

chasqui

LA COMUNICACION EN LATINOAMERICA

No. 6



chasqui



CIESPAL:

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

**Avenida de las Amazonas Nº 1521 — Teléfonos: 234031 - 236144
Apartado de Correos Nº 584 — Cable: CIESPAL**

Quito - Ecuador

chasqui 6

La incomunicación social constituye uno de los problemas básicos en la actualidad en América Latina, lo que requiere la planificación integral de verdaderos programas de comunicación en las áreas marginadas de la región.

Este antecedente ha hecho que CHASQUI, en la presente entrega, divulgue material cualitativo sobre esta problemática de las ciencias de la comunicación. Algunos de esos trabajos son: "La Incomunicación Social, Investigación de Campo"; "La comunicación en Instituciones para el desarrollo"; "Idiomas, Escuelas y Radios en Bolivia" y "Contribuciones de la Sociología Rural para la extensión y las comunicaciones rurales". Estos contenidos pueden servir de pautas o guías para superar la barrera de la incomunicación entre nuestros pueblos.

Como los medios de información deben cumplir un papel esencial en la educación permanente de la sociedad, se difunde un interesante trabajo sobre las ventajas y limitaciones de los medios de comunicación para la educación, cuyo análisis

puede ser fuente de consulta para la elaboración de los mensajes culturales y sobre todo para cumplir con la función formativa de los medios. Asimismo, siguiendo con el criterio de publicar estudios e investigaciones de trascendencia, en esta edición consta un trabajo que ha realizado en el campo de la televisión.

En las próximas entregas se pondrá énfasis en los aspectos de la enseñanza e investigación de los medios audiovisuales; pues, esta temática ha sido muy poco tratada por revistas especializadas en comunicación y se desea poner al alcance de los comunicadores, estas técnicas para mejorar los contenidos de la radio y televisión del continente.

El presente trabajo es el resultado de una investigación realizada en el campo de la televisión, con el fin de contribuir a la formación de los comunicadores de este medio de comunicación.

El presente trabajo es el resultado de una investigación realizada en el campo de la televisión, con el fin de contribuir a la formación de los comunicadores de este medio de comunicación.

El presente trabajo es el resultado de una investigación realizada en el campo de la televisión, con el fin de contribuir a la formación de los comunicadores de este medio de comunicación.



Revista de CIESPAL
Nº 6 — Agosto — 1974

—: * :—

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

SUMARIO:

DOCUMENTOS

Análisis Comparativo sobre las ventajas y limitaciones de los medios de comunicación para la educación..... 11

Contribuciones de la sociología rural para la extensión y las comunicaciones rurales..... 33

La comunicación en instituciones para el desarrollo..... 44

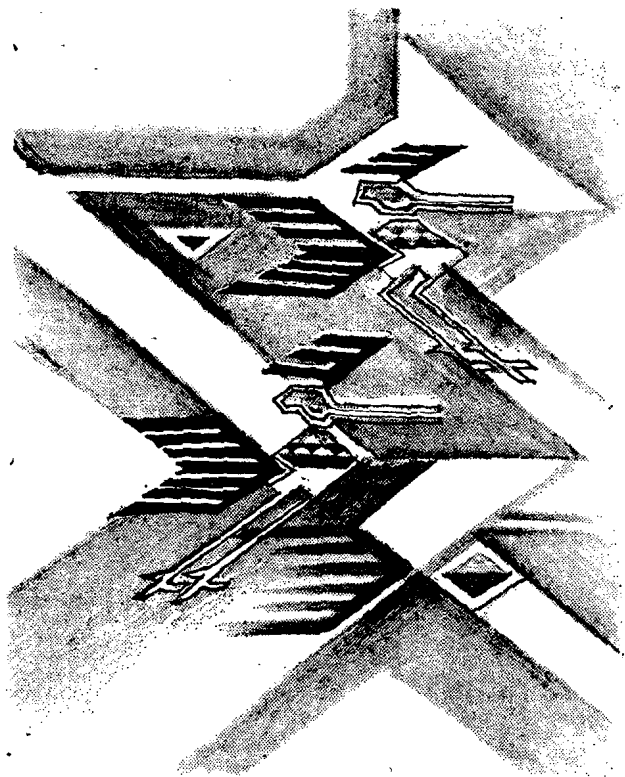
La televisión norteamericana en América Latina..... 53

INVESTIGACION

La incomunicación social, investigación de campo..... 73

Idiomas, escuelas y radios en Bolivia..... 92

EDICION:
Jorge Merino Utreras



documentos

ANALISIS COMPARATIVO SOBRE LAS VENTAJAS Y LIMITACIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION PARA LA EDUCACION

Por: BENJAMIN ORTIZ BRENNAN

Jefe del Departamento de Formación Profesional de CIESPAL

La prensa cumple actualmente función de enseñanza, pero condicionada a los factores estructurales de las sociedades en las que opera. Es incuestionable que sus comentarios, críticas e informaciones permiten en cierta forma la educación permanente de los públicos que leen esos contenidos, obligándoles al análisis y reflexión sobre los temas de actualidad.

El problema se plantea en relación a la utilización de la prensa como medio de educación de los sectores de bajos niveles educativos y económicos, o sea precisamente de quienes están más necesitados de aprovechar los siste-

mas de difusión colectiva, para desarrollar un conocimiento de sí mismos y del ambiente circundante, lo cual podría entenderse como elevación del nivel cultural. Por lo tanto, la prensa en función de su papel propio, es medio de educación permanente. Si ahora no alcanza el ámbito que podría lograr se debe a las distorsiones de contenido y lenguaje.

El examen de las posibilidades educativas de la radio se efectúa desde tres puntos de vista: el mejoramiento de la programación y uso actual de la radio; el empleo para fines propiamente educativos con carácter promocional y las escuelas radiofónicas.

La eficacia del uso de la televisión para la enseñanza está fuera de duda. En Estados Unidos, Europa, América Latina y Africa, tienen programas de televisión educativa.

La función de enseñanza de la televisión se divide en dos campos: uno, la llamada televisión educativa que es la transmisión de mensajes que no constituyen una forma de educación formal y, segundo, la televisión instructiva que tiene las características de la educación sistemática y formal.

Sin embargo, el peligro que se afronta con la televisión educativa e instructiva, lo mismo que con los otros medios de comunicación al servicio de la enseñanza, es que son utilizados por quienes menos necesitan o en lugar de ser instrumentos de cambio social, refuerzan el sistema. Además, se debe considerar que el enfoque dado en este trabajo, sobre las funciones y posibilidades naturales del medio con su utilización para la educación, no es limitante ni excluyente, porque la imaginación y la inteligencia de los productores de mensajes pueden rebazar por entero estos márgenes.

1.— INTRODUCCION

La posibilidad de utilizar los medios de comunicación colectiva en programas de educación formal e informal, han sido objeto de interés y análisis desde el aparecimiento de cada uno de ellos. Sin embargo, todavía no existe una fórmula suficientemente satisfactoria de su empleo para la enseñanza, aunque existen innumerables experiencias sobre ello, especialmente en los países desarrollados y también en los que se hallan en proceso de desarrollo, en particular, en América Latina.

Muy largo es el camino que queda por recorrer para aprovechar la real potencialidad de los medios de comunicación colectiva frente a las enormes necesidades de la enseñanza. No sólo es preciso desarrollar programas educativos. También conviene superar los elementos distorsionantes de los actuales contenidos que se difunden a través de la radio, cine y televisión.

Todo ello supone superar el ingenuo optimismo que prescinde de la naturaleza propia de cada uno de los medios y los usa como si se tratara de una aula de clase, utilizando los mismos recursos de la didáctica tradicional. Debemos pues partir de las funciones naturales, si se acepta llamarlas así: de la prensa, radio, televisión y cine; analizar los públicos a los que llegan los diferentes contenidos que difunden estos medios, los mensajes y sus efectos; las concepciones y conductas que generan, su potencialidad para programas de educación y la experiencia que hay en su uso, para llegar a una reformulación de algunos planteamientos equivocados o al menos para esclarecer unas cuantas ideas.

El presente trabajo se propone, en primer término, enunciar las diversas formas que asume la educación, formal o informal, la alfabetización funcional o tradicional; la educación permanente, etc., para relacionarlas con la potencialidad de los medios de comunicación colectiva. Prensa, radio, cine y televisión serán analizados a partir de esas funciones tradicionales que se les ha asignado, luego se revisará esquemáticamente los contenidos y efectos de los mensajes, los tipos de públicos a los

que llegan, para concluir revisando las experiencias y posibilidades que ofrecen para la enseñanza.

2.— NOCIONES BASICAS SOBRE EDUCACION

Al margen de los niveles conocidos de la educación, que estaría por demás definirlos, conviene precisar otros conceptos que después serán utilizados en este trabajo.

Alfabetización Tradicional: Es la enseñanza de las habilidades elementales para la lectura, escritura y cuentas.

Alfabetización Funcional: “Es un proceso global e integral de formación del adulto iletrado y semi-letrado, por el cual se hace posible una estrecha interrelación de la enseñanza de lectura, escritura, cálculo y otros conocimientos, con la capacitación para el trabajo, la producción y el desarrollo en general. Dicho proceso, fundamentado en las necesidades del adulto dentro de una situación real de la vida y el trabajo, se realiza integrado al desarrollo económico y social”.

Educación fundamental: Según la definiera la UNESCO, desde 1950, “es el mínimo de educación general que tiene por objeto ayudar a los niños y adultos, que no disfrutaban de las ventajas de una buena instrucción escolar, a comprender los problemas peculiares del medio en que viven, a formarse una idea exacta de sus derechos y deberes cívicos e individuales, y a participar más efectivamente en el progreso social y económico de la comunidad a que pertenecen”.

Educación formal o instrucción: Es la enseñanza sistemática. La profesora Silva Barreda, de Guatemala, identificó en el Tercer Seminario de Teleducación organizado por la Fundación Adenauer, en México, en 1968, las siguientes características para la educación formal de adultos: organizada, unificada, continuada, gradual, sistematizada, dirigida a grupos establecidos, controlada.

Educación informal: Es el proceso de aprehensión de conocimientos por el individuo debido a su personal experiencia en el mundo, a los diversos canales de información y, en general, mediante cualquier medio que le proporciona conocimientos sobre algo que ignoraba. A veces se le confunde con la educación permanente. La característica básica de esta educación es que es asistemática.

Educación permanente: Es la que recibe el hombre, pero especialmente el adulto, al margen de la educación escolar, como elemento complementario y sistemático, que le permite mantener su nivel de conocimientos acorde con sus necesidades culturales y sociales, y con el avance general del saber.

3.— LA PRENSA COMO MEDIO DE ENSEÑANZA

a) Funciones de la prensa:

Habitualmente se reconoce a la prensa escrita tres funciones básicas: informar, entretener y orientar. A éstas el profesor Jacques Léauté, del Centro de Estrasburgo, Francia, añade una cuarta, que la propone como válida para todos los medios, la función de animación entendida por algunos norteamericanos como “el espíritu de cambio” que provocan los mensajes llegados por vía de la comunicación colectiva.

Estas cuatro funciones serán tomadas como base para el análisis de la prensa y ciertamente son ellas los marcos principales dentro de los cuales se mueven los contenidos de los periódicos. Pero, la función de la prensa en todos los países, desarrollados o no, son mucho más complejas, y resulta muy difícil de estudiarlas empíricamente, pues es virtualmente imposible aislar la conducta individual o social de los elementos que provocan las distintas actitudes, según provengan de la prensa, radio, cine, televisión; de la acción de líderes y procesos políticos, o de los acontecimientos económicos.

En todo caso, algo podemos añadir a propósito de este complejo papel de la prensa, especialmente en las sociedades urbanas, aprovechando las investigaciones que se hicieron en la ciudad de Nueva York, a partir del sábado 30 de Junio de 1945, cuando los distribuidores de ocho diarios importantes declararon una huelga que duró 15 días.

Wilbur Schramm, en su libro “Proceso y Efectos de la Comunicación”, cita algunos resultados de las investigaciones. Así, a pesar de que casi todos los encuestados reconocieron al periódico el papel de canal de “información” serial, sólo un tercio de los lectores le daban ese uso efectivo.

Se estableció que cada uno de los lectores usaba el periódico de acuerdo a su contexto cultural y particular mentalidad, oficio y

que llegan, para concluir revisando las experiencias y posibilidades que ofrecen para la enseñanza.

2.— NOCIONES BASICAS SOBRE EDUCACION

Al margen de los niveles conocidos de la educación, que estaría por demás definirlos, conviene precisar otros conceptos que después serán utilizados en este trabajo.

Alfabetización Tradicional: Es la enseñanza de las habilidades elementales para la lectura, escritura y cuentas.

Alfabetización Funcional: “Es un proceso global e integral de formación del adulto iletrado y semi-letrado, por el cual se hace posible una estrecha interrelación de la enseñanza de lectura, escritura, cálculo y otros conocimientos, con la capacitación para el trabajo, la producción y el desarrollo en general. Dicho proceso, fundamentado en las necesidades del adulto dentro de una situación real de la vida y el trabajo, se realiza integrado al desarrollo económico y social”.

Educación fundamental: Según la definiera la UNESCO, desde 1950, “es el mínimo de educación general que tiene por objeto ayudar a los niños y adultos, que no disfrutaban de las ventajas de una buena instrucción escolar, a comprender los problemas peculiares del medio en que viven, a formarse una idea exacta de sus derechos y deberes cívicos e individuales, y a participar más efectivamente en el progreso social y económico de la comunidad a que pertenecen”.

Educación formal o instrucción: Es la enseñanza sistemática. La profesora Silva Barreda, de Guatemala, identificó en el Tercer Seminario de Teleducación organizado por la Fundación Adenauer, en México, en 1968, las siguientes características para la educación formal de adultos: organizada, unificada, continuada, gradual, sistematizada, dirigida a grupos establecidos, controlada.

Educación informal: Es el proceso de aprehensión de conocimientos por el individuo debido a su personal experiencia en el mundo, a los diversos canales de información y, en general, mediante cualquier medio que le proporciona conocimientos sobre algo que ignoraba. A veces se le confunde con la educación permanente. La característica básica de esta educación es que es asistemática.

Aquí se incluyen secciones como crónica de espectáculos, tiras cómicas, o contenidos semejantes.

- **Mensajes de alienación:** son los que desvían la atención respecto de los problemas básicos del individuo o de la sociedad hacia otros campos que, aunque tienen en sí un valor enteramente secundario se tornan aparentemente vitales. Como mensajes representativos de estas categorías podríamos señalar a la crónica roja y a los deportes. Precisamente la expresión de “prensa amarilla” sirve para designar esta “desconcientización”, si se permite el barbarismo en el término, de los lectores que vuelcan su preocupación hacia lo superfluo dejando al margen lo principal.

Probablemente se pueden hacer muchas observaciones a esta presentación esquemática de los contenidos de prensa. Con seguridad en esto hay mucho de discutible. Nuestro propósito, por lo pronto, es dar una idea general de la acción de los contenidos de los diarios, antes que agotar exhaustivamente las posibilidades de clasificación del material de lectura.

c) Públicos de la prensa:

Antes de referirnos en forma específica a los públicos de los medios de comunicación, conviene ensayar una clasificación.

Si tomamos en consideración el propósito educativo de este trabajo, podríamos clasificar a los públicos según el nivel educacional. Llamariamos público I, al que ha recibido instrucción superior; II, educación media; III, educación elemental o primaria, y IV a los analfabetos o iletrados. Además, en buena medida esta clasificación tiene una apreciable conexión con la estratificación económica de nuestras sociedades, pues siendo un bien social la educación, los platos más suculentos se comen los que tienen más dinero.

Para que se produzca comunicación, o al menos la transmisión, se necesita que coincidan los marcos de referencia culturales y mentales del emisor y del receptor. De lo contrario se torna imposible la tarea de descifrar el mensaje emitido por quien lo recibe, pues no dispone de la clave del código. Más allá de la comunidad de

idioma existe un conjunto de elementos, como nivel de conocimientos, intereses y variedad de situaciones que determinan y orientan los públicos según los mensajes.

Con este antecedente si relacionamos el contenido de los mensajes, antes planteado, con los niveles educacionales que están aparejados a la participación en las decisiones sociales, podríamos establecer que aunque el periódico es una unidad total que teóricamente ofrece de manera igual su material de lectura a cualquier individuo, con cualquier nivel de preparación; en realidad, existe una profunda diversificación de la orientación de los públicos hacia los diversos contenidos.

Esta apreciación teórica está comprobada por estudios empíricos que han relacionado los niveles educacionales y sociales con la lectura de los materiales que divulga la prensa.

Los mensajes de reflexión y, en particular, los editoriales y columnas de los diarios, son consumidos en mayor medida por los públicos de educación superior y de mayores ingresos. O sea que el proceso crítico que desencadena la prensa funciona en base de dos presupuestos:

- La reflexión se cumple en el sector privilegiado de la sociedad, o sea del que se beneficia del “status quo”. La función crítica de la prensa, desde el punto de vista del lector, no se orienta al llamado cambio de estructuras sino al análisis de las fallas secundarias del sistema que atentan contra sus intereses. Esta tendencia general no quita que en las sociedades que tienen mayor desarrollo político y social, la perspectiva cambia parcialmente, pero puede sostenerse sin temor a equivocarse, que en los países de América Latina la gran prensa genera este fenómeno.
- El contenido de la prensa y especialmente su labor orientadora está condicionada al sistema económico general, sea por la vía de la comunidad de intereses entre los propietarios de los medios y los de otros medios de producción, o por los condicionamientos de la publicidad. De forma que, también como regla que por suerte admite excepciones, el emisor de las críticas está apoyando el “status quo” en la gran prensa.

Los mensajes de evasión, en cambio, son de utilización más general. Todos los individuos tienen la necesidad síquica de evadirse de sus preocupaciones ordinarias y la prensa les proporciona en varias secciones esa posibilidad. Según los niveles de educación, los grupos sociales pueden utilizar como material evasivo distintos contenidos del diario, desde las tiras cómicas que son de aprovechamiento universal, hasta las críticas de arte o espectáculos respecto de los cuales se encuentra discrimen en beneficio de los de mayor preparación.

Lo realmente importante es constatar que los mensajes que cumplen una función alienante son de preferencia de los públicos con instrucción media y elemental —el periódico margina a los analfabetos— motivándoles a una gran preocupación por problemas superfluos, como se explicó anteriormente. Esto significa que quienes mayor razón tendrían para ocuparse de criticar al sistema en que viven, están desviados de su foco principal de atención.

Por otro lado, en apoyo de lo dicho sobre los marcos de referencia al comienzo de este punto, la clave del código de los mensajes de reflexión corresponde a niveles y situaciones propias de quienes tienen niveles de instrucción superior, mientras que los deportes o la crónica roja— tomados como representativos de los contenidos alienantes —operan con simplicidad e incluso vulgaridad, adecuada a los grados de instrucción o a las situaciones de eventual violencia e inseguridad social en que viven los grandes conglomerados de América Latina.

d) Efectos de la Prensa:

En definitiva, se desprende de lo dicho anteriormente, que los efectos de la prensa, en función de los públicos, serían los siguientes:

- Informa y crea pensamiento crítico para los grupos sociales mejor educados.
- Entretiene y evade a todos los públicos.

— Desvía la atención de los problemas primarios de la vida social hacia los secundarios para los sectores con educación media o elemental.

Además, tiene múltiples efectos relacionados con su papel de instrumento de la vida diaria, en base a las apetencias y necesidades de los individuos.

e) Posibilidades de utilización de la prensa para la enseñanza:

La prensa cumple actualmente función de enseñanza, pero condicionada a los factores estructurales de las sociedades en la que operan. Es inobjetable que sus comentarios, críticas e informaciones permiten en cierta forma la educación permanente de los públicos que leen esos contenidos, obligándoles al análisis y reflexión sobre los temas de actualidad.

El problema se plantea en relación a la utilización de la prensa como medio de educación de los sectores de bajos niveles educativos y económicos, o sea precisamente de quienes están más necesitados de aprovechar los sistemas de difusión masiva, para desarrollar un conocimiento de sí mismos y del ambiente circundante, lo cual podría entenderse como elevación del nivel cultural.

Este último propósito supondría cambios importantes en los contenidos de la prensa que podrían resumirse en los siguientes puntos:

1.—Coincidencia del marco de referencia de emisor y receptor sobre los temas de reflexión y no sólo en los asuntos de alienación o evasión. La prensa necesitaría colocarse en la situación y necesidades de los grupos sociales menos favorecidos, que probablemente en cuanto identifiquen su condición personal con el punto de vista del diario se interesarían sobre el asunto e incorporarían a la "élite" de lectores "reflexivos". No proyectarían sus aspiraciones en los héroes deportivos, o su vida en la crónica roja, para evadirse finalmente en el sentimentalismo de los actores de cine.

2.— Al coincidir el marco de referencia debería también transformarse el lenguaje, lo cual supone una complicada formación

en el comunicador que mientras más asciende en los niveles de preparación y estudio, se aleja simultáneamente del lenguaje y mentalidad de las mayorías, aunque provenga de ellas. Por el camino del estudio debería procurarse una especie de vuelta a los orígenes para reconstruir el sistema de transmisión.

Estas dos condiciones bien pueden suponer una transformación de la estructura social o del sistema de propiedad de los medios o por lo menos cambios legales. En todo caso, la situación varía según cada sociedad, pero lo importante es no perder de vista que la prensa escrita tiene amplia posibilidad educativa para las masas letradas, siempre que supere las barreras de marcos de referencia y lenguaje, lo cual por lo demás es teóricamente posible. La prensa sería un poderoso instrumento de educación permanente por su función de informador y comentador cotidiano.

La utilización de la prensa para otros fines de enseñanza, distintos de la educación permanente, que su propia dinámica genera, parece inadecuada. Varios estudios han demostrado que las publicaciones con algún grado de especialización son las más efectivas para educación formal o difusión de innovaciones en grupos con características específicas. Tal es el caso del efectuado por Víctor Alba y Hernán Rincón en 1970, sobre "Los canales que usan los líderes para obtener información agropecuaria" que muestra la preferencia por un semanario especializado frente a las páginas agropecuarias de los grandes diarios.

También se señala que los "folletos y revistas son medios poco utilizados pero en cambio las cartillas tienen buena aceptación". Para la educación formal tiene ventaja el medio impreso especializado sobre la gran prensa.

Por supuesto queda abierto el campo para utilizar la prensa en la edición por capítulos de libros o clases de idiomas, como alguna vez se ha hecho. No tenemos conocimiento de los resultados de estos trabajos. En todo caso, parece que mucho de ello se desperdicia, según revela una simple apreciación del fenómeno.

La prensa en función de su papel propio es medio de educación permanente. Si ahora no alcanza el ámbito que podría lograr se debe a las distorsiones de contenido y lenguaje.

4.— LA RADIO COMO MEDIO DE ENSEÑANZA

a) Funciones clásicas de la Radio:

Las funciones clásicas de los medios de comunicación colectiva no difieren fundamentalmente unos de otros. Por ello al referirnos a la radio encontraremos que desempeña un papel semejante a la prensa, pero el orden de importancia de sus funciones no es el mismo, así como tampoco los efectos y posibilidades del contenido de los mensajes.

La radio es básicamente un medio de entretenimiento y ese aspecto opaca notoriamente a los demás. La información queda en un segundo plano, pero a considerable distancia, mientras que la orientación está rezagada del todo, a no ser que se dé a la radio lo que podría llamarse una utilización irregular, al empleársele para la difusión de análisis complicados de un problema, lo cual es contrario a su naturaleza, como veremos más adelante.

En el campo de las funciones de la radio hay que destacar su papel de promotora más que de orientadora en el sentido de que es capaz de movilizar hacia actitudes o campos de interés nuevos, más que dar explicaciones. Tal cosa se debe a las condiciones del mensaje auditivo, cuando reúne los elementos de brevedad y reiteración pero por ser en definitiva palabras que se llevan el viento, no tienen aptitud para discurrir sobre procesos o ideas complejas.

b) Contenido de los mensajes de la radio:

En América Latina la mayor parte de la programación radial está compuesta por la transmisión de música grabada. Sobre este material de difusión en algunos países en donde la estratificación social es muy cerrada, suelen presentarse hechos curiosos, como la preferencia y transmisión de determi-

nados tipos de música, en función de las distintas clases sociales. Así por ejemplo, en el Ecuador, la música nacional es favorita de la clase de bajos ingresos; la música tropical es apetecida por la clase media, mientras que la música norteamericana prefieren los sectores medios altos o altos. Naturalmente, éste no es un principio incommovible. Se trata de una tendencia generalizada, más resulta penoso constatar una especie de negación progresiva de la propia realidad cultural, mientras aumenta la capacidad económica e incluso el nivel de educación.

Dentro del campo del entretenimiento están las célebres radio - novelas que hoy han cedido el terreno a las telenovelas. Este tipo de dramatizaciones radiales son de espantosa simplicidad y juegan con los elementos alienantes más lamentables, en función de dos factores: el sentimentalismo y el anhelo de ascenso social. En el capítulo de la televisión nos tendremos a analizar los estereotipos que crean estas producciones. Vale la pena con todo señalar que las radio --novelas van quedando como entretenimiento de los más pobres, pues el proletariado urbano se ha acercado impetuosamente a las telenovelas.

El contenido de información de la radio se apoya de ordinario en la información de prensa, pero la importancia que se le concede varía notablemente de una a otra clase social. Los estudios sobre utilización y efectos de los medios de comunicación realizados por CIESPAL en varias ciudades de América Latina y especialmente en Quito, muestran que mientras más baja es la condición social del oyente concede más crédito a la radio que a la prensa escrita. Este fenómeno se podría explicar por la facilidad de comprensión mayor que ofrece la radio a públicos poco acostumbrados al uso del alfabeto y hasta por la pobreza de calidad de la transmisión que se identifica con públicos marginados parcialmente de los bienes de la cultura.

Los contenidos con fines de promoción alcanzan notables resultados cuando tienen propósitos de entretenimiento, entre los grupos menos favorecidos. En efecto, cuando este medio ofrece otras posibilidades de diversión alcanza notable éxito

en esos públicos. En cambio, algunas experiencias muestran que si estas radios populares son utilizadas para otros fines, por ejemplo para promover una candidatura impopular, no consiguen cambiar la actitud de los oyentes.

Un tipo de mensaje muy peculiar en la radio comercial es su empleo como recurso de comunicación interpersonal especialmente en el campo, a falta de teléfono o telégrafo.

c) Públicos de la radio:

Las funciones que cumple la radio en los países de América Latina, conducen a establecer que su uso aumenta mientras disminuye el nivel educativo y económico.

En homenaje a la brevedad prescindiremos de la comprobación numérica de estos acertos que por lo demás se encuentran en textos como "Investigación de la Comunicación Colectiva", publicado por la Pontificia Universidad Católica del Perú, o en los textos semejantes de CIESPAL, que también tratan de utilización y efectos de los medios.

Para el sector social más educado la radio es un medio de entretenimiento muy secundario que acompaña en momentos excepcionales; mientras que para los sectores de instrucción mediana llena los tiempos libres, a más de ser compañía. En cambio quienes apenas han alcanzado instrucción elemental o carecen de habilidad para manejar el alfabeto la radio entretiene, promueve, incluso orienta; se da también allí la comunicación radial como recurso de comunicación interpersonal, tal como quedó anotado en el capítulo correspondiente a contenidos.

La radio con fines específicamente educativos o las escuelas radiofónicas merecen análisis por separado, por constituir un empleo muy especial del medio. Por ello preferimos no mezclar su consideración en esta parte de la exposición.

d) Efectos de la radio:

Los principales efectos de la radio, que surgen del análisis paralelo de los contenidos y de los públicos serían los siguientes:

- Entretiene: a todos los sectores sociales especialmente con programación musical.
- Promueve: despertando el gusto por otras formas de entretenimiento en las clases sociales de menor condición educativa y cultural. Eventualmente puede también tener un efecto promocional en otros terrenos, pero siempre que el uso sea una especie de desprendimiento o continuación del propio marco cultural y de la función propia de este medio.
- Informa: el nivel del público oyente depende de la calidad de la información. Pero logra mayor credibilidad en los grupos sociales menos favorecidos, aunque se apoye en la información de la prensa.
- Es instrumento de comunicación interpersonal en algunas zonas campesinas.

e) Posibilidades de utilización de la radio para la enseñanza:

El examen de las posibilidades educativas de la radio lo efectuaremos desde tres puntos de vista: el mejoramiento de la programación y uso actual de la radio; el empleo para fines propiamente educativos con carácter promocional y las escuelas radiofónicas.

- Mejoramiento de la programación actual: La radio sufre en varios países una explosión de cantidad acompañada de falta de calidad. Desde la perspectiva educativa esta situación podría cambiar con adecuadas reglamentaciones que, aunque no alterarían los básicos problemas estructurales, por lo menos generarían elevación del nivel de conocimiento y de cultura de la audiencia, en base de políticas, por ejemplo, de educación musical, fortalecimiento de eficaces sistemas de información que concienticen a la audiencia sobre la realidad y promuevan hacia objetivos convenientes, sin afectar el carácter fundamental de recurso de entretenimiento, porque este género de distorsión del uso, a más de ser una mera posibilidad teórica, restaría eficacia a sus mensajes en caso de realizarse.
- Empleo para fines propiamente educativos: El profesor Luis

Ramiro Beltrán, advierte en relación al uso de la radio para la extensión agrícola, lo cual podría aplicarse a otros campos de enseñanza, que “la radiodifusión puede ser un instrumento de trabajo muy valioso para el extensionista, siempre que sepa emplearlo adecuadamente. Como medio de comunicación no visual, la radio no se presta bien para enseñar métodos. El mensaje audible es difícil de ser captado y menos de ser retenido. Por eso, casi siempre describir procedimientos es impráctico. El auditorio halla el mensaje abstracto; como la comunicación se emite sin ocasión de repasar lo no entendido, la percepción se hace más difícil. En cambio, si el propósito de la comunicación es puramente informativo o promotivo, la radio se constituye en un excelente vehículo. Puede repartir rápidamente, en una amplia latitud, un mensaje entre gran cantidad de personas”. Las ideas de Beltrán sobre las posibilidades del uso de la radio para la extensión marcan a nuestro juicio las ventajas y limitaciones que ofrece para otras formas de educación. Los programas educativos que explican hechos históricos o suponen largas disertaciones podrían conseguir audiencia, si acaso tienen alguna, entre los grupos que menos necesitan de sistemas de refuerzo para su educación.

