y alcanzan gran difusión en los años 30. Las mismas condiciones socio-económicas y políticas del continente son factores que favorecen la aparición de la contradicción ideológica.

La infraestructura editora es muy pobre en todos los países, razón ésta para que la producción se polarice en México, Chile, Buenos Aires y Colombia. La fuga de intelectuales creadores de historietas o dibujantes, hacia mercados más rentables, es notable.

El poder de producción literaria, alimentado por las condiciones estructurales en lo social, económico y político, estimula también la producción de historietas y tiras cómicas con una orientación netamente contestaria y de crítica del sistema.

En este contexto los países centroamericanos tienen un carácter de países marginales, en cuanto a producción de historietas y tiras cómicas; sin embargo ciertos países: Costa Rica,



El Salvador, Cuba, Nicaragua, producen historietas con un sello de identidad propio.

La autora saca algunas conclusiones. Las transcribimos por su interés.

— La llamada "historieta" —a pesar de ser considerada uno de los medios de estandarización y reproducción de ideología más importantes al servicio del sistema capitalista— es un híbrido que nunca ha permitido un sometimiento total a los discursos tradicionales.

— Los monopolios, redes de industrialización, comercio y distribución de la historieta tradicional prácticamente ahogan la posibilidad de

producciones nacionales e independientes. Las producciones particulares que no se ajustan a las reglas del sistema subsisten con grandes dificultades económicas y se mantienen marginales o desaparecen por falta de apoyo, por represión violenta o por la censura-autocensura de los aparatos ideológicos.

— El metadiscursio sobre la "historieta" se construye a partir de condiciones histórico-culturales específicas y participa como texto dialógico de la continuidad y la ruptura.

— La semiología y la historieta (como discurso y metadiscursio, como práctica

y análisis y sistematización) se complementan. En la actualidad la mayoría de los estudios están marcados en el campo semiológico no importa su orientación.

— La dependencia y el subdesarrollo "condicionan" a los países a ser depositarios de valores foráneos, a consumir ideología y a trabajar como máquina intelectual. Las prácticas contestarias críticas que se producen, como reacción/negación a las condiciones de dominio son recuperadas por el sistema, reprimidas violentamente, aceptadas como prueba irrefutable de la "libertad democrática" —mientras no desborde

ciertos límites— o reguladas a través de la censura y/o la autocensura. Resulta marginal desde el punto de vista económico y subsiste a duras penas. El manejo de la crítica-metadiscursos depende de los diversos gobiernos y sistemas políticos depende si el dominio es de abierta represión o si se funciona eminentemente por persuasión o consenso. Es distinto el caso de la represión guatemalteca y salvadoreña a la falta de organización en Honduras y Panamá; el permiso contestario de Costa Rica o el impulso estatal en la Nicaragua de hoy. (Ruperto García) ●

Cronología de la cultura cinematográfica

Teresa Vázquez
Quito, Casa de la Cultura Ecuatoriana. Serie "Historia del Cine en el Ecuador", No. 1, 1987

Este primer número de la Serie "HISTORIA DEL CINE EN EL ECUADOR", da a conocer, bajo el título "CRONOLOGIA DE LA CULTURA CINEMATOGRAFICA EN EL ECUADOR", los más importantes sucesos que alrededor de la imagen en movimiento, se han dado en nuestro país, desde finales del siglo pasado hasta la actualidad.

La resolución de la UNESCO (Belgrado 1980) sobre la necesidad de salvaguardia de las imágenes en movimiento motivó a los autores a iniciar la investigación de la Historia

del Cine en Ecuador. Han logrado hasta la fecha reunir 20 carteles, 170 fotografías, 3.000 recortes de periódicos (1906 - 1986), 200 fichas filmográficas, 46 entrevistas (en cassettes con su respectiva transcripción), 500 fichas nemotécnicas y 40 fichas biofilmográficas. Esta información es el inicio de un centro permanente de documentación sobre el cine en Ecuador, vinculado al archivo especializado que cuenta ya con 40 filmes nacionales y abre el proceso de rescate de las obras desde 1906, año en el cual comienza la producción cinematográfica en el país.

