



CHASQUI
(precolombina)

'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 15

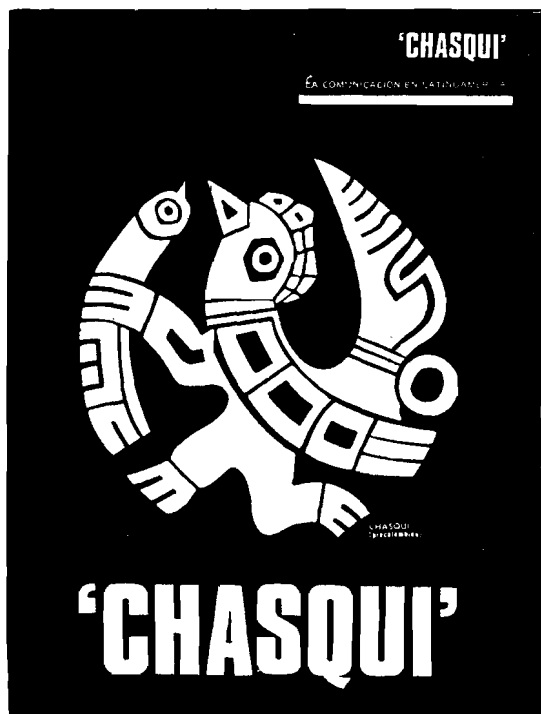
Los trabajos incluidos en la presente edición de CHASQUI son de especial interés para comunicadores, investigadores de la comunicación y, en general, para estudiosos de esta ciencia en América Latina.

En la sección documentos se insertan dos de apreciable valor: el primero, del especialista brasileño Juan Díaz Bordenave, que vincula estrechamente el concepto de comunicación social con los procesos de desarrollo integral en los que se hallan empeñados algunos países del continente. Díaz Bordenave ha titulado su trabajo: LA COMUNICACION SOCIAL COMO INSTRUMENTO DE DESARROLLO DE COMUNIDADES RURALES Y URBANAS. El segundo, es una evaluación de algunos proyectos de educación radiofónica ejecutados en la región, preparado por PETER SPAIN, profesor de la Universidad de Stanford.

Como trabajo de INVESTIGACION se difunde LA INFORMACION Y EL MENSAJE PERIODISTICO, experiencia académica colectiva de los estudiantes de periodismo de la Universidad Católica de Chile, que tiene un carácter eminentemente didáctico pero que, a éste nivel, puede significar un aporte positivo para aclarar algunos conceptos manipulados en el quehacer periodístico.

Finalmente –como una separata– este número de CHASQUI incluye un catálogo de las publicaciones de CIESPAL, en el que constan los trabajos editados por este Centro Internacional, desde su fundación, y los que están previstos hasta fines de 1977.

CHASQUI ha creído conveniente incluir este catálogo en vista del volumen significativo que la labor editorial de CIESPAL ha adquirido en los últimos dos años.



REVISTA DE CIESPAL

No. 15 — OCTUBRE - DICIEMBRE 1976

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

SUMARIO:

DOCUMENTOS

LA COMUNICACION SOCIAL COMO INSTRUMENTO DE DESARROLLO DE COMUNIDADES RURALES Y URBANAS.

Juan Díaz Bordenave 9

LOS VALORES Y LAS REALIDADES ECONOMICAS

Peter Spain 37

INVESTIGACION:

LA INFORMACION Y EL MENSAJE PERIODISTICO

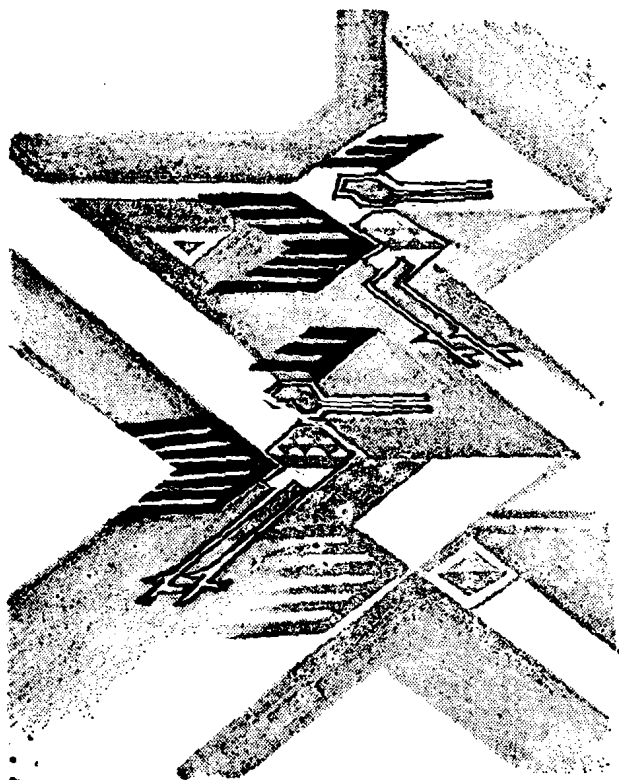
Luis Torres A. 47

PUBLICACIONES DE CIESPAL 83

DEPARTAMENTO DE PUBLICACIONES

EDITOR

GUSTAVO MARTINEZ E.



documentos

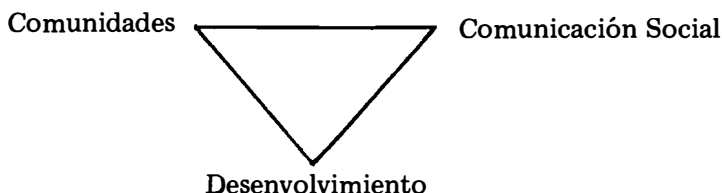
LA COMUNICACION SOCIAL COMO INSTRUMENTO DE DESARROLLO DE COMUNIDADES RURALES Y URBANAS

Por Juan Días Bordenave, PhD
Especialista en Comunidad Agrícola.

El tema me parece muy oportuno, porque, en los últimos años, tanto las comunicaciones sociales cuanto el desarrollo rural y urbano vienen ocupando un lugar importante entre las preocupaciones de los gobiernos de América Latina en general y del Brasil en particular.

Para mí, particularmente, el tema es importante porque acabo de completar un estudio para la UNESCO sobre Comunicación y Desarrollo Rural, en que analizo las estrategias utilizadas en aproximadamente veinte proyectos de comunicación rural en varios países del mundo.

En sí mismo, el tema es también muy rico, porque en su enunciado intervienen conceptos de Comunidad, Desarrollo y Comunicación Social, constituyendo cada uno de ellos un vasto complejo de realidades y significaciones. Su asociación en un triángulo semántico:



nos obliga a establecer nuestra posición ideológica en relación a cada uno de estos componentes claves, para después analizar las relaciones que los unen. Comencemos por el concepto de Comunidad.

1. Comunidad en términos ideológicos.

A pesar de que parece a primera vista un término muy simple, hay que convenir en que "comunidad" es un concepto controvertible y difícil de determinar. Existen, realmente, comunidades en sentido de grupo humano coherente, homogéneo, con objetivos comunes? Representa la comunidad una unidad válida de análisis sociológico o político; o sería mejor hablar de "población rural" o "urbana" como un todo, o de grupos de población? Puede haber desarrollo de comunidades, de una comunidad, independientemente del desarrollo nacional o, por lo menos, regional?

Los sociólogos norteamericanos que inicialmente definieron el concepto de comunidad, lo hicieron tomando en cuenta, sobre todo, el aspecto de concentración espacial y la consecuente interacción entre sus miembros, que genera una cultura común y una conciencia e identidad como grupo, y tomando en consideración el aspecto de autosuficiencia de la "comunidad" en términos de servicios necesarios para la vida.

El sociólogo K.L. Butterfield, citado por Bertrand (1), definió Comunidad de esta manera:

"Una verdadera comunidad es un grupo más o menos autárquico".

E. Carl Taylor (2), por el año de 1933, escribía que:

"La comunidad es el primer grupo social, en la vida moderna que se aproxima a la autosuficiencia".

A partir de este concepto, Galín (3) creó un método que determinaba los límites de una comunidad por la utilización de los servicios. Según Bertrand (4) Galpín:

1) 2) 3) 4) Bertrand, Alvim L. Sociología Rural. Río de Janeiro, Edit. Atlas, 1973.

“Pidió a comerciantes, banqueros, profesores, pastores y varios agentes de servicio, que le indicaran en un mapa de Walworth County, Wisconsin, las más distantes localidades de que procedían los agricultores para realizar negocios o buscar servicios . . . Entonces señaló la casa de cada familia que negociaba en una determinada villa, poniendo un alfiler en el mapa. Un hilo, corriendo alrededor de los alfileres, constituía los límites del área de influencia de cada servicio o zona de negocios”.

En síntesis, para los norteamericanos, comunidad es un concepto relacionado con el espacio físico, en donde se concentran las personas y de donde ellas obtienen, de manera relativamente independiente del resto del país, lo que necesitan para vivir.

Ahora, este concepto será aplicable apenas a la historia y a situaciones norteamericanas. Es interesante notar cómo los sociólogos rurales latinoamericanos, entrenados casi todos en Estados Unidos, utilizaron durante mucho tiempo estas mismas definiciones detenerse a analizar lo que es realmente una Comunidad en América Latina y, así mismo, si ella existe o no como tal.

En consecuencia, los programas de desarrollo de comunidades iniciados en América Latina, bajo la influencia norteamericana, tuvieron una orientación puramente localista y pusieron mucho énfasis en los aspectos sociales y hasta estéticos del progreso. De esta manera. Así se extendió en nuestros países una acción de tipo rotario, que consiste en “mejorar la fachada” de las comunidades; colocar placas en las calles, embellecer plazas, construir alguna escuela, dar becas de estudio a unos pocos muchachos, etc. Respecto a este tipo de acciones, el Antropólogo de la OEA Oscar Arce Quintanilla (1) dice:

“En el pasado, los programas atribuían excesiva importancia a los aspectos sociales del desarrollo, como si éstos pudiesen ocurrir desvinculados de lo económico . . . La estrategia que se debe adoptar en términos programáticos, debe ser la de detectar la base económica de sustentación de la comunidad o región en que se establece una población dada, para examinar cuáles podrían ser las actividades que generan un desenvolvimiento autopropulsivo”

1) Arce Quintanilla, Oscar - Desarrollo de la Comunidad, en Enseñanza e Investigación en Sociología Rural en América Latina. Rfo de Janeiro, IICA. 1973.

La percepción de la importancia del factor económico, marca ya una reacción más propia de los países subdesarrollados. Entre tanto, la nueva orientación llevó los programas de desarrollo de comunidades, a eventuales choques con las estructuras locales de poder. En cuanto tales programas no herían los intereses de los “caciques” locales, éstos, naturalmente, les deban todo su apoyo. Al fin y al cabo, la decisión de una población de construir puentes, mejores caminos, establecer huertos familiares, no llega a perturbar los negocios de los latifundistas, comerciantes o industriales.

“En esta situación –dice Arce Quintanilla– los programas de desarrollo comunal concentraban su acción en actividades de corte paternalista, tratando de mantener el enorme potencial del trabajo rural en el marco de una economía de consumo y de un régimen de propiedad de la tierra inalterable; buscando, dentro de tal enfoque, una respuesta a las manifestaciones del subdesarrollo, y no a sus causas más profundas”.

Reconocida la inoperancia de los programas localistas de desarrollo de comunidades y la importancia de los aspectos económicos, generose en América Latina una tendencia diferente: la de colocar la acción de estos programas dentro de una estrategia de desarrollo nacional, considerándolos parte integrante y complementaria del esfuerzo global y regional de desarrollo, ligada íntimamente al avance de las actividades de reforma agraria, colonización y racionalización de las migraciones.

Así mismo, todavía hay mucha indecisión en aceptar el concepto de “región” en los diagnósticos de situación y, hasta ahora, según Arce Quintanilla:

“Muchos programas implementan sus actividades aldea por aldea, comunidad por comunidad, sin proyecciones más amplias, tratando de medir un suceso por la adición de comunidades atendidas, antes que por una integración regional, resultante de la interacción de aquellos centros y polos dinamizadores, según esquemas operativos que relacionen o complementen las metas de desarrollo regional con las nacionales”.

En síntesis, el concepto de desarrollo de comunidades progresó en América Latina sin tomar en cuenta la importancia de los aspectos económicos y la íntima relación de los programas locales con los planes de desarrollo regional y nacional.

Además, desde otro ángulo, el Sociólogo brasileño Joao Bosco Pinto (1) criticó el mismo concepto. Según él, la Extensión Rural, por ejemplo, sigue considerando como comunidad un grupo humano con fines más o menos comunes, con un sentido de solidaridad y con normas generalmente aceptadas por sus miembros. Así, cuando un nuevo agente de extensión llega a una localidad y hace su levantamiento de la situación, recoge datos sobre la población, sus fuentes de renta, la estructura del poder local, las deficiencias tecnológicas de la agricultura y la salud, etc., siempre pensando en la comunidad como un todo orgánicamente integrado y equilibrado. Cuando mucho, el agente percibe lagunas “tensiones” en el tranquilo panorama de la comunidad.

Mas, aquí viene la crítica del mencionado Sociólogo. Será verdad que los grupos que constituyen una determinada comunidad rural tienen objetivos comunes? Será verdad que las normas son respetadas porque existe un consenso general voluntario? Será verdad que existe un sentimiento de solidaridad comunitaria?

Dice Bosco Pinto:

“El concepto de comunidad esconde ideológicamente un conflicto como motor dinámico de cambio: este conflicto es básicamente estructural, pero está encubierto bajo la denominación de tensiones sociales pasajeras. En algunos estudios de comunidades, cuando se hace una descripción de la estructura de poder, nunca se muestra dónde se genera ese poder y qué conflictos ocasiona esa estructura. Nunca se analiza cómo cambiar tal estructura, si fuera necesario. Simplemente el estudio sirve para utilizar la estructura de poder local, con vista a conseguir un mayor apoyo de los “líderes” y de los “grandes” para un programa de acción de Extensión Rural”.

Un análisis más profundo que haga el Extensionista, puede revelar que la “comunidad” está lejos de ser neutra, pacífica, solidaria, con objetivos y valores comunes. Ella está, para comenzar, profundamente dividida en estratos sociales, que se diferencian entre sí por niveles de renta y de consumo, por niveles de educación y de profesión. Y continúa irónicamente Joao Bosco Pinto:

“Cómo se generan esas capas, cómo se mantienen, qué tipos de relaciones existen entre ellas, qué efectos tienen aquellas relacio-

(1) Pinto, Joao Bosco -Extensión agrícola o educación: una disyuntiva crítica. Lima, Perú. Primer Seminario Nacional de Profesores de Extensión Agrícola a Nivel Universitario. Dic. 4-8, 1972.

nes en la dinámica social, etc., no son preguntas que no se pueden responder porque son “ideológicas” o “políticas”; esto es, no son “neutras” o “técnicas”.

En síntesis, el concepto de “comunidad”, cuando no está basado en un análisis crítico de la realidad social subyacente, puede dar una falsa idea de homogeneidad y felicidad, escondiendo, entre tanto, una situación de explotación y de dominación de unas clases sociales por otras. Por coincidencia, las clases que dominan son precisamente aquellas representadas en los clubes rotarios o de leones.

La crítica de Joao Bosco Pinto debe llamar la atención de aquellos que trabajan con sinceridad y entusiasmo en programas de desarrollo de comunidades, orientados a aumentar la participación popular. Hasta qué punto se está promoviendo la participación popular en obras que revertirán en beneficio del propio pueblo, y no de los “dueños” de la comunidad? Cuál sería la alternativa?