- **Las Escuelas Radiofónicas:** Las escuelas radiofónicas suponen una ampliación de la escuela convencional. Desde que comenzaron a funcionar, en 1948, en Sutatenza, Colombia, han logrado muy notables éxitos y también ha enfrentado serias dificultades. En todo caso, representan una utilización muy particular de la radio, está al margen de las funciones tradicionales de este medio de comunicación. Entre las evaluaciones que se han efectuado sobre ellas, la realizada en las Escuelas de la Sierra de Tarahumara en México, efectuada por Silvia Schmelses, es uno de los trabajos más lúcidos, cuyos puntos principales dan una idea clara de las dificultades y porvenir de estas escuelas.

Problemas que obstaculizan la eficiencia de las escuelas:

- 1.— **Carencia de objetivos, metas y políticas explícitas.**
Consecuencias:

- a) Cubren una población culturalmente heterogénea, mientras el método supone receptores homogéneos.
 - b) Falta de motivación homogénea entre los maestros auxiliares.
 - c) Desadaptación del contenido de la educación en el medio en que trabajan las escuelas.
- 2.— Falta de participación de la población en la creación y funcionamiento de la Escuela, que ocasiona los siguientes problemas:
- a) Falta de percepción de la utilidad de la escuela.
 - b) Falta de asiduidad escolar aceptable sobre todo en los meses de trabajo agrícola.
 - c) Cierre de las escuelas.
- 3.— Falta de capacidad operativa y administrativa del sistema de Escuelas Radiofónicas: se han ampliado indiscriminadamente hasta superar su capacidad operativa. La movilidad social que promueven refuerza la estratificación existente y los padres de familia no utilizan la lectura escritura en su trabajo diario.

Reforma: Objetivo General: tender hacia la educación liberadora, integral, comunitaria, que logre fomentar y transmitir valores y capacitar para el trabajo; todo esto en actitud de diálogo.

5. — LA TELEVISION Y EL CINE COMO MEDIO DE ENSEÑANZA

Entre estos dos medios de comunicación existen sustanciales semejanzas que justifican ser estudiados conjuntamente. Además, los contenidos de programas de televisión educativa o de la televisión comercial son films con frecuencia y aunque se maticen en la exposición las diferencias entre los dos medios es conveniente tratarlos conjuntamente.

a) Funciones clásicas de la Televisión:

Bien se podría enmarcar la televisión en las funciones generales de los medios de comunicación. La TV es, en primer término, instrumento de entretenimiento, después medio de infor-

mación y de promoción. Sin embargo, si nos conformamos con esa descripción de la TV, nos quedaríamos muy cortos en el análisis, puesto que sus funciones son más complejas. Incluso se ha visto en ella un elemento revolucionario que transformará por entero la cultura mundial. Tal es el pensamiento de Marshall McLuhan, por ejemplo, que considerando que el medio es el mensaje, piensa que estamos en los últimos días de la era de Gutenberg, marcada por formas de pensamiento y conducta impuestas por la imprenta, y entramos en la nueva era de la aldea planetaria con la televisión.

Desde la aparición misma de este medio de comunicación fue mirado con suspicacia y recelo. Un crítico alemán de cine Rudolph Arnheim vió en la televisión un acontecimiento perturbador, creía que indudablemente enriquecerá la experiencia pero a costa del pensamiento. Hay una especie de "culto al estímulo sensible".

La televisión crea una comunidad entre el televidente y la imagen, una especie de solidaridad y aproximación, a tal punto que establece formas de conducta y comportamiento, fija valores. Su lenguaje es sensible, de imágenes, que no facilita el desenvolvimiento del pensamiento crítico, sino influye como una suerte de elemento irracional.

b) Contenido de la televisión:

Un estudio realizado por Jorge Merino del Departamento de Investigaciones de CIESPAL, sobre la programación de televisión en el Ecuador muestra los siguientes porcentajes del tiempo total de transmisión por tipos de programa:

- | | | |
|-----|---|-------|
| 1.— | Series (Prácticamente todas de origen norteamericano) | 24,0% |
| 2.— | Telenovelas | 12,7% |
| 3.— | Largometrajes de cine | 11,4% |

Es decir que el 48,1% del tiempo de transmisión de la televisión ecuatoriana se dedica a obras de ficción, narraciones dramatizadas, en las cuales dominan los elementos de sentimentalismo, sexo y violencia.

La otra mitad del tiempo de transmisión se estructura en la siguiente forma:

1.— Información y comentarios	12,2%
2.— Shows de entretenimiento	8,3%
3.— Femeninos y del hogar	7,6%
4.— Deportes	6,0%
5.— Educativos y culturales	5,0%
6.— Dibujos animados	4,0%
7.— Musicales	3,9%
8.— Documentales	3,0%
9.— Infantiles	1,6%
10.— Religiosos	0,2%
11.— Turísticos	0,1%

Tal como se desprende de los datos arriba anotados, si se suman noticieros, comentarios y deportes, la tercera parte del caudal informativo corresponde a presentaciones de carácter deportivo y los dos tercios restantes quedan para todo lo demás.

Después se sitúan nuevamente los programas de shows de entretenimiento. El saldo de la programación, incluida la de carácter educativo, tiene una importancia muy secundaria.

En definitiva, el público mediante la televisión está en contacto con un mundo imaginario que le fija valores, tiene una visión "deportiva" del acontecer y, finalmente, una buena parte del tiempo mira shows de entretenimiento. Estos son los contenidos principales de la TV ecuatoriana, que por lo demás refleja una tendencia común en América Latina, admitiendo naturalmente diferencias notables en porcentajes. Martin J. Maloney, observa a propósito de los contenidos de la televisión lo siguiente: "Casi sin ninguna consideración por el medio mismo, empleamos actualmente la TV como un instrumento para transmitir todo tipo de mensajes que parecen provechosos comercialmente o desde otro punto de vista: películas viejas, vetustas clases escolares, audiciones de preguntas y respuestas, información sobre el lanzamiento de un cohete desde el lugar de los hechos, desastres que se suceden frente a las cámaras, operaciones de tumores cerebrales con lujo de detalles..." etc. Pero después de ello dice lo siguiente: "si la televisión resul-

ta tan útil cuando se le somete a un trato tan revuelto y turbulento, ¿hasta dónde podría servirnos si supiéramos lo que hacemos?".

c) Públicos:

El grueso de la transmisión de la televisión, vale decir las narraciones de ficción, provocan una notable unificación de los públicos, borrando diferencias de clases sociales en las audiencias e incluso de niveles educativos.

Un estudio realizado sobre el efecto de las telenovelas en las amas de casa, efectuado por Martha Colomina de Rivera, señala, entre otras cosas, que los factores de cambio social para esas señoras, son un matrimonio socialmente ventajoso con una persona de clase social más elevada, o la acción de algún héroe. Estos valores son precisamente fijados por ese tipo de producciones.

Los programas especializados van también a públicos especializados, sean políticos, comentarios, etc., pero la televisión es un poderoso instrumento que arrasa con fronteras mentales y no es raro que una empleada doméstica, que no leería jamás un editorial de un diario, quede extasiada mirando la presentación del informe de un Ministro de Finanzas. Esta capacidad de penetración, por encima de las características mejores del mensaje audiovisual y hasta de los marcos de referencia de emisores y receptores, eleva a la televisión a la categoría de principal instrumento de comunicación social, que fija marcos de comportamiento y valores por medio de recursos sensibles, poco reflexivos. De ahí la importancia de utilizarla adecuadamente y el cuidadoso manejo que impone su propia naturaleza.

d) Posibilidades de utilización de la televisión para la enseñanza:

La eficacia del uso de la televisión para la enseñanza está fuera de duda. Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Yugoslavia, Polonia, la Unión Soviética, China Popular, Japón, América Latina y Africa, tienen programas de televisión educativa.

Francia e Inglaterra comenzaron en 1950; las naciones socia-

listas de Europa en 1960, Rusia en 1962, lo mismo que China Comunista. Estados Unidos y Japón son los dos países que han acumulado mayor experiencia. La función de enseñanza de la televisión se divide en la llamada Televisión Educativa, que se caracteriza por lo que en Estados Unidos se llama “difusión de servicio público”, o sea la transmisión de mensajes que no constituyen una forma de educación formal; y la Televisión instructiva que tiene las características de la educación sistemática y formal.

Al estudiar la televisión como educadora, Martin J. Maloney, señala que se ha encontrado cierto malestar entre los alumnos por la falta de la comunicación de retorno, de la interacción con el maestro, pero que en todo caso los alumnos aprenden en la televisión. Propone utilizar la redundancia para reemplazar el “feedback”. Por otro lado, llama la atención sobre la despersonalización y deshumanización de esa enseñanza, por lo cual se propone la presentación del maestro como una “personalidad” para superar el anonimato de la comunicación.

Las observaciones del profeta de Madison Avenue, Marshall McLuhan, a propósito de las posibilidades educativas de la TV son también interesantes. El piensa que la imagen de la TV es “escultural”, “icónica” y que se presenta como un “mosaico”. Por ello sostiene que proporciona poca información visual en comparación con la película o la fotografía inmóvil. Es considerablemente más abstracta. Esas características —dice— obligan a una respuesta “tibia” a la vez intelectual y participativa. De ahí infiere Maloney que un tema enciclopedista no es apto para la TV, sería preferible utilizar un libro o una película, la actitud de la TV tendería a ser creadora o al menos inductiva.

Finalmente, Maloney recomienda aprovechar el efecto de simultaneidad de la TV para crear la excitante sensación de que algo sucede en ese momento y que no todo sea previamente grabado, como en el cine. El impacto de la TV aumenta con el efecto de simultaneidad.

El peligro que se afronta con la televisión educativa e instructiva, lo mismo que con los otros medios de comunicación al servicio de la enseñanza es que son utilizados por quienes menos necesitan, o

en lugar de ser instrumentos de cambio social, refuerzan el sistema.

Wilbur Schramm, al analizar los públicos de Televisión Educativa en Estados Unidos, dice: "la televisión educativa es más popular y se usa más a menudo en grupos de situación más elevada". Gordon completa la idea afirmando que "en cuestiones de instrucción, clase social, participación comunal y exposición a otros medios de comunicación distintos de la televisión, el auditorio de difusiones educativas tiende a ser una clase privilegiada".

Datos semejantes se han encontrado al analizar los efectos de las escuelas radiofónicas en comunidades indígenas.

CONCLUSION:

Este trabajo se ha propuesto básicamente, relacionar las funciones y posibilidades naturales del medio con su utilización para la educación. Pero este enfoque no debe considerarse limitante o excluyente. La imaginación y la inteligencia de los productores pueden rebasar por entero estos márgenes:

Por ello me gustaría terminar citando un párrafo de Martin J. Mione, quien dice:

"Podemos decir lo que queremos en el lenguaje que elegimos si somos suficientemente ingeniosos y deseamos invertir el tiempo y el esfuerzo necesarios. Con el ingenio y el trabajo necesarios, un astrofísico podría aprender a transmitir sus conocimientos especiales con las señales de los indios norteamericanos o en la lengua de los aborígenes australianos. Tampoco debemos formular juicios precipitados sobre alternativas aparentemente extrañas entre medios de lenguaje. ¿Acaso no se afirma que Einstein respondió a un pedido de "explicación simple de la relatividad", diciendo: "no puedo explicárselo, pero puedo tocarlo en mi violín"?

CONTRIBUCIONES DE LA SOCIOLOGIA RURAL PARA LA EXTENSION Y LAS COMUNICACIONES RURALES, RELACIONES ENTRE CONTENIDOS Y METODOS

Por: JALME GUTIERREZ SANCHEZ,
Catedrático Auxiliar en la Universidad de Puerto Rico

La extensión rural puede considerarse según dos imágenes típicas en América Latina: la primera, hace relación a la extensión agrícola como se da actualmente y que se caracteriza por tener modelos organizacionales y metodológicos tomados de los países industrializados. El contenido es básicamente de promoción de cambios tecnológicos y parte del supuesto de que invertir en la gente del campo a través de extensión es una meta racional; la segunda, denominada extensión ideal, donde se da importancia a la temática fundamental y a los procesos sociales en curso en los países latinoamericanos. Los servicios de extensión según

este segundo enfoque, deben operar dentro del contexto de una estrategia nacional e integral del desarrollo con modelos que involucren tanto la modernización tecnológica como el adecuado cambio de estructuras.

En cuanto a las comunicaciones hay también dos enfoques: el primero es el académico, el cual considera las comunicaciones no sólo desde el punto de vista de simple interacción, sino que está alerta a los efectos que conlleva el creciente fenómeno mundial de la exposición a los medios de información colectiva. Es así como recurre al análisis científico o histórico de los medios y ubica los resultados en una perspectiva intelectual y crítica con marcado énfasis en el cuidado de los valores sociales que son de su estima, tales como el desarrollo y el cambio de estructuras. El segundo es el técnico, que es básicamente empírico y concibe las comunicaciones como la acumulación de destrezas para la manipulación y uso rutinario de los medios. Las personas dentro de esta concepción de las comunicaciones tienen un acceso directo a los medios de información, sus valores son mercantilistas y desestiman el punto de vista crítico, abstracto y educativo del enfoque académico.

Los enfoques citados de extensión y de comunicaciones surgen, en parte, como producto de la formación académica sofisticada de una élite intelectual a veces preparada en el exterior y el nivel profesional promedio que se produce en los países latinoamericanos. La élite tiene academicismo, pero carece de poder real. Los profesionales con una educación moderna avanzada están un tanto al margen del proceso de desarrollo, ya que con frecuencia no se les toma en cuenta en la planificación a alto nivel de las estrategias a ser desarrolladas. Generalmente al especialista se le asigna la parte mecánica o técnica de la información encargada de hacer llegar los mensajes a los distintos públicos que interesan al programa. Otras veces sucede que se les relega a la misión de "dictadores de clase" en una universidad sin vínculos con los programas de acción. Es decir, se dedican a orientar a sus estudiantes con base en libros divorciados de la investigación y de la participación en programas de cambio.

La integración de los sistemas de comunicación colectiva y de extensión en los programas de desarrollo rural es cohartada por varios factores: uno de ellos es el control privado de los medios de comunicación y el carácter gubernamental de la extensión rural; en segundo lugar está el contenido urbano de los medios y el énfasis rural del contenido extensión y, en tercer lugar, se tiene que los antecedentes académicos de los ejecutores de la extensión y de las comunicaciones son muy diversos, los unos son técnicos agropecuarios y los otros son generalmente periodistas empíricos.

El papel que juega la sociología rural en los procesos siguientes, puede sintetizarse en puntos: 1) la sociología rural parece haber superado la etapa difusionista en la que se daba marcado énfasis al análisis de la diseminación de conocimientos tecnológicos como elemento acelerador del desarrollo rural; 2) parece que la sociología rural no cumple una función efectiva para el desarrollo si se mantiene aparte de la sociología general y aparte también de otras disciplinas; 3) el aporte central de esta rama sociológica puede darse en la observación y análisis de los procesos y estructuras sociales. Mediante el análisis de estas experiencias la sociología rural puede proyectar generalizaciones más amplias y acordes con el medio cultural y a la vez, hacer aportes teóricos a la sociología latinoamericana; y 4) los sociólogos rurales, además de los aportes analíticos y conceptuales deben ubicarse en las organizaciones de planificación y centros de poder para acelerar así el desarrollo dentro de los lineamientos que sugiere la disciplina sociológica en los modelos de desarrollo adoptados.

INTRODUCCION

Este documento presenta rasgos sobresalientes de los enfoques de extensión y comunicaciones en el medio de América Latina y describe las estructuras de estos sistemas. También discute la integración extensión—comunicaciones y ofrece algunos puntos de vista sobre el tema. Por último plantea el rol del sociólogo rural frente a los problemas y procesos rurales.

ENFOQUES DE EXTENSION Y COMUNICACIONES *

La extensión rural puede considerarse bajo dos imágenes típicas en América Latina. La primera hace relación a la extensión agrícola como se da actualmente, es decir, a la extensión agrícola real. Esta se caracteriza por tener modelos organizacionales y metodológicos tomados de los países industrializados. El contenido es básicamente de promoción de cambios tecnológicos y parte del supuesto de que invertir en la gente del campo a través de extensión es una meta racional. Los miembros del servicio de extensión son técnicos ingenieros agrónomos, médicos veterinarios y zootecnistas, más personal de nivel intermedio. La familiaridad de este personal con las ciencias es muy limitada. En la universidad ellos han sido socializados por cuatro o cinco años como abogadores de tecnología y con este antecedente académico salen al campo a ayudar a los campesinos a resolver sus problemas.

Los expertos han sugerido otra extensión, extensión ideal. Esta da importancia a la temática fundamental y a los procesos sociales en curso en los países latinoamericanos. Los servicios de extensión según este enfoque deben operar dentro del contexto de una estrategia nacional e integral del desarrollo con modelos que involucren tanto la modernización tecnológica como el adecuado cambio de estruc-

* Los términos extensión y comunicaciones, o comunicación, se usan en sentido amplio y conllevan una orientación rural.

turas. Los expertos sugieren cursos en ciencias sociales y específicamente en sociología rural para los profesionales ligados a las diversas ramas agrarias. Tales cursos deben enfatizar las bases teóricas de las ciencias sociales, en lugar de limitarse a suministrar recetas con soluciones standard a quienes participen en programas de acción en zonas rurales (13).

En cuanto a las comunicaciones hay también dos enfoques. El primero es el académico, el cual considera las comunicaciones no sólo desde el punto de vista de simple interacción, sino que está alerta a los efectos que conlleva el creciente fenómeno mundial de la exposición a los medios masivos. Es así como recurre al análisis científico o histórico de los medios y ubica los resultados en una perspectiva intelectual y crítica con marcado énfasis en el cuidado de los valores sociales que son de su estima, tales como el desarrollo y el cambio de estructuras. También se preocupa el enfoque académico por la combinación de medios masivos y medios interpersonales. De las sociedades aisladas le interesa la forma y el funcionamiento de los canales naturales de comunicación. En resumen, el enfoque académico se interesa por las condiciones que originan las distintas clases de comunicación, por las funciones que estas comunicaciones cumplen para el individuo y para la sociedad y por el marco cultural en el cual se desenvuelven estos procesos.

El segundo enfoque es el técnico. Este es básicamente empírico y concibe las comunicaciones como la acumulación de destrezas para la manipulación y uso rutinario de los medios. Las personas dentro de esta concepción de las comunicaciones tienen un acceso directo a los medios, sus valores son mercantilistas y desestiman el punto de vista crítico, abstracto y educativo del enfoque académico. Dentro de este marco se sirven los intereses de las personas con poder y el éxito se mide por el favoritismo que el público le dispensa a un medio específico en la competencia del mercado global de medios.

Los enfoques citados de extensión y de comunicaciones surgen, en parte, como producto de la formación académica sofisticada de una élite intelectual a veces preparada en el exterior y el nivel profesional promedio que se produce en los países latinoamericanos. La élite tiene academicismo, pero carece de poder real. Los profesionales con una educación moderna avanzada están un tanto al margen del proceso de desarrollo ya que con frecuencia no se les toma en cuenta en

la planificación a alto nivel de las estrategias a ser desarrolladas. Generalmente al especialista se le asigna la parte mecánica o técnica de la información encargada de hacer llegar los mensajes a los distintos públicos que interesan al programa. Otras veces sucede que se les relega a la misión de "dictadores de clase" en una universidad sin vínculos con los programas de acción. Es decir, se dedican a orientar a sus estudiantes con base en libros divorciados de la investigación y de la participación en programas de cambio (7, 13).

ESTRUCTURAS DE EXTENSION Y COMUNICACIONES

La extensión como organización es patrocinada por el gobierno y suele ubicársele bajo el ministerio de agricultura. Lo anterior hace que su contenido esté dentro del marco ideológico en que cada gobierno define el desarrollo rural, lo cual en última instancia no es más que el reflejo de una política de apoyo al sistema establecido. Dada la inestabilidad política no se espera en este caso continuidad en los programas ni tampoco que éstos conlleven ideas de cambio estructural ya que todo se reduce a aceptar el desarrollo en los términos que el gobierno lo define, es decir, como cambio tecnológico. *

Es de notar la orientación rural o agropecuaria que tiene extensión, en lo cual responde a la falacia de considerar como separadas la sociedad urbana y la sociedad rural. El sector rural es caracterizado por una posición de subordinación que no le permite determinar sus propias alternativas económicas y le confiere la función de simple proveedor de mano de obra y materia prima baratas para el sector urbano. Se requiere considerar ambos sectores en mutua interrelación y que las metas del cambio rural armonicen con metas de cambio estructural integral que comprende también el sector urbano. El extensionista debe estar capacitado para interpretar los problemas estructurales que determinan la dominación interna en su país y debe darse cuenta, a la vez, si su labor responde a planes integrados de desarrollo.

* En cuanto a tecnología y desarrollo rural véase: L. R. BELTRAN, "La revolución verde y el desarrollo rural latinoamericano", en: *Desarrollo Rural de las Américas* 3 (1): 5-26, 1971; C. SAMANIEGO, "Aspectos sociológicos para un nuevo enfoque de extensión rural", en: *Desarrollo Rural en las Américas* 3 (3): 43-54, 1971.

En relación con los medios masivos de comunicación: radio, prensa, revistas, televisión, etc., son en su mayoría de propiedad privada, están concentrados en centros urbanos y el contenido es producido para público urbano por personal citadino con valores ciudadanos. Resaltan fácilmente algunos factores que limitan el impacto de estos medios en áreas rurales: analfabetismo, bajo ingreso, falta de correo rural, falta de electricidad, etc., L. R. Beltrán (3) escribe que “así como la tierra, el ingreso y la participación política están concentrados en una minoría urbana dominante, así lo está el acceso a los medios de comunicación...”. A lo anterior se agrega el actual ordenamiento político territorial de los países de América Latina el cual es, según Antonio García (8), “una herencia del pasado colonial y no responde, en consecuencia, a las necesidades de su industrialización y desarrollo. Es un ordenamiento para la fácil administración colonial, no para que en él se construya una sociedad nueva”.

Aunque los anteriores son los factores que deben combatirse con la combinación medios masivos—extensión, el contenido educativo es restringido dada la concepción que se tiene de los medios como de uso comercial, es decir, para vender productos, entretener y conservar valores tradicionales de dominación-sumisión. El Director del Departamento Técnico del Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina, CIESPAL, se expresa en relación con la Prensa y luego generaliza para todos los medios, diciendo que “son parte de la estructura cultural y política que hay que modificar. Es por tanto iluso esperar que esos medios de comunicación colectiva, a veces gigantescos monopolios de información, se conviertan en agentes propulsores del cambio y de la reforma de estructuras. La información se manipula, se maneja en función de intereses de grupos de presión y no en función de necesidades sociales” (12).

INTEGRACION ENTRE EXTENSION Y COMUNICACIONES

La integración de los sistemas de comunicación masiva y de extensión en los programas de desarrollo rural es cohartada por varios factores. Uno de ellos es el control privado de los medios de comunicación y el carácter gubernamental de la extensión rural. Esta disparidad exige que los programas educacionales de extensión satisfagan las demandas de los propietarios de medios. En segundo lugar está el contenido urbano de los medios y el énfasis rural del contenido de

extensión. Existen experiencias como las de Acción Cultural Popular, ACPO, en Colombia y más recientemente la Reforma de la Educación Peruana, en donde se procuran objetivos comunes educativos, culturales, sociales y de conscientización. Los sociólogos debemos estar alerta a las enseñanzas de estas experiencias. En tercer lugar se tiene que los antecedentes académicos de los ejecutores de la extensión y de las comunicaciones son muy diversos. Los unos son técnicos agropecuarios y los otros son generalmente periodistas empíricos. Se requiere el acercamiento de este tipo de personas mediante disciplinas comunes. La sociología puede aquí jugar un papel importante.

Para obtener una imagen impresionista o funcional de los vínculos entre extensión y comunicaciones se puede recurrir a una de las tipologías de Lerner (10). El establece dos sistemas, uno de medios masivos y otro oral o interpersonal. Cada sistema tiene cuatro elementos componentes.

Sistema de Medios Masivos		Sistema oral o interpersonal
Canal	Medios Masivos	Cara a cara
Audiencia	Masiva (heterogénea)	Primaria (homogénea)
Fuente	Profesional (destreza)	Jerarquizada (status)
Contenido	(Descriptivo)	(Prescriptivo)

Según Lerner en este modelo la dirección del cambio se refleja del sistema masivo al interpersonal y dicho cambio o movimiento está siempre asociado con otros cambios en el sistema social. El mismo Lerner no está muy seguro en cuanto a la categorización del contenido. La duda es bien puesta en razón ya que los medios masivos conllevan no sólo el factor uso sino también el factor tenencia y este último puede ser decisivo en determinar el primero.

RECOMENDACIONES

Existen recomendaciones de expertos o grupos de expertos quienes han considerado la situación de extensión y comunicaciones que aquí se describe. Las siguientes son algunas de las recomendaciones sugeridas.

La conferencia sobre extensión agrícola y juventud rural para América Latina y el Caribe, que se realizó en Chiclayo, Perú, en 1970 recomienda a los gobiernos que "los medios de comunicación masiva estén al servicio del desarrollo rural, para lo cual es necesario supervisar y orientar los programas dirigidos a los campesinos y hacer que grupos organizados de campesinos cuenten con sus propios medios de comunicación masiva" (1). El Seminario Regional Andino sobre Educación Campesina Extraescolar, realizado en Bogotá en 1971, considera que toda política educativa debe partir de una concepción integral del hombre, del desarrollo y del papel de la educación en la transformación del ser humano y de la sociedad (2).

Samaniego (14) discute los enfoques de cambio que enmarcan la extensión y concluye que para que un servicio de extensión participe en el proceso de cambio estructural, debe cambiar radicalmente de una institución semidependiente, neutra y técnica a una organización plenamente integrada y comprometida ideológicamente con el proceso de desarrollo elegido. Otro autor agrega con relación a los medios de información que éstos deben planificarse en forma global y armónica con los demás sectores tales como educación, desarrollo rural, industrialización, etc. (5).

Díaz Bordenave (6) toma la posición del extensionista y la ubica en el marco estructural y en el flujo social de ideas agrícolas para concluir que es necesario buscar nuevos rumbos a la extensión basados en la conscientización de los pequeños agricultores. Por último, al establecer tipologías de extensionistas se les encuentra que emplean una retórica revolucionaria a pesar de que muestran un comportamiento conservador (9).

PAPEL DE LA SOCIOLOGIA RURAL

Una vez presentadas las imágenes de extensión y comunicaciones, su estructura, y las recomendaciones de los expertos, debe entonces sugerirse qué papel juega la sociología rural en los procesos descritos.

Primero, debe notarse que ya la sociología rural parece haber superado la etapa difusionista en la que se daba marcado énfasis al análisis de la diseminación de conocimientos tecnológicos como elemento acelerador del desarrollo rural. Segundo, parece surgir claro

que la sociología rural no cumple una función efectiva para el desarrollo si se mantiene aparte de la sociología general y aparte también de otras disciplinas. En el caso de extensión y comunicaciones la sociología puede aportar el análisis de estos sistemas para el personal vinculado a estos "servicios", para sus líderes y para la sociología misma. Tercero, el aporte central de la sociología rural puede darse en la observación y análisis de los procesos y estructuras rurales. Esta observación y análisis debe partir de las experiencias que se llevan a cabo en las áreas rurales latinoamericanas tales como las misiones culturales de México, los núcleos escolares campesinos en Bolivia, las escuelas radiofónicas, las organizaciones campesinas, las reformas educativas, etc. Mediante el análisis de estas experiencias la sociología rural puede proyectar generalizaciones más amplias y acordes con el medio cultural y a la vez, hacer aportes teóricos a la sociología latinoamericana. Cuarto, los sociólogos rurales, además de los aportes analíticos y conceptuales deben ubicarse en las organizaciones de planificación y centros de poder para acelerar así el desarrollo dentro de los lineamientos que sugiere la disciplina sociológica en los modelos de desarrollo adoptados. En resumen, la sociología rural debe mantener su interés en la investigación, contribuir a enriquecer el conocimiento sociológico y a la vez enfocar el desarrollo como campo de aplicación de la disciplina y de realización de los sociólogos.

B I B L I O G R A F I A

- 1.- — 1971: "Nuevo Enfoque de Extensión Rural", Desarrollo Rural en las Américas, 3 (1): 73-79.
- 2.- — 1971. "Nuevas Políticas de Educación Campesina Extraescolar para América Latina", Desarrollo Rural en las Américas, 3 (3): 19-29.
- 3.- BELTRAN S. L. R. 1970. Apuntes para un Diagnóstico de la Comunicación Social en América Latina: La Persuasión en Favor del Status Quo. La Catalina, Heredia, Costa Rica, CEDAL.
- 4.- — 1971. "La Revolución Verde", Desarrollo Rural en las Américas, 3 (1): 5-26.
- 5.- CASSIRER, H. R. 1971. "Información y Desarrollo Rural", Desarrollo Rural en las Américas, 3 (1): 59-65.