Quienes bajo los auspicios de la Casa de la Cultura Ecuatoriana formaron la Cinemateca Nacional han asumido la defensa del cine nacional carente de apoyo pues ni está incluido en la Ley de Patrimonio Nacional ni cuenta con legislación favorable.

La publicación consta de una cronología (1849-1986), de un documento, el de la

Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas en Belgrado sobre la salvaguardia y conservación de las imágenes en movimiento (1980 e índices onomástico y de filmes).

Pese a ser la cenicienta y al predominio del documental, varios filmes nacionales han obtenido menciones especiales: el largometraje de ficción "Se conocieron en Guayaquil", único filme ecuatoriano mencionado por George Sadoul en su "Historia del Cine Mundial" (1967); los documentales "Yamor", premio Milán, (1970); "Nucanchic Causa", premiado en 1973 en Alemania Federal y "Los Hieleros del Chimborazo", mención especial en un festival de la Habana, Cuba. Además el Cine ecuatoriano ha participado en festivales internacionales como el realizado en Moscú en 1983.

Por cierto, gremios como la Asociación de Cinematográficos del Ecuador (ASOCINE) propenden al desarrollo e impulso del film nacional. A pesar de los intentos por



establecer una reglamentación protectora, estos no han fructificado; la propuesta de crear el "Consejo Nacional de Cultura Cinematográfica y Censura" fracasó. Organismos nacionales como la Casa de la Cultura Ecuatoriana igualmente realizan esfuerzos permanentes por apoyar la producción fílmica ecuatoriana, sin embargo tales apoyos no son suficientes. (Wilman Iván Sánchez L.) ●

La televisión, ¿forma o deforma?

Tatiana Merlo Flores de Ezcurra y Ana María Rey
Buenos Aires, Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación

La obra es resultado de una investigación enfocada al estudio de la televisión en niños escolares (entre el tercero y el séptimo nivel) en la Capital Federal.

El estudio consta de tres etapas y cinco apéndices: La primera trata de la exposición del niño frente al aparato televisivo. La segunda descubre cuáles son los "programas preferidos" de la población escolar estudiada. La tercera tiene que ver con los "grupos sociales y el uso de la televisión".

Los apéndices se refieren a los aspectos metodológicos del trabajo, las variables consideradas y la muestra, la relación horas de televisión variables descriptivas, los programas preferidos y un análisis por clase o grupo social.

Transcribimos lo más importante de las conclusiones:

"La T.V. puede ser utilizada como un test proyectivo.

Se vio una clara asociación entre las características de personalidad que surgen del análisis psicológico y lo que el niño manifiesta sobre su relación con la T.V.

La T.V. es utilizada por los niños como mecanismo compensatorio.

De la muestra tomada para el mencionado estudio,

todos los niños con carencias familiares, seleccionan de la T.V. personajes con quienes se identifican que respondan exactamente a características de su propia problemática personal y los niños con buenos vínculos familiares no se identifican con personajes de la T.V., extrayendo solo entretenimiento e información.

Esta conclusión que corresponde a un nivel individual y de personalidad parecería ser también válida para los grupos sociales que reflejarían a través de la selección que los niños hacen de la T.V., su propia realidad y las carencias o características inherentes a la misma.

Los datos por sí mismos nos llevan a pensar en la influencia de la T.V. en los niños con criterios más específicos que como hilo conductor nos hablan de recepción diferenciada de un mismo mensaje, recepción que: a) por un lado refleja distintas realidades con sus características propias, la diversidad en la unidad propia de toda sociedad "pluralista" y b) la utilización de la T.V. como mecanismo compensatorio, que se ve a través de la selección e integración determinada por necesidades o intereses inherentes a los distintos grupos.

Podemos hablar de un nivel de aprehensión de elementos televisivos por parte de los niños, que

llamaremos primero simplemente porque es el más general y abarcativo, donde la acción socializadora de la T.V. actuaría como niveladora social.