Según Arce Quintanilla (1) “la organización, concientización y capacitación de la población marginada, tanto territorial como funcionalmente, constituye el objetivo central del desarrollo de la comunidad”. Sin embargo, advierte Arce, esta organización no debe tener un alcance puramente local:

“Un enfoque apenas localista, sin insertar acciones de base en la perspectiva de una organización de ámbito mayor, carece de sentido y llega a ser, en el mejor de los casos, una acción de modernización o de mejoramiento transitorio”.

El camino, según Arce Quintanilla, es el fortalecimiento del poder de decisión local basado en la participación popular.

“Si la organización de la población apunta hacia una participación efectiva, por medio de la promoción de sus intereses y la creación de una estructura de comunicación racional con el gobierno, serán necesarios mecanismos especiales que permitan la participación activa y directa de la población en el proceso de toma de decisiones para la realización de programas y proyectos de desarrollo.

Esto quiere decir que deben ser fortalecidos los gobiernos loca-

(1) Arce Quintanilla, op. cit. p. 61.

les o municipales, permitiendo la creación de sistemas de interacción, consulta y programación entre los servicios de desarrollo de la población organizada. Solamente cuando la población, a nivel de base, tenga la oportunidad de participar en la programación de obras y servicios propuestos como consecuencia de un planeamiento a mayor escala, se podrá decir que existe una auténtica participación popular organizada”.

Dejemos ahora el concepto de comunidad, para pasar a analizar el concepto de desarrollo.

2. Desarrollo para quien?

Leamos el comienzo del romance “Gabriela, Clavo y Canela, de Jorge Amado (1), una descripción de la ambición de desarrollo que nace en los isleños cuando los sembríos de cacao comienzan a producir abundantes cosechas:

“Hablaban de la cosecha, que se anunciaba excepcional, superior con mucho a todas las anteriores. Como los precios del cacao estaban altos, eso significaba mayor riqueza, prosperidad, abundancia, dinero a montones. Los hijos de los principales irían a estudiar en los colegios más caros de las grandes ciudades, nuevas residencias para las familias, en las nuevas avenidas recién abiertas, automóviles de lujo mandados a traer de Río, pianos de cola para adornar las salas, las tiendas surtidas, multiplicándose, el comercio creciendo, las bebidas corriendo en los cabarés, mujeres desembarcando de los navíos, el juego campeando en los bares y los hoteles, el progreso, en fin, la tan comentada civilización”.

No hay en esta descripción de progreso, algo que sea más o menos familiar? No será que el desarrollo está siendo idealizado como un aumento de edificios, avenidas, puentes elevados, automóviles y gente, sueldos de ejecutivos; el consumo supérfluo, en fin, un estado de euforia colectiva, en que el aumento del crimen, las úlceras y las dolencias cardíacas, tanto como la polución y la corrupción son considerados apenas como “el precio del desarrollo”?

1) Amado, Jorge. Gabriela, Clavo y Canela.

Es necesario ahora olvidar que diversas concepciones anacrónicas de desarrollo prevalecen aún o están presentes en la mente de muchos economistas y planificadores de los países desarrollados, ejerciendo un acentuado dominio intelectual sobre nuestros propios economistas y planificadores. Dice Colin Leys (2):

“Nuestra idea de desarrollo ha sufrido un cambio radical en los años recientes. El pensamiento de la década del 50 al 60, codificado en el Relatorio Pearson, estaba dominado por la doctrina de las etapas del crecimiento, de W.W. Rostow. Conforme aquella doctrina, el desarrollo es un camino lineal que todos los países transitan. Los países avanzados pasaron en épocas diferentes la etapa de “despegue” (take off), que los países en desarrollo están ahora siguiendo. El desarrollo era visto principalmente como un asunto de crecimiento económico y secundariamente como un problema de hacer aquellos cambios sociales necesariamente asociados con el crecimiento económico. Se tomaba como obvio que organizar la marcha por el largo camino del desarrollo era la primera obligación de los gobiernos . . .”.

Felizmente, ciertos especialistas de diversos organismos internacionales y nacionales ya no creen tan ciegamente en el modelo “desarrollista”, llegando aún a acusarlo de haber producido una polarización todavía más pronunciada entre los estratos sociales. Herbert Kotter (1), de FAO, por ejemplo, afirmó recientemente:

“La principal deficiencia de la antigua política de desarrollo consiste en el hecho de haber ella generado mayores diferencias entre los que tienen y los que no tienen. Sin embargo, esto no significa una simple polarización entre ricos y pobres. El fenómeno se repite si se compara las diferencias entre los países desarrollados y los países en desarrollo, las regiones dentro del mismo país y aún diferentes estratos sociales a nivel de comunidad rural”.

(1) Kotter, Hebert R. Some deliberations on basic principles and general strategy of integrated rural development. Roma, FAO. 1974.

2) Leys, Clin. “The Role of the University in an Underdeveloped Country” Education News. Departmen of Education and Science, Canberra, Australia. Abril 1971.

A cada día que pasa, una cantidad mayor de técnicos está de acuerdo en que el subdesarrollo y, principalmente, la pobreza rural, no podrán ser superadas con medidas locales o aisladas. No hay adelanto o desarrollo de una comunidad, ya que el subdesarrollo y la pobreza “están profundamente enraizados en el propio sistema socio-económico global”, según Kotter. El desarrollo requiere cambios estructurales y de mentalidad a nivel de comunidad, de región, de nación, e, inclusive, del mundo en su conjunto.

Según Kotter, es necesario que objetivos amplios, como la igualdad y la justicia social, sean transformados en metas operacionales, siendo sus requisitos básicos:

1. Oportunidades de empleo productivas, remuneradoras y psicológicas y socialmente satisfactorias.
2. Una distribución más equitativa de la renta material y no material, tanto como el acceso a los servicios y prestaciones sociales.
3. Un mejor manejo del medio ambiente.
4. Una participación mayor del pueblo en los procesos de toma de decisiones y de educación.

En síntesis, necesitamos una nueva definición de desarrollo. Nuestro amigo y colega comunicador Luis Ramiro Beltrán (1), propuso recientemente la siguiente:

“Desarrollo es un proceso dirigido y ampliamente participatorio de cambios políticos profundos y acelerados, orientados a procurar transformaciones substanciales en la economía, la tecnología, la ecología y la cultura global de un país, de modo que el adelanto moral y material de la mayoría de la población pueda ser conseguido dentro de condiciones de igualdad, dignidad, justicia y libertad generalizadas”.

(1) Beltrán, Luis Ramiro. *Rural Development and Social Communications: Relationships and Strategies*. Proceedings of Cornell -CIAT International Symposium, Cali, Colombia. 1974.

Si tomamos en serio esta definición, desarrollo viene a ser sinónimo de revolución, porque aquellos movimientos, gobiernos o personas que se consagran al desarrollo genuino, asumen un compromiso verdaderamente revolucionario, de abrir las puertas de la participación a todo el pueblo y de promover cambios necesarios en la actual distribución de los privilegios y de las cargas.

3. Las funciones del Comunicador

Hasta qué punto el Comunicador puede contribuir a convertir en realidad las ideas y ambiciones contenidas en la definición de Luis Ramiro Beltrán?

La historia de la comunicación muestra que este proceso humano puede ser utilizado de diferente manera:

1. Como instrumento de distribución de informaciones;
2. Como instrumento de instrucción o enseñanza;
3. Como instrumento de persuasión y cambio de valores y actitudes;
4. Como instrumento de expresión personal, de aproximación e interrelación entre las personas;
5. Como instrumento de participación en la toma de decisiones;
6. Como instrumento de cambio político y social, mediante la dinamización de los procesos sociales de acción colectiva.

La historia del uso de la comunicación también nos enseña que la forma de utilizarla (de una manera vertical, autoritaria y persuasiva, o de una manera dialógica, participatoria y solidaria), depende las opciones ideológicas de una sociedad; esto es, de los modelos de desarrollo que ella adopte. En este sentido la comunicación es un enorme cuchillo de doble filo. Bien usada, es un instrumento de liberación. Mal usada es un instrumento de opresión. Investigaciones semiológico-estructuralistas de contenido, hechas en varios países, demuestran claramente que los medios tales como historietas, fotonovelas y artículos de prensa, están constantemente vinculando valores y modelos de comportamiento típicos de los países más desarrollados que contribuyen a un desarrollo de tipo poco adecuado para nuestros países. Individualismo férreo, com-

petencia desenfrenada, violencia como medio de solución de problemas, excesivo aprecio de la riqueza material, consumo de bienes superfluos para aumentar el estatus, la legitimidad de la manipulación engañosa de la opinión pública, etc., son valores que los lectores y telespectadores absorben sin tener la más remota idea de que están siendo “educados” o “socializados” por medios a los que consideran apenas de entretenimiento y recreación.

Esto explica por qué en América Latina existe actualmente un fuerte movimiento preocupado con la formación de una conciencia crítica del receptor. Así tenemos en el Brasil el movimiento “Cineduc”, que trata de preparar a los niños para una apreciación crítica del cine. Lamentablemente no tenemos nada parecido para la radio o la televisión, las historietas, o la prensa diaria.

Todo esto nos lleva a considerar que los medios de comunicación social educan siempre, sólo falta preguntar si educan para la dependencia o para la independencia; para que el actual estado de cosas no cambie o para el desarrollo, y, en este último caso, para qué tipo de desarrollo.

Precisamos vencer tres tipos de sofismas que hemos aceptado sin la suficiente reflexión:

1. La división artificial entre la televisión comercial y la televisión educativa. Este es un artificio defendido por los dueños de las empresas comerciales que explotan una industria cultural para provecho propio. Mientras se continúe pensando que la TV comercial no precisa ser “educativa” porque para eso existe la otra, se podrá continuar colocando en el video toda clase de mensajes conciente o subconcientemente persuasivos en favor de productos o ideologías dirigidos a la perpetuación del sistema.
2. El segundo sofisma fue introducido por Marshall McLuhan al afirmar que “el medio es el mensaje”. Las personas que aceptan este slogan, entendiendo o no el sentido del mismo, de que no importa los contenidos de los medios porque lo importante en realidad es el medio en sí y su influencia en la forma de percibir y aprehender el mundo, se olvidan de que el contenido sí tiene una enorme importancia y que, como dice Wilbur Schramm (1):

(1) Schramm, Wilbur, Philip Coombs, F. Kanhert e J. Lyle. *The New Media: Memo to Educational Planners*. Paris, UNESCO, 1967.

“Debemos recordar que la enorme eficiencia de los medios en la distribución de la educación significa que ellos pueden hacer que la educación sea más y mejor difundida. Pero ellos sólo pueden distribuir los contenidos de que han sido dotados”.

3. El tercer sofisma es una afirmación de los cientistas sociales de que los medios de comunicación social no tienen efectos profundos de “conversión”, sino apenas efectos de “refuerzo” de actitudes ya existentes, o de producción de pequeños cambios de actitudes. Tal afirmación de los cientistas, articulada especialmente por Klapper (2) que, por coincidencia, era empleado de la General Electric, preocupase, según algunos críticos, por el temor generalizado en la década de los 50, de que los medios por su tremendo poder de persuasión, fuesen un peligro para la sociedad. Entre tanto, las investigaciones citadas para fundamentar el sofisma de “inocencia” de los medios constituyen estudios de tipo inmediateista -cambio en la opinión electoral por ejemplo- y no tuvieron en cuenta el posible efecto acumulativo de los medios durante años y años de exposición de las personas e ideologías vinculadas con ellos. Lo que quiere decir que los medios tienen, en realidad, mucha más fuerza sobre los valores y el subconciente de las personas de lo que los cientistas norteamericanos quisieron convencernos por razones más comerciales que científicas.

Sin embargo, seamos menos críticos y más positivos y preguntemos cómo los medios de comunicación social pueden actuar mejor como instrumentos para el desarrollo rural y urbano.

4. Es necesario una política de comunicación social

En primer lugar, debe ser emprendida una tarea de concientización: el público en general y los líderes de la sociedad en particular deben estar convencidos de que los medios pueden tener una influencia benéfica y positiva; pero también pueden tener una influencia negativa, “disfuncional” -en términos de Charles Wright (1)- en la formación de

(1) Wright, Charles - Mass Communications, New York, Random House, 1959.

(2) Klapper, Joseph F. The Effects of Mass Communication. The Free Press, 1960.

los valores y conceptos de la población. Por consiguiente, la población debe ser defendida de dos maneras:

- a) Desarrollando su conciencia crítica frente a los contenidos y exigiendo de los medios, contenidos más relevantes para sus necesidades. Esto es particularmente importante para una población rural, que no recibe por los medios sociales suficiente información adecuada a sus verdaderas creencias.
- b) Presionando al gobierno para conseguir de él una política de comunicación social orientada para el beneficio de toda la población, no sólo de los sectores privilegiados, entre ellos los dueños de los propios medios.

En segundo lugar, aquellos que se decían a la comunicación social deliberadamente educativa, deberían estudiar mejor la pedagogía de la liberación y procurar que ella sea coherentemente aplicada en los medios de comunicación. Qué significa ésto? Significa que el verdadero desarrollo, implicando participación activa del pueblo, exige un uso de los medios de comunicación de tipo dialógico y no apenas de una sola vía. Significa que los contenidos deben ser presentados de manera que estimulen el raciocinio crítico y creativo y no una aceptación pasiva del “magister dixit”. Significa que el oyente debe tener oportunidad de escuchar posiciones alternativas y también antagónicas sobre los asuntos más importantes, y no apenas la versión preferida por el maestro. Significa que los problemas deben ser presentados dentro de un contexto estructural, formulándose preguntas básicas sobre sus causas, y no apenas describiendo sus síntomas. Así, cuando se habla del desarraigo y éxodo rurales, el educador debería analizar con los alumnos las causas reales de estos fenómenos, los cuales giran alrededor de una injusta estructura agraria y la miseria de los campesinos, y no hablar de éxodo apenas en términos de los atractivos de las grandes ciudades, o del deseo natural de los campesinos de mejorar su vida. Cuando se habla de tecnología agrícola sería educativo indicar como ciertas tecnologías favorecen más a los grandes agricultores que a los pequeños, tal como una cortadora de caña con patente de Australia, país donde falta mano de obra, y que fabricada en América Latina deja sin empleo a 50 cortadores de caña. En fin, más que transmitir a los alumnos conocimientos terminados y en-

latados, educar, contribuir para un genuino desarrollo, sería enseñar a los alumnos a **hacer preguntas inteligentes**, a investigar las razones de los problemas y a planear soluciones más adecuadas a nuestras características y a nuestras aspiraciones.

Aquí quiero hacer una pausa para comentar el serio dilema que representa para los educadores, la dicotomía “proceso” ver sus “resultados” o “metas”. Dice Frank Grace (1).

“Hay dirigentes que dicen que en muchas tareas urgentes hay que aplazar la participación popular por la presión del tiempo. Surge una pregunta: Qué es lo más importante; la realización de tal o cual meta, o la acción de profundizar en el proceso destinado a alcanzar esa meta? Es una cuestión de prioridades.

En cualquier organización, ya sea el gobierno o una cooperativa existen personas que dan más importancia a la ejecución de un trabajo y otras que ponen énfasis en el proceso humano vivido en cuanto se busca la meta.

Hay mentalidades que se impacientan con la incapacidad o apatía (real o imaginaria) del pueblo, y hay mentalidades claramente orientadas hacia las metas. Antes de arriesgar demoras o cambios, la persona que encarna la mentalidad-metas prefiere renunciar a la participación de los demás.

Pues bien, ya habíamos visto que el contenido de los mensajes es importantísimo para la formación integral de la persona. Ahora llegamos a la conclusión de que el **proceso pedagógico** utilizado para alcanzar una meta, también es importantísimo.

Los profesores Neil Postman y Charles Weingartner (2), autores del libro que lleva el sugestivo título de “La Enseñanza como Actividad Sugestiva”, expone así su posición:

-
- (1) Gerace, Frank - Comunicación Horizontal. Lima Perú. Librería Studium. 1973, p. 47.
 - (2) Postman, Neil y Charles Weingartner. Teaching as a Subversive Activity. New York, Delacorte Press, 1969.