- 6.- DIAZ B. J. 1969. "Un Nuevo Rumbo para la Extensión en América Latina", *Desarrollo Rural en las Américas* 1 (2): 131-140.
- 7.- FONSECA, L. 1970. "Investigación y Enseñanzas de la Comunicación Agropecuaria", Primera Reunión Nal. de Comunicadores del Sector Agropecuario, Medellín, Colombia: 3.1.1-3.1.7.
- 8.- GARCIA, A. 1966. *El Problema Agrario en América Latina y los Medios de Información Colectiva*, Quito, Ecuador, CIESPAL, 195 p.
- 9.- GUTIERREZ S. J. 1971. *Análisis del Servicio de Extensión Rural del ICA*. Bogotá, Instituto Colombiano, Agropecuario, ICA, 13 p. (mimeografiado).
- 10.- LERNER, D. 1957. "Communication Systems and Social Systems. A Statistical Exploration in History and Policy", *Behavioral Science*, 2: 266-275.
- 11.- Ministerio de Educación del Perú. 1972. *Reforma de la Educación Peruana*. Lima. 184 p.
- 12.- ORDOÑEZ, M. A. 1970. "Papel de los Medios de Comunicación en los Procesos de Desarrollo Económico y Social", en: CEDAL (ED.). *Los Medios de Comunicación Colectiva y el Desarrollo de América Latina*. La Catalina, Heredia, Costa Rica, Vol. I.
- 13.- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO. 1970. *Informe del Cuadro de Expertos en Sociología Rural para América Latina*. Roma, FAO, 33 p.
- 14.- SAMANIEGO L. C. 1971. "Aspectos Sociológicos para un nuevo Enfoque de la Extensión Rural", *Desarrollo Rural en las Américas* 3 (3): 43-54.
- 15.- Unión Panamericana. 1968. *El Periodismo Científico en Iberoamérica*. Washington, D.C. Secretaría General O.E.A. 85 p.

LA COMUNICACION EN INSTITUCIONES PARA EL DESARROLLO

Por: MIGUELANGEL FERRARA *

Hay dos tipos de apreciación sobre lo que es una Institución: una formal que trata de la organización y estructura y otra, de la función social de la Institución.

Los dos grupos de comunicación normal en cualquier sociedad son: el grupo de personas que tiene la responsabilidad de conducir la institución, que imparte instrucciones; el otro, es el que recibe y responde a la comunicación de los de "arriba" y a la orientación del líder. Esta respuesta, por lo general, va de abajo para arriba.

Estas dos formas de comunicación dentro del marco institucional, tienen relación con otra que se conoce como la comunicación horizontal, la cual es parte de una institución

* El autor es abogado y periodista. Tiene estudios especializados en sociología rural y comunicaciones. Desempeña en la actualidad el cargo de Experto en Comunicaciones del Proyecto ECU-71/522 (PNUD-FAO) en el Ecuador. El contenido del presente artículo refleja el criterio personal del autor sobre el tema y no compromete a la Institución con la cual está vinculado.

integrada. Cuando se actúa en una situación de este tipo de comunicación, el grupo tiene posibilidad de participar activamente; se puede organizar en sectores menores para tomar decisiones a otro nivel; puede haber una relación más intensa, cara a cara; puede generarse un trabajo en equipo. El sistema de comunicación horizontal permite al grupo proyectar sus decisiones para arriba, con más fuerza y plantear situaciones nuevas.

Son mencionados como útiles, los siguientes criterios para evaluar la comunicación institucional: 1) el grupo ¿trabaja verdaderamente para asegurarse una buena comunicación interna?; 2) ¿hay medios definidos de comunicación que incluyen a los miembros del grupo en el establecimiento de objetivos, en la determinación de medios y en las actividades a los cuales ellos están vinculados?; 3) ¿hay medios de comunicación definidos para compartir los conocimientos, los planes y las decisiones administrativas?; 4) ¿existe realmente una comunicación en ambos sentidos?; y 5) ¿un grupo depende principalmente de la comunicación informal o hay algún sistema formalizado de comunicación institucional que puede emplearse para reformar esta comunicación?

Debe anotarse, finalmente, que la eficacia de una Institución responsable de aspectos del desarrollo tiene mucho que ver con la eficiencia de sus comunicaciones.

El presente trabajo comprende un criterio que en cierta medida pertenece al autor por haber recopilado información y haber colaborado durante un tiempo con instituciones agrícolas, básicamente con instituciones para el desarrollo. Se plantean algunas alternativas en relación a lo que se entiende por institución y el mecanismo institucional de comunicaciones, así como a los factores que afectan estas comunicaciones, interna y externamente.

DOS PUNTOS DE VISTA SOBRE EL CONCEPTO DE INSTITUCION

Existen dos tipos de apreciaciones sobre lo que es una Institución. Hay una apreciación formal de la Institución, de la organización, de la estructura institucional y hay otra apreciación de la función social de la Institución.. Se asigna a la Institución un papel determinado en un momento histórico, para atender ciertas necesidades sociales. Se plantean prioridades dentro de una cultura y con criterios generalmente de tipo ideológico sobre la función institucional.

Una sociedad, en un momento de su historia, asigna como prioritario para ella, para su organización, una serie de actividades o papeles que deben cumplir organizadamente. Por ejemplo, una entidad dedicada a la reforma agraria es una organización que responde a un criterio de necesidad sentida o definida en un país, fundamentalmente a nivel político. Existe porque su papel se reconoce como necesario, lo mismo que la función de investigación o de educación, que la función del cuidado de la salud, todos ellos a través de Instituciones formalizadas con una estructura funcional, con una organización.

COMPORTAMIENTO INSTITUCIONAL

Partiendo de ese concepto amplio de la definición de necesidades o de criterios sobre prioridades para el desarrollo de un país o región, y de la organización de los grupos que actúan para resolver un problema determinado, vemos que esos grupos ya formalizados como Instituciones, frente a los demás, tienen un comportamiento. Es a través de su estructura y a través de todos los que la integran, que asumen un liderazgo. Tienen la responsabilidad de resolver problemas, de to-

mar iniciativas, de definirse positivamente, de actuar en todos los campos de su competencia. Tienen un comportamiento Institucional que está dado, ajustándose a ciertas reglas, por el juego institucional; está dado por el comportamiento general y aceptado por todo el grupo, está dado por quienes integran el grupo, y como comportamiento, también por la función que a este grupo, en su medio, se le asigne. La función que le es atribuida por la Sociedad, por los demás, por los que miran al grupo.

El comportamiento se legitima o no se legitima en la medida que la institución atienda las necesidades para las que fue creada; se legitima o no se legitima en la medida que la institución cumple con el papel que se le asignó y en la medida que esa función trasciende y es aceptada como función institucionalizada a través de la actividad de sus miembros.

También el comportamiento tiene que ver con los objetivos de la institución, y con las normas y papeles internos, definidos por el grupo institucional o asignados por la Sociedad. Aquí viene el problema del papel que desempeña la Institución y su relación con la comunicación.

EL PAPEL INSTITUCIONAL SE COMUNICA

Estos papeles legitimados por la Sociedad y definidos internamente por el grupo, se comunican. El grupo institucionalizado comunica hacia afuera lo que hace, define una acción hacia afuera y también internamente, para poder cumplir o alcanzar sus objetivos; el objetivo social que organiza su actividad.

Hay un sistema de relaciones o comunicaciones para afuera, donde la gente aprecia el papel de la Institución, su organización, su eficiencia que puede dar la medida del liderazgo que ejerce.

LA IMAGEN INSTITUCIONAL

Existe también una imagen interna de la Institución. La que tienen sus miembros. Esta imagen está dada por el convencimiento, por la capacidad de aceptar el reto que se le asigne.

La imagen institucional, en ciertos casos —interna o externa—

mente— está distorsionada, y a veces los papeles que cumplen sus miembros o la responsabilidad que asumen y que tiene relación con la organización del trabajo dentro de la Institución, se aprecia o no se aprecia. Esta imagen se fortalece en la medida que todos los miembros del grupo asumen el papel que el grupo institucional les ha asignado.

En este momento es cuando, internamente, se pueden congeniar los intereses de los miembros individuales con los intereses de la Institución como un todo. Es decir, con el papel que la Institución debe cumplir.

¿Cómo se transmite esta imagen? Hay una comunicación aplicada a la organización Institucional, con sus mensajes: tiene relación con grupos regulares que ofician a la vez de fuentes y receptores de la comunicación y que trascienden fuera de la organización. Los dos grupos de comunicación normales en cualquier sociedad son: el grupo de personas que tiene la responsabilidad de conducir a la Institución, que imparte instrucciones, interpretando el papel que cumple la Institución. Podríamos llamar a éste el grupo de “arriba”.

Otro grupo, tan importante como el anterior, recibe y responde a la comunicación de los de “arriba” y a la orientación que da el líder. Esta respuesta, por lo general, va de abajo para arriba. En la medida que estos grupos están ajustados y existen, medida de control de la fluidez de la comunicación, se puede decir que existe realmente una estructura o sistema institucional operativo. Esta estructura, fundamentada en la comunicación, genera participación, genera conocimiento de las normas, genera respuestas. Una interpretación inadecuada resulta en la mayoría de los casos, en acciones aisladas; provienen de informaciones adquiridas de otra parte, de lo que se cree es la función institucional; se hace aquello que se considera es fundamental o más importante.

EL FLUJO DE LA COMUNICACION INSTITUCIONAL

Estas dos formas de comunicación dentro del marco Institucional, tienen relación con otra que se conoce como la comunicación horizontal. La comunicación horizontal es parte de una institución integrada. En una organización social la participación de los de “arriba” está relacionada con la participación de los que cooperan.

La comunicación horizontal juega un papel preponderante y esencial para mantener la imagen y la función social de la Institución.

Un ejecutivo baja de su nivel, se reúne con la gente de campo, analiza los problemas y tiene una información directa a nivel de trabajo. A través de la estructura institucional se relaciona y tiene que ver con la comunicación que genera el grupo humano.

¿Qué sistema tiene relación con el flujo de la comunicación Institucional? ¿En qué forma se reproducen las instrucciones y las decisiones en los distintos niveles de la Institución? Se mencionan dos, como clásicos. El sistema que reproduce el mismo mensaje de una persona a otra, hasta llegar al último nivel, y el que reproduce la información en forma paralela.

Las instituciones pueden establecer canales por donde fluye la comunicación. Por ejemplo, un Director Ejecutivo se reúne con el grupo de Jefes de Programas o Coordinadores; en ese momento se toma una decisión. Los Jefes y Coordinadores de Programas participan de la decisión ejecutiva y asumen la responsabilidad de aplicar esa decisión.

Es en este momento cuando se puede decidir la función o papel que corresponderá a cada miembro del grupo. Y la participación puede generarse no sólo por el sistema clásico de reproducción de uno a otro, sino por órganos apropiados creados por la organización mediante los cuales se establece una comunicación más generalizada, como de un esfuerzo paralelo.

Otro sistema puede ser, el mismo que utiliza el Director Ejecutivo para llegar a la opinión pública o mediante notas circulares.

Estos sistemas paralelos de comunicación sirven para reforzar una decisión que afecta a la organización. Existen ejemplos de la comunicación por utilizar exclusivamente el sistema de serie. No es que las órdenes estén mal dadas, no es que las instrucciones no se comprendan bien en los diferentes niveles, sino que hay que reconocer que toda comunicación va cargada de los problemas y situaciones que afectan a cada uno de los elementos de la serie.

Una persona, en un momento determinado, puede recibir una

instrucción muy clara del Ejecutivo, pero esa persona puede estar cargada de factores negativos a situaciones emocionales que hacen que se interprete la instrucción en forma distinta a la intención original.

Cuando se decide una acción cualquiera y se da información, debe considerarse la posición de la gente y la responsabilidad que cada uno debe asumir en la ejecución de la acción propuesta. Se debe suponer, primero la necesidad de conocimiento de la gente para ejecutar la acción.

Pongamos el caso de una reunión informativa. Una sesión de este tipo no es acabada, resuelta, positivamente manejada, desde el punto de vista de la comunicación, si los que asisten a ella tienen posibilidad de formular preguntas sobre aspectos que tienen que ver con su participación: qué situaciones tienen que ver con su trabajo y lo que él tiene que ejecutar en relación con los demás, etc.

LAS DISTINTAS DIMENSIONES DE LA COMUNICACION

Se dice que como parte de las dimensiones de la comunicación hay una alternativa educativa, en la que el individuo aprende o participa de una acción educativa. También se habla de la dimensión social de la comunicación. Sin embargo, en el flujo de la comunicación y en las modalidades que se da la comunicación institucional, los tres tipos fueron mencionados ya. Y la clásica búsqueda de respuesta es lo que conocemos como la doble vía de la comunicación, y la que todo el sistema genera a nivel horizontal.

Cuando actuamos en una situación de comunicación horizontal verdadera, el grupo tiene posibilidad de participar activamente. Se puede organizar en sectores menores para tomar decisiones a otro nivel; puede haber una relación cara a cara, puede generarse un trabajo en equipo. El sistema de comunicación horizontal permite al grupo proyectar sus decisiones para arriba, con más fuerza y plantear situaciones nuevas.

Vale para el caso que se analiza, el siguiente comentario: "Los miembros del grupo tienden a sentirse dejados a un lado o inseguros de sí mismos cuando no tienen una comunicación en ambos sentidos. Aun cuando se comunican actos hostiles, parece haber menos resentimien-

tos entre el remitente y el receptor, cuando hay una confesión firme entre ambas partes. Donde hay un deseo de cambiar actitudes y conducta subsiguientes de los miembros del grupo total. La comunicación en ambos sentidos, en las discusiones formales e informales, tiende a ser más eficaz que una charla o una orden directa de arriba”.

CRITERIOS PARA EVALUAR LA COMUNICACION INSTITUCIONAL

Los siguientes criterios para evaluar la comunicación institucional son mencionados como útiles. El primero dice: ¿El grupo trabaja verdaderamente para asegurarse una buena comunicación interna? 2).— ¿Hay medios definidos de comunicación que incluyen a los miembros del grupo en el establecimiento de objetivos, en la determinación de medios y en las actividades a los cuales ellos están vinculados? 3).— ¿Hay medios definidos de comunicación para compartir los conocimientos, los planes y las decisiones administrativas? 4).— ¿Hay realmente una comunicación en ambos sentidos? 5).— ¿Un grupo depende principalmente de la comunicación informal o hay algún sistema formalizado de comunicación institucional que puede emplearse para re-formar esta comunicación?.

Se conoce el caso de Instituciones donde cierta gente tiene hasta órganos propios de opinión dentro de la organización, cartas distribuidas masivamente.

Existen sistemas formales e informales de comunicación. Debemos preguntarnos si la deficiencia del sistema formal ha estimulado el desarrollo de grupos con una orientación y objetivos distintos al grupo total. En cualquier sistema pueden surgir subgrupos que van a buscar información o que se crean su propia imagen institucional o que aceptan o deciden cosas que realmente están fuera de las normas de la institución.

Otro aspecto que tiene que ver con la comunicación institucional es el de la organización en sí. ¿Se ha comunicado información y conocimiento a los individuos y subgrupos, de manera que puedan coordinar sus actividades con otros de una manera general?

Un planteamiento para evaluar la actividad de un grupo tiene que ver con una política de mantener puertas abiertas o buscar activa-

mente oportunidades para comunicarse con todo el mundo, es decir, la comunicación a veces resulta oportuna si asume una actitud generosa, abierta, amplia o la organización a la que uno pertenece se atiene al más rígido cánón.

Se debe saber si se subestima lo que otros miembros del grupo saben o comprenden verdaderamente lo que se dice, y si se depende exclusivamente de la comunicación escrita, más bien que de la comunicación personal o impersonal o de grupos. Finalmente, es importante conocer cómo se interpreta al grupo y sus actividades, en la organización general de la Sociedad o en el monto de la comunidad.

La eficiencia de una Institución responsable de aspectos del desarrollo tiene mucho que ver con la eficiencia de sus comunicaciones. Su actividad puede ser legitimada interna o externamente, por su capacidad y la de sus miembros, de establecer relaciones positivas de trabajo y acción. Y esto, en última instancia tiene que ver con la actividad de seres humanos que se comunican para alcanzar un propósito común.

LA TELEVISION NORTEAMERICANA EN AMERICA LATINA

Por: ELIZABETH FOX DE CARDONA

Este trabajo es parte de un estudio más amplio sobre la televisión norteamericana, que incluye como caso específico, la televisión comercial en Colombia.

Las ganancias netas provenientes de la venta de programación enlatada y otros servicios de televisión de los Estados Unidos, han aumentado de 15 millones de dólares a cien millones en 1970. Diversas fuentes norteamericanas estiman que las ventas de programas para Latinoamérica en 1970 fue de 22 millones de dólares; mientras que otros aseguran que, como región, América Latina gasta más de 80 millones en la importación de programas.

Los más importantes intereses norteamericanos en la etapa de promoción de la televisión en Latinoamérica fueron las cadenas ABC, CBS y NBC y posteriormente inició su penetración Time Inc. El papel inicial de estas cadenas

fue la asistencia técnica; luego venía la inversión de capital, pues era importante poner el canal a funcionar antes que invertir fuertemente en sus negocios.

La influencia mayor de los Estados Unidos se encuentra en la publicidad y la venta directa de su programación. La "Motion Picture Export Association of America" (MPEAA), es el mayor exportador de la programación norteamericana. Los miembros de esta asociación son: Allied Artists Television Corporation, Avco Embassy, MCA Television, Metro Goldwyn Mayer TV, Paramount TV Enterprises, Inc., Screen Gems International, Twentieth Century Fox, United Artists Television y Warner Brothers Television. Esta asociación cuenta con el 80—89% de la exportación de programas. El otro 10—20%, a nivel mundial, corresponde a las siguientes empresas: Viacom, National Telefilm Associates Inc., y la Independent Television (ITC), que es una corporación inglesa.

El proceso para la venta de programación en los mercados internacionales es el siguiente: por ejemplo, la MCA Television, uno de los productores más grandes en la televisión norteamericana, produce un programa. La idea para este programa puede venir de un miembro de la MCA o de un agente independiente. Antes de producir, la MCA discute el programa con uno, dos o todos los miembros de las grandes cadenas. Es necesario discutirlo con estas cadenas antes de invertir en su producción, debido al hecho que ya no es factible producir para especular en el mercado, dado el monopolio que actualmente existe. Después de estas discusiones, hay un arreglo tentativo y se produce un programa piloto. Esto se llama un contrato de desarrollo.

El costo promedio de un programa de esta naturaleza es de un millón de dólares y sobre la producción de éste, la cadena llega a una decisión y firma un contrato por 13, 23 ó 32 episodios del programa, ya que un mayor número de episodios hace que los costos de producción bajen.

Aunque el mercado principal para la programación es dentro de los Estados Unidos, representantes de las es-

taciones latinoamericanas vienen a la presentación de los programas piloto y se promueve la venta del programa a través de los agentes de la casa productora en los países de América Latina. MCA tiene el liderazgo en este tipo de ventas y debe señalarse que del 50 al 60% del mercado latinoamericano está controlado por esta asociación.

Los países compradores de programación extranjera han discutido la alternativa de formar un bloque que negociara para ellos, directamente, con los vendedores de los programas. Este procedimiento lograría bajar los costos de la programación; pero la MPEAA recientemente se ha pronunciado en contra de este sistema, negando vender a un monopolio de países o estaciones de televisión. No obstante, ante las presiones de la MPEAA, algunos Estados han formado monopolios de compradores a nivel nacional. Este es el caso de México, donde debido a influencia de los sindicatos de escritores, actores, técnicos y productores, las demandas para un mayor contenido nacional en las programaciones se ha tomado en cuenta. TELESISTEMAS mexicanos constituye actualmente un monopolio de compras que está bajando los precios de la programación extranjera que entra al país.

Aunque la MPEAA se ha pronunciado en contra de cualquier formación monopolística a nivel internacional o nacional, ella misma constituye un monopolio de vendedores norteamericanos.

A pesar de las diferencias culturales, la mayor parte del doblaje de la televisión norteamericana se hace en México. Originalmente los programas se doblaron en Puerto Rico, pero su acento no era adecuado para el mercado latinoamericano. El costo promedio de media hora de doblaje es de ochocientos cincuenta dólares.

Es difícil obtener datos no sesgados sobre el crecimiento de la industria de televisión norteamericana en el extranjero. Según las pocas fuentes de información, las ganancias netas provenientes de la venta de la programación enlatada y otros servicios de televisión han pasado de US 15 millones en 1958, a US 100 millones aproximadamente, en 1970. Algunas fuentes en los Estados Unidos estiman que las ventas de programación enlatada para Latinoamérica en 1970 estuvieron cerca a los US 22 millones de dólares (1), sin embargo otros aseguran que, como región, Latinoamérica gasta más de 80 millones anuales en la importación de programas de los Estados Unidos (2). El único mercado que sobrepasa a éste es la venta de programación en el mercado de los países de habla inglesa donde no hay necesidad del doblaje.

“Pioneros” de la etapa de promoción

Los principales intereses estadounidenses en la etapa de promoción de la TV en América Latina, estaban representados por las grandes cadenas de ese país: ABC, CBS, NBC y Time Inc. En este período se tomaron las decisiones cruciales sobre especificaciones técnicas, y estas decisiones determinaron posteriormente el origen de los equipos y de la programación de televisión.

La American Broadcasting Company hizo su primer contacto en 1950 con Telesistemas Mexicanos, (una afiliación que continúa en el Canal 4 en Ciudad de México). Debido al hecho de que en ese entonces los norteamericanos poseían los mayores adelantos mundiales en el desarrollo de equipos de televisión, la asistencia de las grandes cadenas tomó la forma de ayuda técnica. Asumieron el papel de consultores para las estaciones en relación con el tipo de equipo requerido, el uso del mismo y los recursos humanos necesarios para manejarlo.

Al mismo tiempo, las cadenas americanas empezaron a experimentar con producción y venta de programación para estos nuevos mercados del sur. Un primer intento de la ABC fue la producción en Castellano de “Meet the Professor”. Se encontraron problemas a nivel nacional debido a conflictos entre sus consumidores. (Cada país quería que el profesor fuera de su nacionalidad y la ABC rápidamente abandonó el programa).

En este tiempo la producción de telenovelas en México valía un cuarto del costo de producción del mismo programa en Hollywood. Por

esta razón, la ABC formó varias sociedades para la producción de este tipo de programación en México. Estas producciones mexicanas tenían la ventaja sobre las producciones de Hollywood de estar más cerca al público latinoamericano en representación del estilo de vida y sentido de humor; esto facilita su venta.

NBC

La "National Broadcasting Company" empezó su primera transmisión internacional de noticias en Latinoamérica en 1939 bajo el patrocinio de la United Fruit. En 1941, cuando la Federal Communications Commission de los Estados Unidos autorizó el desarrollo comercial de la televisión, la NBC fundó la Cadena Panamericana, compuesta de 92 emisoras de radio para transmitir programas a Latinoamérica. RCA, la casa matriz de la NBC, coordinó las operaciones de ésta, y al mismo tiempo, asumió el liderazgo en la manufactura de radios, tocadiscos, y televisores en la Argentina, Brasil, Chile, México y Venezuela. La NBC mantiene intereses en un canal de televisión y una emisora de radio en Caracas (20% de las acciones del Canal 2, Radio Caracas Televisión) y un canal de televisión en México. Al mismo tiempo, ha dirigido proyectos de consultoría en asistencia técnica y administrativa en varios países de América Latina, México y Perú. Además, a través de la RCA, NBC dirige varias operaciones de grabación de discos.

CBS

La "Colombian Broadcasting System" organizó la Cadena Latinoamericana en 1942, compuesta por 64 emisoras de radio en 18 países. Al mismo tiempo, organizó y sigue dirigiendo varias casas de grabaciones de discos en el continente. También tiene inversiones por lo menos en tres compañías de producciones para televisión: "Proartel" de Argentina, "Pantel", del Perú, y "Provental" de Venezuela (3).

OTRAS COMPAÑÍAS DE TELEVISION

Independientemente de las tres grandes cadenas estadounidenses, otras compañías de producción de televisión entraron en el mercado de América Latina desde el comienzo. En los años 50, productores como Warner Brothers, United Artists, 20th Century Fox, MGM,

Paramount, Universal Pictures, Allied Artists, MCA (Music Corporation of America) empezaron a funcionar en el mercado latino de televisión. Esta actividad se inició con el fin de satisfacer la demanda de los pequeños programadores privados que llegaron a Hollywood buscando programación para la televisión en sus países. Para facilitar las ventas, los productores norteamericanos empezaron a mandar sus representantes de ventas al sur. Estos tuvieron un papel importante en la introducción de la programación de los Estados Unidos en el mercado. Viajaban por el continente, llevando muestras de la nueva programación de la televisión norteamericana; vendían una combinación de lo nuevo con programación de años anteriores, organizada en paquetes de series de 13, 23, ó 32 semanas. Además, los paquetes incluían antiguas películas de Hollywood.

TIME INC.

En la década del 60, Time Inc. inició su penetración del mercado latinoamericano con inversión directa. Los contactos principales de esta compañía fueron Emilio Azcárrage de Telesistemas Mexicanos, y Goar Mestre en Argentina, el antiguo director de la televisión cubana antes de la revolución. La política de Time Inc. fue la de iniciar sus actividades con personas que conocieran el mercado. Por esta razón, comenzaron sus operaciones en Argentina con Mestre. Su contacto en Brasil fue el señor Roberto Marinho, de **El Globo**, el más importante periódico de ese país. A pesar de los planes iniciales de Time Inc. de propiciar solamente asistencia técnica para estos negocios, eventualmente, terminó siendo dueño de la mitad del capital invertido.

El negocio de Time en la Argentina empezó con una licencia para un canal de la televisión a nombre de la esposa de Mestre, una argentina (4).

Entre Time Inc., la CBS, Mestre, se formó una compañía productora llamada "Proartel", que vendía programación de televisión al Canal 13 en Buenos Aires, a otros canales en Argentina, y en el extranjero, incluyendo a Colombia. Posteriormente, estos mismos socios formaron otra compañía en Venezuela. Mestre aportó su experiencia y conexiones a nivel nacional. Time Inc. y CBS aportaron las inversiones de capital. Esta compañía también incluía inversiones de la familia Vollmer, importantes industriales venezolanos. Las opera-

ciones de estas compañías en Venezuela, iniciadas en 1964, no fueron tan exitosas como lo fueron las de la Argentina. Caracas ya contaba con dos canales de televisión comercial. El problema principal para CBS y Time Inc. fue la escasez de mano de obra calificada. Sobre decir que las operaciones contaban con el mejor equipo, fruto de las altas inversiones de las cadenas involucradas. Las operaciones en Venezuela sufrían de problemas administrativos constantes (Canal 8 Caracas). Por otra parte sus competidoras también contaban con fuertes inversiones norteamericanas. El canal más fuerte, Canal 2, propiedad de la familia Cisneros estaba afiliado a la ABC. El otro canal, propiedad de la familia Phelps, estaba afiliado a la NBC.

Curiosamente, las inversiones de la CBS y Time en Caracas, fueron mucho mayores de lo que hubiera sido una inversión comparable en una estación de televisión en los Estados Unidos. Las compañías norteamericanas encontraron problemas de fondo con sus socios latinos: los venezolanos estaban más interesados en el aspecto político de la televisión que en la televisión como negocio.

En general, el mercado venezolano fue un mercado difícil. ABC invirtió en total casi dos millones de dólares; las inversiones de Time Inc. fueron todavía mayores. La NBC invirtió menos dinero, pero en cambio suministró una cantidad considerable de equipos de televisión a través de la RCA.

La política de Time Inc. en sus operaciones latinoamericanas fue la de mantener una posición discreta. Esto se debía tanto a las reglamentaciones de los países, como a un afán de dar una buena imagen de los Estados Unidos.

PAPEL INICIAL DE LAS CADENAS

El papel inicial asumido por las cadenas fue el de aportar capital y ofrecer asistencia técnica. La asistencia técnica venía antes de las inversiones. Era importante poner el canal a funcionar antes de invertir fuertemente en sus negocios. La ABC fue la más partidaria y activa en este tipo de arreglo. La NBC fue la segunda en orden, y la CBS tenía las inversiones más bajas. Las operaciones de Time Inc. habían sido más exitosas si hubieran logrado la fundación de una cuarta cadena en los Estados Unidos para complementar sus operaciones en el sur. A pesar de su fracaso en esta operación, Time Inc. solamente perdió dinero en sus operaciones en Venezuela.

En todo caso, las tres cadenas han recuperado sus inversiones iniciales con creces. Cuando aseguran que han perdido dinero es importante examinar la manera cómo se calculan estas pérdidas, lo cual las hace relativas. Comparativamente, Time Inc. invirtió más esfuerzo y dinero en los aspectos de "servicio público" de sus operaciones en Latinoamérica que las otras cadenas. Esto se debe, talvez, a la actitud de Harry Luce, Director, fundador, y dueño, además hijo de un misionero en China, lo cual da a Time Inc. su concepción del papel de los medios de comunicación en una sociedad, un contenido "misional". Debido a esta naturaleza inconsistente de las inversiones de Time Inc., por un lado la ganancia económica y por el otro el servicio público, muchos afirman que sus operaciones latinoamericanas fueron un fracaso desde el principio. Las demás cadenas fueron más realistas. El objetivo de la ABC era hacer dinero. A pesar de su posición de inferioridad en sus operaciones nacionales, la ABC hizo inversiones pequeñas pero brillantemente programadas. Estas operaciones casi siempre incluían una cláusula sobre compra de la programación producida por la ABC. Debido a una mejor posición dentro del mercado nacional, NBC y CBS podían vender su programación a unos precios más altos, y no tenían que depender como ABC de las actividades de promoción. Actualmente, por lo menos hasta 1973, parece ser la ABC la única cadena que continúa dándole importancia a sus inversiones en el continente. Sin embargo, las otras dos cadenas no han prescindido de aquellos canales que producen ganancias.