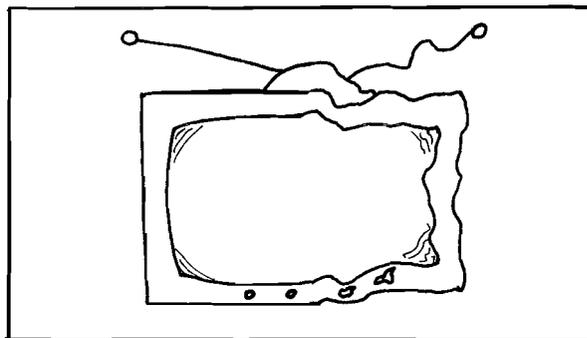
Todos los niños, que viven la T.V. como un elemento cotidiano, necesitan de algún modo conocer las temáticas que este medio presenta para comunicarse con sus padres a través de estas experiencias en común, conformando un marco de referencia infantil propio, distinto al adulto.

No se puede predecir lo que estos contenidos dejen como sedimento a lo largo de los años en una generación donde la T.V. ocupa, evidentemente, un lugar preponderante.

Existe un nivel de aprehensión más circunscripto que corresponde a la integración de pautas televisivas por los niños de distintos grupos con características sociales, económicas y culturales diferentes, donde la

que la T.V. tenga necesariamente una influencia negativa, por el contrario, el hecho de que a través de ella el niño puede socializarse y compensar carencias tanto personales como sociales, hacen de este medio un instrumento útil y sumamente eficaz, lo importante es ver si los contenidos transmitidos llevan a una socialización que tenga como consecuencia una mejor adaptación del niño con su medio circundante, orientándolo hacia el desarrollo de nuevas capacidades y no creen expectativas o modelos contrapuestos a nuestra propia realidad que solo pueden acarrear frustraciones en el futuro próximo.

Aquellos que son responsables de la "industria" de la T.V. creen que lo que transmiten al mercado es entretenimiento o información, pero acerca de la estructura social que conforma actitudes ante nosotros mismos, ante los



internalización se hace más selectiva respondiendo a expectativas, intereses o necesidades inherentes a cada una de las situaciones particulares del medio.

En este nivel la T.V.:

a) reflejaría distintas realidades como un test proyectivo social y b) sería utilizada como mecanismo compensador ante eventuales carencias o necesidades grupales.

Los resultados no indican

demás y ante el mundo en general. En muchos casos compensan serias carencias sociales o personales que en última instancia hacen a la cultura y a la integración de la sociedad misma.

Es de suma importancia que haciendo conciente este alcance del medio y conociendo sus implicancias se intente adecuarlo en alguna medida para que cumpla una función pro-social" (Wilman Sánchez) ●

Dia-logos de la comunicación

Revista Teórica de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), Lima, número 17, junio de 1987.

Dice el editorial de este primer número de la revista de Felafacs: "Felafacs da un paso más en su permanente esfuerzo por servir mejor a las Facultades de Comunicación y los comunicadores sociales, en especial a aquellos de América Latina. Aparece hoy nuestra revista *Dia-logos*, de la Comunicación, cumpliendo con un compromiso que nos habíamos trazado cuando

aún contábamos con nuestro boletín, al que queremos referirnos porque sirvió eficazmente para producir un encuentro de opiniones y de informaciones que se convirtió —en muy poco tiempo— en el antecedente inevitable de la revista que ahora colocamos en manos de todos nuestros lectores.

"*Dia-logos*" inicia su existencia alimentada por ese proceso, nutriéndose de una experiencia desarrollada a lo largo de los 16 números de ese boletín. Este hecho explica largamente nuestra decisión de "iniciar" esta revista desde el número 17, precisamente porque nos sustentamos en ese aporte... Nuestra revista pretende —en primer lugar— servir al conjunto de las Facultades y Escuelas de Comunicación de América Latina y en particular a aquellas que estando integradas dentro de FELAFACS se encuentran empeñadas en la construcción de un proyecto académico de enseñanza de la comunicación comprometido con la realidad social y las propuestas de transformación integral que hoy reclaman nuestros pueblos... Desde esta especificidad nos comprometemos a abordar todos aquellos temas o cuestiones que constituyen objeto de preocupación y de atención para el conjunto de los comunicadores sociales, cruzando puentes de acercamiento y cooperación con la más amplia gama de organismos democráticos que confluyen en el camino por el cual, también nosotros, hemos optado".