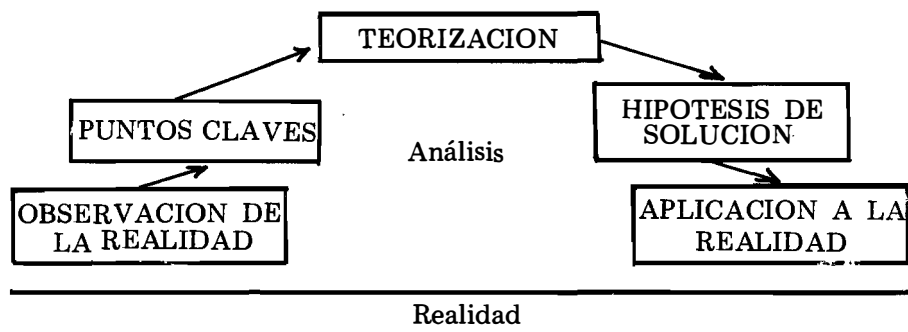
“El medio en el mensaje implica que la invención de la dicotomía contenido y método, es tan ingenua como peligrosa. La expresión implica que el contenido crítico de cualquier experiencia de aprendizaje es el método o proceso por el cual el aprendizaje ocurre”.

Y añade, todavía más enfáticamente:

“Lo que importa no es lo que usted habla a las personas; es lo que ellas hacen”.

Ahora podemos comprender que un dirigente de empresa sacrifique la formación integral de las personas a su obsesión de alcanzar metas de producción. Pero es inadmisibles que un teleducador se concentre tanto en la consecución de objetivos comunicacionales tales como la adquisición de conocimientos generales de una práctica agrícola o de salud, por parte del público, a tal punto de avanzar sobre él como una “locomotora pedagógica”, sin darle la oportunidad de participación, de discusión, de razonamiento o crecimiento intelectual.

Las mismas razones nos llevan a defender, en la práctica de la comunicación social educativa para el desarrollo, una metodología sintetizada en el “esquema del arco”, de Charles Maguerez (1), según la cual la enseñanza-aprendizaje debería iniciarse como una problematización; esto es, como una observación por parte de los alumnos, sin previa estructuración mental de éstos por parte de los profesores, de la realidad tal como ella se presenta, en todo su dinamismo y complejidad, en toda su integridad contextual.



(1) Maguerez, Charles. La promotion technique du travailleur analphabete. París, Editions Eyrolles, 1966.

Los medios de comunicación pueden ayudar al público a ver la realidad, presentando datos y experiencias, testimonios y datos estadísticos. El proceso continúa con la identificación de los Puntos Claves, esto es, las variables más decisivas del problema de que se trate. En una situación de educación en un aula, los propios alumnos (1) deberían hacer la identificación de Puntos Claves. Se debe procurar en la medida posible que las tareas de raciocinio activo sean hechas por los alumnos y no por los profesores.

En la etapa siguiente - la teorización - a analizarse es llevada a un nivel más abstracto y general, con la ayuda de la ciencia y la tecnología. (normalmente es aquí que un profesor comienza el proceso de enseñanza, suministrando definiciones de conceptos, teorías, etc. con los cuales da al alumno la oportunidad de problematizar antes que teorizar).

Después de la teorización los alumnos derivan hipótesis de solución para los problemas en las condiciones propias, ya que ahora, ellos comprenden inteligentemente su estructura y alcances. Finalmente, los alumnos son llevados a aplicar lo que aprendieron, a la transformación de la realidad, mediante la praxis.

Naturalmente, el esquema del arco es apenas una línea pedagógica básica, una guía, que debe ser adaptada a las muchas variedades de enseñanza-aprendizaje, que pueden presentarse. Además, se trata de que el alumno vea la realidad con sus propios sentidos y que la analice y la explique con su propio esfuerzo intelectual.

Una población, sea rural o urbana, que aprende desde la infancia siguiendo este modelo, difícilmente podrá ser manipulado más tarde por los medios de comunicación social. De modo que la adopción de una pedagogía liberadora trasciende los límites de enseñanza y de educación para convertirse en una fuerza social y política de transformación. De ahí, que los pedagogos defensores de una educación liberadora sean considerados peligrosos por aquellas personas que prefieren que un pueblo, no aprenda a pensar ni a cuestionar. Es natural que así sea. Un pueblo que pregunta mucho termina preguntando como es posible que exista tanta miseria al lado de tanta riqueza, eso es terriblemente perjudicial para todos aquellos que quieren mantener su comodidad burguesa.

1./ Magueres, Charles. La promoción técnica de un trabajador analfabeto, Paris Ediciones Eyrolles, 1966.

4. Adaptación de la tecnología de la comunicación

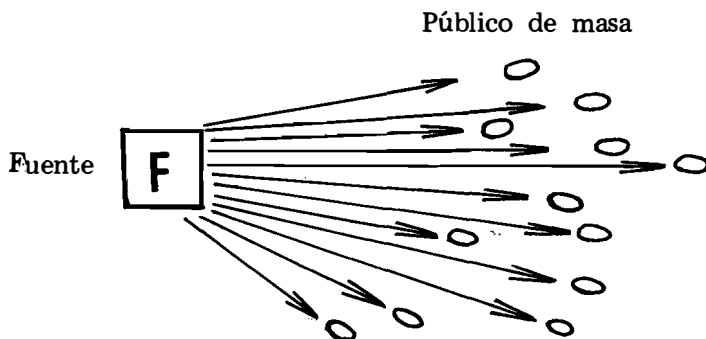
Otra medida para que los medios de comunicación social contribuyan mejor al desenvolvimiento de las comunidades rurales y urbanas, es analizar los patrones de utilización de los propios medios, en un sentido que permitan una mayor participación dialógica del pueblo. En un estudio sobre comunicación rural para UNESCO, identifique una tipología de patrones de utilización de los medios que paso a presentar de la manera más gráfica posible. Como todos sabemos todo sistema de comunicación realiza las siguientes funciones típicas:

- I — Planeamiento
- II — Producción (y conservación)
- III — Difusión
- IV — Recepción y utilización
- V — Retroalimentación, evaluación y reajuste

Los esquemas siguientes indican varias modalidades para realizar las funciones que permitan ver cuales son más susceptibles de producir participación:

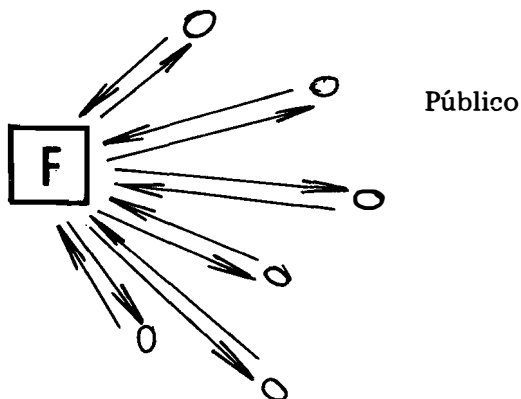
1.— TRANSMISION ABIERTA

Las fases I, II, III y V son ejecutadas en una fuente central que distribuye los mensajes a receptores automáticos, sin posibilidad de retorno del mensaje. Todos los medios de comunicación social pertenece a esta categoría.



2.— TRANSMISION ABIERTA CON RETORNO

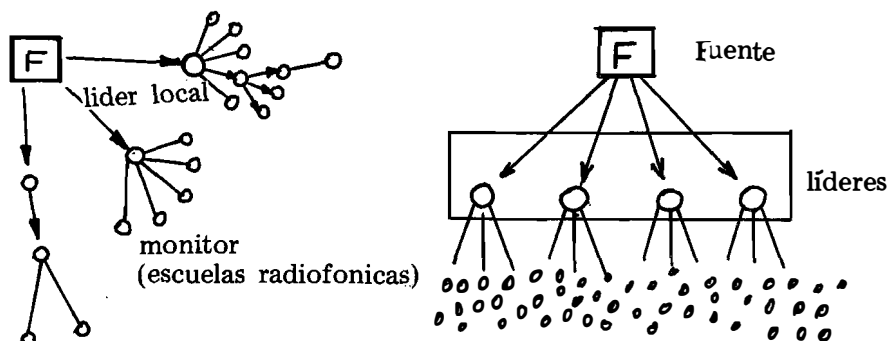
El público es estimulado para enviar pedidos, opiniones, quejas, etc. de modo que participa un poco en la fase V. Entretanto, la influencia del público en la fase I es todavía mínima.



3.— TRANSMISION EN ETAPAS —

En la fase III intervienen ciertos elementos tales como “líderes locales de opinión”, “monitores (escuela radiofónicas)”, “distribuidores de información”, etc. que transmiten mensajes recibidos para otros. El modelo es aplicado por la Extensión Rural, las empresas comerciales, las iglesias y otras empresas interesadas en la persuasión de las masas. Es un modelo basado en un fenómeno de “influencia personal” descubierto por Katz y Lazarsfeld 1/ en la diseminación interpersonal de información.

1/ Katz, Elihu y Paul F. Lazarsfeld. Influencia Personal. The Free Press, 1955.

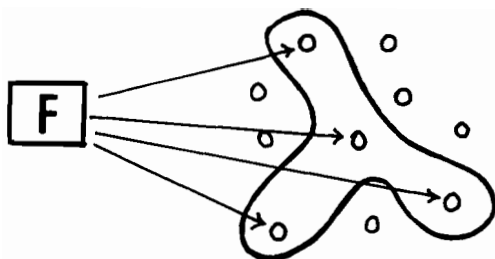


4.— ENTRENAMIENTO DE ENTRENADORES

Una variedad de transmisión en etapas es el adiestramiento de entrenadores, en el cual ciertos líderes son traídos a un lugar central y preparados, para, posteriormente, regresar a sus lugares de origen e influenciar a la población local.

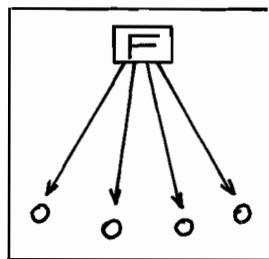
5.— ENTREGA INDIVIDUAL SELECTIVA

Las cartas circulares, las visitas a residencias, etc. siguen un modelo de transmisión dirigida a clientes individuales seleccionados entre el pueblo.

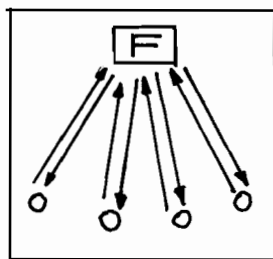


6.—ENTREGA GRUPAL

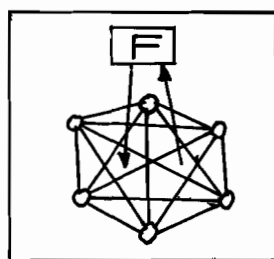
Miembros seleccionados del público son colocados en grupo y la fuente les transmite un mensaje. Para ello, tres formas son posibles: 1) una entrega vertical sin retorno; 2) una entrega vertical con retorno y 3) una entrega con diálogo e interacción.



(1)



(2)

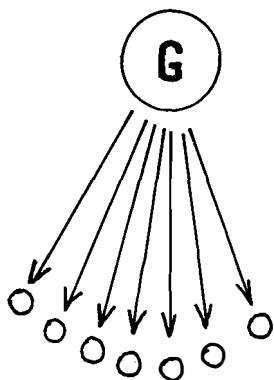


(3)

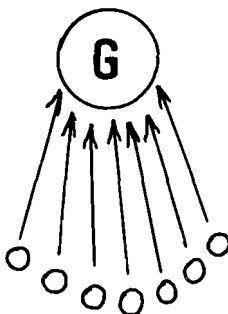
7.— COMUNICACION GOBIERNO—PUEBLO

Se trata de canales de tipo especial por los cuales el gobierno se

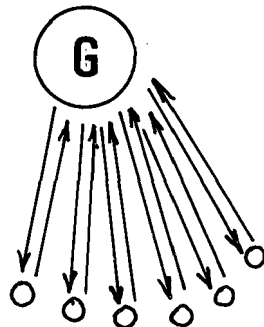
a) Comunicación descendente sin retorno



b) Comunicación ascendente sin respuesta

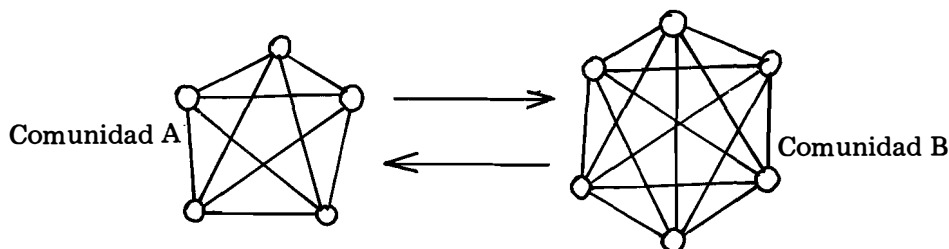


c) Diálogo inic. ya sea por el gobierno o por el pueblo



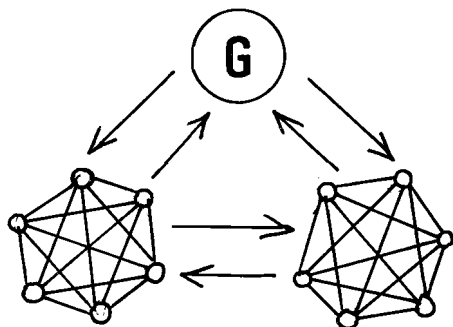
8.— COMUNICACION HORIZONTAL

Se realiza entre grupos de una población, es una interacción entre interacciones. Se efectúa naturalmente en las comunidades rurales y urbanas, pueden ser intensificada mediante la tecnología moderna de comunicación, utilizando audiotape o videotape o llevando las grabaciones de una comunidad a otra.



9.— COMUNICACION INTEGRADA

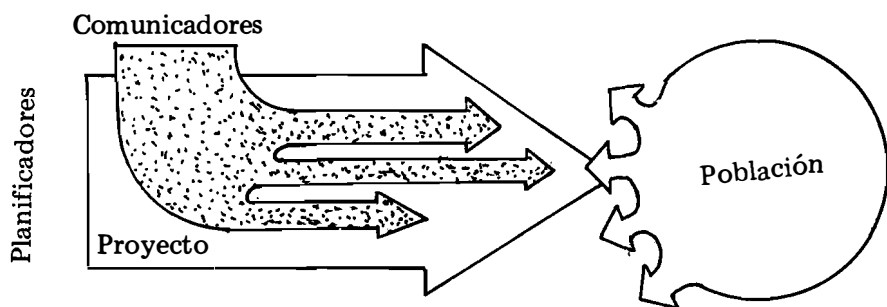
El gobierno a los grupos de las comunidades participan de un multólogo que se hace posible por el empleo de diversas tecnologías y canales de comunicación. Esto representa el ideal de un proceso de desenvolvimiento democrático participativo.