Algunos prominentes miembros de la industria de televisión en los Estados Unidos consideran que las cadenas sufrieron grandes pérdidas en sus inversiones latinoamericanas (5).

Califican de poco prudente la decisión inicial de las cadenas de entrar en este mercado. Atribuyen su entrada al hecho de que en este período la economía de los Estados Unidos estaba en una fase de crecimiento y expansión. Las cadenas suponían que esta expansión no tenía como límite las fronteras del país. Las cadenas pensaban que los mercados latinoamericanos serían muy fáciles de penetrar debido a su falta de capacidad técnica. Sin embargo, no tomaron en cuenta las condiciones políticas. Los latinoamericanos presintieron la invasión de las grandes cadenas y compañías norteamericanas en el mercado de televisión.

UN CAMBIO EN LAS INVERSIONES NORTEAMERICANAS

La intención de la ABC era la de controlar la programación en las estaciones de televisión en las cuales tenía inversiones. Sin embargo, la tendencia hacia un control local hizo difícil llevar a cabo este plan. La idea original de la compañía fue la de vender programación, y tiempo comercial en todas las estaciones donde tenía intereses, a una compañía, como Coca Cola, o Guillette, que tenía representaciones en el continente. Esto resultó imposible debido a problemas políticos, por lo cual, la ABC dejó sus inversiones en muchas estaciones, pero todavía actúa como intermediario en la compra de programación.

Time Inc. actualmente ha vendido o cerrado todas sus actividades en la televisión latinoamericana, con la excepción de la venta de sus programas a nivel mundial.

Mientras que las inversiones norteamericanas en la televisión latinoamericana disminuían, la inversión directa o de sus subsidiarios en la publicidad aumentaba.

Originalmente, Time Inc. y las grandes cadenas pensaron atraer a sus estaciones afiliadas en Latinoamérica, la inversión publicitaria norteamericana en un solo paquete para el continente. Hoy en día, las compañías no están dispuestas a hacer sus inversiones publicitarias para el mercado latinoamericano en bloque; la nueva tendencia es la de planear sus campañas publicitarias país por país.

Las inversiones publicitarias de las grandes corporaciones multinacionales fueron más importantes para Time Inc. en sus operaciones en el continente, por el hecho de que no tenía, como las cadenas, grandes ventas de programación para cubrir pérdidas en otras áreas.

No obstante las pérdidas o ganancias finales de estas compañías, su motivación primaria fue la oportunidad de aumentar sus ganancias. Por este hecho el desarrollo técnico y económico de aquellas estaciones que contaban con inversiones norteamericanas estaba predeterminado. Latinoamérica, en ese entonces, era un excelente mercado potencial para equipos, conocimientos técnicos, y por último, programación norteamericana. La televisión latinoamericana asumió

las características de la televisión del país del norte, y paralelamente se estableció sobre las mismas bases el mercado para la publicidad.

OPERACIONES COMERCIALES ACTUALES

Hoy en día, aproximadamente un 10 a 15 por ciento de la programación vendida para el mercado de América Latina se vende directamente a las agencias multinacionales de publicidad. Primero estas compañías compran un programa, y un tiempo en una estación de televisión. Después, venden espacios por cuñas comerciales. El porcentaje restante (85 a 90%) de la programación que se vende, va directamente del productor —o un intermediario “syndicator” que compra los derechos de distribución a nivel mundial—, al canal de televisión local del país. Anteriormente, una compañía multinacional como la Coca Cola, Singer, o Guillette, pagaría la producción de un programa especial en los Estados Unidos, que después enviarían a sus subsidiarios mundiales para acompañar su publicidad local. Actualmente existe un movimiento hacia una mayor autonomía para las subsidiarias. Las corporaciones multinacionales de publicidad como respuesta a estas tendencias nacionales han establecido operaciones fragmentadas en cada país. Para satisfacer las demandas de los diferentes países, intentan descentralizar el control directo de la compañía. La casa matriz ya no dirige a las subsidiarias en sus campañas publicitarias, ni manda copias traducidas de programación especial. Al mismo tiempo, han descentralizado los presupuestos de publicidad. De vez en cuando, la ABC trabaja con las ramas internacionales de compañías norteamericanas de publicidad, para vender tiempo comercial en los programas de sus estaciones afiliadas; para tal fin, ABC tiene una división cuya labor es la de conseguir publicidad para la programación que vende en el mercado latino llamada “Sales Representative Department”. Sin embargo, esta actividad no es la norma.

Otra causa del cambio de orientación en la inversión en publicidad, es la decisión reciente de la FCC (Federal Communication Commission: comisión del Senado que reglamenta las comunicaciones en los Estados Unidos) que prohíbe a las cadenas mantener sus actividades de distribución de programación a nivel nacional y algunas de estas actividades a nivel internacional, por considerarlo monopolístico. Hoy la mayoría de los derechos sobre programación queda en manos de las compañías productoras. A raíz de esta nueva separación de ventas, nacional e internacional, las cadenas norteamericanas suelen

comprar sus programas directamente a las compañías productoras a un precio que está por debajo de los costos de producción, gracias a que los productores reciben en cambio las ganancias de las ventas internacionales de la misma organización.

INFLUENCIA BASICA

Aunque todavía existen inversiones norteamericanas en canales latinoamericanos de televisión, la influencia básica de los Estados Unidos, tanto en la cultura como en la economía, se da a través de la publicidad y de la venta directa de programación de televisión.

La Motion Picture Export Association of America MPEAA, es el mayor exportador de programación norteamericana, (80—89%). Los miembros de esta asociación son: Allied Artists Television Corporation, Avco — Embassy, MCA Television, Metro Goldwyn Mayer TV, Paramount TV Entreprises, Inc., Screen Gems International, Twentieth Century Fox, United Artists Television y Warner Brothers Television. El otro 10—20% de la exportación de programación a nivel mundial está en manos de Viacom, — una compañía que la CBS estableció en 1970 para sus operaciones nacionales e internacionales de distribución de programación y para sus sistemas de “cable”. — National Telefilm Associates, Inc., — una compañía que recientemente compró las acciones de NBC films y otras de las actividades de la NBC internacional, y finalmente del “Independent Televisión (ITC)”, una corporación Inglesa, que legalmente no puede ser miembro de la MPEAA.

El proceso para la venta de programación en los mercados internacionales es el siguiente: por ejemplo MCA, — uno de los productores más grandes en la televisión norteamericana, — produce un programa. La idea para éste puede provenir de un miembro del equipo de la MCA, o ser traída por un agente independiente. Antes de producir nada, la MCA discute el programa con una, dos o todas las grandes cadenas. (Es necesario discutir el programa con estas cadenas antes de invertir en su producción, pues ya no es factible producir para especular en el mercado, debido al monopolio que representan las tres cadenas en la compra de programación). Después de estas discusiones, hay un arreglo tentativo y se produce un “piloto”. Este es considerado un contrato de desarrollo y su costo es absorbido ya sea por el productor, la cadena o ambos. El costo promedio de un piloto es de un millón de dólares. Después de ver el piloto la cadena to-

ma una decisión; si es afirmativa, contrata 13, 23 ó 32 episodios del programa. (El productor prefiere que el contrato sea por el mayor número de episodios, ya que de esta manera, los costos de producción bajan). Lo que paga la cadena, no cubre los costos de producción, por lo cual el productor se queda con los derechos de distribución para el mercado de estaciones independientes nacionales e internacionales.

Aunque el principal mercado para programación está dentro de los Estados Unidos, representantes de las estaciones latinoamericanas vienen a la presentación de los pilotos, y se promueve su venta del programa a través de representantes de la casa productora en diferentes países latinoamericanos. MCA tiene el liderazgo en este tipo de ventas en el mercado latinoamericano. Esto se debe a su actitud atrevida en asumir riesgos, y a su fuerte promoción. La totalidad de su personal que trabaja en el extranjero es oriundo de los países respectivos. Los norteamericanos mantienen su posición de control detrás de bambalinas en las operaciones locales. Entre 25 y 33 por ciento de los ingresos totales de la MCA provienen de sus ventas de programación en el extranjero. El 50 a 60 por ciento del mercado latinoamericano está controlado por la MCA.

Antes de la decisión de la FCC que separó las actividades de distribución de programación a nivel nacional e internacional, el precio pagado por estas cadenas a los productores fue mucho mayor, suficiente para cubrir los costos y dejar al productor con una ganancia. Esto se debía al hecho de que después las cadenas disfrutarían de las ventas del mismo programa en los otros mercados.

La MPEAA tiene operaciones en más de 100 países y tiene un sistema de información sobre todos estos mercados.

Los directores de la MPEAA aseguran que ellos están a favor del crecimiento de un mercado nacional de producción de programación de televisión. Sin embargo, explican que este proceso tiene que tener en cuenta que no puede existir la producción local sin acceso a un mercado más grande, regional o mundial, con el agravante que cuando los productores salen de sus mercados locales tienen que competir con los productores de otros países, que ya han logrado bajar sus precios debido al volumen de sus ventas.

Los países compradores de programación extranjera han considerado la alternativa de formar un bloque que negocie para ellos con

los vendedores de programación. Este lograría bajar los costos de la programación, formando un monopolio de compradores. La MPEAA se ha pronunciado recientemente en contra de este sistema, negándose a vender a un monopolio de países o de estaciones nacionales a menos de que no haya alternativa, como es el caso de la televisión estatal en Italia o Francia.

No obstante, las presiones de la MPEAA, algunos países han formado monopolios de compradores a nivel nacional. Es el caso de México donde, debido a presiones de los sindicatos de escritores, actores, técnicos y productores, las demandas de mayor contenido nacional se han tomado en cuenta. Telesistemas mexicanos constituyen actualmente un monopolio de compras, que está bajando los precios de la programación extranjera que entra al país. A pesar de que la MPEAA se ha pronunciado en contra de cualquier agrupación monopolística a nivel internacional o nacional, ella misma constituye un monopolio de vendedores norteamericanos. La reglamentación "Webb Pomerine", — una legislación de principios de este siglo para ayudar a la industria norteamericana en sus negocios en el extranjero, — permite agrupaciones monopolísticas de las industrias norteamericanas en sus operaciones internacionales: les permite formar asociaciones que tienen el poder de actuar como una unidad y representar a todos sus miembros en decisiones de precios. Estas son actividades que no son permitidas bajo las leyes anti-monopolísticas internas en los Estados Unidos. Las funciones de la MPEAA las determina y respalda la existencia de ley permisiva.

El precio para la programación es diferente en cada país, y depende del número de televisoras, la población, y el nivel general de vida. La MPEAA colecciona información confidencial sobre los distintos países en los cuales tiene operaciones y la proporciona a sus miembros. Esta información incluye el precio actual de la programación, el potencial de mercado, sus limitaciones y futuro.

LIMITACIONES MONETARIAS INTERNACIONALES

La reglamentación sobre salida de divisas en cada país representa un gran obstáculo para los vendedores de programación en América Latina. Los productores norteamericanos se han visto en la necesidad de utilizar variados métodos para sacar divisas provenientes de sus ventas. Estos métodos incluyen el uso de bancos suizos, y la

transferencia de fondos a través de créditos para el doblaje. En los casos en que las cadenas tienen una inversión directa en un canal, la transferencia de fondos se simplifica a través del manejo interno de las finanzas.

VENTAS

La venta de la programación norteamericana sigue cierto ritual. Cada año, generalmente en marzo, los principales estudios de Hollywood hacen presentaciones. Los representantes extranjeros de las distintas estaciones verán los pilotos de las nuevas series en proyecto. Harán sugerencias, discutirán los pilotos, dirán cuáles son sus preferencias e intereses, y mencionarán la clase de problemas que podrían presentarse en sus países con respecto a los mismos. También llegan a Nueva York, agentes independientes de distintos países que se ponen en contacto con las pequeñas compañías de producción y negocian paquetes de programas que más tarde tratarán de vender a las estaciones en sus países. A veces estos agentes mezclan sus propias películas en los paquetes. En el caso de que una estación necesite programación y relleno, los agentes usarán estos paquetes.

Como agentes independientes, los productores de la televisión educativa están buscando nuevos mercados para sus películas. "Children's Television Workshop", envió recientemente sus representantes a la América Latina para vender la serie de **Sesame Street**.

CLIMA DE INVERSIONES

A pesar de que el mercado latinoamericano es competitivo, surgen constantes problemas causados por sus economías inflacionarias. Por esta razón, la mayoría de los contratos con la programación de la televisión norteamericana tiene cláusulas para ajustes debido a la inflación y la devaluación de la moneda. Los mercados en la Argentina y en Chile han estado especialmente afectados por la inflación.

Por ésta, además de otras razones políticas, muchos países de Latinoamérica no se consideran lugar para inversiones seguras. Sólo tres: México, Brasil y Venezuela, se consideran adecuados para inversiones en los medios, debido a sus condiciones político—económicas estables y a la existencia de recursos artísticos y técnicos. Colombia no se considera lugar para una buena inversión porque no tiene ni

el talento artístico requerido, ni los conocimientos técnicos suficientes. También se le considera inseguro, debido al control mixto de la industria de la televisión por parte del gobierno y la empresa privada. La Argentina tiene buenos artistas y técnicos, pero en cambio, una economía inestable.

En Brasil, el 30% de las ganancias de la televisión comercial deben permanecer en el país. Sin embargo, se le considera como un mercado potencial adecuado debido a su estabilidad política y a su clima favorable para las inversiones extranjeras.

SOCIEDADES DE CO—PRODUCCION

Casi todos los países de la América Latina han hecho co—producciones. A pesar de haber comenzado con muy buenos augurios, su fracaso se ha debido a la falta de actitudes comprometidas. (El programa especial de la Coca Cola, “**Raquel**” fue filmado principalmente en México, con la cooperación de artistas y técnicos nacionales. Sin embargo a ninguno de estos se le ocurrió insinuarle a Coca Cola que el uso de las pirámides aztecas en una escena de danza podía ser ofensiva para los mexicanos y seguramente perjudicó la venta en este país). Por otra parte, el problema de las co—producciones se debe en parte a que la cultura de cada país limita la introducción de otras culturas, terminologías y acentos. Para contrarrestar este problema, el doblaje de un show americano se hace en México porque allí puede lograrse un acento latinoamericano más o menos neutral. Pero aún así, será una co—producción con aceptación limitada en el Perú. El hecho de que el mercado latinoamericano no esté unificado es uno de los obstáculos para las inversiones extranjeras interesadas en la co—producción con Latinoamérica. Sin embargo, hay quienes ven en esta alternativa el futuro de la industria debido a los bajos costos y los pocos problemas laborales. Sin embargo, actualmente parece que el Estatuto de Capitales del Pacto Andino prohibirá cualquier inversión extranjera en telecomunicaciones y en publicidad. Pero, queda la duda de si esto se aplicará también a las producciones de tipo cultural como son la programación para la televisión.

Hay unos cuantos productores latinoamericanos que se han aprovechado del mercado de habla hispana para vender telenovelas nacionales como por ejemplo: Delgado Parder en el Perú, Goar Mestre en Argentina, y Azcarraga en México.

DOBLAJE

A pesar de las diferencias culturales mencionadas, la mayor parte del doblaje de la televisión norteamericana se hace en México. Originalmente, los programas se doblaron en Puerto Rico, pero su acento no era adecuado para el mercado latinoamericano. Hay varias compañías de doblaje en México. Las más importantes son la firma Cardiani y otra firma de un ciudadano norteamericano de nombre Bob Lerner. La mayoría de los productores norteamericanos han hecho contratos con estas dos compañías. El costo promedio de media hora de doblaje es de \$ 850.00 US. Es alto porque hay pocos actores con experiencia, y se trata de una técnica muy especializada.

El nacionalismo creciente de los países latinoamericanos complica también el doblaje. En Argentina, existen leyes que exigen que sean actores argentinos los que hagan el doblaje en la Argentina. Esta tendencia está apareciendo en otros países.

CONTENIDO

Aunque la audiencia mundial no es la primera preocupación de los productores de televisión norteamericana, si es un problema que tienen siempre en mente. Aunque su mercado es interno, el productor sabe que no recuperará sus gastos ni hará ganancias limitándose a los Estados Unidos. Por esto, en la producción de una serie de espionaje internacional se busca lograr un programa que sea aceptable para otros países. Hay temas e incidentes que pueden ser problemáticos, por ejemplo el tema del divorcio en los países católicos. Estos aspectos que pueden tocar puntos sensibles se toman en consideración en la producción para el mercado mundial. Algunas de estas restricciones son parte de una censura que se aplica tanto a los Estados Unidos como a los mercados en el extranjero.

Un agente independiente atribuyó la baja en las ventas de los Estados Unidos en el mercado Latinoamericano al hecho de que las series norteamericanas promedio reflejan demasiado los problemas internos de este país (6). Por ejemplo, la integración racial que aparece en la televisión norteamericana no ha sido bien recibida en Latinoamérica. Aunque los negros no son necesariamente un grupo minoritario de importancia en todos estos países, hay otros grupos minoritarios,

por ejemplo, los indígenas, que podrían sentir que el mensaje de integración racial causa problemas en estos países, según el sentir del comprador, por ejemplo, antes de que el programa norteamericano "Get Smart" fuera racialmente integrado, tenía buena acogida en América Latina. La aparición de un actor negro hizo que las ventas bajaran.

Muy pocos programas europeos se venden en América Latina. Una de las razones es su falta de coordinación con el patrón de comerciales de la televisión latinoamericana. Generalmente, estos programas no dejan espacios para propaganda y la duración de la serie es muy variada. El humor es diferente (también lo es el norteamericano, pero los latinoamericanos poco a poco se han ido acostumbrando a este sentido de humor...). La ABC ha hecho algunas co-producciones con Lew Grade (Tom Jones), productor británico, pero este programa estaba orientado desde un comienzo al mercado norteamericano, y sólo posteriormente se vendió en América Latina. Es posible que éste sea el principio de una nueva tendencia.

Como se ha podido ver, la televisión norteamericana empezó en América Latina con inversiones directas en cadenas, tratando de esta manera de lograr una situación similar a la de televisión comercial en los Estados Unidos. Por múltiples razones: políticas, nacionales, y a los mismos incentivos para los socios latinoamericanos, este arreglo ha ido desapareciendo, para ser reemplazado por venta directa de programación y la introducción de publicidad al estilo norteamericano. De esta manera, aparece el rol que ha desempeñado la televisión de los Estados Unidos en la industria de la televisión latinoamericana.

BIBLIOGRAFIA

- (1) Motion Picture Export Assoc. of America.
- (2) Beltrán, L. R. "CERES", FAO, p. 25, 1972.
- (3) Mattelart, A.
Agresión desde el espacio: Cultura y napalm en la era de los satélites. Siglo XXI, Buenos Aires, 1973 pp. 136 — 37.
"El Imperialismo en busca de la contrarrevolución cultural".
Comunicación y cultura — Santiago, 1973, p. 152.
- (4) Esta maroma en relación con la propiedad del canal, se debió a que las leyes argentinas se oponen a que la propiedad de los canales de televisión esté en manos de extranjeros.
- (5) Ralph Franklin jefe de ventas internacionales de la MCA; William Fineshriber, VP—MPEAA; Charles Michelson, agente independiente; —C. Michelson Inc.
- (6) Vicente Ramos, National Telefilm Assoc.



investigación

LA INCOMUNICACION SOCIAL, INVESTIGACION DE CAMPO

Por: MARCO ORDOÑEZ ANDRADE
Director del Departamento Técnico
del Centro Internacional de Estudios
Superiores de Comunicación para
América Latina — CIESPAL —

Uno de los problemas básicos de nuestro tiempo constituye la incomunicación social, por cuya razón CIESPAL realizó un conjunto de investigaciones básicas sobre comunicación en grupos marginados de áreas rurales del Ecuador y sobre “incomunicación” de esos mismos grupos con otros estratos o sectores sociales.

Las investigaciones fueron complejas y de carácter interdisciplinario, ya que, para descubrir los mecanismos, procesos y efectos de la comunicación en esos campos, fue menester estudiar diversos aspectos: sociológicos, antropológicos, económicos, movilidad física y social y específicamen-

te los relacionados con la comunicación en sus diversas formas: interpersonal, por exposición a los medios de comunicación colectiva y todo el sistema de traslaciones culturales que opera bajo cualquier modalidad de comunicación humana.

Un planteamiento básico del estudio, que se concretó en un conjunto de hipótesis de trabajo, fue que la gran mayoría de los habitantes de la zona rural y numerosas concentraciones de poblaciones del sector urbano está prácticamente marginada de los procesos de desarrollo y cambio de la sociedad. Estos grupos humanos marginados permanecen incomunicados con el mundo externo y guardan sólo precarios sistemas de comunicación interna.

En relación con los mensajes, cabe también consignar que éstos están elaborados en los centros elitarios de formación literaria y que muy difícilmente pueden ser comprendidos por los habitantes de los sectores marginados, que no tienen la posibilidad de descifrar los mensajes o no tienen interés en hacerlo, porque saben, anticipadamente, que tales mensajes no guardan relación alguna con sus intereses, deseos, aspiraciones o sus normas y valoraciones.

En definitiva se plantean dos problemas simultáneos: una dicotomía, alternativas contrapuestas: los medios de comunicación no inciden en los grupos sociales, manteniéndolos en la incomunicación; o inciden en forma negativa, provocando otro tipo de incomunicación y además alienación, distorsión de los valores y de la posición del hombre frente a la vida.

CIESPAL, con la colaboración de un grupo de sociólogos, antropólogos, trabajadores sociales y estudiantes universitarios, algunos de ellos funcionarios del Centro Internacional, del Ministerio de Agricultura y del Ministerio de Educación y con la ayuda de personal de la Junta de Planificación y de profesores rurales, efectuó una investigación de campo en cuatro provincias de la sierra ecuatoriana en 1974.

En esta investigación, luego de haber identificado un grupo de problemas trascendentes sobre la comunicación y la incomunicación de grupos marginados de la sierra, se planteó conjuntos de hipótesis que sólo podían comprobarse mediante la aplicación de metodologías diversas. Por esta razón se utilizó la encuesta por muestreo, como instrumento de indagación de la posición de los integrantes de los grupos, frente a los hechos que ocurrían en la sociedad; el estudio de casos, como una forma de profundizar en el conocimiento de algunas situaciones específicas y, finalmente, un conjunto de investigaciones básicas, descriptivas unas, analíticas otras, a las que se reunió en una serie denominada "análisis estructural".

En lo que se refiere a los problemas de la comunicación se consideró que el estudio debía comprender el flujo de la comunicación en tres direcciones: 1) la comunicación que venía de fuera hacia la unidad; 2) la comunicación que salía de la unidad hacia afuera; y 3) la comunicación interna del grupo. Estos procesos no se consideraron aislados, sino insertos en una mecánica social, en una cultura, en un sistema económico, político y regido, desde luego, por valoraciones y normas.

Los primeros resultados provisionales demuestran que ni el 60% de los jefes de familia de las áreas investigadas, tenía a su disposición un receptor de radio; más del 75% no identificaba la fuente emisora de mensajes y menos seleccionaba éstos. El transistor se utilizaba exclusivamente para propósitos de entretenimiento, para escuchar música, indiscriminadamente. Algunos indicadores sobre identificación nacional o cohesión social revelaron una situación realmente dramática: más del 70% de los entrevistados desconocía el nombre del Presidente de la República y no sabía cuáles eran los colores de la bandera nacional. Más del 50% no sabía el nombre del país en el que vivían y más del 80% jamás vió un diario.

Esos resultados revelan la situación de incomunicación, la falta de cohesión social y de identificación nacional

de los grupos investigados, que están ubicados a no más de 100 kilómetros de Quito y, generalmente, cerca de una vía pavimentada de primer orden. Un número impresionante de campesinos, por falta de uso instrumental y funcional se olvidó del alfabeto y muchos, igualmente, se niegan a mandar a sus hijos a la escuela. Los datos son reiterativos de la condición infrahumana en la que se desenvuelven esas comunidades, de la injusticia social, llevada a límites inauditos pero, sobre todo, son demostrativos de que en el país imperan estereotipos, distorsionadores de la verdadera situación de los grupos marginados.

INTRODUCCION

La teoría de las ciencias de la comunicación, al igual que la de las ciencias sociales en general y su metodología, han sido difundidas en América Latina por el centro metropolitano y por lo mismo responden a una situación cultural específica y conllevan una ideología totalmente ajena a las necesidades y demandas de nuestra sociedad. La teoría de las ciencias sociales es en gran medida una racionalización de los intereses que predominan en los países industrializados. La teoría no se ha ocupado de los problemas de los países subdesarrollados y no obstante se aplica, indiscriminadamente, a nuestras situaciones con resultados obviamente distorsionantes e inadecuados (1).

Quizá conviene observar que el enfoque epistemológico que se ha seguido hasta ahora en las llamadas ciencias de la comunicación, tiene una vinculación excesivamente estrecha con los fenómenos que ocurren en las sociedades industrializadas, antes que con las circunstancias socioeconómicas, políticas e históricas de los países atrasados y dependientes como los de América Latina.

Uno de los más peligrosos y difundidos mitos de las ciencias sociales consiste en la creencia de que la teoría científica social, es absolutamente universal y de que su validez desborda el marco de los espacios culturales y de los procesos históricos (2). El cuestionamiento tiene valor y actualidad si consideramos que estuvimos utilizando una metodología y una teoría que muy difícilmente pueden permitirnos la aproximación a un conocimiento científico objetivo de nuestra propia realidad, sino establecemos una clara diferenciación entre el valor instrumental que pueden tener tales teorías y métodos y sus innegables trasfondos ideológicos, o si no logramos considerar a los métodos de

(1) Teoría, Economía y Regiones Subdesarrolladas, Edición Fondo de Cultura Económica, México, 1969, pág. 115.

(2) "¿Puede existir una ciencia social latinoamericana?. Antonio García, Revista "Chasqui", Nº 1. Diciembre, 1972. Ediciones CIESPAL.

elaboración científica como tales y no como dogmas que debemos observar y respetar. Justamente, uno de los más graves errores en los que han incurrido centros culturales de importancia vital para América Latina, como las universidades, ha consistido en no entender y manejar a esos elementos — teoría y metodología — como instrumentos de un pensamiento crítico. Se ha convertido al método en un recetario totalmente artificial y dogmático. No se han logrado separar las conclusiones que devienen de la aplicación de un método, del método mismo y, por eso, se ha llegado a la situación, intelectualmente penosa, de haber sustituido a la escolástica con una escolástica marxista de la izquierda. Se ha tomado al método de pensamiento científico ya se trate de postulados del clasicismo liberal o de los postulados marxistas, como un dogma; sin diferenciar, como queda dicho, entre el instrumento de análisis, útil para una circunstancia histórica y los elementos ideológicos sobre los que se asienta esa misma metodología y esa teoría.

Un ejemplo puede ilustrar la proposición. La teoría sobre la libre expresión del pensamiento, uno de los mayores postulados del liberalismo clásico, tenía validez para la época y circunstancias de la revolución industrial. Tuvo validez también, en América Latina cuando en las épocas independentistas sirvió a las élites criollas y a sus seguidores en sus luchas contra el país colonialista, pero actualmente, cuando los contenidos de los mensajes deben difundirse mediante la utilización de canales de alta tecnología y cuando por lo mismo la comunicación se ha convertido en un proceso industrial, utilizado sobre todo para el reforzamiento de ideologías dominantes, y para la inducción a consumos, hay mucho más proximidad entre las demandas de la libre empresa para manejar los negocios, que entre las demandas de la sociedad para difundir las ideas. Pero los postulados del liberalismo clásico — convertidos en teorías político-sociales y en categorías ontológicas — mantienen pleno su vigor y nos obligan a confundir los intereses de las grandes industrias de la comunicación con los intereses culturales de la sociedad misma. Se mantienen incluso las mitificaciones del periodista, del escritor heroico, del luchador, del ideólogo; mientras la industria de la comunicación está operada por empresarios eficaces que administran buenos negocios, de alta rentabilidad, vinculados a otros negocios o incrustados fuerte y estrechamente a la estructura de dominación y de poder y, en los estratos menores, por periodistas, cuya condición profesional, no ha sido ni siquiera legalmente establecida en la mayoría de países de América Latina, y cuyo pensamiento,

cuyas ideologías, no se ponen en juego y menos se suelen examinar para orientar la política informativa o editorial del respectivo medio.

Es el caso típico de imposición de una teoría que se acepta sin análisis crítico suficiente, que se convierte en dogma y que nada tiene que ver con la realidad de nuestros países que podrían aprovechar la potencialidad de los medios de comunicación para difundir contenidos de valor esencial.

De ahí el valor de un nuevo planteamiento epistemológico sobre las ciencias de la comunicación o las ciencias sociales en general. Las situaciones críticas que se observan actualmente, la falta de correlación entre la metodología y la teoría difundida por el centro metropolitano de poder y nuestras propias necesidades, nos induce a pensar en que debemos crear nuestros propios instrumentos de trabajo científico, en que debemos seleccionar, con un pensamiento crítico severo, la metodología extraña que estamos utilizando e identificar la ideología que anima a tales instrumentos para que no corramos el riesgo de hacer aproximaciones a la realidad que carezcan de valor.