Los propósitos más arriba expresados están bien servidos en las secciones *Ensayo* ("Ni folclórico ni masivo" de N. García Canclini, "Industrias culturales: Transversalidades

y regímenes interdiscursivos" de Mabel Piccini, "La influencia cultural de la televisión" de Valerio Fuenzalida y "Comunicacao transnacional e cultural brasileira" de Carlos Eduardo Lins Da Silva), *Investigación* ("La telenovela en Colombia: Televisión, melodrama y vida cotidiana" de J. Martín Barbero y "La representación del pueblo en los diarios de masas" de Guillermo Sunkel), *Entrevista* (a Joaquín Sánchez sobre Felafacs y la Enseñanza de la Comunicación en América Latina), *Federación*, *Asociaciones*, *Noticias*, *Libros y Revistas* que cumplen claros propósitos informativos y de opinión y cooperación, y, en fin, la sección *Enseñanza* de particular relieve en esta revista universitaria, con un ilustrativo estudio de Raúl Fuentes sobre el "Diseño curricular en la formación universitaria de comunicadores sociales".

Dejemos a la propia revista que se autopresente en sus secciones de ensayos e investigaciones:

"El tratamiento de lo popular, como especificidad de la cultura y como expresión de la comunicación, ha venido siendo abordado por comunicadores sociales y antropólogos desde distintas matrices de interpretación y desde premisas que no siempre han contribuido a profundizar en el estudio de sus implicancias y su íntima vinculación.

En esta ocasión el destacado investigador Néstor García Canclini asume el análisis de este hecho descubriendo las limitaciones que han estado presentes y reclamando una metodología de trabajo transdisciplinario como condición indispensable para una investigación integral sobre las culturas populares".

"Intentar precisar aquello que suponemos propio de la comunicación, procurar definir un ámbito o, mejor aún, su especificidad, sin caer en las clásicas repeticiones de entenderla a partir de espacios rígidos y limitados por una determinada perspectiva de análisis, resulta ser una tarea que no ha sido tratada en rigor por los profesionales e investigadores que desarrollan su actividad principal en este campo. Y son menos aún los casos en que los intentos de precisión implican un replantamiento agresivo de los términos del debate, del contenido y metodologías de estudio del espacio, o los espacios, asignados a la llamada comunicación social. Esta postura es justamente lo que merece destacarse en este ensayo en que nos introduce la investigadora Mabel Piccini.

Sus aportes nos llevan a la necesidad de puntualizar los riesgos de amenazas que hoy penden sobre este impreciso campo de estudio. Asistimos a un creciente proceso de descrédito que atraviesa a muchas de las investigaciones sobre comunicación social, descrédito ocasionado entre otros factores por la atomización del campo de estudio, por la predominancia de teorías totalizadoras, por la dispersión de los hechos y otros aspectos más que serán tratados por la autora del presente trabajo".

"La televisión ha pasado a ocupar un lugar privilegiado en nuestras sociedades, dinamizando o alterando procesos económicos, irrumpiendo en los espacios políticos, efectuando lecturas diferentes de la cotidianidad que nos rodea, expresada

en la producción de diversas formas de producción de mensajes, pero también en la instalación de un modo de vinculación con sus públicos, que no hemos llegado a interpretar en toda su significación.

De allí la abundancia de estudios que han intentado "medir" el impacto cultural de la televisión como medio. Estos trabajos han mostrado —en muchos casos— limitaciones de enfoque que han impedido una comprensión cabal de los niveles y planos que es preciso contemplar cuando se pretende entender la

vinculación con los fenómenos de la comunicación transnacional, son algunos de los aspectos que nos presenta ahora el destacado investigador Carlos Eduardo Lins Da Silva".

"La constatación de que la mayoría de los estudios vinculados con este tema han demostrado una incapacidad para otorgarle a la noción de la cultura una cualidad de materialidad, es un asunto que se aborda en la primera parte de este trabajo".

Lins Da Silva nos coloca luego frente a una gama de asuntos vinculados con

nuestros países y en otros mercados que sorprendentemente han empezado a consumir telenovelas latinoamericanas de un modo cada vez más creciente. Hoy ya no resulta extraño observar en la televisión norteamericana, europea o asiática producciones de esta naturaleza creadas en México, Argentina, Brasil, Venezuela, Colombia y Perú.