10.— COMUNICACION EN APOYO A PROYECTOS DE DESARROLLO

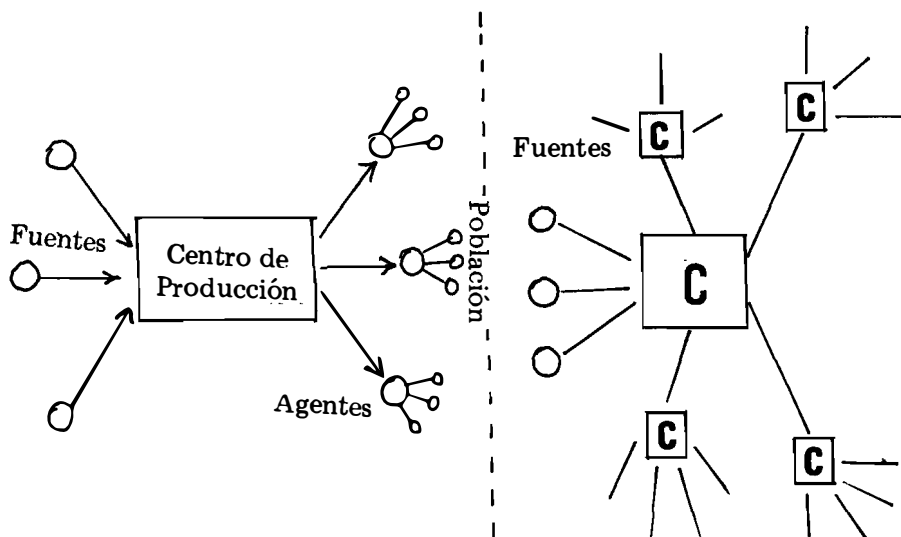
Todo proyecto de desenvolvimiento incluye el trabajo de muchas personas, economistas, técnicos, administradores, trabajadores, etc. y también afecta a las vidas de muchas personas que reciben los beneficios del proyecto - población rural y urbana. Por consiguiente, todo proyecto debería llevar un ingrediente importante de comunicación. Entretanto, todavía son muy pocos los proyectos que se planean u organizan para una función de comunicación, contratando especialistas en la materia, y tomando las providencias necesarias para comunicar adecuadamente, etc. Las Naciones Unidas están dando gran importancia a la incorporación de la comunicación en los proyectos de Desenvolvimiento y está aplicando una filosofía interesante para obtener la participación real de la población.

La programación adecuada de estrategias de comunicación como parte de proyectos de desenvolvimiento exige la formación de "comunicadores estratégicos" del tipo deseado por el Curso de Postgrado de Comunicación en la Universidad de Brasilia.



11.— CENTRO DE PRODUCCION DE MATERIALES

Para producir los materiales didácticos y promocionarlos para ser utilizados por los proyectos de desenvolvimiento, ciertos países tienen centros de producción que reciben pedidos de varios organismos, elaboran los mensajes y los distribuyen entre los agentes de campo que trabajan junto a la población. Lo ideal sería tener un Centro Coordinador para producir los materiales más caros y difíciles (filmes, por ejemplo) y varios centros regionales para producir mensajes mejor adaptados a las condiciones locales. Los centros pueden ser complementados con una red de Unidades Móviles que puedan atender mejor las comunidades rurales.



La tipología de patrones de comunicaciones arriba representada, puede ser útil para estudiar una política nacional de comunicación que atienda las necesidades de información, instrucción, diálogo, participación, expresión de la cultura popular, etc.

A continuación presentaremos algunas ideas sobre como la tecnología de la comunicación podría ser mejor adaptada para una comunicación y participativa.

a. Radio

Frank Gerace 1/ en su libro *Comunicación Horizontal* describió un caso ocurrido en Bolivia con una pequeña emisora de radio instalada la Iglesia Católica en el oriente del país. La emisora estableció programas culturales sobre alfabetización, cálculo, religión, conocimientos agropecuarios y de salud y además música y noticias. Los programas fueron un fracaso entre los adultos. Los programas recogían los problemas y las aspiraciones de las comunidades, que se reunían en grupos de reflexión para escuchar a la emisora. Estos eran recibidos mediante cartas, visitas, grabaciones. Escuchemos a Frank Gerace:

“A modo de ilustración podemos tomar los casos presentados.

Delegados de una comunidad campesina fueron a la oficina de radio para dar a conocer la existencia de una epidemia de gripe.

Fueron grabadas sus palabras sobre la dolencia así como las medidas que ellos pensaban tomar. La conversación con el Director del Centro de salud, fue grabada así como las recomendaciones del médico. Entre ellas, estaba la capacitación de una joven para los tratamientos de urgencia. Todo aquello fue transmitido por el programa. En transcurso de una semana llegaron varias cartas de las comunidades sobre el asunto, en las que pedían que el médico visitase las comunidades con más frecuencia, opinaban sobre la capacitación de la joven, aprobándola, etc. Algunas comunidades informaban sobre las medidas tomadas para preservar su agua potable y se recibió también una lista de remedios caseiros para la dolencia cuyos síntomas habían sido descritos en el programa

Paso a relatar una experiencia personal también acontecida en

1/ Gerace, Frank. *Comunicación Horizontal*. Lima, Perú, Livraria Studium, 1970.

Bolivia. Yo estaba participando de una investigación de campo, en una comunidad del Altiplano, cuando apareció un indio portando un grabador de pila al hombro. Comenzó a entrevistarnos así como también a los habitantes de la comunidad. Le pregunté Señor, ¿quién es usted? . Soy un free-lancer me respondió. Grabo entrevistas en el campo y vendo ese material a Radio El Cóndor, en La Paz, que gusta de material vivo, de preferencia en Quechua. Cuando supe que ustedes harían una investigación aquí, resolví venir, y aquí estoy.

Efectivamente, esa noche, la Radio el Cóndor, de La Paz, transmitía sobre los habitantes de Nuariyata y de algunos técnicos internacionales que estaban haciendo una investigación en la comunidad.

También en Senegal, la Radio Educativa Rural prepara gran parte de su programación con las cartas recibidas de sus oyentes o con las grabaciones hechas con ellos. Gracias al apoyo personal del Presidente Leopoldo Senghor, las mejores cartas recibidas por la Radio son impresas en un boletín mensual llamado Disoo (diálogo) que es distribuido de manera confidencial a todos los funcionarios del gobierno, ya que muchas cartas contenían críticas sobre la actuación de los servicios oficiales y sugerencias para su mejoramiento. A las críticas sobre los burócratas el Presidente Senghor respondía: Nosotros tenemos una alternativa: la dictadura o el diálogo. Yo prefiero el diálogo.

b. Prensa

En cuanto a los grandes periódicos, estos constituyen empresas comerciales con elevadas inversiones privadas que deben ser protegidas y convertidas en lucro, por lo tanto en base de su poder político-financiero es difícil que estos órganos sean dialógicos. Entretanto, hay otro tipo de periódicos que pueden realizar esta función. Así tenemos “los periódicos de comunidad” un ejemplo de los cuales es el periódico “Marco” publicado por la Facultad de Comunicación de la Universidad Católica de Belo Horizonte. “Marco” incluye en sus páginas discusiones sobre problemas locales, entrevistas con habitantes de la Comunidad denuncias de injusticias y arbitrariedades.

En Colombia, el semanario El Campesino, de Acción Cultural Popular (ACPO) con un tiraje de 70.000 ejemplares, publica docenas de cartas, poemas e historias enviadas por los lectores, muchos de ellos recién alfabetizados.

En Lajedo, Pernambuco, fue realizada en 1968 una experiencia utilizando un pequeño periódico — el “Periódico del Agricultor” publicado por el Servicio de Extensión (ANCARPE) en colaboración con el Obispo de Garanhuns, como un estímulo para la discusión de grupo en varias comunidades, promoviendo de esta manera iniciativas locales de desenvolvimiento comunitario. Fue este el primer “Periódico foro” de América Latina.

c. CINE

Es ya mundialmente conocido el caso de la Isla de Fuego, en Canadá donde una experiencia fílmica produjo un impacto tan grande en una región que comenzó a dinamizarse y a recuperarse de la decadencia en la que estaba cayendo. El asunto fue así: En 1967 algunas comunidades de la Isla de Fuego en Canadá, que vivían de la pesca, estaban en franca desintegración económica debido a sus métodos primitivos, a la falta de mercado, a la mala comunicación entre las comunidades de la isla y a las divisiones religiosas. Un animador social de la Universidad de Terranova invitó a Colin Law, técnico de un Programa “Desafío para el Cambio” para experimentar en la Isla de Fuego el uso de filmes hechos en la comunidad y con la comunidad, de modo que en los filmes, la comunidad pudiese formular y expresar sus problemas tales como ellos los miran.;

Segundo Peter Schulz 1/, de FAO

“La proyección de los filmes a las comunidades reveló contradicciones en las actitudes individuales y de grupo y promovió un cambio de actitudes mediante la participación real que fue la generadora de la creatividad. Involucró a toda la comunidad en un proceso de análisis de si misma y de solución de problemas”

Mas se produjo un subproducto muy importante: como los filmes fueron exhibidos ante algunas autoridades responsables, cuyas respuestas y comentarios fueron filmados, se estableció una comunicación de doble vía, entre el gobierno provincial y el pueblo, dando a la población una oportunidad de participar en las etapas de planeamiento de su comunidad y motivando al gobierno para que proporcione una a-

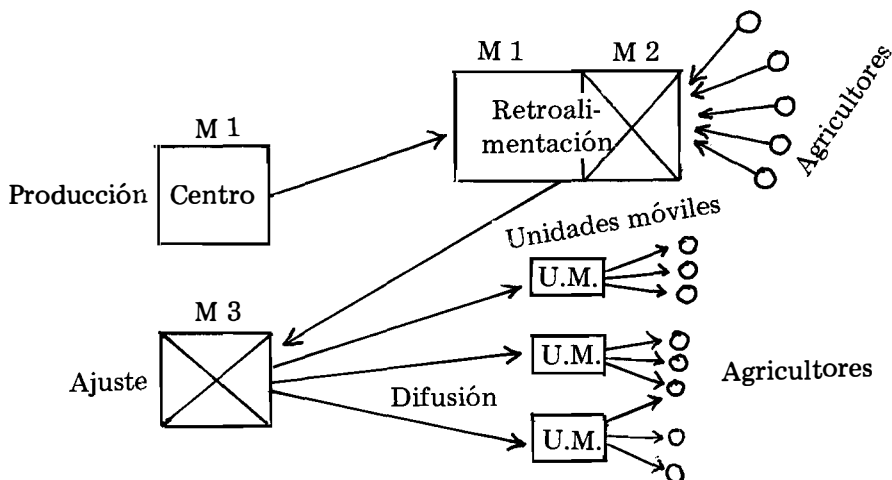
1/ Schulz, Peter - Acción para el Desenvolvimiento. Roma, FAO, 1974.

yuda concreta, a fin de construir en la Isla una planta cooperativa para industrialización de la pesca y una cooperativa para la construcción de barcos. Como consecuencia, cuando un equipo de la Universidad retornó a la Isla en 1972 encontró una comunidad activa y próspera. El nuevo film hecho en 1972 Memorandum de Fuego, señala que las comunidades de la isla se comunican mejor entre si, y que tienen algunas actividades en común.

Una palabra sobre la técnica usada: toda filmación era hecha con un control constante de los miembros de la comunidad. Los 23 filmes elaborados se centraban en personajes involucrados en acontecimientos. Cada film constaba de una persona discutiendo una variedad de asuntos, y no un mismo asunto discutido por diferentes personas. En otras palabras los films eran hechos sobre las personas y no sobre conceptos. Los conceptos eran suministrados por las personas.

d. Televisión

Manuel Calvelo Ríos, está colaborando con el Centro de Capacitación e Investigación para la Reforma Agraria (CENCIRA), de Lima Perú, en un proyecto experimental para utilizar la televisión en comunicación rural de tipo dialógico. Llamado circuito, la experiencia puede ser representada gráficamente como sigue:



Mensajes instructivos preparados en video-tape sobre una práctica agrícola que los campesinos desean mejorar o aprender, son llevados al campo por una unidad móvil de televisión y expuesta a un grupo de agricultores. La reacción de estos frente el video-tape es también filmada y devuelta al Centro de Producción Finalmente el video-tape mejorado es distribuido por las unidades móviles a otros grupos rurales,

Al mismo tiempo CENCIRA entrena educadores y agricultores en las técnicas de televisión educativas de tipo dialógico, de modo que algún día los proyectos agricultores produzcan los films instructivos que necesita, con la ayuda de técnicos en diversas materias, en los centros de producción de todo el país.

Conclusión

En síntesis, una vez que el comunicador adopta como valor central de su profesión la pedagogía de liberación, no hay límites para las adaptaciones posibles de tecnología moderna, y menos todavía, para la invención de nuevas tecnologías que permitan el diálogo y la participación.

Deseo terminar con unas palabras tomadas del discurso del Primer Ministro de Jamaica, Sir Michael Manley 1/ sobre la comunicación al servicio del interés público, El dice:

“Los medios de comunicación se tornaron entonces en instrumentos para identificar problemas que necesitan la atención de nuestra sociedad, tratando sobre genuinas preocupaciones sociales - particularmente de los no privilegiados de la sociedad-agregando demandas para la toma de decisiones y retroalimentando la demanda para la acción ejecutiva. Esto invertiría el proceso de la comunicación de modo que se tornase participatorio en todos los niveles; y la acción ejecutiva pasará a ser una respuesta en lugar de ser siempre una iniciativa.

1/ Manley, Michael - in “What is Communication for Development? ”. Relato de Caribbean Workshop in Communication and Development. Georgetown, Guyana, 1973.

LOS VALORES Y LAS REALIDADES ECONOMICAS

Por :Peter Spain

Preparado para la reunión de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, Costa Rica, Octubre de 1976.

INTRODUCCION

Hace un año, en septiembre de 1975, un simposio internacional en alfabetización tuvo lugar en la antigua capital persa de Persepolis, bajo el patrocinio de la UNESCO. Al concluirse dicho simposio, se publicó una declaración. Entre las muchas cosas allí citadas se incluye esta:

El trabajo de alfabetización, al igual que la educación en general es un acto político, ya sea por el hecho de revelar la realidad social para poder así transformarla, o para esconderla para que esta sea preservada (1)

Algunos proyectos se han enfrentado a la tarea de enseñar a adultos las habilidades básicas con una perspectiva mucho más amplia, reconociendo explícitamente la condición de subdesarrollo. Pero en la mayoría de casos, la alfabetización, con o sin radio, no ha sido empen-

dida con la política como una directa *raison d'être*. La lectura de esta declaración por parte de la UNESCO es sorprendente; indica un reconocimiento por parte de los conferenciantes, y tal vez de la UNESCO en sí misma, de la condición política que nosotros llamamos subdesarrollo.

Ya nos hemos familiarizado con las características de el rol liberacionista de la educación por los trabajos de Freire, Gutiérrez, Segundo y otros. En este trabajo, yo quiero usar la naturaleza política de la educación básica como punto de partida. De allí entraremos a discutir las bases económicas (esto es; los valores secundarios) que hacen cualquier programa de educación básica deseable y posible. Las descripciones de tres proyectos nos proveerán de un punto concreto de referencia, como ejemplos de las diferentes bases para una evaluación. En especial, yo quiero señalar la tal vez inevitable tendencia de la economía hacia la incorporación de guías normativas, guías que relacionan específicamente la selección en la calidad de el desarrollo, y los medios económicos que proveerán dicha calidad.

La constante tarea de financiar proyectos de educación-en nuestro caso proyectos de radio-escuelas-ha tomado una gran cantidad de tiempo de cada uno de ustedes. En el otro trabajo que yo he distribuído ustedes pueden leer acerca de los analistas estrictamente económicos, que se han hecho a los proyectos de tecnología educacional. Aquí yo espero ampliar su forma de pensar acerca de el lado "económico" de un proyecto de radio escuela. Al hacer esto, aparentemente me estaré alejando de la parte práctica del financiamiento de proyectos; hablaremos de normas, teóricas y de filosofía. Pero no hay nada que sea tan práctico como una buena teoría - una concreta descripción de lo que somos y de lo que esperamos ser, y como esperamos mobilizarnos de uno a otro estado.

ALGUNOS PROYECTOS ACTUALES

Primero, algunos ejemplos de el uso de la radio en proyectos de educación. En 1961 el Movimiento de Educación de Base empezó en el Noreste de el Brasil (2). Empezó con un proyecto de radio escuela para alfabetizar a la población rural de esa atrasada zona de el país. A diferencia del modelo clásico de radio escuela, el cual alfabetiza con la esperanza de que esto despertará una necesidad de un cambio social., MEB tenía sus raíces en un cambio social las ligas campesinas y las uniones rurales que aparecieron en el Brasil a finales de la década de los años 50. Es-

tos grupos, envueltos en el cambio político, se dieron cuenta de la necesidad de alfabetizarse, y MEB fue el resultado.