No hay que olvidar que el concepto de una ciencia social pura, despojado de todo trasfondo ideológico es un simple artificio conceptual y carece de significado en el campo de las ciencias sociales. Al menos así lo sostiene Oscar Lange en su "Economía Política" (3) y refuerza su tesis aseverando que las ciencias sociales forman parte de la ideología peculiar de una formación históricamente dada y tiene, por así decirlo, un carácter ideológico. Por su parte y, sobre el mismo punto Antonio García, sostiene con mucho énfasis que una teoría científico social, sin ideología, es una abstracción ahistórica y puramente racionalista y asevera también, que es precisamente la ideología la que ha de caracterizar la naturaleza beligerante y dinámica de las ciencias sociales en América Latina o en los hemisferios atrasados o dependientes, en cuanto ha de transformarlas en ciencias sociales del desarrollo, esto es en instrumentos conceptuales destinados a descubrir críticamente las estructuras y relaciones de dominación y dependencia (4).

(3) **Economía Política.** Fondo de Cultura Económica. México, 1.964, pág. 90.

(4) **García, Antonio, obra citada.**

En el nuevo enfoque que debemos adoptar, la posición crítica de las ciencias sociales en América Latina se fundamentará, particularmente, en la reformulación y evaluación de la teoría clásica, o en la metodología y teoría de los autores contemporáneos, cuyo pensamiento nos llega con la tremenda fuerza de la mitificación impuesta por las modas y los "ismos". Ese análisis crítico de la teoría foránea disponible, permitirá el descubrimiento objetivo de los mitos, de los elementos ideológicos que han sido puestos en juego. Luego, con un instrumental de trabajo mucho más depurado y crítico, debemos llegar al descubrimiento de las estructuras, de toda la interrelación económico, político, social y cultural, que condicionan y determinan los sistemas de comunicación imperantes. Solamente con una operación que se fundamente en esos principios científicos, se podrá dar un soporte coherente a los propósitos de desarrollo y cambio social, a la racionalización del uso de la comunicación en la sociedad.

INCOMUNICACION SOCIAL

El proyecto comprendió un conjunto de investigaciones básicas sobre comunicación en grupos marginados de áreas rurales del Ecuador y también investigaciones sobre "incomunicación" de esos mismos grupos con otros estratos o sectores sociales.

Las investigaciones fueron complejas y de carácter interdisciplinario, ya que, para descubrir los mecanismos, procesos y efectos de la comunicación en esos campos, fue menester estudiar diversos aspectos, sociológicos, antropológicos, económicos, movilidad física y social, y específicamente los relacionados con la comunicación en sus diversas formas: interpersonal, por exposición a los medios de comunicación colectiva y todo el sistema de traslaciones culturales que opera bajo cualquier modalidad de comunicación humana.

Uno de los planteamientos básicos del estudio, que se concretó en un conjunto de hipótesis de trabajo, fue que la gran mayoría de los habitantes de la zona rural y numerosas concentraciones de poblaciones del sector urbano está prácticamente marginada de los procesos de desarrollo y cambio de la sociedad. Esos grupos humanos marginados permanecen incomunicados con el mundo externo y guar-

dan sólo precarios sistemas de comunicación interna. Tal situación de “incomunicación social” es, previsiblemente, la que coadyuva a que permanezcan en un estado de inmersión que limita su capacidad de participación en las decisiones, disminuye en grado extremo sus posibilidades de educación, la adopción de innovaciones indispensables para el incremento de la productividad y para que puedan alcanzar una vida plena, salud y bienestar y, sobre todo, el desarrollo de su propia cultura.

Al carecer de sistemas adecuados y suficientes de comunicación se limita también la posibilidad de cohesión social de los propios grupos marginados y desde luego se impide la participación de esos sectores en la sociedad nacional. Por otra parte, la falta de comunicación robustece los sistemas de dependencia de esos grupos a sectores distorsionantes de la economía, la política y la cultura y, sobre todo, impide que grandes mayorías participen en la movilización social que implica cualquier proceso de desarrollo o cambio.

En otras palabras, sin la participación de sectores de la población ni siquiera es posible ejecutar, con un razonable grado de eficacia, programas de alfabetización, de vivienda, de promoción social, de salud, o la aplicación de simples innovaciones en el campo de la agricultura. Y la participación no se puede lograr, a su vez, sin un mecanismo coherente de comunicación que sirva para motivar a la población. En muchas ocasiones fracasaron o al menos no lograron la plenitud de sus objetivos programas de extensión agrícola. No fue posible obtener éxito pleno con proyectos de desarrollo comunal por ejemplo, porque no se logró superar la barrera de oposición que pusieron los presuntos beneficiarios. Mientras que en otros programas se cumplieron los objetivos porque se logró un grado aceptable de comunicación, ya sea a través de los líderes comunales o del ejercicio de motivaciones válidas. Fundamentalmente faltó investigación sociológica suficiente para que se pudieran descubrir los mecanismos adecuados de comunicación, desde el sector institucional externo hacia la comunidad, lo mismo que los procesos de comunicación interna de la comunidad, que se pueden utilizar para motivar al grupo, crear nuevas expectativas e inducirlo a tomar determinada acción.

Pero el problema debe ocupar la atención no solamente por las eventuales oportunidades que puedan tener las instituciones de eje-

cutar programas específicos de desarrollo comunal. Cabe también la consideración de que la información es una necesidad vital para todo grupo humano, cuyos integrantes pueden proyectar su posición ante la vida solamente sobre la base de la información de que disponen. Como entes humanos y como entes sociales actuamos como sabemos y por lo que sabemos y nuestras actitudes y la orientación general de nuestra conducta frente a la vida, están determinadas, básicamente, por la información que tenemos sobre la realidad y por la formación de que disponemos para asumir posiciones frente a esa realidad. Por lo tanto establecer mecanismos idóneos de información en los grupos marginados de la sociedad nacional es una tarea trascendente, que dará cohesión y vigor a los propios grupos y que abrirá las posibilidades de movilización y participación en los procesos de desarrollo y cambio.

Mirando el problema de la incomunicación desde otro ángulo, debemos admitir que en muy pocas oportunidades se ha transferido tan completamente la tecnología necesaria de los centros industrializados a los países dependientes. Disponemos de grandes rotativas, de transmisión por vía satélite, de televisión en negro y blanco y en color, de los más acabados sistemas de radiodifusión. En este caso el problema de la comunicación, no es de medios técnicos, éstos existen y sobradamente.

Pero esa tecnología y esa enorme posibilidad de comunicación no se han desarrollado en líneas adecuadas para las sociedades dependientes, para beneficiar a los grupos sociales, romper la incomunicación y ofrecerles la posibilidad de participación en la sociedad nacional. Los llamados sistemas industriales de información responden a las necesidades de otros grupos y no a las necesidades culturales de la sociedad.

Por lo general, los medios de comunicación colectiva pertenecen a los grupos de presión económica o política, que han trasladado el sistema internacional de dependencia a los ámbitos nacionales de cada país. Los medios pertenecen al sistema y es ilusorio suponer que por ellos, o gracias a ellos, podrán alcanzarse los propósitos de cambio. Los fines que persiguen generalmente las empresas industriales de la comunicación colectiva, no son de beneficio social. El propósito que persigue es obtener utilidades económicas de

las inversiones efectuadas. L. Goldmann (5) sostiene que "los medios de comunicación de masas pertenecen a la esfera de una ideología de clase dominante y constituyen los soportes de la ideología llamada genéricamente burguesa. Por tanto reflejarán la visión del mundo que tiene esta clase y que ella desea hacer aceptar como la única razonable, la única objetiva y por consiguiente la única universal. En la medida en que esta clase monopoliza los medios de producción y domina la estructura del poder de la información será su visión particular del mundo la que tendrá que imponerse como visión general de ese mismo mundo".

Por lo tanto, el problema verdadero radica en quienes manipulan esos medios, bajo qué sistema están operando, cuáles son sus objetivos y sus propósitos.

No es conveniente olvidar que los medios de comunicación empezaron su desarrollo sobre las teorías clásicas del liberalismo y que alcanzaron su auge porque fueron uno de los frutos más destacados de la revolución industrial. Por lo tanto, no debe sorprendernos el hecho de que los diarios, la radio y la televisión, sean una parte adjunta del orden industrial. Son, en general grandes complejos empresariales que exigen alta inversión, alta tecnología y elevadísimos costos de producción que tienen que operar como las demás industrias, con una sola diferencia básica: el producto que elaboran es un producto ideológico, altamente comprometido con los objetivos del sistema. Los medios mismos, integran el sistema, son parte consustancial de él, por lo que es ilusorio suponer que por ellos, o gracias a ellos podrán alcanzarse los propósitos de desarrollo o cambio social.

Pero el potencial de los medios de comunicación colectiva no alcanza aún a las masas latinoamericanas. No hay que dejar de lado la dramática circunstancia de que alrededor del 80 por ciento de la población de la región, nunca ha leído un diario. El transistor no se ha generalizado en la medida en la que se supuso apriorísticamente y, el uso de la televisión, está altamente condicionado. Las posibilidades de recepción son mínimas, tanto que en la mayoría de los casos, por la baja calidad de los aparatos radioreceptores, no se pue-

(5) L. GOLDMANN. "Investigaciones Dialécticas". Ediciones Gallimard, París, 1.959, pág. 46.

de escuchar sino la emisora del pueblo vecino y alguna emisora de gran potencia —realmente grande— que opera en el país o en el exterior. En el caso de la televisión la limitación es mayor ya que a las zonas rurales no llega, sino eventualmente, uno de los canales que operan en el país.

Para completar el cuadro sobre la situación imperante, vale la pena señalar que investigaciones efectuadas por CIESPAL como “Dos Semanas en la Prensa de América Latina”, demuestran que más del 60 por ciento del espacio total de los diarios estaba destinado a publicidad, en promedio y que, del 40 por ciento restante las dos terceras partes no contenían otra cosa que entretenimientos, asuntos vanales, chismografía cinematográfica, futbolística, policial o de cualquier otro género.

En el caso de la televisión, acabamos de concluir un estudio en CIESPAL, en el que se demuestra que solamente el 2 por ciento de la programación de todos los canales del país, estaba dedicada a asuntos culturales, incluyendo, generosamente en ese grupo, materiales pseudo culturales o de simple propaganda que distribuyen algunas embajadas acreditadas ante nuestro país. Menos del 13 por ciento del total de la programación de televisión estaba dedicado a noticieros y comentarios. Todo el resto formaba parte de una curiosa amalgama de crimen, estulticia, mal gusto; pero sobre todo, la programación contenía la apología de la más amplia gama de la infamia: traiciones, vicios, mentiras, calumnias, asesinatos. En solamente una obra de origen norteamericano, “La Caldera del Diablo”, se podían identificar más de 63 delitos diversos. Estudios efectuados en otros países demuestran que en la televisión “se mataba” un promedio de cinco personas por hora de programación.

La radiodifusión no se aparta de esa misma línea, salvo pocas excepciones. La mayoría de la programación no es sino música y cuñas comerciales. La variación consiste en la transmisión de programas deportivos, en Quito hay temporadas en las que hasta 17 emisoras transmiten los partidos de fútbol. En el Ecuador operan actualmente 247 emisoras sin considerar en esa cifra las de frecuencia modulada pero de todas ellas se cuentan con los dedos de la mano las que tienen algún servicio informativo o alguna programación cultural, con emisión de mensajes útiles y de valor trascendente.

Debemos considerar por lo tanto, que la mayor parte de la acción de los medios de comunicación colectiva está destinada a "entretenir" a los diversos grupos. Los mensajes con contenido cultural de valor son insuficientes.

A propósito de mensajes, cabe también consignar que éstos están elaborados en los centros elitarios de formación literaria y que muy difícilmente pueden ser comprendidos por los habitantes de los sectores marginados, que no tienen la posibilidad de descifrar los mensajes o no tienen interés en hacerlo, porque saben, anticipadamente, que tales mensajes no guardan relación alguna con sus intereses, sus deseos, sus aspiraciones o sus normas y valoraciones.

En definitiva se plantean dos problemas simultáneos: una dicotomía, alternativas contrapuestas: los medios de comunicación no inciden en los grupos sociales, manteniéndolos en la incomunicación; o inciden en forma negativa, provocando otro tipo de incomunicación y además alienación, distorsión de los valores y de la posición del hombre frente a la vida.

LA INVESTIGACION SOBRE LA COMUNICACION EN AREAS MARGINADAS DE LA SIERRA

Una vez que me he permitido formular algunos comentarios sobre la necesidad de un nuevo enfoque epistemológico de las ciencias sociales y, particularmente, de las ciencias de la comunicación y su metodología de investigación (6) y luego de que a grandes rasgos, excesivamente marcados, he procurado puntualizar algunas de las situaciones que ocurren en la sociedad nacional y latinoamericana en general, con respecto a la comunicación y a la incomunicación de los grupos marginados, trataré, en este último y breve capítulo, de describir una investigación de campo que efectué en cuatro provincias de la sierra ecuatoriana.

En ese trabajo, pretendí aplicar toda una gama de nuevas metodologías y también de metodologías tradicionales, críticamente ajustadas a un enfoque particular de la situación. Concluí todos los tra-

(6) Ordóñez Andrade, Marco. "La investigación de la comunicación en América Latina", CEDAL, San José, Costa Rica, 1.973.

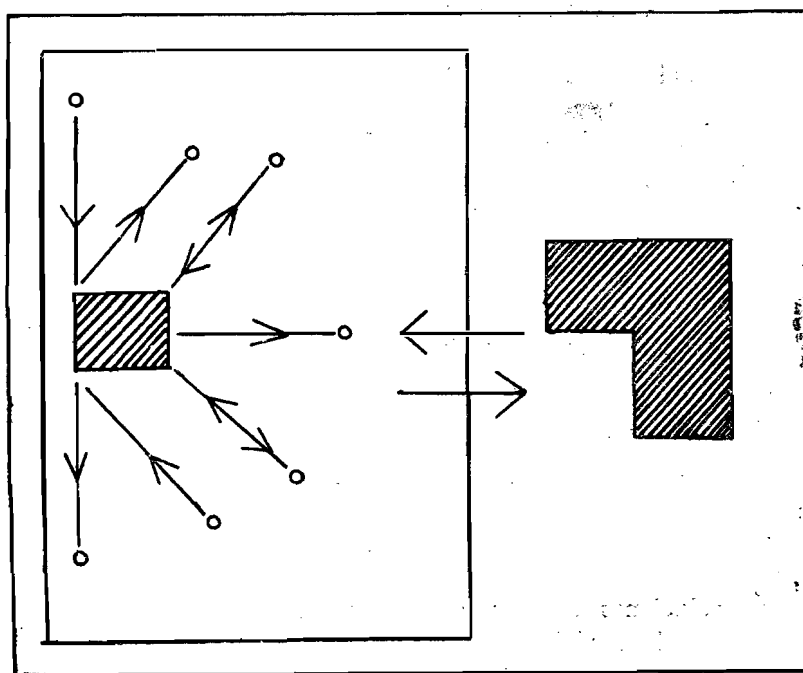
bajos de campo con la valiosísima colaboración de un grupo ejemplar de sociólogos, antropólogos, trabajadoras sociales y estudiantes universitarios — 12 en total— algunos de ellos funcionarios de CIESPAL, del Ministerio de Agricultura y del Ministerio de Educación y con la no menos valiosa ayuda de personal de la Junta de Planificación y de profesores rurales. Todos los datos fueron codificados, o se los está resumiendo en tablas comparativas. En toda la parte que es posible los datos serán procesados en el computador. El análisis y la redacción del Informe Final estarán concluídos, hasta finales del mes de abril. Espero poner a disposición de todas las entidades nacionales los resultados obtenidos hasta mediados del presente año.

En la investigación, luego de haber identificado un grupo de problemas trascendentes, sobre la comunicación y la incomunicación de grupos marginados en la sierra; planteamos conjuntos de hipótesis que sólo podían comprobarse, mediante la aplicación de metodologías diversas. Por esa razón utilizamos la encuesta por muestreos aleatorios, como instrumento de indagación de la posición de los integrantes de los grupos, frente a los hechos que ocurrían en la sociedad; el estudio de casos, como una forma de profundizar en el conocimiento de algunas situaciones específicas y, finalmente, un conjunto de investigaciones básicas, descriptivas unas, analíticas otras, a las que reunimos en una serie denominada “análisis estructural”.

No investigamos el problema de la comunicación en los grupos como un hecho aislado de su contexto político, económico, social y cultural. Por el contrario, procuramos identificar todas las conexiones y las íntimas relaciones que existían entre los fenómenos de la comunicación y el aparato productivo, o el aparato educativo, por ejemplo.

Cuando estaba definida la parte conceptual, iniciamos un proceso metódico de ubicación de las áreas. Buscamos los puntos más adecuados para la investigación, luego de haber hecho preinvestigaciones en 41 sectores diversos. Finalmente definimos áreas de estudio como las que se presentan en la gráfica Nº 1.

Seleccioné una constelación de pequeños poblados, que tenían una relación de dependencia, económica y cultural, con un poblado mayor. Procurando la coincidencia de características que pudieran definir prácticamente una comunidad, en cada punto del estudio. Toda esa cons-



(Gráfica Nº 1)

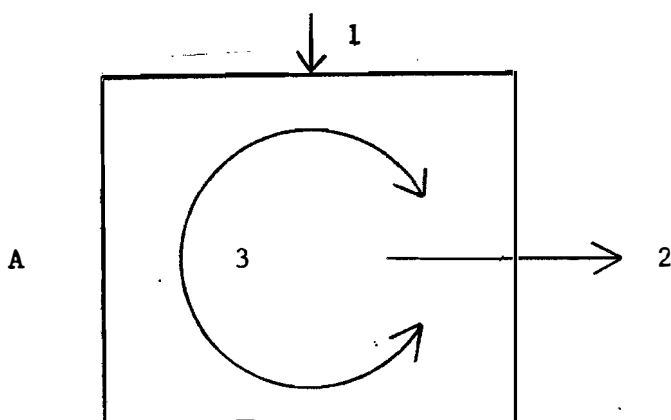
telación de pueblos, debían tener una dependencia vital de un centro urbano o ciudad mercado. Había que considerar que el estudio no buscaba situaciones extremas, por el contrario, más bien se seleccionaron puntos que podrían considerarse como ejemplos demostrativos. En ninguno de los casos, el mercado ciudad, distaba más de 40 kilómetros de la capital de la provincia y ninguno de los puntos de la investigación estaba a mayor distancia de 40 kilómetros del mercado ciudad central. Vías de comunicación de primer orden que unan al mercado central con el resto del país, exposición evidente a los medios de comunicación colectiva y escuelas, fueron factores que debían existir en cada punto de la investigación.

En lo que se refiere a los problemas de la comunicación conside-

ré que el estudio debía comprender el flujo de la comunicación en tres direcciones, como se indica en la gráfica Nº 2.

En la unidad del estudio "A" se investigaban:

- 1.— La comunicación que venía de fuera hacia la unidad. Entendiendo por tal, medios de comunicación colectiva: periódicos y otros impresos; televisión y radio. La comunicación institucionalizada, como los servicios de extensión agrícola o sanitaria, la que emite la Iglesia, el movimiento o partido político o la Escuela.
- 2.— La comunicación que salía de la unidad hacia afuera. Manifestaciones culturales o proyecciones folklóricas, rituales; emisión de mensajes institucionalizados por los grupos de poder local; juntas parroquiales, etc. Transportes y corrientes migratorias portadoras de manifestaciones culturales.
- 3.— La comunicación interna del grupo. Constituía especialmente por comunicación interpersonal, ejercida en los grupos informales; relaciones generacionales, centros rituales y sociales, en general. El propósito que no se pudo lograr plenamente por cierto, era indagar los contenidos de los mensajes interpersonales en los grupos informales.



(Gráfica Nº 2)

Como quedó indicado, todos los procesos de la comunicación no se consideraron aislados, sino insertos en una mecánica social, en una cultura, en un sistema económico y político y regido, desde luego, por valoraciones y normas. Por eso la investigación se amplió a todos esos campos y tuvo un carácter plenamente interdisciplinario. Los análisis estructurales se refirieron sobre todo, como la propia expresión lo indica, a describir las estructuras en las que operaba el proceso de la comunicación.

Al hacer la investigación procuramos identificar los valores que sustentan la conformación de los grupos sociales y determinan la jerarquización de sus miembros, las divisiones de roles de trabajo y autoridad. Los mecanismos de operación del grupo, sus fiestas, manifestaciones rituales, proyecciones folklóricas, en definitiva todos aquellos elementos que determinan su comportamiento, cohesión y forma de existencia. Lógicamente, hubo que desentrañar también toda la complejidad de las relaciones económicas, las diversas formas de productividad, de trabajo y de valoraciones culturales.

Paralelamente, se investigó el grado de movilidad de los integrantes de la comunidad, para evaluar si tal movilidad tiene relación con la aceptación de innovaciones o al menos la traslación de informaciones del mundo externo. Los grupos marginados rurales, particularmente, circunscriben su relación con el mundo externo a sus compradores o abastecedores de alimentos, de bebidas, de crédito, empleadores, al cura y eventualmente a la autoridad civil o al transportador. Es fácil suponer la validez de esas traslaciones culturales, y los grados de comprensión y valoración con los que se reinterpretan los mensajes. Esa, es, indudablemente, una temática que debe investigarse con mucho más profundidad porque las actitudes, las valoraciones sobre política, sobre nación, estarán determinadas, posiblemente, por esos contactos.

Para probar toda la metodología propuesta seleccionamos Otavalo, como ciudad mercado foco central 'metropolitano', Peguche, Ilumán y Quinchuquí, como poblados dependientes. Comprobamos plenamente la validez de nuestros presupuestos teóricos —en lo que se refiere a metodología— y además la validez de materiales tales como las guías de trabajo para el análisis estructural; los cuestionarios y las aerofotografías sobre las que ubicamos los sociogramas.

Solamente entonces seleccionamos como áreas de estudio las siguientes unidades:

A.— En la provincia del Carchi:

San Gabriel: Cristóbal Colón, Chitán de Navarretes, Bolívar.

B.— En la Provincia del Azuay:

Paute: Guachapala, Tomebamba, El Pan, Palmas.

C.— En la Provincia de Chimborazo:

Guano: Penipe, San Andrés, Cubijes.

D.— En la Provincia de Bolívar:

Chimbo: Asunción, La Magdalena.

San Miguel: Santiago.

La investigación se ha prolongado por 16 meses consecutivos, de los cuales alrededor de cuatro meses y medio, se utilizaron en los trabajos de campo, con la participación de todos los integrantes del grupo, en contacto permanente con la comunidad investigada.

Como había advertido, aún no están procesados todos los datos obtenidos en la investigación, pero sin embargo los primeros resultados provisionales nos demuestran que ni el 60 por ciento de los jefes de familia de las áreas investigadas, tenían a su disposición un receptor de radio; más del 75 por ciento no identificaba la fuente emisora de mensajes y menos seleccionaba éstos. El transistor se utilizaba exclusivamente para propósitos de entretenimiento, para escuchar música, indiscriminadamente. Algunos indicadores sobre identificación nacional o cohesión social revelaron una situación realmente dramática; más del 70 por ciento de los entrevistados desconocía el nombre del Presidente de la República y no sabía cuáles eran los colores de la bandera nacional. Más del 50 por ciento no sabían el nombre del país en el que vivían y más del 80 por ciento jamás vieron un diario.

Esos resultados provisionales por cierto, revelan la situación de incomunicación, la falta de cohesión social, de identificación nacional de los grupos investigados, que, cabe nuevamente la advertencia, están ubicados a no más de 100 kilómetros de Quito y, generalmente, cerca de una vía pavimentada de primer orden. Un número impresionante de campesinos, por falta de uso instrumental y funcional se olvidó del alfabeto y muchos, igualmente, se niegan a mandar a sus hijos a la escuela. “Ya mandé al primero. Hizo seis años de escuela, pero aquí no hay nada que leer”, fue la respuesta apabullante y lógica de un in-

dígena de la zona del Cañar que fue entrevistado, durante los trabajos de preinvestigación. La alfabetización, como lo muestran también los trabajos de Alain Dubly en el Ecuador (7), no es la llave mágica y maravillosa que abre las puertas del mundo, de la técnica y la ciencia, de la riqueza y el desarrollo cultural. La mayor parte de las veces es una experiencia frustrante, por medio de la cual se desarraiga al campesino de su propia cultura, de su propio sistema de valores y luego no se le concede la posibilidad de integrarse a la cultura dominante, por lo que queda abandonado en una nebulosa, en un limbo cultural, sin posibilidad alguna de acción o de participación.

Los datos son reiterativos de la condición infrahumana en la que se desenvuelven esas comunidades, de la injusticia social, llevada a límites inauditos; pero, sobre todo, son demostrativos de que en el país imperan estereotipos totalmente aberrantes, distorsionadores de la verdadera situación de los grupos marginados y de su posición frente a la vida.

Con estos breves comentarios no he pretendido, en forma alguna, hacer un resumen de la investigación, sino solamente darles a conocer puntos de interés de un trabajo efectuado en el país, que espero poner a la disposición de ustedes en breve plazo.

(7) Dubly, Alain. "Una nueva alfabetización para la aculturación del campesino andino". CEAS, Riobamba, Ecuador. América Indígena, Vol. 23. Nº 1. Enero-Marzo, 1.973.

IDIOMAS, ESCUELAS Y RADIOS EN BOLIVIA

Por: Xavier Albó

**C. I. P. C. A.
Centro de Investigación y
Promoción del Campesinado**

Una educación genuinamente rural implica, al menos a corto plazo, un cambio de actitud frente a los idiomas nativos. Como punto de partida, en los primeros contactos con el educando, es preciso implantar la educación bilingüe, como se está empezando a hacer ya en el Perú. Sólo así puede haber garantía de que los mensajes llegan realmente a transmitirse con eficacia. Además el idioma nativo debe ser una meta, al menos al nivel de escritura y manejo expeditivo y creativo para que el hombre quechua y aymara logre realmente comunicar lo que es y siente a propios y extraños. Dadas las altas proporciones de población con idioma uniforme no-castellano, es sociológicamente muy difícil que esto se logre con sólo el castellano.

En Bolivia —como en el resto de América Latina— tanto las emisoras de radio como los patrocinadores pertenecen básicamente al núcleo hispano-criollo urbano y, por

tanto, el tipo de mensajes y valores difundidos parten de este núcleo hacia la periferia campesina y autóctona. Ante todo se rinde tributo a una sociedad y cultura urbanas, ajena a lo nativo y abocada a la sociedad de consumo. Pero debido a una serie de circunstancias, en Bolivia —quizás más que otros países latinoamericanos incluso de la zona Andina— está surgiendo una innovación significativa. Se trata de la parcial apertura de las radiodifusoras al campo y a la periferia urbana popular, introduciendo espacios en quechua y aymara, muchas veces en manos de los propios quechuas y aymaras.

En Bolivia las radios son empresas pequeñas; solamente hay 10 emisoras con potencia superior a 1 kw. y/o con onda corta, capaces de cubrir algo más que la zona local. De ellas la mayoría tiene serios problemas financieros y sólo 3 ó 4 cubren relativamente bien todo el territorio nacional. Por otra parte hay un sinfín de pequeñas emisoras en las ciudades y en los pueblos principales. La Paz y Cochabamba, la primera con 600.000 habitantes y la segunda con menos de 200.000 habitantes, poseen 20 y 11 emisoras respectivamente.

Las radiodifusoras de mayor potencia transmiten de 1 a 4 horas diarias en aymara y/o quechua, principalmente en la madrugada y alguna también en la tarde. El resto del día usan el castellano. En cuanto al número de receptores, la estimación oficial es de unos 142 receptores por mil habitantes. En las ciudades y en los pueblos más céntricos casi todas las familias tienen uno o más aparatos de radio.

Los programas de radio en quechua y aymara cumplen varias funciones: la principal función pretendida por los diseñadores, ejecutores o patrocinadores de los programas nativos es la incorporación de las mayorías marginadas dentro de los esquemas de los grupos dominantes. Ello tiene diversas dimensiones; pero para fines de análisis pueden agruparse en dos bloques principales: a) incorporación del campesino en la sociedad de consumo, y b) educación del campesino. Otros programas nativos de corte más popular desempeñan ciertas funciones importantes en-

tre las que se puede señalar: 1) aglutinar una solidaridad quechua y aymara; 2) canalizar la expresión de los grupos oprimidos y culturalmente silenciados; y 3) estimular la creatividad autóctona.

Cabe señalar que la introducción de esos programas en lengua nativa son significativos, sobre todo si se tiene en cuenta la psicología del oyente nativo, que asimila emocionalmente la ambientación más que los contenidos específicos. Por ello el mero hecho de escuchar su idioma y su música en la radio ayuda a liberarle de represiones psíquicas causadas por la estructura dominante. Aparte de esta función, los programas más populares están contribuyendo a forjar la identidad y solidaridad de los grupos quechua y aymara y dan un nuevo cauce público a la expresividad y creatividad autóctonas. Así cumplen un rol que había sido descuidado por otros organismos convencionales de promoción.

Se insiste en el análisis de estas innovaciones idiomáticas en la radio, por la luz que pueden arrojar sobre una planificación lingüística en países multilingües y poco alfabetizados como Bolivia.

INTRODUCCION

Este trabajo quiere subrayar el papel muy especial que pueden desempeñar las radios en una integración de cuño pluralista, a la luz de la actual experiencia boliviana. Para ello describiré primero la dinámica sociolingüística del país para concentrarme después en el rol en cierto modo contrapuesto que en esta dinámica juegan las escuelas rurales por un lado y por el otro ciertos programas radiofónicos populares.