"¿Desde qué matrices es posible medir este éxito? ¿Qué implica y hasta dónde llega la telenovela como espacio de expresión de la vida cotidiana? ¿Cómo se

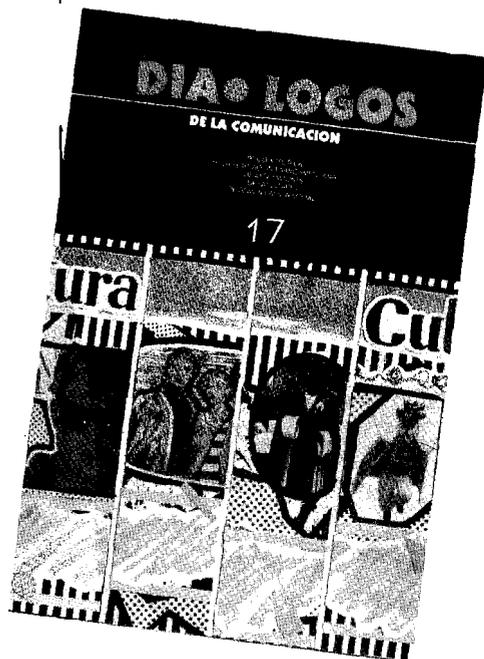
características de la diversidad".

"Lo popular ha venido siendo asumido como un concepto interpretado de modos diversos desde diferentes discursos políticos e ideológicos, pero utilizado también para legitimar proyectos económicos y sociales muchas veces totalmente contradictorios.

Intentar entender la manera en que este proceso se ha cumplido cobra significación real, a partir del análisis concreto de los modos en que esta problemática ha sido tratada, en el desarrollo específico de la comunicación masiva en nuestros países.

Guillermo Sunkel ha venido trabajando, en los últimos meses, en una investigación localizada en el espacio de la prensa masiva en Chile (durante el período final de la democracia chilena), justamente buscando comprender los modos de representación de lo popular en los discursos de prensa, a partir de las exigencias que demanda la nueva coyuntura de re-democratización que se vive en América Latina, especialmente desde el año 1980".

Desde *Chasqui* felicitamos a *Dia-logos* y le auguramos una labor fecunda. Que siempre sea lo que etimológicamente dice su nombre: una palabra, un concepto, una razón que atravesase otros conceptos, razones, palabras y enriqueciéndose en su dialéctica se enriquezca a sí misma para bien de la formación de los comunicadores de América Latina que aún tienen un largo camino por recorrer para llegar al nivel de la excelencia, a la hondura del compromiso ético y al estilo de informar sin servilismo, sin tontería ni papagayismo de oficio. (S. E.) ●



influencia cultural de la televisión.

Valerio Fuenzalida toma aquí —como punto de partida— el señalamiento de algunas concepciones reduccionistas de la influencia de la TV en la cultura, para intentar luego destacar el papel del receptor y del contexto en la construcción del significado televisivo".

"El desarrollo histórico de los procesos culturales en nuestros países y en especial en el Brasil, las influencias externas e internas a que estos mismos procesos fueron sometidos, su

la cuestión cultural en América Latina y especialmente en el Brasil. Por último nos presenta un estupendo perfil de la situación actual de los diversos campos de la cultura vehiculizados por los medios de comunicación en el Brasil y su presencia en el plano internacional".

"La telenovela se ha consolidado en América Latina como el tipo de programa no solo más legitimado en las preferencias de sintonía, sino además como la forma de producción local que mayor éxito comercial ha alcanzado en

inserta la telenovela en la lógica de comportamiento y desarrollo de la televisión?"

"Estas y otras interrogantes son asumidas con todo rigor en una valiosa investigación que viene dirigiendo, en Colombia, el Doctor Jesús Martín Barbero. Investigación que viene siendo abordada también en Perú, México y Brasil, donde equipos similares de investigadores se encuentran en una fase de interpretación nacional, que tendrá —como siguiente etapa— la confrontación que permita distinguir elementos comunes pero sobre todo las