MEB empezó tratando de definir cual era el problema del subdesarrollo y no se limitó a enunciar las metas positivas del desarrollo, el proceso de educación en si mismo tenía que empezar con un aprendizaje de la situación nacional, regional y local. La educación estaba dirigida a la comprensión del subdesarrollo, sus raíces y su contexto. Los líderes de este proyecto comprendieron que a menos que los estudiantes de las radio escuelas comprendieran el problema del subdesarrollo, los esfuerzos para un cambio social real fracasarían; los síntomas del subdesarrollo serían combatidos, pero las causas pasarían sin ser tomadas en cuenta. (3)

Una evolución similar ocurrió con las radio escuelas de Honduras. Estas escuelas fueron una derivación explícita de el modelo ACPO. Las radio escuelas de Acción Cultural Popular Hondureña tuvieron sus primeras transmisiones experimentales en 1960, y fueron creciendo gradualmente hasta llegar a la amplia organización que es ACPH hoy en día (4). En razón de la rápida cooperación de los pastores rurales, ACPH penetró en el campo rapidamente, y se convirtió en parte de un movimiento de renovación religiosa. Tal como le describe White, "el problema básico de los campesinos fue definido como una falta de educación y tradicionalismo, y se vió la solución en la educación" (p. 19) Gradualmente el foco fue cambiando de un movimiento religioso a uno de caracter socio económico, aunque el movimiento de radio escuelas continúa siendo dirigido por personal cuyo punto de vista religioso les motiva a trabajar por el desarrollo humano en una escala mucho más amplia.

Desde su enfoque inicial en la educación individual, ACPH movió su interés a los grupos en desarrollo. ACPH buscó la formación de actitudes de activismo comunitario - la creencia de que si uno organiza, uno puede resolver problemas. El problema básico de el campesino vino a ser redefinido como una falta de organización, dependencia de los autoritarios caudillos locales, y la falta de autoridades competentes en los casos en que las comunidades campesinas podrían resolver sus propios problemas. Ultimadamente, las radio escuelas han brindado su respaldo a las agresivas ligas campesinas, en los que se refiere a devolución de tierras y a exigir a los líderes políticos el reconocimiento de los derechos de los grupos campesinos. ACPH usa los métodos de Paulo Freire, y pone énfasis en un análisis de la estructura del poder en las comunidades

rurales durante las clases de radio escuela y cursos de entrenamiento para líder, también analiza las disparidades en la tendencia de las tierras, y las formas de dependencia económica en función de el alquiler de tierras y trabajo.

Recientemente pude observar otro proyecto de alfabetización en Latinoamérica. Este también usa la radio. Tiene dos programas de 15 minutos cada semana, en un ciclo de 8 semanas. Se hace publicidad de el curso por radio, y las personas que desean ser “guias”, deben escribir a la estación de radio, un guia es una persona ya alfabetizada que forma un grupo de analfabetos y los supervisa durante el curso.

Los folletos y demás materiales impresos son enviados a los guias para cada uno de sus estudiantes. Antes de finalizar el curso, se envía un formato a los guias para que evaluen el progreso de sus estudiantes y envíen los resultados a la estación de radio. Los estudiantes aprenden a leer, de acuerdo al guia, son concedidos un “diploma” que dice que han completado el curso satisfactoriamente. Este programa ha empleado a 800 guias y ha enviado 2300 diplomas en los últimos seis años. Tres ciclos de 8 semanas son transmitidos cada año.

REFLEXIONANDO SOBRE ESTOS PROYECTOS

Yo peinsó que cada uno de estos proyectos nos estimula sobre su valor y vialidad. De cada uno de ellos podemos pensar si tienen o no tienen valor - sin un proceso de evaluación formal disponible, cada uno de nosotros tiene sus propias acciones. Todos podemos pensar en la fundación de agencias que puedan interesarse en ayudar a algunos de estos proyectos. Todos tenemos nuestras propias ideas acerca de el valor social de estos proyectos.

El punto es que uno de estos proyectos origina una reacción de nuestro sistema de valores. A cada uno de ellos adjudicamos un cierto valor.

Para ser capaces de originar este tipo de respuesta - ya sea ésta positiva o negativa - un proyecto tiene que ser claramente definido. Debe tener metas por las que dice esta orientado. Debe tener métodos los que dice es tan: siendo usados. Y debe tener una forma de demostrar los resultados de lo que esta haciendo. Metas, métodos y resultados - esto es lo que suscita una respuesta acerca de los valores de un proyecto.

Lo más importante para nosotros es el tomar cita de las reacciones que estos proyectos ocasionan nuestra escala de valores.

Cuando nosotros nos adelantemos en el área de la economía, este tipo de reacciones son muy difíciles de ser incluídas en la discusión. Ellas no parecen ser reales, demasiado cultivadas para tratar con ellas en una manera científica. Aquellos de nosotros que hemos sido entrenados en economía no estamos preparados para ayudar al resto a solventar este problema. Nos parece que nos hemos salido de los límites de la economía, para entrar en una área indefinida, sin muchos puntos de referencia, como es el área de los valores humanos. Para poner algún orden a nuestras respuestas a ciertos valores, para poner una dirección a nuestro planeamiento del desarrollo, necesitaremos de bases para nuestras decisiones económicas. Debemos tener los cimientos que nos sostengan mientras estamos tratando de combatir el subdesarrollo.

Creo que debo hacer una explicación en este punto. ¿Porqué es una discusión acerca de costos, efectividad y beneficios de los programas de desarrollo, hemos estado hablando tanto acerca de valores ? ¿porqué hemos usado la dimensión política como punto de partida, y cómo vamos a tomar la economía después de todo esto?

Porque en nuestras charlas acerca de costos y beneficios, sabemos muchos acerca de costos pero muy poco acerca de beneficios, hemos desarrollado un acercamiento común al análisis de costos, pero no hemos sido capaces de ponernos de acuerdo en cuanto a los beneficios. (El otro artículo que yo he distribuído indica el escaso trabajo que se ha hecho en este campo, especialmente en contraste con el trabajo realizado en el campo de costos). Los costos pueden ser claros, pero los beneficios no lo son. Los costos se relacionan a la disciplina casi exacta que es la economía, mientras que los beneficios entran en el campo mucho más vago de la ética.

Es interesante, el hecho de que la economía y ética han sido tradicionalmente discutidas una en relación a otras, y el creciente interés por los análisis de costos y beneficios parecen revivir esa tradicional discusión. Denis Goulet nos ha provisto recientemente de una intrigante descripción de esta relación intermitente entre la economía y la ética. (5) Empezando con Platón y a travez de algunos siglos de filosofía patricia y medieval, los escritores han dado importancia a la tradicional doctrina de el "destino común de los productos de la tierra - el satisfa-

cer las necesidades de todos los hombres". Por cierto que la situación de el mercado en el mundo de aquel entonces era muy distinta de la actual, pero sin embargo los lazos de la economía a la ética siempre fueron claramente observados, había un cierto parámetro en la administración de cualquier negocio. "El trabajo y la acumulación de riquezas todavía no se ha convertido en sujetos para un análisis independiente" (6)

Eventualmente esto llegó a ocurrir cuando Adan Smith escribió *La Riqueza de las Naciones* en 1776 no lo hizo con un presentimiento darwinista, sino con la convicción de que la "mano invisible" era una forma de providencia que se encargaba de realizar la distribución de las riquezas de la tierra con un sentido ético. Pero al poner el peso de la economía en relación a la ética en las manos de Dios, Smith libró de responsabilidad al hombre, la economía se separó totalmente de las responsabilidades morales de el hombre.

Y así permaneció todo hasta la época actual. La ética (o la filosofía moral) intuía solo en la vida de los jóvenes universitarios. Los analistas económicos se han sacudido uno después de otro, pero "la economía se ha vuelto la más abstractamente matemática y la más prácticamente aplicable de todas las ciencias sociales. Tiene la gran virtud de administrar los recursos, pero no es competente para evaluar objetivos e ideales" (7). Cualquier posible reunión entre la economía y la ética será posible no por una cruzada montada por idealistas morales, sino por el creciente consenso acerca de las necesidades humanas y la limitada cantidad de recursos disponibles para satisfacer esas necesidades. El creciente interés por el medio ambiente es un signo de este creciente deseo por una mejor ordenación de la distribución de los limitados recursos mundiales.

Aquí parece trabajar una ley "económica. Las sociedades humanas no pueden durar mucho a menos que su necesidad por un significado sea satisfecha por filosofía adecuadas. La tecnología y los efectos de las demostraciones masivas desafían los valores de todas las sociedades. Los documentos de las Naciones Unidas, planes de desarrollo y manifiestos de ayuda hablan acerca de una "vida mejor". "la necesidad de mayor equidad en la distribución de riquezas", "la necesidad de asegurar mejoras sociales para todos". Esta es una clara muestra de una "demanda" por una ética del desarrollo. Es el lado de la "oferta" que se nota una escasez. (8)

Si el financiamiento de los programas de desarrollo, tal como las radio escuelas, se ha vuelto cada vez más difícil de hallar, una explicación puede ser que estos programas han perdido las características que les hacían atractivos. Otra, y esta es más posible, la tarea de el desarrollo ha resultado más difícil que lo anticipado, y las agencias que proveen fondos son reticentes inversiones posteriores a menos que se hagan perceptibles en términos de desarrollo los beneficios del dinero inicialmente invertido. A medida que han ido cayendo los pétalos de la rosa de el desarrollo, el entusiasmo inicial de las Naciones Unidas durante la primera década de desarrollo se han disuelto en la realidad de creciente subdesarrollo, a medida que el fervor de los planeadores ha encallado en un mundo subdesarrollado la medida que estos datos empíricos se siguen sucediendo, la necesidad por algo nuevo se hace más y más aparente. Y en este caso ese "algo nuevo" puede tener sus bases en algo viejo.

Cada vez con mayor frecuencia los administradores modernos tienen que enfrentarse a problemas de selección cualitativa. ¿Qué beneficios se derivaran de la producción de tal o cual producto? ¿Qué prioridades deben existir en esta sociedad, dado el mundo limitado el cual se halla colocada? . Ya en 1962, Galbraith dijo, "el requerimiento final de un planeamiento moderno de desarrollo es que debe tener una teoría de consumo . . . Más importante, ¿qué clase de consumo es el que debe ser planeado? (9).

Ustedes damas y caballeros, que tienen la responsabilidad de hacer disponible información a tantos de sus compatriotas, se enfrentarán sin embargo, al problema de cómo pagar lo que están haciendo, Aunque los que les escuchan son capaces de brindar algún apoyo financiero, la mayor parte de su base financiera proviene de agencias y grupos foráneos. Lo que yo sugiero a ustedes, es que asegure financiamiento solo en función de lo que se ha definido como valores de lo que ustedes están haciendo. Si ustedes esperan educar a campesinos adultos, ¿pueden definir porque se debe hacer esto porque existe tal falta de educación, y que significará para la sociedad esta nueva educación? . ¿Pueden ustedes analizar el sistema actual de subdesarrollo e identificar algunas de sus causas? . ¿Pueden reconocer el límite de lo que ustedes pueden hacer, y de lo que debe hacerse? . ¿Tienen su propia visión de lo que debe ser la vida? . ¿pueden ustedes evaluar sus programas y demostrar lo que ellos hacen? .

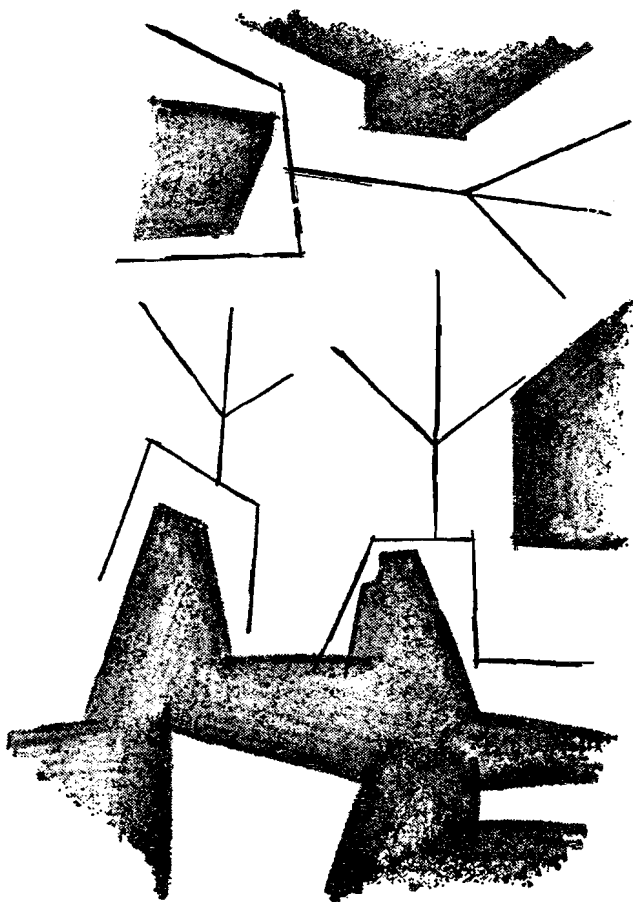
Parece ser que la gente que financia los programas de desarrollo buscan por programas que se concentren en valores y que hayan sido

capaces de hacer algo concreto por la población. Cuanto más concretos, mejores. Cuanto más claramente definidos, mejores. Cuanto más traten de invertir el subdesarrollo, mejores. Como podemos refugiarnos en programas vagos, que aunque tengan metas loables son imposibles de evaluar. El valor de nuestro trabajo debe ser perceptible y debe acomodarse a la situación del subdesarrollo.

Nosotros tenemos un dicho inglés, "el dinero atrae al dinero". "Tomando una perspectiva económica más amplia tal como lo hemos estado haciendo, podríamos decir que "los valores atraen valores". Las agencias financieras y los que les escuchan se sentirán atraídos por programas que parecen abastecer a la nueva demanda por una ética de desarrollo. La creciente definición de esta ética se continuará, abastecida por la necesidad humana, gradualmente expresada, y cada vez más esperada. La reunión de la ética y de la economía tendrá lugar en el crisol humano de una reconocida dependencia mutua. Y es de este crisol que nosotros extraeremos nuestros valores, los que nos proveerán de una base estable y ética, desde la cual podremos enfrentarnos a las demandas de la vida económica cotidiana.

REFERENCIAS

- 1.— Notas en la Educación de Adultos. Unesco No 4/1975.p.4.
- 2.— De Kadt E. Radicales Católicos en Brasil. Londres: Oxford Press. 1970.
- 3.— McAnany E. El Papel de la Radio en el Desarrollo Cinco Estrategias Para su Uso. Washington: Academia para Desarrollo Educativo, 1973
- 4.— White R. Comunicación colectiva y la Estrategia de La Promoción Popular del Desarrollo Rural en Honduras. Stanford, Instituto para la Investigación de las Comunicaciones, 1976.
- 5.— Goulet. D. Un Nuevo Orden Moral. Maryknoll, N. Y. Orbis Books, 1974
- 6.— Ibid P. 8.
- 7.— Ibid, p. 10.
- 8.— Ibid, p. 15.
- 9.— Galbraith, J, Desarrollo Económico en Perspectiva. Cambridge: Harvard University Press, 1962, p. 42. Citado en Goulet, p.11.



investigación

LA INFORMACION Y EL MENSAJE PERIODISTICO

Prof. Luis Torres A.

Este trabajo, que publicará CHASQUI en tres números consecutivos, constituye una valiosa experiencia de los estudiantes de la Escuela de Periodismo de la Universidad Católica de Chile, quienes, bajo la dirección del Prof. Luis Torres Acuña, han desarrollado ejercicios que demuestran la factibilidad de recurrir a formulaciones sistemáticas en cuestiones tan elementales como el concepto de noticia, fuente noticiosa, los géneros periodísticos, el estilo periodístico, etc.