1.— DINAMICA SOCIOLINGUISTICA DE BOLIVIA

Lingüísticamente la situación boliviana no es excesivamente complicada, excepto en los idiomas minoritarios de la selva en vías de extinción. Sólo hay tres idiomas principales —castellano, quechua y aymara— (2) con poca fragmentación dialectal (3). Pero el panorama sociolingüístico adquiere mayor importancia que en otros países latino-americanos plurilingües debido a la fuerza que aún tienen el quechua y el aymara. Analizaré esta circunstancia desde diversos ángulos, pero señalando primero dos características básicas como punto de partida.

- 1) Una situación de dualismo socio-cultural entre una minoría dominante de idioma y cultura hispano-criolla por un lado y por el otro una mayoría dominada con cultura, o mejor subcultura oprimida, de tipo sobre todo rural, cuyos idiomas también están oprimidos y por tanto atrofiados; y
- 2) El hecho de que, a pesar de lo anterior, estos idiomas siguen siendo importantes desde un punto de vista numérico (aproximadamente 35% quechua + 25% aymara vs. 40% castellano) y además siguen manteniendo una cierta vitalidad y crecimiento propios a pesar de su evidente receso frente al castellano.

Veamos esta doble característica desde diversos perfiles.

1.1. Perfil geográfico

Desde la perspectiva geográfico-horizontal el proceso más importante es sin duda la expansión radial del castellano a partir de una

red de ciudades, focos de poder, distribuida por todo el ámbito quechua y aymara. Pero esta expansión desperdigada en una matriz no-castellana permite a su vez el influjo de los idiomas nativos en la periferia urbana, sobre todo con el incremento migratorio. Buena parte de esos inmigrados se castellanizan después de una o dos generaciones. Pero otros siguen manteniendo contactos con el campo, elevando algo el prestigio de los idiomas nativos. Aunque el castellano no va ganando más terreno, la poca industrialización no permite a la ciudad absorber en forma "moderna" a los inmigrantes ni menos aún imponerse en el campo circundante. Por ello el subproceso de sentido contrario tiene también su importancia.

Por otra parte el quechua y aymara tienen su propia área de expansión en las zonas de colonización y el quechua sigue penetrando en zonas aymaras, especialmente en el sector minero, creando situaciones sociolingüísticas peculiares. Estas expansiones tienen también su perspectiva geográfica-vertical. En consonancia con el concepto de control vertical multi-ecológico desarrollado por algunos etnólogos andinos (4). los quechuas y aymaras han tenido propensión desde antiguo a ir recorriendo zonas alejadas para completar su renta y dieta aprovechando las posibilidades de diversos niveles ecológicos. Es, pues, natural que se vayan adentrando a zonas de colonización, que mantengan contactos con lugares alejados de idioma distinto, y que vengán a las ciudades, sin romper del todo sus lazos con el lugar (e idioma) de origen. En la frontera quechua-aymara ello da lugar también a numerosos enclaves de un idioma en los terrenos del otro y a extensas franjas con aymaras en las serranías y con quechuas en los valles (5). En tales ambientes el quechua suele tener una situación de prestigio local frente al aymara y lo va sustituyendo paulatinamente. Síntoma de ello es que pocos quechuas saben aymara mientras que muchos aymaras de Oruro y Potosí saben quechua y en muchos casos también castellano. Ello se debe a la presión demográfica de los valles cochabambinos (que genera más quechuas en profesiones no-agrícolas de mayor prestigio) ya que es el aymara del Altiplano árido quien necesita complementarse con los valles quechuas e incluso con el trópico y los países vecinos, más que viceversa (6).

1.2. Perfil Social.

Al pasarnos a la perspectiva social propiamente dicha, es clara la contraposición entre el alto prestigio del castellano y el bajo pres-

tigio del quechua y aymara. Pero el prestigio de estos idiomas nativos es más alto que en los otros países andinos, en gran parte gracias a los procesos desencadenados por la Reforma Agraria de 1953. Aunque en las zonas de contacto quechua-aymara suele tener más prestigio el quechua, los aymaras en torno a La Paz, cuyo número se acerca al millón, están adquiriendo últimamente una conciencia de identidad cultural y lingüística superior a la de cualquier sector quechua boliviano, por lo que un nuevo proceso está entrando en juego. De todos modos la contraposición castellano vs. idiomas nativos oprimidos sigue siendo la más básica.

Los alcances y cambios en esta contraposición se observan mejor desde la perspectiva funcional-institucional. Resumiré aquí algo que he desarrollado en otros trabajos (Albó 1970, 1973a). En síntesis la polarización consiste en que el castellano reina casi exclusivamente en el mundo técnico-profesional y en el oficial, mientras que el quechua y aymara reinan en forma análoga en el mundo rural y tradicional. Las instituciones y esferas de relaciones mutuas entre estos dos mundos medio aislados son, con todo, las que señalan la dinámica presente y tal vez futura. Hasta 1953 estos sectores de intercambio estaban canalizados casi exclusivamente a través del patrón latifundista y las autoridades criollas, manteniéndose así un dualismo rígido. Pero la Reforma Agraria de dicho año ha generado un intercambio mucho mayor y en un frente más amplio entre criollo-urbanos y nativo-rurales. Ahora algunas esferas de relaciones mutuas —como el comercio, la política, la religión y el folklore— implican intercambios de doble sentido que fomentan también el doble bilingüismo. En síntesis el resultado más patente es un mayor uso del castellano como segunda lengua en el campo. Pero a cierto nivel sube también el prestigio de las lenguas nacionales en el conjunto nacional. Donde se nota más este segundo aspecto es en la esfera expresiva-emotiva (música, folklore, religión) y en el mundo de la radio. Pero una institución de relaciones mutuas sigue aferrada unidireccionalmente a la imposición del castellano sobre los demás idiomas: la escuela, último eslabón del mundo oficial castellano en la periferia rural, y fuerte instrumento de socialización de las nuevas generaciones. Como corolario, casi todo el ámbito de la letra escrita e impresa es también imperio exclusivo del castellano, que perpetúa así el control hispano-criollo de las esferas de mayor prestigio.

2.— ESCUELAS E IDIOMAS

Desde principios de siglo hubo esfuerzos aislados pero valiosos para crear escuelas rurales. Pero el gran cambio vino tras la Reforma Agraria de 1953 con la creación de un organismo especial de Educación Rural (7). Desde entonces el alumnado rural se ha quintuplicado, aunque todavía quedan sin atender aproximadamente la mitad de la población rural en edad escolar (frente a un 11% en el sector urbano) (8). El notable trabajo que se está haciendo en este rubro queda indicado por el hecho de que Bolivia es uno de los países latinoamericanos, que dedica mayor parte del presupuesto del Gobierno central (alrededor del 30%) a la educación (9).

Sin duda este esfuerzo está dejando su huella en el campo. Para los propios campesinos quechuas y aymaras la escuela se ha convertido en una motivación muy prioritaria: estimula actividades comunitarias (trabajos colectivos, horas cívicas, etc.) y a veces incluso forja la identidad de las comunidades (subdivisiones o fusiones en torno a nuevas escuelas, centro de reuniones, campeonatos, etc.). Más aún, uno de los principales argumentos del campesino al mandar a sus hijos a la escuela es “para que aprendan castellano” y así puedan abrirse camino en el país sin discriminaciones (10).

Por otra parte la estructura del sistema educacional, que refleja en este punto el dualismo de dominación de la estructura social nacional, desarrolla otras motivaciones y tendencias menos apropiadas a la problemática del país y más concretamente del campo. Explicaré este punto fijándome: 1) en el contenido explícito de la educación, y 2) en los contenidos implícitos en el sistema valores de los encargados de la educación.

2.1. Contenidos explícitos de la educación.

Tanto en el ciclo urbano como en el ciclo rural, el contenido explícito de la educación es de orientación primordialmente urbana y, desde el punto de vista lingüístico, exclusivamente castellana. Hay una minoría de instituciones educativas, sobre todo privadas, que dan cierta importancia a las lenguas nativas (11). Pero estas iniciativas alcanzan directamente a menos del 1% de la población escolarizada infantil y, con alguna posible excepción (12), sólo usan el quechua y aymara como una fase momentánea de transición total al castellano.

Con estas excepciones, en la gran mayoría de las escuelas, y también en las orientaciones prácticas emanadas del Ministerio de Educación y de las normales, donde se forman los futuros maestros, se impone el monolingüismo exclusivo castellano.

He aquí dos muestras sacadas de dos documentos recientes del Ministerio de Educación. La primera, más matizada, proviene de un proyecto del Consejo de Racionalización Administrativa en 1972.

“Al implantar una educación única se debe, paralelamente, unificar lingüísticamente todo el país. Recomendar una educación monolingüe no significa una imposición en detrimento de las culturas quechua y aymara. Se deben alentar todas aquellas manifestaciones culturales que aseguren su preservación y continuidad. Pero no se debe conservar un pasado al precio de condenar una gran mayoría nacional a la condición de ciudadanos de segunda clase... La educación monolingüe, por otra parte, no descarta el cultivo de los idiomas tradicionales, sino que hace conciencia de un proceso irreversible que nace en nuestra época, caracterizada por los medios masivos de comunicación y que también facilita el proceso de cohesión social y la aglutinación cultural indispensable a todo esquema de desarrollo e integración... Napoleón, para consolidar la integración del Estado Francés, no vaciló en imponer que el idioma nacional fuese el francés...”.

Más explícita es la oficina de Curriculum. En un documento reciente (Mejía 1973), tras subrayar la prioridad de la castellanización en las escuelas donde concurren niños que no hablan español, señala como uno de los objetivos “crear un ambiente favorable para el uso espontáneo del español”. Se aconseja que “se reduzca al mínimo el uso de la lengua materna”. “Solamente cuando no sea posible establecer comunicación entre maestro y alumnos se aconseja el empleo de la lengua materna”. Aunque añade que ello no significa menosprecio por la lengua materna del niño, al nivel práctico, ello debe entenderse a la luz de otras sugerencias del mismo documento.

“El Ministerio de Educación... y las demás agencias educativas que tuvieran relación con este problema deberían utilizar para los primeros cursos preferentemente a aquellos maestros cuya lengua materna sea el español... Estos deben estar conven-

cidos de que lo esencial es dominar el español y cuidar muy celosamente su uso. El conocimiento de la lengua materna de la comunidad donde le corresponda trabajar queda relegado a segundo término. A lo sumo deberá ser suficiente para entender. Si el maestro domina la lengua materna de la comunidad donde trabaja, a menudo ocurre que es absorbido por el ambiente o, por lo menos, su español se deteriora gravemente por falta de práctica”.

Este documento refleja la práctica ordinaria en el campo y las motivaciones inculcadas a los maestros rurales desde sus primeros años en lo normal. Evidentemente este enfoque surge de una necesidad muy sentida y muy legítima de dar al campesino un instrumento lingüístico indispensable para moverse en el ámbito nacional. Pero en la práctica esta actitud —a pesar de las protestas verbales— incluye además una prescindencia, si no desprecio, de la lengua materna y refleja una situación socio-cultural más vasta en que lo autóctono en la práctica queda sistemáticamente desvalorizado y el modelo pragmático de integración es la mera asimilación de todos a la cultura dominante.

Al nivel de planeamiento educativo se ha intentado varias veces modificar en este punto el contenido explícito de los programas oficiales (13). Pero al nivel práctico estos conatos chocan con un obstáculo más difícil de superar: los contenidos implícitos en el sistema de valores de los propios educadores, quienes a su vez han interiorizado la jerarquización injusta de la sociedad global, reflejada también en la propia estructura del sistema educativo.

2.2 Contenidos implícitos de la educación.

Al analizar el origen y las aspiraciones sociales del campo docente, aparece el sistema de valores característico de los educadores como grupo social (al margen de laudables excepciones individuales). Este sistema de valores, a su vez, nos indica el tipo de educación que el maestro irá transmitiendo con sus propias actitudes, independientemente de lo que el curriculum exija en sus ordenaciones explícitas.

En cuanto a la procedencia, la mayoría de los profesores que atienden a los campesinos son de origen no-campesino, o son ex-campesinos que han dejado de considerarse como tales a medida que han

ido avanzando en el escalafón. Ello es más cierto en las escuelas y colegios "urbanos" de los pueblos en provincias, a los que acude un alto porcentaje de alumnos campesinos. Pero incluso en las pequeñas escuelas diseminadas por las comunidades del campo abundan los profesores no-campesinos, sobre todo entre los que han sido profesionalizados en los normales (14).

Muchos de los maestros que proceden de la ciudad son individuos que no han logrado adquirir una profesionalización universitaria (15), pero cuya orientación y aspiraciones están obviamente puestas en la ciudad y sus valores. El gran sector que procede de los pueblos suele reflejar los fuertes antagonismos existentes entre "vecinos" de pueblo y campesinos propiamente dichos. Además tanto éstos como muchos de origen campesino, están identificados con los segmentos sociales intermedios, caracterizados por sus ansias de movilidad social. Para ellos ser profesores rurales no representa tampoco una vocación sino el primer peldaño en su escalada ascendente hacia la ciudad (16). La mayoría huye del campo tan pronto como puede. Sin duda hay algunos maestros relativamente identificados o responsabilizados ante la comunidad en que trabajan, sobre todo cuando son profesores particulares, pagados no por el Gobierno sino por la comunidad. Pero se trata de excepciones. En el grupo docente como tal prevalecen las aspiraciones centrífugas. Más aún, una encuesta realizada en 1969 en la normal de Paracaya (Cochabamba), en que se contraponían las actitudes de los alumnos en los primeros y últimos cursos, mostró que en parte esta agro-fobia es producto del propio ambiente en la normal.

Hay una razón para esta actitud: la discriminación de que es objeto la educación rural. Dentro del esquema educativo —como en tantos aspectos de la vida nacional— el ciclo rural es considerado inferior al ciclo urbano. "Rural" se discrimina casi como si fuera un nuevo sinónimo de "indio". La discriminación llega también a la distribución desproporcionada del presupuesto educativo entre los sectores urbano y rural (17). Por este motivo, no debe extrañarnos que de hecho dentro del esquema de valores actualmente vigente muchas veces la preparación profesional y el contenido educativo aparezca como inferior (18) en el ciclo rural, y se perpetúe así el espiral de discriminación.

Al combinarse esta discriminación real con la agro-fobia a que aludíamos antes, surgen frustraciones y alienaciones, primero en el personal docente y de ahí en los propios educandos.

El impacto pan-castellanizante que resulta de todo lo dicho pasa a ser al mismo tiempo anti-quechua-aymara tanto lingüística como culturalmente. Es decir, resulta anti-local. Por otra parte la distancia psíquica entre profesor y educandos, junto con otras dificultades técnicas pedagógicas (19), hacen que la eficacia de este mismo ideal castellanizador sea baja. El alumnado asimila bien las aspiraciones castellanizantes, pero no llega a colmar eficazmente tales aspiraciones creadas. Llega a auto-despreciar su lengua y cultura sin lograr dominar el ideal alternativo (lengua y cultura castellana) que le ha propuesto la escuela. El alumno egresado entra en la misma carrera individualista escapista en que están los profesores, o recede a lo que tenía antes, sin que la educación recibida redunde mucho en una mejora de su comunidad, excepto en cuanto le ha creado una conciencia de inferioridad no superada. De esta forma la educación rural, que en otros contextos fue (y en ciertos aspectos aún es) liberadora del campesino, resulta cada vez más sujetadora del mismo a un statu quo de fuerte jerarquización social. La castellanización ya no es sólo apertura a nuevos horizontes socio-económicos para no dejarse aplastar, sino también desborde de ambiciones individuales con rechazo de los demás con los que debería solidarizarse el que ha recibido mayor educación, y con rechazo específico de la comunidad rural. Jorge Agreda (en Alegría et al. 1973 VI—VII) está en lo cierto cuando, al contrastar lo que fue la escuela rural en su fase inicial reivindicativa (citando a Dandler 1969) y lo que es en la actualidad, se expresa en los siguientes términos:

“Resulta pues evidente que, antes de 1953, el maestro rural y las Escuelas Normales estuvieron vinculadas con los procesos de cambio social y se constituyeron en dinámicos intérpretes de las reivindicaciones del campesinado... En cambio en los 20 años transcurridos se ha producido un cambio negativo en esta situación. Los maestros rurales y las Escuelas Normales están completamente divorciadas de las inquietudes y expectativa de la masa campesina. El maestro rural ya no es el agente de cambio social en el seno de la comunidad donde trabaja, sino un simple agente burocrático, ajeno e insensible o por lo menos neutro, frente a las inquietudes de la comunidad en la que enseña. La escuela ya no es lo que fue antes: un foco generador del pensamiento crítico y reivindicativo del campesino. Actualmente es más un instrumento de integración en favor del

grupo social dominante, que transmite valores alienantes y juega un papel de reforzamiento del statu quo”.

Esta situación genera un dilema en espiral: el afán de subir más, junto con la evidente discriminación hacia la educación rural, crea un legítimo deseo de superación y de justa igualdad en este sector. Pero el único modelo que se presenta es el de ir adquiriendo más elementos de la educación urbana clásica, con lo que la educación resulta aún más disfuncional y alienada con relación a las verdaderas necesidades del campo. Cabe añadir que el espiral trasciende las fronteras del país y crea como ideal la fuga a Estados Unidos o Europa. Ya no sólo se rechaza el papel siquiera mediador del quechua y aymara, sino que a veces llega a considerarse como ideal incluso para el campo al inglés o francés. Si se diversifica la educación urbana y rural, quizás haya mayor funcionalidad, pero en la práctica aumenta la discriminación. Si se unifica la enseñanza, se espera menos discriminación, pero aumenta la alienación.

No estamos solos en este juicio. Uno de los estudios más recientes y concienzudos de textos y praxis en la educación boliviana (Payne y Balderrama 1972 ha llegado a la siguiente conclusión general después del análisis minucioso de más de 350 textos y más de 100 observaciones realizadas en el aula (pp. 205—5):

“La principal conclusión a la que hemos llegado en el análisis de los textos, programas y de las observaciones en el aula es que: **El origen de las deficiencias en el sistema educativo radica en una crisis cultural que no permite formular una clara definición sobre la misma.** Esto quiere decir que los bolivianos no conocemos nuestra realidad, nuestras necesidades, ni tenemos fe en nosotros mismos, por lo tanto no sabemos responderlas ni solucionarlas satisfactoriamente y mucho menos tenemos idea concreta de lo que buscamos en el proceso de la formación humana. La escuela actual es el producto típico de esa crisis y al mismo tiempo es un factor que promueve ésta... La falta de expresión de la cultura propia implica un cierto menosprecio por los propios valores; este menosprecio hace que se los transmita, como ha sido comprobado en este estudio... Otro punto que sobresale en el estudio es la fuerte tendencia a la IMITACION en todos los factores del sistema educativo. Sin una idea precisa de la cultura propia, es lógico buscar refugio y salida del problema en modelos extra-

ños;... Reconocemos la dificultad que representa la multi-cultura para realizar una verdadera expresión nacional. Pero también pensamos que esta misma variación de costumbres, tradiciones e idiomas propios pueden ser un incentivo para desarrollar la riqueza cultural. Otro indicador de la falta de una clara definición de nuestra cultura, es la dificultad que ofrece la sociedad para realizar la expresión cultural”.

2.3 Hacia una solución.

La única salida sería revalorizar la educación genuinamente rural, en primer lugar al nivel de presupuesto, y después al nivel de escalafón. La educación urbana y la rural deben ser iguales pero no idénticas. Iguales en estima, pero especializadas en contenidos. Esta especialización (no jerarquización subordinante) de contenidos debe orientarse tanto a las obvias particularidades de los educandos que parten de diversas culturas e idiomas, como también a las distintas funciones especializadas que éstos deberán cumplir en el país al concluir su educación.

Este reenfoque tiene múltiples facetas. Así, la capacitación técnica y económica del educando en su medio debe recibir una atención prioritaria, como de hecho se reconoce en planteamientos recientes de los organismos educacionales. Pero aquí no puedo fijarme en otros aspectos. Me limitaré al aspecto lingüístico, que es uno de los más descuidados en la actualidad (20).

Desde este punto de vista idiomático, el camino aquí propuesto implica, por supuesto insistencia en el castellano mejorando incluso los medios actuales. No se ha hecho aún, por ejemplo, un análisis contrastivo del castellano y las lenguas maternas para advertir a los futuros profesores de las dificultades específicas con que tropezarán al enseñar castellano. Dados los condicionamientos sociales, políticos y económicos y a la luz de la creciente integración latino-americana, el único camino viable para que los sectores nativos oprimidos puedan luchar para su reivindicación es adquirir el nivel técnico del dominante. Sólo así podrán dialogar en igualdad de circunstancias y con eficacia. Pero ello sólo es posible con el dominio oral y escrito del castellano.

Sin embargo, y al mismo tiempo, una educación genuinamen-

te rural implica también, al menos a plazo corto, un cambio de actitud frente a los idiomas nativos. Como punto de partida, en los primeros contactos con el educando, es preciso implantar la educación bilingüe, como se está empezando a hacer ya en el Perú (21). Sólo así puede haber garantía de que los mensajes llegan realmente a transmitirse con eficacia. Además el idioma nativo debe ser una meta, al menos al nivel de escritura y manejo expedito y creativo, para que el hombre quechua y aymara logre realmente comunicar lo que es y siente a propios y extraños. Dadas las altas proporciones de población con idioma uniforme no-castellano, es sociológicamente muy difícil que esto se logre con sólo el castellano. Debe además considerarse la implantación al menos simbólica del quechua y aymara como segunda lengua en la educación de los demás. Aunque no se consiga dominarla eficazmente (como tampoco se consigue con el inglés o francés), este cambio de foco indicaría que la meta es la articulación nacional más que la dependencia y escapismo hacia el exterior.

Cambios como los indicados han sido propuestos en varias ocasiones. Una de las más recientes ha sido la del ex-ministro de educación y escritor Baptista (1973: 148—149, 177), quien apela también al sentir de Simón Rodríguez, el famoso preceptor de Bolívar (Baptista 1973: 53—59). En forma semejante se expresó en febrero de 1973 el I Congreso Boliviano de Lenguas Nacionales (22) y tres años antes se había expresado el XXXIX Congreso Internacional de Americanistas en Lima (23).

Sin embargo, la implementación de recomendaciones como las aquí sugeridas, por obvias que parezcan a un observador imparcial, siempre tropiezan con grandes dificultades. Suelen invocarse sobre todo las dificultades económicas: el costo de una transformación del sistema. Sin duda hay costos implicados, sobre todo en la elaboración de materiales; no tanto en el entrenamiento lingüístico de los profesores, si se tiene en cuenta el ya alto número de bilingües entre el cuerpo docente. Pero estos costos no son tan excesivos, pues no se trata de sustituir ni siquiera duplicar materiales, sino simplemente de añadir esta nueva dimensión, ahora ausente, precisamente para estimular creatividad en áreas ahora estériles —sobre todo en el mundo artístico, literario y expresivo—. En mi opinión las principales dificultades para este cambio no son económicas sino sociales y psico-sociales: sociales porque el grupo dominante, hispano-criollo,

mantiene su hegemonía en parte gracias al mantenimiento de una estructura dual asimétrica que al mismo tiempo perpetúa e ignora al otro grupo; psico-sociales, porque a lo largo de todos los procesos de socialización de los individuos, esta situación estructural ha quedado interiorizada en la psicología existencial tanto de los grupos nativos dominados (que por eso piensan en castellanizarse) como sobre todo en las élites que controlan la situación (que por eso sólo pueden pensar y hacer pensar en castellanizar).

Por todo ello implementar medidas como las expuestas, incluso parcialmente, supone una verdadera revolución cultural y social en el actual sistema educativo. Perú lo ha empezado a intentar en un contexto múltiple de cambios estructurales. Los esfuerzos bolivianos han sido más débiles. Para que no resulten estériles es esencial tener una mano férrea y clarividente en el timón.

3.— RADIOS E IDIOMAS (24)

La situación anterior contrasta con ciertas innovaciones surgidas espontáneamente en el mundo de las radios.

En conjunto el medio de comunicación radial —y mucho más otros medios de comunicación social como la prensa, el cine y la TV— adolece de defectos comparables a los señalados en el caso de las escuelas. La visión pesimista resumida en forma documentada para el conjunto de América Latina por Beltrán (1970, 1972) es aplicable también a Bolivia. En síntesis se trata de una preponderancia de lo urbano, hispano-criollo, o incluso de lo foráneo sobre todo norteamericano, con olvido del campo y de sus problemas. Esta situación no es atípica, puesto que por su misma naturaleza la radioemisora, a menos que se haga un esfuerzo consciente de sentido contrario, tiende a producir una comunicación en un solo sentido, del emisor hacia el receptor y no viceversa, excepto en cuanto que los patrocinadores (anunciadores y radio escuchas) tienen a su vez cierto influjo sobre las emisoras. Ahora bien, en Bolivia —como en el resto de América Latina— tanto las emisoras como los patrocinadores pertenecen básicamente al núcleo hispano-criollo urbano y, por tanto, el tipo de mensajes y valores difundidos parten de este núcleo hacia la periferia campesina y autóctona. Ante todo se rinde tributo a una sociedad y cultura urbana, ajena a lo nativo y abocada a la sociedad de consumo. Pero debido a una serie de circunstancias que señalo más

abajo, en Bolivia —quizás más que en otros países latinoamericanos incluso de la zona Andina— está surgiendo una innovación significativa. Se trata de la parcial apertura de las radios al campo y a la periferia urbana popular, introduciendo espacios en quechua y aymara, muchas veces en manos de los propios quechuas y aymaras. Este cambio ha coincidido con la introducción de transistores en el campo hacia los años 1960, cuando los principales efectos en cadena de la Reforma Agraria de 1953 empezaban a consolidarse. Todo ella ha llevado al actual Ministro de Educación de Bolivia a afirmar, en forma tal vez hiperbólica, pero no por ello menos significativa, que la “revolución del transistor” ha sido más eficaz que la Reforma Agraria (25). Sin quitar importancia al diagnóstico global hecho en el párrafo precedente, en el resto de este trabajo me voy a fijar principalmente en esta innovación por su interés con miras a una planificación lingüística que quiera superar deficiencias como las señaladas hasta aquí.

3.1. Datos básicos sobre radiofonía en Bolivia.

En Bolivia las radios son empresas pequeñas, a veces minúsculas, pero muy abundantes. Sólo hay 10 emisoras —8 de ellas en La Paz— con potencia superior a 1 kw. y/o con onda corta, capaces de cubrir algo más que la zona local (26). De ellas la mayoría tiene serios problemas financieros y sólo 3 ó 4 cubren relativamente bien todo el territorio nacional. Pero por otra parte hay un sinnúmero de pequeñas emisoras en las ciudades y en los pueblos principales (27). La Paz, con unos 600.000 habitantes, tiene 20 emisoras y Cochabamba, con menos de 200.000 habitantes, tiene 11 emisoras, igual que Buenos Aires y más del doble que Londres. Desde que entró la electricidad en los pueblos del Valle alto de Cochabamba se han ido instalando una serie de pequeñas emisoras. Punata, con menos de 10.000 habitantes, tiene 3 emisoras. Por otra parte, las extensas zonas del país carentes de electricidad no tienen emisoras. Muchas de estas pequeñas radios están, al menos parcialmente, en manos de personal de extracción popular y por lo mismo buscan captar también a una audiencia popular.

Las emisoras de mayor potencia transmiten de 1 a 4 horas diarias en aymara y/o quechua, principalmente en la madrugada y alguna también en la tarde. El resto del día sólo usan castellano. Si prescindimos del Oriente y Sur donde no hay lenguas nativas domi-

nantes (28), la mayoría de emisoras de alcance local usan también algunos espacios en quechua y/o aymara en la madrugada y a veces también en otras horas, sobre todo hacia el atardecer. Casi todas ellas usan castellano la mayor parte del tiempo. Pero de todos modos en las principales ciudades hay siempre alguna emisora que da más énfasis a los idiomas nativos (entre el 20 y el 45% del tiempo total de transmisión) y en La Paz hay además 4 emisoras con la mayor parte de su programación en aymara (29). Hacia 1960 eran aún muy raras las emisoras que tenían algún programa en idiomas nativos. El incremento es de esta última década (30).

En cuanto al número de receptores, la estimación oficial es de unos 142 receptores por 1.000 habitantes (Bolivia 1970 II: — 520). Pero la distribución es muy desigual. En las ciudades y en los pueblos más céntricos casi todas las familias tienen una o más radios. En los sectores más céntricos del campo, sobre todo cerca de La Paz y Cochabamba, la mayoría tiene (60—80%). Pero en las zonas más aisladas, sobre todo en los departamentos de Potosí y parte de Oruro y Chuquisaca, la proporción desciende bruscamente, sin llegar siquiera a un receptor por cada núcleo poblado (31). Además en el campo tener radio no es sinónimo de usarla. Varios sondeos realizados en el departamento de La Paz indican que entre la mitad y dos tercios de los que tienen radio la tienen casi en desuso por falta de pilas o desperfectos. Los demás seleccionan bien las horas de uso para gastar menos pilas. Además con frecuencia sólo algunos de los de la familia principalmente los varones jóvenes, saben manejar suficientemente el dial para buscar determinados programas. Ahora bien, los diversos sondeos realizados cerca de La Paz indican que el campesino tiende en forma abrumadora a sintonizar la radio a primeras horas de la madrugada, es decir, cuando casi sólo hay programas en lengua nativa.