actividades

Programa No Convencional en pro del Niño

CIESPAL, el Ministerio de Bienestar Social de Ecuador y UNICEF pusieron en marcha un amplio plan de apoyo a la educación infantil ecuatoriana. En julio de este año se suscribió un Programa No-Convencional de Atención al Niño que, como dice el texto del Convenio, "surge como una alternativa de bajo costo que pretende elevar la situación actual de desarrollo y supervivencia de la población infantil, atendiendo integralmente los aspectos de nutrición, salud, desarrollo sico-social y protección a través de modalidades no-convencionales adaptadas a sus diferencias regionales y necesidades particulares y sociales con participación de la familia y la comunidad cultural, educativa, recreativa y social. Para ello, es imprescindible realizar programas que les favorezcan y utilizar sistemas y medios de comunicación que permitan un proceso de amplia difusión-educación hacia toda la comunidad. El sistema de Comunicación Social implementado por el Programa No-Convencional de Atención al Niño del Ministerio de Bienestar Social funciona desde 1981. El objetivo es incentivar, a través de diferentes mecanismos de comunicación, la organización y par-

ticipación comunitaria en perspectiva de posibilitar el mejoramiento de las condiciones de vida de los sectores beneficiarios del Programa No-Convencional de Atención al Niño.

Uno de los programas que consolidará el objetivo del Programa de Atención al Niño es el de implementar las "Cabinas Radiofónicas".

El Ministerio de Bienestar Social de Ecuador será el responsable de la ejecución del Proyecto "Cabinas Radiofónicas". Unicef financiará los cursos de capacitación y CIESPAL capacitará y adiestrará al personal.

El Programa comprende cursos y talleres (preparación de reporteros comunitarios, manejo de equipos, asesoría de cabina, seminarios sobre comunicación popular, charlas educativas, radiorevista educativa). Habrá también evaluaciones de los trabajos y una planificación permanente.

El programa empezó el 3 de agosto de 1987 con las actividades de supervisión técnica e instalación de las cabinas radiofónicas y un curso-taller de preparación de reporteros comunitarios. El Programa No-Convencional de Atención al Niño se extenderá hasta el año de 1989 ●

Están en circulación los Índices de Chasqui correspondientes a los números uno al veinte de la segunda época (1981-1986). Son índices de contenido, por materias, topográfico y onomástico. Chasqui enviará gratis los índices a los suscriptores. Para ejemplares extras dirigirse a Chasqui, Suscripciones, Apartado 584, CIESPAL, Quito, Ecuador ●

Índices de Chasqui

Nuevas publicaciones



Cultura Popular y Comunicación e Historia Participativa son dos nuevos números de la Colección Cuadernos CHASQUI que CIESPAL ha puesto en circulación.

El primero de ellos, cuyo autor es Milton Ortega, de la Fundación Friedrich Ebert, contiene reflexiones y planteamientos sobre la interrelación de la cultura popular con los procesos de comunicación y educación. Plantea la necesidad de definir la matriz cultural y la memoria histórica de cada grupo, comunidad y pueblo, para la comprensión de los medios y formas de dominación sociopolítica y cultural. De ninguna manera son contenidos dogmáticos sino al contrario propuestas para la discusión, aclara el autor. En esta publicación se incluyen temas como la diversidad cultural con sus semejanzas y diferencias, valoración y desvaloración de otras culturas, vida cotidiana

y procesos culturales y finalmente la tradición oral y la recuperación de la memoria histórica de los pueblos.

El número 13 de Cuadernos Chasqui denominado "La Historieta Participativa" de María Pérez Iglesias, publica un interesante estudio de las historietas en varios países de América Latina. Cita a conocidos profesionales que crearon personajes para emitir sus mensajes y lograron que ellos arraiguen en el pueblo. Examina la historieta como medio de cambio y mejoramiento de los pueblos en procura de su desarrollo, frente a la situación de Latinoamérica invadida por la historieta (strip, comic book) occidental, fundamentalmente norteamericana. Pero, a pesar de que la región posee una escasa infraestructura para la producción y distribución de prácticas autóctonas, presenta históricamente un balance favorable ●

Comunicación y educación rural

En Píllaro, provincia de Tungurahua, Ecuador, se cumplió un encuentro nacional sobre investigación y evaluación de proyectos de comunicación y educación que examinó las diversas experiencias en modalidades educativas específicas desarrolladas por CIESPAL, FES y el Ministerio de Educación en comunidades campesinas de la serranía ecuatoriana.