CHASQUI difunde gustosamente esta experiencia académica colectiva que siendo un esfuerzo para estudiar el quehacer periodístico es, también, un intento para mejorar el nivel de la formación profesional de comunicadores en América Latina.

INTRODUCCION

Este trabajo constituye un intento por sistematizar un conjunto de experiencias desarrolladas durante el presente año en los cursos de Técnicas y Géneros Periodísticos, nivel I y nivel II. En esta asignatura se abordaron algunos de los problemas fundamentales del periodismo escrito, que si bien corresponden a materias relativamente estudiadas, no se ha logrado aún configurar con ellas una conceptualización rigurosa, de tal manera que todavía predominan ambigüedades y vacíos teóricos notorios.

En esta perspectiva, se han desarrollado nuevos criterios, nuevos enfoques, categorías científicas susceptibles de aplicar en el estudio del Periodismo y fundamentalmente, un conjunto de trabajos que corresponden a ejercicios realizados por alumnos de estos cursos y que demuestran de una manera fehaciente la utilidad y factibilidad de recurrir a formulaciones sistemáticas en cuestiones tan elementales como el concepto de noticia, la fuente noticiosa, los géneros periodísticos, el estilo periodístico, etc., etc. . .

Se trata, pues, de una experiencia académica colectiva que en términos concretos y prácticos demuestra la validez y la riqueza del enfoque propuesto para estudiar el quehacer periodístico.

Sin embargo, es necesario puntualizar –al menos– algunas restricciones impuestas particularmente por las condiciones en que se desarrolló la experiencia: el objetivo fundamental era eminentemente didáctico, y por lo mismo, importaba más la asimilación y desarrollo de conocimientos en los alumnos, que el acceder a grandes formulaciones teóricas sobre la materia. Esto implicó limitaciones objetivas en cuanto a la profundización, puesto que debió ceñirse al nivel de conocimiento de los alumnos.

Otra restricción la impuso el tiempo asignado para que los propios estudiantes no sólo adquirieran y se implementaran en las materias tratadas, sino que además las pudieran utilizar en la práctica, produciendo con ellas, sus propios trabajos de aplicación –algunos de los cuales constituyen una parte significativa de este texto.

Una tercera cuestión restrictiva la impuso la novedad del enfoque, la cual, por lo mismo, exigió sintetizar y simplificar al máximo algunos de los temas abordados –es el caso de la aplicación de las categorías epistemológicas de causa- efecto y esencia y fenómeno, por ejem-

plo. Otros temas, en cambio, si bien son relativamente nuevos también en cuanto tratamiento, como ya habían sido planteados en estudios anteriores, pudieron tener un mayor desarrollo y una mayor profundización: es el caso del concepto de información periodística abordado a la luz de la teoría de la información y del problema de la estructura persuasiva y manejo retórico en general del mensaje periodístico. Un tercer grupo de temas tales como la fuente noticiosa, los géneros periodísticos y la elaboración del mensaje periodístico, que ya han sido bastante estudiados por diversos autores, tuvieron un desarrollo referido a la incorporación de algunos conceptos sistemáticos elementales que, por lo mismo, permitieron darle una rigurosidad, operacionalidad y verificabilidad mayor a las formulaciones teóricas que sobre ellos se ha hecho. Finalmente existe un tema titulado “Unidades de Información Periodística”, que dice relación con el estudio de la posibilidad de cuantificación de la información periodística. Este ha sido tratado en un trabajo anterior titulado “Para una Semiología del Periodismo”, por lo cual la formulación teórica hecha sobre él está muy simplificada; pero el trabajo que sobre este tema ha desarrollado una estudiante, puede salvar las dificultades de comprensión que el tema implica en su tratamiento. Además esta metódica se utiliza en todos los demás ejercicios presentados.

También cabe señalar como restricción la imposibilidad de desarrollar en este texto problemas tales como el reporte, el concepto de modelo de comunicación aplicado a la comunicación periodística, etc. Estas y otras cuestiones fueron suficientemente tratadas por los alumnos en los cursos, pero dificultades objetivas derivadas del tiempo de que se disponía para la elaboración del material, impidieron de manera concluyente la posibilidad de incluirlos. Eso tal vez sirva también para dar una imagen más acabada de las condiciones en que se desarrolló el texto: sólo gracias al esfuerzo desplegado por algunos alumnos como Juan Andrés Lagos, por ejemplo; y otras personas que cooperaron significativamente con esta publicación, permitieron que ella pudiera realizarse. Por eso es que existen limitaciones y errores menores en la presentación misma del trabajo (ni siquiera fue posible hacer una corrección exhaustiva).

A pesar de todas estas limitaciones y pensando que –en último término– estos apuntes expresan la experiencia desarrollada en un año por un conjunto de estudiantes interesados en lograr una formación periodística profesional con un nivel muy superior al habitual, y pensando además en los aportes objetivos y constatables que a la disciplina, las reflexiones aquí expuestas le hacen; creemos que la existencia de esta publicación parte desde ya legítimamente justificada.

CAPITULO I

EL CONCEPTO DE INFORMACION PERIODISTICA

Generalidades.

La palabra información es de uso habitual en la práctica periodística; sin embargo, a pesar de ello, no se emplea ni se define con precisión. Incluso en la enseñanza del Periodismo tampoco este concepto se utiliza con rigor.

Normalmente, el término información se refiere a un acontecimiento o hecho objetivo, más aún, al acto de comunicar acontecimientos o hechos objetivos. Se le opone así a interpretar y opinar, a tal punto que existen ciertas formas periodísticas a las cuales se les asigna un rol netamente informativo –párrafos noticiosos–, interpretativo –las crónicas interpretativas, especialmente las de revistas– y el periodismo de opinión o editoriales y comentarios. En la práctica, la distinción de estas formas que asume el Periodismo aparece relativamente delimitada. La profundización acerca de lo que en realidad significa la información permitirá racionalizar la objetividad de ellas.

Como un modo de ejemplificar la falta de precisión en el tratamiento del concepto, por una parte; y por otra, para extraer un primer nivel de apreciación acerca de cómo los periodistas –y los estudiosos del Periodismo– conciben la noticia (término relativamente sinónimo al de información, según la jerga habitual), conviene citar y comentar “algunas de las principales definiciones de la noticia: “La noticia es todo asunto de actualidad que interesa a un grupo de personas, y la mejor noticia es la que reviste el máximo interés para el mayor número” (W.G. Bleyer).

“Noticia es lo que un director avezado decide que salga en su periódico”. (Gerald W. Johnson).

“Noticia suele ser información incitante de la cual el hombre común obtiene satisfacción o estímulo”. (Chilton R. Bush).

Estas definiciones están seleccionadas por Mitchell V. Charnley en el texto “Periodismo Informativo”, editorial Troquel, 1971 Págs. 64-65. En esta obra el autor propone también su definición: “Noticia es

la información oportuna de hechos u opiniones de interés o importancia, o ambas cosas a la vez, para un número considerable de personas”.

En su conjunto estas acepciones del concepto apuntan a dos caracteres comunes: la idea de actualidad y la de interés colectivo. En lo demás difieren en matices y en enfoques: Bleyer por ejemplo, enfatiza como aspectos relevantes de la noticia la idea del “máximo interés” para el “mayor número de personas”; por lo primero, caracteriza la noticia como un fenómeno sico-social, y por lo segundo, como una “realidad” sociológica. Johnson recurre simplemente al principio de autoridad para su definición. Todo depende del tipo de director y de lo “avezado” que éste sea. Bush le da un tratamiento eminentemente psicológico al problema: noticia es “información incitante, capaz de estimular o satisfacer al hombre común”; se podría agregar que esta acepción es relativamente efectista en la medida en que se preocupa de enfatizar en los caracteres de las respuestas generadas en el receptor como consecuencia de la captación de la noticia; además, no siempre –y es discutible que sea lo más común– se está satisfecho con lo que se recibe como información. Charnley al caracterizar la noticia como la información oportuna la enfoca desde el punto de vista de las condiciones en que debe ser emitida; luego, cuando habla de “hechos u opiniones” hace referencia implícita a dos elementos contradictorios: uno objetivo –el hecho– y el otro subjetivo –las opiniones–; además cuando se refiere a la idea de “interés o importancia” plantea el problema desde el punto de vista psicológico y también efectista; y finalmente, la idea de “un número considerable de personas” supone un aspecto sociológico en el planteamiento del tema.

Como un modo de reseñar un primer nivel de síntesis se puede concluir que la definición de noticia y/o de información periodística es relativa al objetivo y al aspecto según el cual se le pretende definir. Lo importante es no confundir esos distintos niveles –sociológico, sico-social, psicológico, efectista, etc.–; pero más importante aún es encontrar aquel tratamiento del tema que tenga la virtud de clarificar y orientar los otros posible enfoques que en definitiva son innumerables.

En términos lexicológicos, por ejemplo, informar tiene como sinónimo: noticiar, comunicar, participar, anunciar, prevenir, avisar, enterar, notificar, contar, dar cuenta, reseñar, poner al corriente, dar razón, dar aviso, facilitar (datos). Y el concepto de información es sinónimo de: averiguación, indagación, indagatoria, pesquisa, pesquición, investigación, encuesta, reportaje, interview. (Diccionario de sinónimos y

contrarios, editorial Universitaria, Stgo. de Chile, 1972, pág. 239).

Según esta acepción, la información respecto al Periodismo no sólo se referiría a la comunicación de hechos objetivos, sino también a la labor del reporteo, la cual consiste básicamente en indagar, averiguar etc., las alternativas de un hecho o acontecimiento.

Periodismo y Teoría de la Información

En los estudios más recientes acerca de los fenómenos de comunicación humana, entre los cuales se ubica específicamente el Periodismo, los investigadores han considerado necesario recurrir a disciplinas tales como la cibernética y la teoría de información, las cuales estudian la comunicación en el “campo de la señal” (U. Eco, “La Estructura Ausente”) o sea, comunicación entre máquinas, utilizando para ello postulados matemáticos: N. Wiener y C. Shannon, precursores de la cibernética, establecieron fórmulas para la cuantificación de la información en los mensajes. Posteriormente, otros autores han desarrollado aún más estas disciplinas, a tal punto que ellas representan un significativo aporte en las posibilidades de científicación de los estudios sobre las comunicaciones sociales.

En la práctica, la aplicación de estas teorías a la comunicación de masas y a la comunicación humana en general, se inserta en el viejo problema de vincular las ciencias sociales a las ciencias exactas, en función de que las primeras aprovechen el rigor metodológico y la sistematización conceptual de las segundas.

Si se considera entonces la teoría de la información, y más específicamente, el concepto científico de información, es posible lograr un estudio sin una mayor cuota de operacionalidad y objetividad sobre la información periodística.

Sin embargo conviene retomar el tema inicial con otras definiciones que no difieren, pero sí complementan las anteriormente mencionadas. Martín Vivaldi define la noticia como el “género periodístico por excelencia que da cuenta de un modo sucinto por completo de un hecho actual o actualizado, digno de ser conocido y divulgado, y de innegable repercusión humana”. José Luis Martínez Albertos, a su vez, sostiene que “La información es la noticia de un hecho con la explicación de sus circunstancias y detalles expuestos en orden inverso a su interés”.

Y además agrega que “noticia es un hecho verdadero inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión”. (Citadas en “Redacción Periodística” José Luis Martínez Albertos, Colección Libros de Comunicación Social, 1974, pág. 87-88).

El análisis de estas definiciones permite constatar la referencia a dos aspectos o componentes de toda información: la idea de “comunicar” o de “dar cuenta, de una parte, y la idea de “hecho actual o actualizado”, o “hecho verdadero, inédito o actual”, de otra. Los demás componentes son rasgos concomitantes de estos dos, pues constituyen las dos acepciones en torno de las cuales oscila el concepto de información periodística. Prácticamente todas las definiciones formuladas sobre noticia o información periodística hacen referencia conjuntamente a la función comunicativa del periodista –y en este sentido se entiende la información como forma de comunicación– y a la materia sobre la cual comunica o “informa” el periodista.

Se hace necesario por lo tanto, distinguir estas dos acepciones y tratarlas por lo mismo, en forma separada, precisamente para hacer realmente inteligible el término.

Sobre la segunda modalidad de acepción: la información como el objeto del periodista, como la materia sobre la cual trabaja el periodista, cabe preguntarse ¿qué es la información en cuanto “hecho informativo”? , es decir, la información en cuanto entidad: ¿es un hecho? , ¿es la “acción” de un hecho? ¿o sólo es inteligible la información en cuanto mensaje? pero, ¿de qué es mensaje la información?

Si consideramos las definiciones dadas, diríamos –más bien preguntaríamos– ¿qué es “asunto de actualidad” (Bleyer)? , o bien ¿qué son “hechos u opiniones de interés o importancia” (Charnley)? ; y más específicamente aún, ¿por qué noticia o información, en cuanto materia u objeto sobre el cual trabaja el periodista, es “asunto de actualidad” o “hecho u opiniones de interés o importancia” o “hecho actual o actualizado” o “hecho con la explicación de sus circunstancias . . .”?

Quedarse sin estas formulaciones limita la definición de información a un nivel meramente descriptivo, pero en ningún caso alcanza el grado explicativo que, por lo mismo, explicita la relación causal, esencial

universal y necesaria de lo que es la información periodística. Ello explicaría por qué noticia puede ser un hecho o una opinión; por qué noticia es algo actual; por qué noticia puede generar conductas; por qué noticia se da a conocer; etc.

Para todo esto se requiere individualizar y caracterizar la información como “unidad de información”. Por fortuna este término existe definido científicamente. Es el aporte que la teoría de la información le puede hacer al Periodismo.

Información :Probabilidad e Improbabilidad social

El concepto de información, entre sus diversas acepciones, se emplea como sinónimo del “grado de imprevisibilidad (Abraham Moles. Génesis y estructura en Psicofísica. Pág. 90 No. 2); de otro modo “en la Teoría de la Información se llama unidad de información, a la unidad de disyunción binaria que sirve para individualizar una alternativa”. (Umberto Eco. Ibidem pág. 57). “Cuando entre dos acontecimientos, sabemos cual se producirá, tenemos una información”. (Umberto Eco. Ibidem. pág. 55). *

Esta definición de información establece la dialéctica de los hechos o acontecimientos en la medida que ellos son susceptibles de producirse de distintas maneras, entre las cuales, finalmente se materializa una de ellas. A una computadora, por ejemplo se le dan ciertas informaciones, es decir una serie de alternativas probables, sobre determinada materia, y esta máquina, que funciona con un código determinado, establece la selección de alternativas (más adelante se verá el concepto de código).

En el campo del Periodismo, que informa acerca de acontecimientos sociales, la información consistiría en determinar, y por lo tanto, comunicar posteriormente, cuáles son los acontecimientos que en realidad se han producido o se producirán. Los acontecimientos sociales constituyen una probabilidad, una alternativa, una disyunción. Pueden ocurrir o pueden no ocurrir; y pueden ocurrir de una manera o de otra.

La declaración de un gobernante, el resultado de una contienda deportiva, un accidente o una catástrofe, son hechos probables: pueden o no pueden ocurrir; puede que un ministro afirme esto o aquello; que un resultado deportivo favorezca a este o a otro equipo; que ocurra una

catástrofe de uno u otro modo; y la función del periodista en cada uno de estos consistirá en establecer lo que efectivamente ha ocurrido. En este sentido, la práctica periodística tiene como objeto los hechos; los hechos en cuanto probabilidades de una sociedad: la probabilidad o improbabilidad social.