3.2 Psicología y actitudes del oyente popular.

Aparte de estas limitaciones y posibilidades de las emisoras, el propio radioyente campesino nativo y hasta cierto punto el ex-campesino de los barrios populares de la ciudad presenta características especiales que podrían invalidar previsiones rápidas basadas en estudios realizados en el mundo industrializado. Las principales son: que a) su nivel de comprensión es bastante menor y que al mismo tiempo b) su nivel de atención es mayor.

- a) Según los estudios realizados en otros países lo que el oyente medio capta en los programas de radio es bajo. Se habla de un tercio o menos (32). Pero en nuestro caso es aún menor. Esta falta de comprensión del oyente popular se debe principalmente a que la mayoría de programas de las radios son desde la ciudad y para la ciudad, y ordinariamente en castellano. Un sondeo realizado con bilingües jóvenes y bien alfabetizados de comunidades cercanas a La Paz (Coripata) indicó captaciones inferiores al 3% en un programa de noticias en castellano, a pesar de habérselas prevenido de antemano. Con frecuencia captaron sólo detalles secundarios y varios los reinterpretaban en dirección muy diversa de la pretendida por la emisora. Incluso en programas quechuas y aymaras las noticias se entienden con frecuencia a medias o al revés sobre todo cuando los locutores y programadores son bilingües de origen no-campesino, lo cual no sucede necesariamente en las emisoras más potentes. El problema no es simplemente el de usar uno u otro idioma, sino el del estilo empleado. Bastantes programas ejecutados y diseñados por ex-campesinos tienen un género mucho más repetitivo y un lenguaje mucho más concreto, con lo que logran mayor inteligibilidad, a pesar de la poca preparación técnica de sus ejecutores.
- b) Pero por otra parte la atención es mayor que el oyente medio de la ciudad y de los países industrializados, sobre todo en el caso del varón campesino que, en su medio, es quien más maneja la radio. Ello se debe en parte a que la radio es aún algo nuevo y a que no existen otras alternativas como cine, TV, o prensa. Además, el uso de la radio representa un gasto extra apreciable. Un receptor cuesta el equivalente a la renta per cápita que el campesino acumula en 2 ó 3 años y las pilas cuestan el equivalente a medio quintal de papas (33). Por otra parte el tono concreto y muy personalista de los programas a cargo de ex-campesinos capta la atención del radioescucha rural mucho más que el carácter impersonal, aunque intimista, de las radios urbanas. Son muchos los campesinos que identifican a locutores por su nombre y apellido como si fueran viejos amigos.

Al combinarse la baja captación con la atención relativamente alta, es probable que resulte en el oyente una actitud más emocional

que intelectual frente a la radio, en un nivel superior al que ya suelen reconocer algunos psicólogos sociales del medio radiofónico (Gallo 1955). Esta actitud del oyente quechua o aymara le hará más propenso a captar y asimilar ambientaciones generales más que contenidos específicos. Es en este punto en que factores como el idioma, o el tipo de música, o el estilo de los locutores cobran realce. Fijémonos en el caso del idioma, que muchas veces está altamente relacionado con otros factores como los ya mencionados de la música o los locutores. El uso del castellano o de un idioma nativo, incluso prescindiendo de lo que de hecho se diga en estos idiomas, crea ya en sí mismo una ambientación general de uno u otro sentido. Y esta ambientación general es precisamente lo que el oyente popular capta y asimila más fácilmente, independientemente del tipo de contenidos específicos, más difíciles de captar.

A la luz de este argumento, es importante recordar la fuerte tendencia del oyente quechua y aymara —tanto en el campo como en la periferia urbana o en las cocinas de los barrios residenciales— a sintonizar programas de lengua nativa y en cultura nativa, sobre todo musicales. Esta tendencia indica que la radio, junto con otros factores (34), está ayudando a revitalizar una actitud emocional de aprecio por lo propio en los grupos culturales más oprimidos y despreciados.

Hay un dato más. En los últimos años los expertos en medios de comunicación social tienden a pensar que dichos medios no influyen tanto como se había creído inicialmente en el cambio de actitudes, excepto en temas muy neutros o para reforzar las actitudes ya tomadas por el radioescucha (Berelson y Steiner 1964: 527—555; McQuail 1972: 64—70). Si éste es el caso, la tendencia a sintonizar programas nativos señalaría una actitud persistente pero reprimida del hombre quechua y aymara. Los programas nativos de las radios revalorizan lo que la estructura social dominante (y en ella la escuela y muchos otros programas radiofónicos) desvalorizaban. Pero además estos programas reafirmarían y expresarían públicamente algo muy íntimo que el hombre quechua y aymara seguía conservando en forma reprimida en su interior, pero que no se atrevía a formular ni siquiera ante sí mismo e incluso negaba públicamente debido a las presiones de la estructura dominante.

A la larga los programas nativos van causando su impacto tam-

bién en el ambiente más amplio y en las clases dominantes, sobre todo a partir de aspectos más neutros, como por ejemplo la música. Gracias a estos programas lo autóctono va adquiriendo cierta carta de ciudadanía incluso en los ambientes hispano-criollo, a pesar de que en estos medios son quizás sintonizados sólo por las sirvientes. El mundo urbano ahora ya da por supuesto que en un sector tan público como es la radio cabe usar lenguas nativas, antes proscritas. Incluso en ambientes aristocráticos ya se amenizan las fiestas con bailes autóctonos, antes reservados a "la indiada". Hace sólo dos décadas todo esto hubiera sido impensable. Es decir, estos programas populares en la práctica no fomentan el divisionismo racista, sino una integración nacional dentro de un esquema nuevo pluricultural.

3.3. Las funciones pretendidas por los programas nativos.

Aparte de esta función ambiental, que es probablemente la más importante, los programas de radio en quechua y aymara cumplen o pretenden cumplir otras funciones. Unas son directamente buscadas por los responsables. Otras no son buscadas directamente, pero —al ser factuales— tienen resultados quizás más efectivos. En esta sección y la siguiente analizaré ambos grupos de funciones en forma separada.

La principal función pretendida por los diseñadores, ejecutores o patrocinadores de los programas nativos es, en última instancia, la incorporación de las mayorías marginadas dentro de los esquemas de los grupos dominantes. Ello tiene diversas dimensiones: económica, política, social, educacional, religiosa, etc. Pero para fines de análisis aquí pueden agruparse en dos bloques principales: (a) incorporación del campesino en la sociedad de consumo, y (b) educación del campesino.

(a) Incorporación del campesino en la sociedad de consumo.

La forma más directa es a través de los anuncios comerciales y de los propios negocios de la radio o de sus locutores y programadores, sobre todo con avisos pagados, ramilletes musicales, etc. Volveré sobre esta segunda forma, más propia de las emisoras de menor categoría, en la siguiente sección (3.4). En cuanto a los anuncios comerciales, éstos recorren toda la gama, desde entidades oficiales y grandes empresas (Grace, First National Bank, etc.) hasta pequeños negocios arte-

sanales (ferreterías, sombrererías, talleres de disfraces, etc.). Se anuncian no sólo productos para el campo, sino también artículos de consumo urbano, cosméticos, camiones, líneas aéreas, etc. Cabe añadir además propagandas de otro cuño, como las campañas políticas o religiosas, y la forma indirecta de ir valorando a lo largo de cualquier programa, sobre todo castellano, el estilo de vida propio de la sociedad dominante de consumo.

Es difícil evaluar el impacto real de estos intentos. Sin duda esta difusión radial crea un apoyo ambiental que favorece la venta de productos y quizás de ideas y de un sistema de valores centrado en el consumo. Pero este impacto indudable tiene en Bolivia, y en el sector rural, una serie de paliativos que deben ser tenidos en cuenta. Es significativo que, con alguna excepción, la mayoría de las emisoras encuestadas han reconocido que las horas programadas en quechua y aymara son por lo general algo menos rentables que las horas programadas en castellano. Las mismas excepciones a esta regla pueden ilustrar este punto. Cuando el programa aymara es más rentable que el castellano no lo es tanto por el impacto comercial del mismo, sino por el gran número de avisos no-comerciales provenientes de los propios campesinos: la radio actúa como un sustituto de los servicios públicos de telecomunicación (teléfono, telégrafo, etc.) que sólo existen embrionariamente en el sector rural e incluso en la periferia urbana.

En concreto, los siguientes paliativos deben ser tenidos en cuenta para apreciar el impacto real de la sociedad de consumo en el campo vía radio: por parte del propio campesino, su bajo poder adquisitivo (sobre todo en las regiones menos céntricas donde correspondientemente existen también pocos receptores) y la baja captación de contenidos específicos en el radioescucha rural (35). Por parte de las emisoras y anunciantes, la deficiente programación de la propaganda publicitaria: en un mundo poco capitalizado como el boliviano, muchos anuncios radiofónicos no están directamente diseñados con miras a una verdadera promoción de ventas, sino que resultan de compadrazgos, deudas, amistad, u otros vínculos personales entre anunciador y radialista.

Por todo lo dicho, la función pretendida por las radios de incorporar al campesino a la sociedad de consumo se cumple, pero a un nivel quizá inferior al que mucha gente suele suponer. Esta aparente deficiencia tal vez tiene aspectos ventajosos para el propio campesino, al menos en cuanto le evita o retrasa la "cosificación" o "mercantiliza-

ción” y las subsiguientes frustraciones tan corrientes en las clases económicamente menos potentes de sociedades de consumo ya desarrolladas (36).

(b) Educación del campesino.

Bolivia cuenta con una red de emisoras culturales que tienen como fin específico la educación por medio de la radio. Once de ellas pertenecen además a la organización Escuelas Radiofónicas de Bolivia (ERBOL) (37). En ellas la función educativa se formaliza hasta el punto de constituir verdaderas “escuelas” con profesores en la radio y tele-auxiliares y alumnos inscritos en las comunidades de recepción. Pero, aparte de estas emisoras explícitamente orientadas a la educación rural, un buen número de programas en quechua y aymara tienen finalidad educativa (cooperativismo, agropecuaria, higiene, etc.) y muchos de los locutores, en cualquier tipo de programas, se sienten llamados con frecuencia a intercalar consejos de tipo higiénico, agrícola, religioso y moral o incluso político al radioescucha de origen quechua o aymara.

En cuanto a los oyentes, se trata de un público popular que en la radio busca entretenimiento y alusiones a su pequeño mundo casero, más que educación propiamente dicha. Por eso sintoniza más fácilmente programas musicales y noticias-avisos para comunidades con las que él está más familiarizado. Es cierto que existe una pequeña élite rural que, en forma no siempre eficaz, tiene una especie de fiebre por “progresar”. Quizás es un eco de la fuerte motivación para educarse, señalada más arriba (cf. 2.1.). Estos oyentes minoritarios buscan con avidez cualquier tipo de complemento que les ayude a conocer más: cursillos, pequeños folletos, y también programas educativos radiales. Ellos buscan las noticias y las orientaciones más que el oyente de la ciudad e incluso de los pueblos. Pero tanto esta élite como sobre todo la gran masa radioyente sigue teniendo el problema de la escasa comprensión de los mensajes concretos transmitidos por las radios. Por ello lo indicado más arriba sobre la poca captación eficaz de los anuncios comerciales sigue aplicable al caso de mensajes educativos transmitidos sin más por las radios.

El único estudio realizado en Bolivia sobre el impacto de los medios de comunicación para innovar técnicas agrícolas confirma estos temores. En 1965 el Ministerio de Agricultura, junto con CIRA, lanzó

una campaña para introducir pastos. Guarnizo evaluó los resultados y llegó, entre otras, a las siguientes conclusiones: el 40% de los campesinos encuestados poseían radio y otro 31% escuchaba la del vecino. Sin embargo, sólo un 1% de los que decidieron sembrar pastos atribuyen esta decisión a la radio, y sólo un 8% se enteró del programa a través de la radio, a pesar de que el 70% del total de innovadores dijo escuchar programas radiales agropecuarios (Guarnizo 1966, I: 51—66).

En principio, el caso de las escuelas radiofónicas es distinto. Aquí la transmisión del mensaje viene reforzada por la coexistencia de otro canal directo paralelo y complementario (el profesor intermediario o tele-auxiliar) y por la presencia de un grupo organizado de alumnos-radioescuchas. Pero nadie ha evaluado el impacto real de este nuevo método (Beltrán 1971: 49; ver con todo Guzmán 1970) y, además las escuelas radiofónicas presentan otros problemas o deficiencias prácticas a que me referiré más adelante.

En cuanto al fondo y forma de los programas o mensajes educativos, se repiten algunas dificultades ya mencionadas al hablar de las escuelas y de la sociedad de consumo que intenta captar a los oyentes campesinos. Con frecuencia los que más se preocupan de “educar” al campesino por radio son los locutores y programadores de origen menos campesino. No les falta a veces un tono paternalista, por el que entre líneas parece insinuarse que el locutor lo sabe todo mientras que el oyente es un ignorante. La mayoría de escuelas radiofónicas no se libran de este peligro. Su misma estructura de “escuelas” reproduce aún demasiado en el método de enseñanza el tipo de relación “profesor-adulto transmitiendo información a alumnos-niños” propio de las escuelas tradicionales, sin que se haya hecho aún una adaptación suficiente al medio radiofónico ni al público adulto. Apenas se aplican, por ejemplo, conceptos como los desarrollados por la UNESCO en los radio-forums (Unesco 1968; Beltrán 1971).

Por otra parte la educación formal por radio tiene también algunos aspectos positivos que estaban ausentes en las escuelas rurales. El principal es quizás el uso sistemático de la lengua nativa (38). Si bien ello no basta para garantizar la transmisión eficaz del mensaje educativo, crea el ambiente favorable al que ya nos hemos referido en 3.1. Aunque el oyente no entienda la lección concreta que se le quiere enseñar (y a veces es mejor que no la entienda) sí se da cuenta de que se le pretende comunicar algo en su propio idioma, lección en sí misma

importante para quien ha sido frecuentemente despreciado por culpa de su lengua.

En las escuelas radiofónicas hay otro aspecto sólo pretendido como medio, pero que quizás es el resultado educativo más positivo del sistema: al requerir la mediación de tele-auxiliares, la radio estimula la emergencia de líderes al nivel comunitario sin desarraigarlos de su propio medio. Además, estimula hasta cierto punto la creatividad de estos líderes al difundir sus propios informes a través de las ondas. Así estamos entrando ya en el capítulo de funciones implícitas de los programas radiales en lengua nativa.

3.4. Funciones implícitas de los programas nativos.

Funciones como las precedentes son explícitamente buscadas (y no siempre logradas eficazmente), sobre todo cuando los responsables de los programas son de extracción urbana-criolla. Pero además los programas nativos cumplen de hecho (y de manera muchas veces más eficaz) otras funciones no pretendidas directamente, y de utilidad tal vez mayor para el propio quechua y aymara. Paradójicamente ello ocurre más frecuentemente en los programas más populares, en manos de locutores autóctonos que tienen una preocupación mucho menos explícita por la “educación” de sus hermanos de lengua y cultura.

Para entender mejor este punto conviene antes decir una palabra sobre este tipo de programas y locutores. Ya he indicado que en Bolivia hay un número considerable de pequeñas emisoras. El escaso capital con que cuentan genera ciertas peculiaridades tanto en la extracción del personal como en la elaboración de los programas; peculiaridades que se acentúan en el caso de los programas nativos populares y aún más en el caso de las emisoras eminentemente nativas (aymaras) de la ciudad de La Paz (39). Las consideraciones que siguen se refieren principalmente a este último caso, pero son extensibles a otros muchos programas en manos de los propios aymaras o quechuas y —con las debidas matizaciones— incluso a otros programas nativos de índole popular.

La mayoría de locutores en lengua nativa no llega a mejorar mucho su situación económica por el hecho de ser radialistas (40). Son relativamente pocos los que trabajan a tiempo completo en la radio. Bastantes siguen siendo al mismo tiempo radialistas y pequeños arte-

sanos, comerciantes, o modestos empleados. En el caso de los locutores aymaras, el claro acento aymara de sus intervenciones habladas en castellano indica inmediatamente su pertenencia a los sectores populares de la población. Muchos son a la vez locutores y programadores y además, especialmente en el caso de emisoras pequeñas, son también los autofinanciadores de su espacio. Es decir, compran un espacio a la emisora (41) y después ellos mismos se hacen la autopropaganda y buscan sus propios patrocinadores. Estos proceden por lo general del mismo ambiente popular. Por precios módicos anuncian pequeños talleres o negocios, convocan muy personalmente a reuniones y fiestas, muchas veces con ocasión de la fiesta patronal de un gremio o en el pueblo o comunidad, o solicitan ramilletes musicales en los que salen los nombres de todos los parientes y amigos. El estilo de todas estas transmisiones es pintoresco y directo, según cánones y convenciones **muy** distintas de las emisoras más tradicionales (42). En general —de acuerdo a los standards más exigentes del ciudadano criollo— estos programas serían fáciles, muchas veces improvisados, y por lo mismo de baja calidad. Sin embargo, son al mismo tiempo más cercanos al público al que se dirigen. Todo este conjunto de circunstancias crea el ambiente propicio para que los programas nativos de corte más popular desempeñen ciertas funciones importantes que habían sido descuidadas en otros medios. Entre ellas señalo las tres siguientes: (a) aglutinar una solidaridad quechua y aymara, (b) canalizar la expresión de los grupos oprimidos y culturalmente silenciados, y (c) estimular la creatividad autóctona.

(a) Aglutinación de una solidaridad quechua y aymara.

El idioma utilizado, la temática popular, y aún más el tipo de avisos casi telegráficos con que se financian estos programas, hacen que en la práctica canalicen un diálogo abundante entre un sinnúmero de individuos y comunidades. Si alguien quiere rápidamente saber qué actividades sociales suceden en la periferia urbana y en el campo, no tiene más que sintonizar durante unas horas alguna de estas emisoras o programas. Sabrá qué organizaciones o sindicatos campesinos tienen reuniones de urgencia, qué actividades tiene la Federación de Sindicatos Campesinos, qué tropas de baile convocan ensayos y cuáles están yendo a qué comunidades, qué funcionarios visitan qué comunidades, en qué lugares hay fiestas o cursillos, quiénes celebran cumpleaños y quiénes buscan a familiares desaparecidos, qué grupos folklóricos de qué comunidades han visitado la radio para lucir sus habilidades, etc.,

etc. Una de las emisoras comerciales más potentes del país tiene cada madrugada un programa aymara de dos horas y media que consiste casi exclusivamente en una serie de avisos, iniciados muchos de ellos con la frase “atención comunidad X, Provincia Y”. Cada madrugada desfilan centenares de comunidades de un gran número de provincias. Miles de campesinos se despiertan sintonizando esta lista interminable de nombres y lugares. Esperan que salga algún mensaje para ellos o para algún individuo o lugar conocido. Así, poco a poco, van descubriendo lo ancho y no-ajeno de todo su mundo aymara, antes marginado y dispersado. A través de este tipo de programas el mundo aymara —y menor grado el mundo quechua— va adquiriendo conciencia de que es un grupo grande y semejante, quizás de una forma más rápida que a través de su pertenencia automática a los sindicatos campesinos (43). Ciertamente la radio ayuda a la formación de una identidad y solidaridad rural en un grado superior al de otras instituciones de relaciones intermedias, como por ejemplo las escuelas o la red comercial. Por supuesto ello sólo no basta. Pero es un punto de partida necesario para cualquier desarrollo auténtico.

(b) Canal de expresión de grupos oprimidos.

El mismo hecho de que los programas populares son fáciles y poco exigentes en cuanto al control de calidad, da mayor oportunidad a los propios aymaras y quechuas para que ellos se auto-expresen. El primer paso es el de comunicar sus propios nombres, sus actividades y sus intereses. Muchas veces pueden hacerlo incluso con sus propias voces. En este caso suelen aprovecharlo para saludar personalmente a todos sus parientes y amigos. Vienen después sus conjuntos folklóricos. En algunos casos surge también la problemática rural. De esta forma los grupos oprimidos que debían limitarse antes de escuchar y obedecer, o a vivir por sí mismos al margen de los esquemas nacionales, adquieren la nueva vivencia de que hay un medio público nacional a través del que pueden expresarse. Contrasta esta situación con la de la educación más convencional, incluyendo la de programas educativos de algunas radios. Allí se trata en el mejor de los casos de la voz al campesino. En estos programas populares se trata realmente de la voz del campesino (44). Es un sistema activo de aprendizaje, en contraposición al método pasivo y meramente receptivo demasiado corriente en instituciones educacionales tradicionales.

(c) Estimulo de la creatividad autóctona.

Este punto es un desarrollo lógico del precedente. En la práctica sólo sucede en algunos casos y alcanza sólo a algunos individuos. Ya he mencionado unos primeros pasos en este sentido en el párrafo anterior: conjuntos folklóricos, formulación de la propia problemática, etc. Siguiendo adelante en esta línea pueden surgir concursos y festivales radiales y, en el caso de algunos locutores, las dramatizaciones y radionovelas quechuas o aymaras. Muchas veces estas dramatizaciones han empezado simplemente como adaptaciones de creaciones propias del mundo criollo. Por ejemplo, algún programa educativo, alguna novela bien conocida o incluso algún clásico como el drama quechua **Ollantay**. Pero más adelante los propios locutores inician sus propias creaciones. Algunas de ellas —por ejemplo las historietas de “Pedro Urdimala”— han logrado una popularidad comparable en el campo a las seriales criollas como “Simplemente María”. Evidentemente queda mucho por recorrer en este camino. A medida que el propio campesino dé por supuesto y de hecho utilice en un grado suficiente este canal radiofónico de expresión creativa, se podrán elevar los cánones de calidad (no necesariamente idénticos a los del mundo hispano-criollo) estimulando así nuevos niveles de creación. Pero aún en su actual forma este enfoque creativo contrasta con el enfoque meramente receptivo de la educación tradicional. La creatividad literaria nativa que encontraba bloqueado el camino escrito, empieza a descubrir una nueva ruta por el éter.

Para dar una visión más completa, debo apuntar también algunas disfunciones implícitas que a veces acompañan los desarrollos aquí señalados. La fácil asequibilidad de estos programas populares tiene también sus riesgos. Un primer riesgo es el político: las dificultades financieras de algún locutor han sido aprovechadas por políticos inescrupulosos más conscientes del poder radiofónico. Otras veces los patrocinadores han iniciado seriales de insultos entre facciones rivales. Un segundo capítulo de riesgos es el ideológico. Muchos locutores pertenecen a los sectores populares medios, caracterizados en cualquier sociedad por su gran movilidad social y, por lo mismo, por su afán de asimilarse a los grupos dominantes aún a costa de explotar a los campesinos de estratos inferiores. Si a ello se añade la escasa preparación ideológica de estos programadores y locutores semi-improvisados y la mayor comprensibilidad de su estilo concreto y redundante en el medio rural y popular, es fácil ver el posible papel alienante que a la lar-

ga pueden desempeñar estos programas. Pueden estimular, por ejemplo, un individualismo competitivo basado en el lucro y en el aprovecharse de los otros. Otro peligro es el de que haya líneas contradictorias —o lo que es lo mismo, que no haya una línea orientadora— incluso dentro de la misma emisora. No han faltado ocasiones en que en una misma radio los programas en un idioma o en un determinado horario a cargo de un locutor o programador A, cancelara y contradijera en forma flagrante los programas en el otro idioma o en el horario a cargo de otros individuos.

En el futuro habrá que ir cotejando el peso respectivo de los aspectos positivos y negativos de estos programas populares. Pero hasta el momento el punto que más sobresale es que dichos programas han estimulado la conciencia de grupo, la solidaridad, la expresión y la creatividad autóctonas mejor que otros esfuerzos más formales y pretendidos. Nuevamente cabe contraponer este enfoque al escapismo alienante fomentado por las escuelas. Además, ello se consigue atravesando barreras como la distancia, la edad, el analfabetismo y el monolingüismo nativo del oyente.

4.— RESUMEN Y CONCLUSION

En Bolivia los idiomas y culturas nativas están en una situación de opresión frente al castellano y a la cultura dominante hispano-criolla. Por lo mismo van recediendo poco a poco frente al estilo dominante. Sin embargo, debido a su fuerza numérica (aproximadamente el 60%) y a procesos como los desencadenados por la Reforma Agraria de 1953, siguen manteniendo cierta vitalidad y crecimiento propios, dentro de su receso global. La lentitud de la industrialización hace que esta vitalidad alcance también a los inmigrados a la ciudad, y a ciertas instituciones y esferas de relaciones mutuas campo-ciudad. Entre estas últimas, el análisis detallado de la política idiomática en las escuelas rurales contrapuesta a la de las radios ilustra la doble situación de opresión cultural por parte de los grupos dominantes, por un lado, y de vitalidad propia por el otro. Dicho análisis sugiere al mismo tiempo nuevos caminos más acomodados a las necesidades e idiosincrasia de las mayorías populares.

La política lingüística de las escuelas y la educación rural formal es, con raras excepciones, la castellanización a rajatabla y el desconocimiento —al menos práctico— de los valores nativos, incluido el

idioma. Algunos intentos de cambiar esta situación, han chocado con el sistema de valores implícito en los propios educadores. Sin negarle otros logros positivos, un resultado de esta política es la alienación y frustraciones de los educandos quechuas y aymaras. Aspiran a dejar de ser ellos mismos, sin poder lograrlo. Esta política es difícil de cambiar no tanto por razones económicas, sino por los condicionamientos psico-sociales, derivados de la propia estructura social dominante.

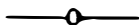
Sin embargo, en forma espontánea los programas más populares en lengua nativa en muchas radios de Bolivia sugieren un nuevo camino.

En forma global las radios tienen también factores alienantes como los señalados. Pero la introducción de esos programas en lengua nativa son significativos, sobre todo si se tiene en cuenta la psicología del oyente nativo, que asimila emocionalmente la ambientación más que los contenidos específicos. Por ello el mero hecho de escuchar su idioma y su música en un medio tan público como la radio ayuda a liberarle de represiones psíquicas causadas por la estructura dominante. Aparte de esta función primaria, los programas más populares están contribuyendo a forjar la identidad y solidaridad de los grupos quechua y sobre todo aymara y dan un nuevo cauce público a la expresividad y creatividad autóctona. Así cumplen un rol que había sido des-
cuidado, si no ahogado, por otros organismos convencionales de promoción.

He querido insistir en estas innovaciones idiomáticas en la radio por la luz que puedan arrojar sobre una planificación lingüística en países multilingües y poco alfabetizados como Bolivia. Se trata de innovaciones que a lo más afectan a un 10% de la programación y que en circunstancias óptimas no podrían alcanzar ni siquiera a la mitad de los quechuas y aymaras. Pero lo importante es que se trata de un movimiento espontáneo y que, donde llega, está consiguiendo efectos interesantes con miras a la integración nacional no por vías de asimilación o imposición exclusiva del castellano, sino por medio del respeto eficaz de la lengua y cultura autóctonas. Las mismas emisoras fomentan además el castellano y la cultura urbano-criolla en la mayoría de los programas. Más aún, muchas de sus transmisiones estimulan exigencias alienantes en una forma parecida a la que veíamos en el sistema educacional. Pero las innovaciones abren nuevos horizontes aplicables también en otras áreas de acción. Indican también que a veces

los medios asistemáticos informales pueden dar algunos resultados educativos mejores que los de la propia educación formal y sistemática. Ojalá las esferas en que se toman decisiones planificadoras que afectan al idioma, con miras a la incorporación de los sectores autóctonos al quehacer nacional, tengan en cuenta estos datos.

CIPCA, La Paz, septiembre de 1973



NOTAS :

1. Versión ampliada de un trabajo presentado en el Simposio de Socio-lingüística y Planeamiento Lingüístico organizado por el Programa Interamericano de Lingüística y Estudio de Idiomas (PILEI) y la Linguistic Society of America (LSA) en el encuentro continental La Ciencia y El Hombre (AAAS y CONACYT), México, junio 1973. Agradezco las ayudas y sugerencias proporcionadas por el equipo de CIPCA, el Dr. Gonzalo Gantier y otros miembros de Planeamiento Educativo, las emisoras que respondieron el cuestionario, y por los Dres. Luis Espinel y Luis Ramiro Beltrán quienes, con sus comentarios, enriquecieron una primera versión del trabajo.

2. No existen cifras recientes fidedignas. Según el último censo de 1950, un 35% hablaba castellano, otro 35% quechua, un 25% aymara y un 5% otras lenguas, entre las que sobresalen el Guarayo y el Guaraní-Chiriguano. Teniendo en cuenta probables deficiencias del censo (Albó 1970: 72—73) en favor del castellano y la ausencia de datos sobre bilingües de origen nativo, es probable que estas cifras sigan siendo suficientemente indicativas de la situación actual. Pero ahora hay un porcentaje más importante de bilingües, sobre todo entre hablantes de quechua y aymara que además saben castellano.

Puede ser indicativa de la vitalidad de los idiomas nativos la siguiente encuesta realizada por Planeamiento Educativo en 1972 a 2.447 padres de familia de alumnos de 2do. medio en todo el ámbito nacional. A pesar de que sólo el 24% de los entrevistados eran agricultores (frente al promedio nacional del 65%), un 92% dijo saber cas-

tellano, un 45% quechua, y un 25% aymara. En cambio la distribución idiomática de los padres de los entrevistados es: 76% castellano, 40% quechua y 24% aymara (datos proporcionados por Gonzalo Gantier; aparecerán en futuros volúmenes de Bolivia 1973a).

3. La principal división dialectal del quechua es entre un grupo relativamente reducido que habla un dialecto más cercano al Cuzqueño al Norte del Departamento de La Paz, y una mayoría del llamado dialecto boliviano, subdividida a su vez en subdialectos como el cocha-bambino (con Oruro y Distrito minero) y el Chuquisaqueño-potosino. En el aymara la división principal es entre La Paz y cercanías por un lado y la periferia de Oruro y Potosí por el otro. Pero en todos los casos se trata de dialectos mutuamente inteligibles dentro de cada idioma.