Este taller, efectuado del 17 al 22 de agosto de 1987, permitió fortalecer los conocimientos de los responsables de proyectos de educación y comunicación ligados al proceso de organización de las comunidades indígenas. Asistieron al encuentro 30 representantes del departamento de educación rural de las provincias del país y de organizaciones campesinas beneficiarias de los proyectos. La coordinación académica corrió a cargo del Lic. Milton Ortega de la FES●

Lectura crítica

Ciespal con el auspicio de la Fundación Friedrich Ebert, del 13 al 17 de julio organizó una reunión en la cual fueron presentados 19 trabajos de investigación de materiales educativos que circulan en diferentes países de América Latina. Se trató de una lectura crítica de los materiales a fin de evaluar los recursos formales puestos en juego y los contenidos. Participaron representantes de más de diez países de la región. Los documentos, producto de esta investigación, serán publicados próximamente en un libro en CIESPAL. La coordinación estuvo a cargo del Dr. Daniel Prieto C.●

Actividades desde 1960

Cursos internacionales	163	televisión	177
Seminarios	146	Comunicación y desarrollo nacionales	44
Talleres	142	Comunicación y desarrollo internacionales	24
Asesorías	67	Investigación de la comunicación	31
Países participantes	24	Comunicación popular	37
Total de becarios	6.057	Comunicación institucional	9
Becarios hombres	4.239	Diseño de periódicos y revistas	4
Becarios mujeres	1.817	Uso combinado de medios	12

ACTIVIDADES POR AREAS DE FORMACION

Perfeccionamiento de periodistas	124	Comunicación y derechos internacional	1
Planificación de la comunicación	22	Comunicación e integración	2
Periodismo científico y educativo	11	Cultura y comunicación	5
Producción de cine, radio y		En el año de 1987, la estructura social ecuatoriana y	

por consiguiente CIESPAL sufrió las consecuencias del desastre del sismo del 5 de marzo que se expresaron en la paralización de las exportaciones de petróleo y por tanto de los ingresos provenientes de ellas. Por esos motivos debió en algunos casos postergar algunos de los cursos planeados y, en otros, limitar su contribución a lo más indispensable; con todo, esta situación crítica de ningún modo paralizó los planes del conjunto tanto que hasta agosto de 1987, 600 becarios se habían beneficiado de sus diversos cursos, seminarios y talleres●

Formación profesional

CIESPAL lleva veintiséis años de trabajo y en ellos las metas de la formación profesional han evolucionado. Los primeros años se puso empeño en actualizar en periodismo, especialmente en

periodismo impreso. Luego, gracias al desarrollo conceptual de la comunicación y al avance de las ciencias sociales durante la década de 1960, la orientación giró hacia el uso de la comunicación

social, la investigación del papel de la comunicación en el desarrollo integral y la preparación de profesionales para producir mensajes vinculados con otros sistemas de comunicación.

En el último lustro y por sensibilidad al proceso político histórico de la región, crisis social y económica en gran parte efecto de la crisis mundial del sistema, Ciespal estimó conveniente dar prioridad a áreas orientadas a los procesos de cambio social y bajo esta perspectiva su actividad se dirigió a cursos, talleres, asesorías y seminarios sobre diseños de proyectos específicos de comunicación, planificación e investigación de la comunicación, educación no formal, educación a distancia a través de la radio, preparación de mensajes para difusión de la ciencia y tecnología y de la defensa e integridad cultural●



Edificio de Ciespal, sede de los cursos y seminarios

Excelentes destinos!

**RIO DE JANEIRO • CARACAS
LOS ANGELES • NUEVA YORK
BOGOTA • MIAMI • SANTIAGO
PANAMA • GUAYAQUIL • LIMA
MEXICO • SAN JOSE • QUITO
BUENOS AIRES • CALI
CHICAGO • ORLANDO**

ECUATORIANA cubre con sus rutas las principales ciudades de América, para que usted ya sea por turismo o negocios, siempre encuentre una excelente opción con nosotros.

La red internacional de ECUATORIANA lo lleva a más destinos por la mejor ruta.

Estos y otros grandes detalles, hacen de ECUATORIANA una EXCELENTE ELECCION.



ECUATORIANA

¡Excelente Elección!