Para el periodista la “realidad” es un conjunto de alternativas probables o improbables; es una disyuntiva. Es un ente imprevisible. Sobre esta imprevisibilidad, sobre este objeto en constante disyunción es que el periodista ejerce su quehacer profesional. Y el público existe para él como una necesidad de comunicación, de información acerca de cuáles son efectivamente las alternativas probables ocurridas o por suceder.

Por eso es que la noticia es siempre algo nuevo, algo que no se espera que ocurra algo relativamente improbable.

A tal punto la improbabilidad es la materia del periodista, que su actividad está definida por la temporalidad. La novedad, la noticia, la improbabilidad es accidental, ocasional, contingente. Los acontecimientos sociales se dan en el tiempo y el periodista tiene como función “mantener informado al público de la actualidad”, de lo último que ocurre.

Y justamente la temporalidad, la actualidad, la novedad –condición sine qua non de toda noticia– se explica por la improbabilidad: lo más actual es en rigor lo último que ocurre y por lo mismo es algo nuevo y por lo mismo algo no esperado, algo no posible de prever. –Al menos en términos absolutos–.

Más aún, se sostiene, en el contexto de la teoría de la información, que el “grado de imprevisibilidad” determina la importancia o coeficiente de la información misma. Esto quiere decir que mientras mayor es la imprevisibilidad o improbabilidad, mayor es la información: por eso es que lo menos esperado, lo menos previsible, lo que tiene menores expectativas de ocurrir, es en definitiva, lo que realmente acontece, la información es más “novedosa”, más “atractiva”, más “espectacular”.

Lo más probable es que en el verano la temperatura en Santiago oscile entre los 15° y los 30°, aproximadamente. Eso es lo que el público espera como información todos los días. Si por X razones, en uno de esos días veraniegos la temperatura llegará a los 5° o 10° bajo cero, la información sería muchísimo más importante, más novedosa, “impac-

tante”, “incitante”, para ese mismo público.

Las palabras “espectacular”, “increíble”, “inquietante”, etc. etc.; así como los signos de exclamación, las letras con tinta roja y enormes de los titulares se utilizan precisamente en aquellos datos inesperados, imprevisibles, improbables, especialmente en el periodismo sensacionalista en donde ellos constituyen su “caldo de cultivo”.

Pero conviene aclarar por qué no todos los acontecimientos sociales constituyen la materia de la “información periodística” sino de aquellos relevantes, es decir, de aquellos que trascienden a la comunidad. Perfectamente se podría definir la noticia como un acontecimiento social, contingente y relevante; y según la Teoría de la Información, como la improbabilidad social.

Volviendo a tomar las definiciones dadas se constata la existencia de un conjunto de caracteres referido a la información o noticia que tienen relación con el aspecto social de la información, o dicho de otro modo, con la información en cuanto ser social. Se dice en ellas que noticia es algo “digno de ser conocido y divulgado”, “de innegable repercusión humana”, “de interés general”, “para un público masivo”, “de interés o importancia”, “para un número considerable de personas”, en fin, que “la mejor noticia es la que reviste el máximo interés para el mayor número”.

Todos estos caracteres dados en las definiciones apuntan a la **socialidad** de la noticia. El problema consiste en averiguar por qué y en qué sentido la noticia es social.

Lo primero es obvio: el público, la “gran masa”, la “opinión pública” es la sociedad misma, la conciencia social que como tal se informa de sí misma; que necesita conocer, informarse de lo que le ocurre y le puede ocurrir, de lo que es ella en cuanto alternativa, de su ser imprevisibilidad. Y el sentido, entonces por el cual la noticia es social es multi-forme. Es en todos los aspectos posibles de encontrar que la sociedad se trata de informar de sí misma: por eso es que los diarios, revistas y demás medios periodísticos de comunicación abarcan todos un aspecto de alternativas informativas. Desde las más relevantes y determinantes, como las políticas y económicas por ejemplo, hasta las más nimias como las misceláneas articuladas sobre la base de una cierta cuota de rareza, (léase improbabilidad).

Sintetizando todo lo anterior se puede decir que la información periodística en cuanto materia del periodista constituye una dualidad, una dicotomía: noticia es improbabilidad, noticia es socialidad. Lo primero se refiere a la información en cuanto la determinación de lo que ocurre o puede ocurrir y lo segundo, en cuanto ella constituye una realidad social objetiva. La sociedad en cuanto un conjunto de alternativas posibles de materializarse.

Esta misma acepción permite distinguir las noticias más importantes de aquellas cuya significación es menor. Si la noticia es la improbabilidad social, la noticia más importante será aquella más improbable socialmente. Entre una noticia que se refiere a un acontecimiento deportivo y otra referida a una eventual guerra, por ejemplo, por muy improbable que sea la primera –en términos de la posibilidad real que ocurra–, la segunda aún cuando fuera más previsible, naturalmente sería más importante por cuanto su improbabilidad afecta en forma más directa a la probabilidad (realidad) de la sociedad en su conjunto.

Improbabilidad Social y Audiencia

Las expectativas de probabilidad de la audiencia o receptores influyen en la relevancia de la noticia. Para un determinado sector, un acontecimiento tendrá más importancia que para otros. Lo comunicativo está condicionado por la cantidad de alternativas, no sólo en relación al hecho en sí mismo –la probabilidad de que ocurra–, sino también en relación a las diferentes alternativas consecuenciales para la audiencia.

Esto demuestra que la información periodística es una forma de interrelación humana y que como tal, se define por la interacción de las partes que la condicionan. La información periodística no sólo depende del emisor –periodista–, sino también de la audiencia. En la Teoría de la Comunicación se plantean una serie de alternativas respecto del enfoque del proceso de comunicación: análisis desde la perspectiva del emisor, desde la perspectiva de la fuente, del receptor, etc. Sin embargo, la preocupación mayor debe –necesariamente– recaer en el enfoque analítico del receptor: no es lo mismo lo que se emite, que lo que se capta; pero lo que en definitiva queda como producto o resultado de la comunicación es la conciencia –conocimiento– del receptor respecto del mensaje. El objetivo de la comunicación es la audiencia. Por esto se debe postular, que al periodista como comunicador no debe importarle tanto el acontecimiento noticioso –la improbabilidad social–, sino el efecto que, para

una determinada audiencia tiene como repercusión el acontecimiento ocurrido, o sea, las alternativas probables, causales; la improbabilidad social en cuanto consecuencia. En realidad, el último término, el mensaje es determinado por la audiencia, y por lo tanto, su estructuración debe partir de ella.

Información es también lo que no se dice

Es conveniente retomar el concepto de improbabilidad como sinónimo de información, por cuanto tiene una serie de repercusiones: si la información corresponde a un coeficiente de alternativas, el valor de la información “no se identifica con la noción que nos es comunicada” . . . “lo que realmente es importante es el número de alternativas que desde su origen se presentan como co-posibles. La información consiste más en lo que puede decirse que en lo que se dice”. (Umberto Eco Ibidem. pág. 58).

En el caso de una comunicación periodística, “se informan” determinadas cosas acerca de un acontecimiento; pero hay otras que no se informan. Lo que verdaderamente importa no es lo que se dice de un hecho, sino lo que “puede decirse”, es decir, establecer cuáles han sido las probables alternativas que originalmente estaban planteadas como “co-posibles” de materializarse. En la declaración de un político, por ejemplo, no bastaría con plantear y decir, en último término “informar”, lo que éste ha declarado, sino establecer las probables declaraciones que pudiera haber formulado el político. No se trataría tampoco de aventurar periodísticamente eventuales alternativas declaratorias del político –eso sería mera especulación–, sino de un problema más de fondo: el periodista debería ser capaz de establecer, y por lo tanto de comunicar al público, por qué ese político (u otra personalidad cualquiera) puede sólo declarar determinadas cuestiones y de una manera también determinada. “Lo que puede decirse” en la información importa más que lo que se dice porque explica por qué precisamente se dice eso.

En la Teoría de la Información se habla de un término fundamental –cantidad de información– que permite expresar matemáticamente el valor informativo de un mensaje. Esa “cantidad de información contenida en un mensaje es igual a la especificidad del mensaje recibido en relación con el conjunto de los mensajes posibles en la recepción” (F. Bonsack. ¿Es objetivable y Matematizable la Información?, en el texto: El concepto de Información en la Ciencia Contemporánea,

(Coloquios de Royaumont). Siglo veintiuno Editores S.A. México, 1970 pág. 229).

Aplicada esta definición a lo que debería ser un mensaje periodístico, tendríamos que decir que la cantidad de información periodística es igual a la especificidad del mensaje emitido por el periodista en relación con el conjunto de los mensajes posibles que éste pudo emitir. También se puede expresar la fórmula como la cantidad de información de un mensaje periodístico equivalente a lo que el periodista dice o “informa” –o un informante del periodista– en relación con el conjunto de alternativas de lo que el periodista puede informar.

Esto mismo permitiría visualizar más correctamente la significación que tiene la declaración que él hizo.

La información “es la medida de una posibilidad de selección en la elección de un mensaje” (Umberto Eco. *La Estructura Ausente*. cit. pág. 58). La información representa la libertad de selección de que se dispone al construir un mensaje, y por lo tanto, debe considerarse una propiedad estadística de los mensajes en su origen. En otros términos, la información es el valor de igualdad de probabilidades entre varios elementos combinables, y es mayor cuanto más grande sean las posibilidades de selección” (U. Eco *Ibidem*. pág. 59).

La información más simple es aquella en la cual existe sólo una doble alternativa: o es esto, o aquello; o es sí, o es no. En ese caso, el coeficiente de probabilidad es menor y por lo tanto, la importancia de la noticia. En cambio, si existen varias posibilidades, alternativas o disyuntivas, hay un mayor coeficiente de improbabilidad y por lo tanto, la información es más importante.

Por ejemplo: en un evento deportivo entre dos jugadores –como en el caso del tenis–, o gana uno, o gana el otro; pero además, o juega bien uno, o juega bien el otro, los dos, o ninguno de los competidores. Al contrario, en el caso del fútbol o gana un equipo, o el otro, o empatan; pero además, juega bien un equipo, o el otro, los dos, o ninguno, o también, juegan bien uno, dos o cinco jugadores de uno u otro equipo.

Respecto de la información en cuanto a resultados, el fútbol tiene tres alternativas probables y el tenis dos; y en cuanto al espectáculo –probabilidades de espectáculo– y por lo tanto, información del espec-

táculo, el tenis tiene cuatro alternativas –por el hecho que compiten solo dos jugadores– en cambio, en el fútbol, las posibilidades de espectáculo dependen del número de jugadores que lo provocan.

Cualidades de la Noticia

Otro de los aspectos sobre los cuales existe algún nivel de reflexión y un relativo consenso se refiere a las cualidades que permiten valorar las noticias. Al respecto cabe señalar que una de las primeras proposiciones –y sobre la cual se han articulado las demás– es la realizada por Carl Warren, quien planteó inicialmente diez rasgos fundamentales de la noticia. Ellas son: Actualidad, Proximidad, Consecuencia, Relevancia Personal, Suspense, Rareza, 'Conflicto, Sexo, Emoción y Progreso. (citados en "Redacción Periodística". José Luis Martínez Albertos, Colección Libros de Comunicación Social, 1974, pág. 89).

En este mismo texto se señala –página 90– dos listas de composición norteamericana y una realizada en España sobre los caracteres de la noticia. Y tal como el autor señala, las listas son relativamente similares entre sí, con algunas variaciones hechas en la confección española por algunos ingredientes subjetivos –más bien, más subjetivos– que las listas de autores norteamericanos no consideran.

Sin embargo, lo que realmente interesa es evaluar estos caracteres de la noticia y confrontarlos con la definición aquí propuesta. Respecto de lo primero, cabe señalar que en lo fundamental la lista es muy asistemática e inclusive acléctica: se confunden niveles tan distintos que no es posible operativizar un análisis con ellos sobre una información, de tal manera que se logre especificar los distintos aspectos caracterológicos de la noticia. Los rasgos de intermediación y proximidad por ejemplo, tienen una estrecha relación entre sí, pero respecto a las cualidades de sexo, conflicto, consecuencia, etc. están en niveles muy diferentes.

Algunos, como sexo y progreso, se refieren a contenidos noticiosos propiamente tales, no a cualidades de la información; en cambio, la consecuencia –como ya vimos– es un componente cualitativo de la noticia, en cuanto improbabilidad social. La relevancia también apunta a un asunto de contenidos en la medida en que existen improbabilidades sociales generadas por las personalidades y en general por los llamados newsmakers en el argot anglosajón. (José Luis Martínez Albertos. Obra citada. pág. 89).

El carácter de emoción, a su vez, se encuentra en un nivel muy diferente a los demás. Específicamente hace referencia a un factor psicológico que participa de la percepción de la información. En un plano similar estaría el suspenso, en cuanto factor psicológico, pero en un aspecto diferente a la emoción.

La rareza, como cualidad de la información, resulta más inteligible si se la considera desde la perspectiva de la información como improbabilidad social: lo raro equivale a lo más improbable, a lo más anormal, y por lo mismo, a lo menos esperado.

El conflicto ni más ni menos es un elemento de contenidos de la información, del mismo modo como el sexo o el progreso, pero con un mayor coeficiente de universalidad: conflicto no hay solamente en el aspecto sexual y de progreso.

Se puede constatar pues la falta de sistematicidad con que es tratada la información periodística. Todos estos rasgos responden a un mero seleccionismo –léase eclecticismo– de rasgos recopilados empíricamente sobre la base de cierta práctica acumulada pero sin buscar todavía los lineamientos teóricos científicos que explican y definen los caracteres esenciales que realmente tienen la noticia.

A modo de síntesis se puede plantear que los caracteres propuestos inicialmente por Warren –levemente reformulados posteriormente por él (Martínez Albertos. Obra citada pág. 98)– no sólo reafirman el concepto de información periodística como el grado de improbabilidad social, sino que también resultan sistematizables y comprensibles a la luz de esta concepción: en efecto, si se consideran cada uno de estos diez caracteres como pertinentes a la noticia, ello se debe a que esta última constituye –en cuanto hecho– la improbabilidad social. La inmediatez y la proximidad son efectivamente elementos de valoración de la noticia, pues, en rigor, constituyen referencias a la sociedad en cuanto un ser temporal y espacial. Y la que es deductible de esta premisa es que mientras más inmediato en el tiempo y más cercano en el espacio –valgan las redundancias– es el hecho o acontecer improbable socialmente, en relación al receptor de la información en cuanto mensaje, mayor es la información total.

El carácter de consecuencia apunta como se ha señalado –a la sociabilidad de la información, o sea, en cuanto número de alternativas

posibles o probables de generarse como consecuencia, para un determinado sector social. Esto quiere decir que mientras mayores consecuencias sociales tiene un hecho, este reviste una mayor importancia informativa.

Los rasgos de sexo, progreso y relevancia personal más que características de la información constituyen algunos de los contenidos informativos más comunes: el sexo por un problema fundamentalmente de orden cultural y el progreso y la relevancia personal, en cuanto ellos corresponden a aspectos muy decisivos en el devenir de una sociedad. Muchas de las improbabilidades sociales están referidas al progreso y a las celebridades y personalidades –sin olvidar naturalmente a los newsmakers–.

El suspenso y la emoción son componentes psicológicos que en gran medida están condicionados por las expectativas probables o improbables del público, y decir improbables del público es decir improbabilidad social.

Los caracteres que quedan por visualizar a la luz de la improbabilidad social son los de rareza y conflicto. La primera ya está suficientemente considerada: lo raro es lo no esperado y lo no esperado es lo improbable. Queda por señalar que la rareza es información siempre y cuando tenga una dimensión social. Lo mismo puede decirse del conflicto: los conflictos sociales son noticia y todo conflicto en sí mismo supone el enfrentamiento de disyuntivas o probabilidades y por lo mismo improbabilidades.