4. Principalmente Murra (1968, 1972). En julio-agosto 1973 un seminario internacional organizado por Murra y Lumbreras ha explorado el tema en forma interdisciplinar en Perú, Chile y Bolivia. Ver Albó (1973b) para medir los alcances y limitaciones del modelo en los aymaras contemporáneos de Bolivia.

5. Murra me comenta que tal vez Domingo de Santo Tomás tuvo sus razones para llamar quichua (**qhiswa**: zona de valle) al **runa simi**.

6. El enclave quechua al Norte de La Paz tiene también largas franjas con aymaras en serranías y quechuas en valles, pero allí el aymara tiene mayor prestigio debido a factores paralelos a los de los valles cochabambinos, pero de signo lingüístico contrario.

7. Según Guillén (1919: 31—41), las primeras escuelas ambulantes para indígenas habrían empezado hacia 1905; en 1911 se fundó la primera escuela normal para profesores de indígenas, y hacia 1912 habría 3.500 indígenas en escuelas. El esfuerzo más importante anterior a la Reforma Agraria fue la creación del núcleo de Warisata el 2 de agosto de 1931 (Pérez 1962) que a su vez inspiró otras iniciativas en el Altiplano y después del Chaco también en los valles cochabambinos (Claure 1949, Dandler 1969) e incluso en el exterior. En 1952, inmediatamente antes de la Reforma Agraria, había unos 74.000 alumnos en escuelas rurales. La cifra ha llegado a 361.000 en 1971, atendidos con un presupuesto anual de 123 millones de pesos bolivianos equivalentes a algo más de 10 millones de dólares (Bolivia 1972b y Bolivia 1972a, Vol. Ciclo Primario, cuadro 46).

3. Según el volumen de Ciclo Primario de la serie Diagnóstico Integral de la Educación Boliviana (Bolivia 1973a, III, cuadros 3, 4 y 5), el déficit nacional para educación rural habría sido en 1971 del 58%. Es decir un 58% del alumnado potencial habría quedado inatendido. Este déficit sería superior al promedio nacional en todos los departamentos con mayoría quechua y aymara, con excepción de Oruro (49%). Donde es más agudo es en Potosí (69%) y Chuquisaca (67%), dentro de la región, quechua.

9. Diagnóstico Integral de la Educación Boliviana. Ciclo Primario (Bolivia 1973a III, p. 11).

10. En una encuesta realizada en 1971 en tres zonas rurales de Cochabamba por Planeamiento Educativo (Alegria et al 1973), las principales motivaciones dadas por los padres de familia para mandar a sus hijos a la escuela eran aprender castellano y también a leer y escribir. Asimismo la eficacia del profesor para enseñar estos temas apareció como uno de los principales criterios evaluativos del mismo por parte de los padres de familia.

11. Las más antiguas son las escuelas bilingües estimuladas por el Instituto Lingüístico de Verano. Según cifras del Instituto, entre 1967 y 1972 llegaron a distribuir 23.000 cartillas en aymara, 1.000 en quechua y un número no precisado en varios idiomas selváticos. Pero se calcula que sólo ha habido un total de 3.000 alfabetizados en aymara. Las filiales CALA (Comisión de Alfabetización y Literatura Aymara) y Club de Escritores Quechuas siguen publicando folletos, sobre todo bíblicos, para neoelectores. Hasta 1973 el número de éstos alcanzaba el centenar. Otros esfuerzos son INDICEP (Instituto de Investigación Cultural para una Educación Popular) en Oruro, con su publicación **Educación Popular**, y ERBOL (Escuelas Radiofónicas de Bolivia), que agrupa 2 emisoras en zona aymara y 5 en zona quechua más otras en sectores castellanos y cubría en 1971 unos 500 centros con más de 6.000 alumnos adultos en zonas rurales quechua y aymara. Hacia 1972 la Dirección Nacional de Adultos del Ministerio de Educación, inspirada en INDICEP, ha lanzado algunos centros pilotos de alfabetización integral (bilingüe), pero los resultados son aún reducidos.

12. INDICEP busca una dinamización a partir de la cultura aymara (considerada quizás como algo demasiado estático y aislado) y en este sentido no usa lenguas nativas como simple trampolín hacia el cas-

tellano. En el Altiplano aymara hay también algunos grupos pequeños liderizados por propios aymaras con una perspectiva semejante.

13. La Reforma Educativa de 1969 planteó la enseñanza del quechua y aymara en las normales. Más aún, una reciente encuesta entre profesores de todas las normales rurales ha indicado que la enseñanza de lenguas nativas es la asignatura cuya introducción era deseada en un porcentaje más elevado (67%; Bolivia 1973a, Vol. Diagnóstico de Escuelas Normales Rurales, p. 93). En 1970 el ex-ministro de Educación, Mariano Baptista (1973: 175—178) presentó, primero al I Congreso Pedagógico y después a una conferencia internacional de educación en Holanda un proyecto en que, además, se sugería la enseñanza de lenguas nativas en un ciclo pre-universitario. En 1974 y 1971 se habló bastante de introducir estos idiomas en secundaria y el ministerio de educación (educación de adultos) llegó a publicar un número de periódico en quechua. Con el cambio de administración en agosto de 1971, todos esos proyectos se truncaron, aunque en cualquier caso es dudoso que hubieran llegado a ejecutarse eficazmente.

14. Según una encuesta de diagnóstico de Planteamiento Educativo en 1972, de un total de 4.210 alumnos en normales rurales, un 20% era de extracción urbana, un 40% era de origen semi-urbano y otro 40% era de origen campesino. De estos últimos, hay aproximadamente dos varones por cada mujer, excepto en el Altiplano aymara donde casi todos los normalistas ex-campesinos son varones. (Diagnóstico Integral de la Educación Boliviana, Vol. Diagnóstico de Escuelas Normales Rurales, 1973, 39, cuadros 5 y ss.). Si nos fijamos en la residencia y ocupaciones reales de los padres normalistas, es indudable que el porcentaje de los de origen "campesino" bajaría notablemente, mientras que los de extracción urbana y semi-urbana aumentarían.

15. Aunque las cifras absolutas no reflejan suficientemente este fenómeno, es interesante que, en una encuesta nacional realizada en 1970 por Darío Menanteau con 1.110 alumnos del último año de secundaria, la carrera del magisterio era la que mostraba mayor desequilibrio entre las aspiraciones profesionales de estos estudiantes (sólo desea el magisterio el 15,9%) y los planes reales de los mismos (de hecho el 19% hace planes de entrar en el magisterio). Es notable que sólo un 1% aspira y hace planes para agronomía. (Bolivia 1973a, Nivel secundario (cuantitativo), p. 148, cuadros 14 y 16. Ver además Menanteau, 1972).

16. Según una encuesta realizada en 1973 en el Colegio de Huarina, con un 90% de alumnado de origen rural (y casi todos los profesores de origen urbano), más del 50% de los alumnos de los últimos cursos deseaban hacerse maestros, sin duda por ser el camino más fácil para no depender de la agricultura y tener un sueldo asegurado. Ver además la nota anterior para datos de aspiraciones al nivel nacional, que incluye también (y sobre todo) los sectores urbanos.

17. En 1971 la educación rural, prácticamente toda de ciclo primario (básico y algo de intermedio) recibía el 27% del presupuesto total de educación y las normales rurales recibían cerca del 2%. Sin embargo el alumnado de origen rural representaba el 37% del total y el 65% de la población total pertenecía a dicho sector. El costo por alumno-año ha aumentado también en la siguiente proporción: 1967, 436 pesos en educación urbana y 423 en educación rural (diferencia del 4%); 1971, 541 en urbana y 481 en rural (diferencia del 12%). Todas estas cifras se refieren primordialmente a sueldos de profesores y personal administrativo (aproximadamente 90% del total), por lo que no deben tomarse demasiado literalmente como indicadores de la diversa calidad educativa. Pero ya señalan cierta discriminación presupuestaria, así como el incremento de la discriminación al correr los años, a pesar del evidente esfuerzo realizado con el sector rural (tasa anual de crecimiento de matrícula de 6.2%, frente a una tasa de 3.2% en el sector rural). Según un alto personero del Ministerio de Educación, este trato diferenciado habría aumentado cuando Educación Rural pasó a depender del Ministerio de Educación (cuando se creó el organismo, en tiempo de la Reforma Agraria, dependía del Ministerio de Asuntos Campesinos). Datos de Bolivia (1973a), Vol. Diagnóstico de Escuelas Rurales y Vol. Ciclo Primario, pp. 11 y 23 y cuadros 46 y 48.

18. Paradójicamente, según otro esquema de valores, algunos maestros rurales, interinos o marginados al haber estado menos expuestos al escapismo fomentado por las normales y por las pugnas del escalafón, están más cercanos a sus comunidades de trabajo y en este sentido educan en forma menos alienada.

19. He aquí algunos: el 80% de las escuelas seccionales rurales cuentan con un solo profesor que debe atender simultáneamente a grupos minúsculos de alumnos de diversos cursos; hay cambios excesivos de personal docente, muchas veces dentro del mismo año escolar; hay ausentismo del alumnado, en parte por no coincidir el año agrícola y

el escolar; son pocas las escuelas con un ciclo completo o autoconsistente, por lo que sólo 6 de cada 100 alumnos rurales llegan a completar el ciclo básico; y, por supuesto, está la barrera lingüística y cultural.

20. Es notable la ausencia casi absoluta de alusiones al problema idiomático en el agro boliviano en el estudio varias veces citado, Diagnóstico Integral de la Educación Boliviana (Bolivia 1973a), a pesar de evidentes aciertos en otros puntos.

21. Los puntos más importantes se han publicado en Perú (1972) y en el Nº 9 de la revista oficial **Educación**. Ver también Escobar (ed. 1972).

22. Ver Portales (1972—1973), sobre todo el boletín 5, con las resoluciones, y la serie “documentos”. Ver también la nota 13 supra.

23. El documento sobre bilingüismo, recogido en las conclusiones del Congreso (Actas, Vol. 1 p. 117—118; of. Vol. 5), tiene importancia particular por haber sido suscrito por especialistas bien conocidos, procedentes de muchos países. En él se dice, por ejemplo: “toda labor debe ir orientada a la liberación de los grupos marginados para que puedan tener una verdadera opción. Ello implica el acceso a la lengua y cultura del grupo dominante, pero, también, el orgullo y respeto de lo propio y el desarrollo de la capacidad creativa en la lengua y cultura maternas... La ejecución eficaz del programa esbozado exige... la superación de las fuertes presiones del grupo dominante para mantener la situación cultural”.

24. Esta parte se ha beneficiado de las respuestas de emisoras a la encuesta reproducida en el apéndice, más entrevistas con otros 10 directores de emisoras que representan las principales zonas quechuas y aymaras del país, y análisis de contenido de programas aymaras y quechuas en las emisoras de La Paz (1973) y Cochabamba (1969). He realizado además breves sondeos con campesinos quechuas y aymaras en los siguientes lugares: La Paz: provincias Murillo, Ingavi, Omasuyos, Nor Yungas y Muñecas. (Con la colaboración de Javier Reyes en las dos primeras); Oruro: provincia Yamparaez, Belisario Boeto y Hernando Siles (en colaboración con estudios socioeconómicos de AGLO 1970, 1972 y en preparación). Los datos de Cochabamba provienen sobre todo de estudios realizados en 1969 y ya relatados en Albó (1970: 133—144; en prensa, capítulo 5). La discusión se ha enriquecido con

las sugerencias de los especialistas en comunicación social: Luis Ramiro Beltrán, Luis Espinal, Martín Chiri y Enrique Eduardo.

25. Discurso del Ministro Tapia Alipaz en Radio Nacional, La Paz, el 3 de marzo de 1973.

26. Datos proporcionados por la Dirección General de Telecomunicaciones del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (Bolivia 1973b). En la discusión que sigue, añado datos observados personalmente o recogidos en encuestas y entrevistas, incluyendo algunos de pequeñas emisoras "piratas", es decir que transmiten sin haber legalizado aún su status ante los organismos competentes.

27. Bolivia tiene aproximadamente 100 emisoras para una población de 5'000.000 habitantes, de los que más de la mitad viven a un nivel de subsistencia. Según la estimación oficial de receptores, corresponderían entre 6.000 y 7.000 receptores por emisora.

28. Todas las emisoras de esta región son de alcance local o casi local. Ninguna transmite en lenguas selváticas.

29. Los porcentajes de transmisión en aymara (o quechua) con relación al tiempo total en el éter en las emisoras de La Paz se distribuyen como sigue: 0% (4 emisoras), 2% (1), 4—6% (5), 10—12% (3), 16% (1), 20—30% (2), 60—70% (2), 90—100% (2). En Cochabamba las 9 emisoras de que he conseguido datos se distribuyen así: 1% (1), 5—7% (5), 20% (1), 30—40% (2).

30. Según la encuesta realizada, la mayoría de emisoras reconoce haber aumentado sus espacios quechuas o aymaras en los últimos años. Pero, sin duda debido a la competencia resultante de este aumento, varias de las emisoras pioneras en lengua nativa han reducido sus espacios y una de ellas los ha cancelado.

31. Un estudio de ACLO (1972: 343) indicó que en 1970 en la provincia Belisario Boeto de Chuquisaca menos del 15% de las familias rurales tenía radio y que muchos núcleos poblados carecían de receptor. En 1973 realicé un sondeo de 10 comunidades campesinas cerca de Toracasi (Provincia Charcas, Norte de Potosí) con un total aproximado de 280 familias y unos 12.000 habitantes. Sólo había 7 receptores, concentrados en 3 comunidades.

32. Hankard (1965: 71) señala que padres de universitarios belgas retenían como máximo un tercio de los títulos del informativo inmediatamente después de escucharlos.

33. Según estimaciones oficiales (Bolivia 1972, IV: 34—41) antes de la devaluación de 1972 el ingreso medio anual per cápita del sector rural estaría alrededor de 350 pesos (30 dólares). Según esta misma fuente y un estudio privado (Pou 1972: 73) en zonas rurales más céntricas de La Paz y Cochabamba esta renta anual per cápita podría ascender a 60 y quizás 80 dólares. Estas cifras han descendido notablemente después de la devaluación del 66% en 1972, puesto que el costo de vida ha aumentado mucho más que el precio de los productos agrícolas tradicionales.

34. Ya he mencionado que las transformaciones estructurales estimuladas por la Reforma Agraria juegan un papel crucial en esta revitalización. No debe olvidarse tampoco el movimiento folklorista mundial que se ha expandido al mismo tiempo que otros movimientos paralelos de protesta, hippies, etc.

35. En el test de comprensión ya mencionado con campesinos promocionados de Coripata, ninguno captó el anuncio comercial (una línea aérea) y sólo un 2% captó algún detalle secundario del mismo ("han hablado de otros países", etc.).

36. Lerner (1967, 1969) ha desarrollado la teoría de que cuando aumentan las aspiraciones sin que aumenten los logros, crecen las frustraciones. En concreto culpa a la estrategia de comunicación por haber llevado a la gente a "desear lo que no puede obtener... a creer en cosas que no eran ciertas y a esperar cosas que no pueden suceder". (Lerner 1967: 315, trad. en Beltrán 1972: 3). Este desequilibrio entre lo deseado y lo conseguido puede ser el voltaje requerido para un ulterior desarrollo, pero puede llevar también a desarrollos alienantes, o simplemente estancarse en frustraciones inoperantes.

37. Ver la nota 11, con los datos pertinentes de ERBOL con relación al quechua y aymara.

38. En el caso de las escuelas radiofónicas las clases suelen transmitirse sistemáticamente en forma bilingüe, repitiendo la misma información en castellano y en el idioma materno de los radioescuchas.

39. En consonancia con la dinámica socio-lingüística señalada en la primera parte de este trabajo, hay más locutores autóctonos y emisoras (o espacios de emisora) en manos de programadores autóctonos entre los aymaras inmigrados a La Paz que entre los quechuas o aymaras de otras regiones. Recuérdese además que sólo en La Paz se encuentran emisoras, incluso comerciales, con casi toda su transmisión en lengua nativa (aymara).

40. Un sueldo de 5 pesos bolivianos por hora no es raro entre locutores de este tipo de emisoras (1 dólar = 20 pesos).

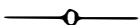
41. Una hora diaria durante un mes puede costar de 400 a 1.000 pesos.

42. He aquí algunas características: no se usa el estilo intimista, sino una retórica más parecida a la de intervenciones en grupos físicamente presentes. Quizás por lo mismo muchos locutores se sienten más “inspirados” hablando en transmisión directa, más que a través de grabaciones; se repiten muchos nombres de individuos, tanto de oyentes, como de locutores, como de anunciadores (por ej., “Bordados El Tigre, del joven NN.”); se añaden concreciones pintorescas como por ejemplo el color de la casa anunciada, la ausencia de timbre, o la presencia de un letrero grande; hay mucha redundancia: el mismo detalle o información se repite varias veces formulada de igual o diversa manera; se intercalan con frecuencia frases en castellano, a veces de estilo rebuscado, como en la siguiente convocatoria de un grupo danzante: “desde la Cordillera del Wayna Potosí, bajando entre las nubes, llegan los poderosos supertroyeros de Vicha”, prosiguiendo después la citación en aymara.

43. A partir de la última fase del gobierno del MNR y sobre todo desde el mandato de Barrientos (1964—1969) las organizaciones sindicales campesinas han entrado en un período de languidez y fragmentación estacionarias. De hecho, una vez eliminada la clase terrateniente poco después de la Reforma Agraria de 1953, los sindicatos campesinos dejaron de ser tales en la práctica. Desde entonces este nombre significa en realidad “organización comunitaria” y en los niveles más elevados (provincial, departamental, nacional) las directivas sindicales campesinas son con frecuencia el instrumento gubernamental de penetración en el campo, más que un órgano de repre-

sentación campesina (cf. Lavaud, en prensa; Burke y Malloy 1972: 89—91).

44. La participación activa de los propios alumnos y teleauxiliares campesinos en programas radiales de complementación es parte del entrenamiento en varias escuelas radiofónicas. Pero las clases radiales propiamente dichas siguen siendo con frecuencia voces al campesino.



B I B L I O G R A F I A

- ACLO. 1970. Sondeo cultural y socio-económico de tres comunidades de la provincia Yamparáez. Sucre: ACLO.
- ——. 1972. Estudio socio-económico. Provincia Belisario Boeto, Chuquisaca. Sucre: ACLO y Comité de Desarrollo y Obras Públicas de Chuquisaca.
- ——. En preparación. Estudio socio-económico. Provincia Hernando Siles, Chuquisaca. Sucre: ACLO y Comité de Desarrollo y Obras Públicas de Chuquisaca.
- Albó, Xavier. 1970. Social constraints on Cochabamba Quechua. Latin American Studies Program, Dissertation Series, n. 19. Ithaca, New York: Cornell University.
- . 1973a. "El futuro de los idiomas oprimidos en los Andes". Boletín n. 4 del Primer Congreso de Lenguas Nacionales. Cochabamba: Centro Pedagógico y Cultural de Portales.
- . 1973b. "El aymara errante". Ponencia presentada en el seminario internacional de aymaras y control vertical de ecologías. La Paz. (Manuscrito).
- . En prensa. Los mil rostros del quechua. Sociolingüística de Cochabamba. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Alegría, Emma, E. Clark, G. Gantier, S. La Fuente y N. Luna. 1973. La escuela normal rural y sus relaciones con la comunidad. La Paz: CODEX.
- Baptista, Mariano. 1973. Salvemos a Bolivia de la escuela. La Paz: Los amigos del libro. (1ª ed., 1971).

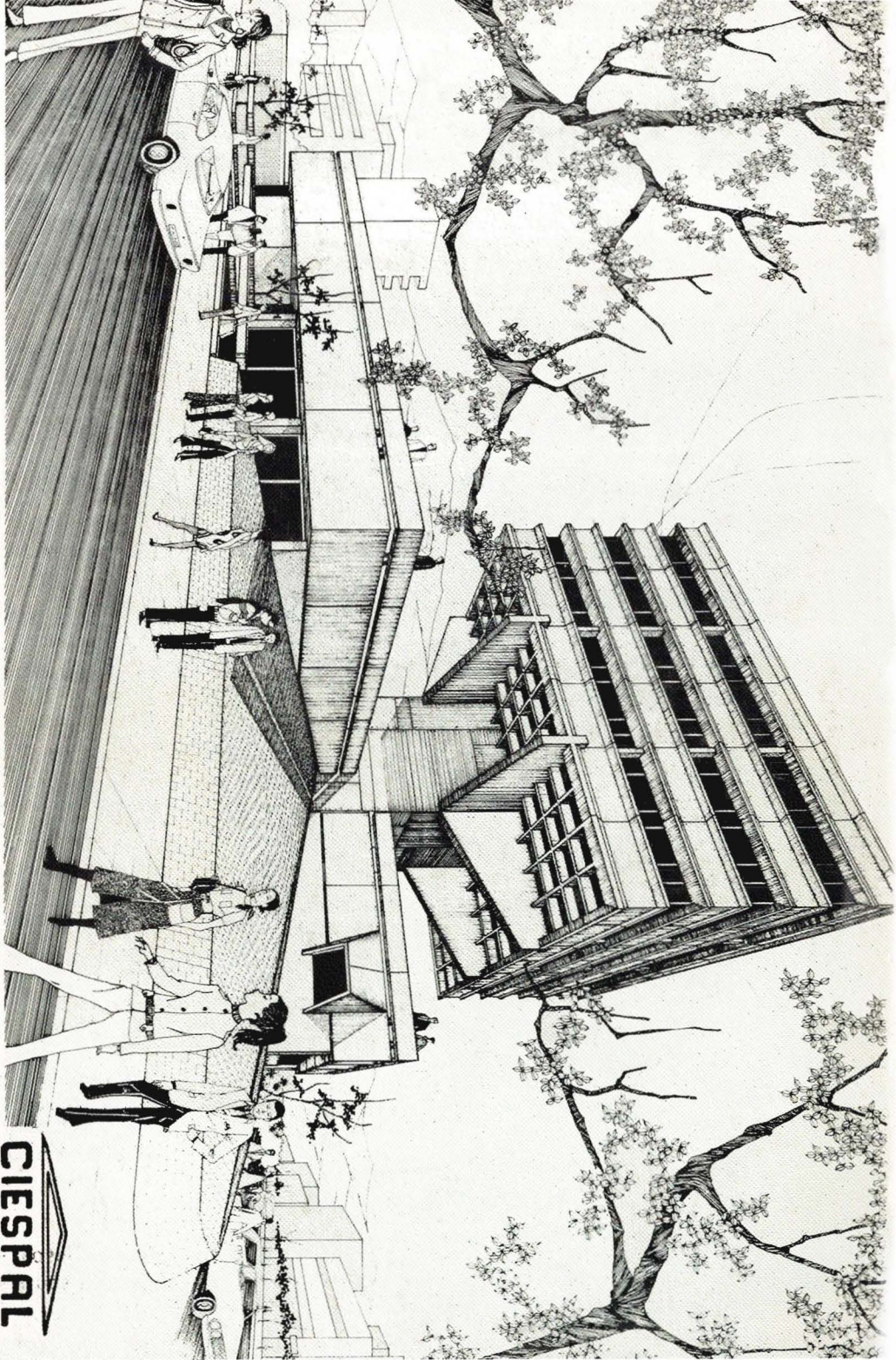
- Beltrán, Luis Ramiro. 1970. "Apuntes para un diagnóstico de la comunicación social en América Latina: la persuasión en favor del status quo". La Catalina, Costa Rica. Seminario sobre comunicación y desarrollo, CIESPAL.
- . 1971. "Radio forum y radio escuelas rurales en la educación para el desarrollo". IICA, Materiales de enseñanza de comunicación. Lima.
- . 1972. "La problemática de la comunicación para el desarrollo rural en América Latina". Ponencia presentada en la reunión interamericana de bibliotecarios y documentalistas agrícolas. Buenos Aires.
- Berelson, Bernard y G. Steiner. 1964. *Human Behavior. An Inventory of scientific findings*. New York: Harcourt.
- Bolivia. 1967. *La educación en Bolivia*. Ministerio de Educación, Planeamiento educativo.
- . 1968. *Realidades y perspectivas de la educación boliviana*. Documento final de trabajo del I Congreso Nacional de alto nivel sobre educación. La Paz.
- . 1970. *Estrategia socio-económica del desarrollo nacional*. Ministerio de planificación y coordinación. 2 vols.
- . 1972a. "Estadística educativa 1971". Ministerio de Educación, Departamento de estadística escolar.
- . 1972b. "Boletín de estadística escolar, n. 2". Ministerio de Educación, Departamento de estadística escolar.
- . 1972c. "Proyecto de reforma administrativa de la educación boliviana". Ministerio de Educación, Consejo de racionalización administrativa.
- . 1972d. *Comisión del seguro social campesino*. Ministerio de Agricultura y Asuntos Campesinos. 5 vols.
- . 1973a. *Diagnóstico integral de la educación boliviana*. Ministerio de Educación, Dirección nacional de planificación educativa. (10 vols. publicados y otros en preparación).
- . 1973b. "Lista de estaciones de radiodifusión en Bolivia". Ministerio de Obras Públicas, Comunicaciones y Transporte, Dirección general de telecomunicaciones. (Manuscrito).
- Burke, Malvin y J. Malloy. 1972. "Del populismo nacional al corporativismo nacional. El caso de Bolivia 1952—1970". *Aportes* (París) 26: 66—96.

- Claure, Toribio. 1949. Una escuela rural en Vacas. La Paz: Universo. XXXIX Congreso internacional de americanistas. Actas y memorias. Lima: Instituto de estudios peruanos. Lima, agosto 1970. (Varios volúmenes publicados en 1972 y 1973; otros, en prensa).
- Dandler, Jorge. 1969. El sindicalismo campesino en Bolivia. Los cambios estructurales en Ucareña. Serie Antropología social, n. 11. México: Instituto indigenista interamericano.
- Domingo de Santo Tomás. 1560. Lexicon o vocabulario de la lengua general del Perú llamada quichua. Valladolid. (edición facsimilar de la Universidad nacional San Marcos, Lima, 1951).
- Educación. Revista del Ministerio de Educación del Perú. n. 9, 1972, dedicado a la educación bilingüe.
- Educación popular. 1970. Revista del Instituto de Investigación Cultural para una Educación Popular (INDICEP). Oruro.
- Escobar, Alberto, ed. 1972. El reto del multilingüismo en el Perú. Lima. Instituto de estudios peruanos.
- Gallo, Salvatore. 1955. Psicología della radio e TV. Firenze: Vallecchi.
- Guarnizo, María. 1966. Informe sobre el estudio de los medios de comunicación utilizados en la introducción del cultivo de pastos en el Altiplano boliviano. Bogotá: IICA — CIRA. 2 vols.
- Guillén Pinto, Alfredo. 1919. La educación del indio. La Paz: González y Medina.
- Guzmán, Juan Carlos y M. Luisa. 1970. "Investigación y evaluación del impacto de programas radiales en el Altiplano boliviano. Caracterización individual de Radio San Gabriel". La Paz. (Manuscrito).
- Hankard, Maurice. 1965. La radio y televisión en Europa. Quito: CIESPAL.
- Lavaud, Jean Pierre. En prensa. "La politisation du paysanat bolivien". Revue de l'Institut des hautes études de l'Amérique Latine. París.
- Lerner, Daniel. 1967. "Communication and the prospects of innovative development". En D. Lerner y W. Schram, eds., Communication and change in the developing countries. Honolulu: East-West Center Press, University of Hawaii.

- . 1969. "Hacia una teoría de modernización de las comunicaciones. Un conjunto de consideraciones". en L.W. Pye, ed., *Evolución política y comunicación de masas*. Buenos Aires: Troquel, pp. 391—418. (Original inglés, Princeton University Press, 1963).
- McQuail, Denis. 1972: *Sociología de los medios masivos de comunicación*. Buenos Aires: Paidós. (Original inglés, Londres, Collier McMillan, 1969).
- Mejía, Israel. 1973. "Justificación del programa de castellanización". Primer congreso de lenguas nacionales, Cochabamba, Centro pedagógico y cultural de Portales.
- Menanteau, Darío. 1972. "Conflicto social y la juventud en Bolivia". *Aportes*, 24: 44—66.
- Murra, John. 1968. "An Aymara kingdom in 1567". *Ethnology*, 15: 115—151. (Versión castellana policopiada "Un reino aymara en 1567", Lima, 1973).
- . 1972. "El control vertical de un máximo de pisos ecológicos en la economía de las sociedades andinas". En visita de la provincia de León de Huánuco (1562)). Huánuco: Universidad Hermilio Valdizán, t.2, pp. 429—476.
- Payne, Ruth y M. Balderrama. 1972. *Contenido y métodos de la enseñanza en Bolivia*. La Paz: Comisión episcopal de educación.
- Pérez, Elizardo. 1962. *Warisata: La escuela-ayllu*. La Paz: Burillo.
- Perú. 1972. *Política nacional de educación bilingüe*. Ministerio de Educación.
- Portales, Centro pedagógico y cultural. 1972—1973. *Primer congreso de lenguas nacionales. Boletines y documentos*. Cochabamba.
- Pou, Claudio. 1972. *Optimal allocation of agricultural resources in the development area of Patacamaya, Bolivia*. La Paz: CIPCA.
- UNESCO. 1968. *And African experiment in radio forums for rural development: Ghana 1964—1965. Reports and papers on mass communication*, n. 51. París: UNESCO.

Editorial "la Unión"

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



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

CIESPAL