La Información como Mensaje

Hasta el momento, y tal como se señaló en los inicios del capítulo se ha tratado la información periodística en cuanto hecho o acontecimiento social y es, precisamente en ese sentido en que la información periodística se puede definir como un acontecimiento social contingente y relevante, y más rigurosamente aún como la improbabilidad social.

Pero la información es también un dar a conocer, un Mensaje, un darle forma a la información social. Esta es la perspectiva que se desarrolla a continuación, partiendo de algunas consideraciones básicas respecto de lo que es el código –bajo la óptica de la Teoría de la Infor-

mación- para luego caracterizar el mensaje periodístico en cuanto información de un hecho.

Código e Información

En la comunicación, el código tiene una importancia fundamental.

Si tomamos la declaración de un informante, volviendo al tema planteado, hipotéticamente existiría una infinidad de posibilidades o alternativas entre las cuales “oscilaría” la declaración. En apariencia podría declarar cualquier cosa, sin embargo, en la práctica no es así: sólo puede declarar ciertas cosas y otras no. Esta delimitación la establece –entre otros– el código; y el periodista debe, para su objetivo, considerar esas condicionantes, es decir, delimitar por qué de las posibilidades dadas, sólo una de ellas, o algunas de ellas eran probables; por qué, siguiendo el ejemplo, el informante sólo podría declarar ciertas cosas y otras no.

El código tiene una función ordenadora: sencillamente limita “las posibilidades de combinación de los elementos en juego y el número de los que constituyen el repertorio. En la situación de igualdad de probabilidades de origen se introduce un sistema de probabilidades: algunas combinaciones son posibles, y otras no lo son. La información de origen disminuye y la posibilidad de transmitir mensajes aumenta”. (Umberto Eco. *Ibidem*. Pág. 61).

Por eso el informante no sólo selecciona lo que puede decir –dimensión semántica–, sino cómo lo puede comunicar. Teóricamente podría hacer la declaración por medio de distintos tipos de lenguaje o formas de expresión: otros idiomas, señales, mimos, etc.; pero en la práctica, sólo puede emplear un tipo de lenguaje: el lenguaje que se utiliza en el país, la región, etc. donde se realiza el acto de comunicación.

El código es, entonces un sistema de reglas sintácticas y semánticas: si un código selecciona de un modo permanente sintáctico las posibilidades de combinación, se debe a que él permite cumplir una función semántica al mensaje. Si el informante del ejemplo, emplea determinadas palabras y otras no, se debe simplemente a que le interesa comunicar determinados significados y otros no.

Sin embargo, para desarrollar este concepto, es conveniente establecer una distinción analítica entre ambos niveles (forma y contenido).

Desde el punto de vista sintáctico, un código constituye un “sistema codificante”. Este sistema codificante representa una estructura que delimita el mensaje. En el ejemplo señalado el informante codifica determinados contenidos que le aporta una fuente informativa, la cual en este caso, sería en último término la temática y el contexto de la cual el personaje quiera “informar”. Esta fuente informativa tiene múltiples posibilidades de combinación en la elección de la información. El informante selecciona la información de la fuente: “esta información de la fuente es corregida por el sistema codificante, que establece un sistema de probabilidades”. (Ibidem Pág. 65).

Por lo tanto entonces, existe una información de la fuente, una información del código (información condicionada por el código) y una información del mensaje. La primera es la información que emana directamente de la realidad, del acontecimiento, de la situación. La segunda la constituye la información que resulta de la aplicación de un determinado orden sobre esa realidad. Ese orden es el lenguaje, es la forma expresiva, es la capacidad interpretativa: es el código, es un sistema codificante, una estructura que delimita las posibilidades de combinación de los elementos para la interpretación y transmisión de las alternativas existentes en la realidad. Esta aparece como un todo caótico, desordenado, altamente informativo –por su gran coeficiente de alternativas– que el código permite delimitar, seleccionar y ordenar para finalmente, establecer una información con las alternativas en realidad probables. El código permite interpretar una realidad y comunicar la interpretación de esa realidad.

La tercera, la información del mensaje, es aquella que resulta de la selección que realiza el emisor sobre las alternativas previamente seleccionadas por el código. “El mensaje único representa una forma concreta; la selección de una secuencia de símbolos, y no otra, constituye un orden definitivo . . . , que se superpone al desorden (parcial) del código.

Los tres conceptos son relativos: en la jerga periodística se habla de fuente informativa o fuente noticiosa no sólo en la acepción señalada, sino que también involucra la información del código y la información de un mensaje, como en el caso de la declaración de un newsmaker. El mensaje periodístico, por lo tanto, constituye lo que el periodista informa.

En este punto es conveniente profundizar: lo que el periodista

informa constituye una doble codificación; antes que él codifica el informante, y luego, para elaborar el mensaje periodístico, el periodista codifica la información codificada ya por el informante. Naturalmente que esta doble codificación es relativa –en algunos casos es mayor que en otros pero, lo que sí es objetivo; es que el periodista informa no de la realidad sino de interpretaciones, de codificaciones, hechas a la realidad.

Desde el punto de vista semántico, el código constituye una delimitación significativa que se apoya en un soporte material: el signo como expresión formal. Naturalmente, como ya se dijo, si el personaje emplea determinadas palabras en su declaración, se debe a que le interesa comunicar determinados significados, denotar determinadas ideas, e incluso, también le preocupan las posibles connotaciones de su mensaje. “Al patrimonio del saber de un comunicante pertenecen un código y una serie de sub-códigos cuya lección (para dar sentido a un mensaje) está determinada por una serie de circunstancias extra-semióticas y que pueden resumirse en dos categorías generales: la situación de comunicación y el conjunto del patrimonio del saber que permita al destinatario elaborar las valoraciones y las lecciones correspondientes”. (Umberto Eco Ibidem Pág. 73-74).

La “situación de comunicación” en que el informante da a conocer sus postulados determina las características de estos postulados. Respecto de un mismo tema, el “newsmaker” no puede afirmar lo mismo como candidato de un proceso eleccionario eventual que como representante de un determinado poder legislativo. Pero además, la “situación de comunicación” se refiere no sólo a la coyuntura del marco histórico social; sino a las características propias de este contexto, al margen de una situación específica (en la cual el contexto tiene manifestaciones muy peculiares). El político informante no sólo está condicionado por una coyuntura eleccionaria, sino, y específicamente, por el hecho de ser político. Y porque tiene ese rol es que sólo puede hablar dentro del contexto que ese rol le asigna (es evidente que aquí también influye su status, que tiene una interacción con el rol). (Ely Chinoy Introducción a la Sociología. Edit. Paídos - Buenos Aires -1968. Págs. 48 a 56).

En relación al “conjunto del patrimonio del saber”, como elemento constitutivo y determinante del código, también resulta evidente que el político está condicionado –en la definición de sus postulados– por sus conocimientos, tanto directos, como los adquiridos por experiencia de otros.

El ejemplo del político es válido para cualquier informante del periodista, a tal punto que incluso se puede afirmar que el Periodista está también regido, en su práctica comunicativa, por las mismas situaciones que condicionan a cualquier personaje que actúe como fuente informativa.

Desde el punto de vista de la comunicación propiamente tal, el código permite la comunicación: “el código viene a ser un sistema de posibilidades superpuesto a la igualdad de probabilidades del sistema en su origen, para facilitar su dominio comunicativo” (Umberto Eco. “La estructura ausente”. cit. pág. 62). La transmisibilidad del mensaje obliga necesariamente a ordenar la información; y esa ordenación la realiza el código. En ese sentido, el código constituye el “campo común de experiencia” (concepto de Wilbur Schram) (Wilbur Schram. Proceso y efectos de la Comunicación Colectiva. Capítulo I) entre emisor y receptor, entre periodista y audiencia. Si se elabora un mensaje al margen del código, no habrá posibilidades de comunicación. Sin embargo, y dado que existen distintos grupos sociales, estratos sociales, es que, en rigor, conviene hablar de sub-códigos como una forma más específica de abordar esta idea del “campo común de experiencia”. Es por esto que en nuestro país existen periódicos codificados de diversa manera (“El Mercurio”, “La Tercera” por ejemplo, destinados a sectores sociales diferentes, en relación a las características formales del mensaje).

Informar es Interpretar

Dado entonces que la fuente informativa –o el informante, para el periodista– codifica determinada realidad para elaborar un mensaje, éste constituye en la práctica una forma de interpretación de esa realidad; interpretación que el periodista a su vez debe volver a codificar –y por lo tanto, a interpretar–. La noticia periodística constituye una forma de codificación de la improbabilidad social. Informar, por lo tanto, significa interpretar, es decir, formularse una explicación de la realidad, traducir la realidad, hacerla comprensible, descifrable. (Diccionario de Sinónimos y Contratos cit. pág. 249).

Además de usar la improbabilidad como sinónimo de información en la Teoría de la Información se emplean otros conceptos que complementan la definición y por consiguiente la aplicación práctica de información como categoría científica o para científica. Estos términos permiten clarificar aún más la idea de información periodística.

“La palabra latina *informare* de la que salió la palabra *información* significa poner en forma, dar una forma o un aspecto, formar, crear, pero también representar, presentar, crear una idea o una noción. Es posible comprender la información en general como algo que está puesto en forma, que está puesto en orden. La información significa la puesta de algunos elementos o partes –materiale so inmateriales– en alguna forma, en algún sistema clasificado. Eso significa la clasificación de algo. En esa forma general, la información es tanto la clasificación de símbolos y de sus relaciones en una conexión como la organización de los órganos y de las funciones . . .” (Jiri Zeman. Significación Filosófica de la Idea de Información. Texto: El Concepto de Información de la Ciencia Contemporánea, cit. pág. 204).

Tomando estas ideas, la información periodística “pone en forma” o “da una forma o un aspecto” de un acontecimiento social. Ordena el acontecimiento social de una manera determinada. Coloca a los elementos de la realidad, los elementos específicos de un acontecimiento, en relación con otros acontecimientos en un sistema clasificado; o sea, los clasifica.

No podría existir la información periodística si no constituyera un todo ordenado, clasificado, y en ese sentido la información periodística representa una apariencia de la realidad, es una forma de dar una apariencia a la realidad, de representarla por medio de signos.

Una conclusión general que se puede extraer, sería la de conceptualizar la información periodística como una forma de interpretación de la realidad, como una estructura –como un código– de interpretación de la improbabilidad social: la “cantidad de información representa el número mínimo de elementos proporcionados por el transmisor”. (Abraham Moles. Génesis y Estructura en Psicofísica, cit. pág. 205).

La estructura o la forma aparece así como un modelo de representación de lo real, como una manera de interpretar coherentemente una determinada realidad. “Una estructura es un modelo construido en virtud de operaciones simplificadoras que permiten uniformar fenómenos bajo un único punto de vista” . . . “La estructura es un artificio elaborado para poder nombrar de una manera homogénea, cosas diversas”. (Umberto Eco. Cit. pág. 68).

Podría sostenerse que la homogeneidad la aporta el código o len-

guaje o sistema de signos; y la diversidad, los contenidos semánticos expresados -codificados- por medio de ese lenguaje o sistema de signos. (Vale recordar que, en vigor, el código o lenguaje es el medio de comunicación; el aparato técnico: papel, tintas, sistemas de impresión, etc. constituye el instrumento o canal de comunicación).

Y esto no sólo ocurre con el código lingüístico -la lengua- sino también con los llamados códigos análogos, definidos por los más actuales estudios semiológicos, de autores como R. Barthes, C. Metz, J. Durand, U. Eco, E. Verón, etc. Piénsese por ejemplo, en el trucaje y en general, el montaje fotográfico y cinematográfico: la fotografía -como demuestra R. Barthes- también informa, en el sentido de que codifica, y no sólo reproduce, lo real. Desde el momento que se selecciona la "toma", y a ésta se le define un encuadre, y un contraste, y etc. etc. se le está dando una determinada forma a lo real; no se le está sólo reproduciendo -en términos reflejos- sino que se lo está codificando, interpretando.

En el caso lingüístico -información escrita- los acontecimientos noticiosos son traducidos a palabras articuladas entre sí, a un sistema de signos que representan ante la opinión pública, esos acontecimientos. De hecho, el público no tiene contacto directo con lo ocurrido o por ocurrir, sino con un conjunto de signos organizados entre sí, que se refieren -sustituyen- a eso ocurrido. Por eso es que los receptores de la comunicación periodística conocen los hechos a través de la versión de los periodistas, expresada por medio de un lenguaje.

El estilo periodístico -en esta perspectiva- constituye una manera o modalidad en el caso del lenguaje para lograr una eficacia comunicativa -informativa- con el público. (Ver último capítulo).

En síntesis, pues, tenemos que cuando el periodista informa, crea una forma, establece un modelo de representación de lo ocurrido, para hacerlo inteligible, y por lo tanto, cuando se comunica con el público receptor a través de una información -mensaje, transfiere a ese público ese modelo o forma de representación.

El Periodista -en rigor- no comunica la realidad de un acontecimiento, de una improbabilidad social; sino que da a conocer una forma de interpretación de esa improbabilidad social. Por eso es que no existe una pura forma de "ver las cosas".

CAPITULO II

CUANTIFICACION Y SEGMENTACION

Para redactar un texto, es necesario relacionar los elementos de la lengua. Podemos afirmar que tales elementos, son los signos lingüísticos, entendiendo por éstos, una entidad social, indivisible, unitaria y dual de una lengua determinada. La dualidad se manifiesta en la coexistencia de una imagen acústica o significante, unida arbitrariamente, y de manera inmotivada a un concepto determinado, o significado.

En el nivel de la significación, los signos lingüísticos aparecen con dos grandes tipos de relaciones entre ellos:

- A) Sintagmáticas
- B) Asociativas

Las relaciones sintagmáticas son aquellas que se presentan al interior de un sintagma, entendiendo por éste, la coexistencia de dos o más signos en una cadena sonora. Las relaciones sintagmáticas presentan las siguientes características:

1. Linealidad: Dos signos no pueden ser emitidos simultáneamente, sino que deben ser sucesivos en el tiempo.
2. Un mínimo de elementos presentes: Para que exista, deben constituir a lo menos dos signos.
3. Carácter explícito: Las relaciones sintagmáticas actúan IN PRAESENTIA, ambos signos deben estar presentes.
4. Denotatividad: Las relaciones sintagmáticas tienen carácter denotativo.
Ejemplos: "La mesa", "Mi pasado", "Telaraña", "No creo que llueva hoy".

La relación sintagmática es triple: se relacionan antecedente y consecuente ("La" con "mesa"), consecuente con antecedente ("Mesa" con "la") y el todo con sus partes ("La mesa" con "la" y con "mesa").

Las relaciones paradigmáticas de un signo lingüístico, son todas aquellas que se producen por asociación mental, y se caracterizan por ser:

1. Implícitas: Los signos relacionados no se encuentran presentes.
Actúan IN ABSENTIA.

2. Mnemónicas: Son el fruto de la memoria de los individuos que comparten una lengua.
3. Indeterminadas: No se puede determinar el número de signos que se relacionan, ni el orden en el cual la relación se produce. Ejemplo: el signo CASA. Puede relacionarse paradigmáticamente con todos los sustantivos, con las palabras fonéticas afines, con signos de significado semejante, etc. Así, CASA, puede relacionarse con “perro”, con “pasa”, con “Hogar”, y con un número no determinado de otras palabras.

Esta distinción permite tener una base para la determinación de las unidades constitutivas de una información periodística. En el estudio “Para una semiología del Periodismo, se lee”:

“Ahora bien, para estudiar un fenómeno comunicativo es posible, y aún más, es conveniente, recurrir a la cuantificación. La cuantificación permite medir matemáticamente elementos con el objeto de realizar en términos racionales-objetivos; por eso es que “La ciencia moderna, es verdad, comienza con la medición cuantitativa”.

“Cualquier elemento es a la vez realidad cualitativa y cuantitativa. No se puede cuantificar sino sobre la base de elementos cualitativos comunes, y a su vez, la cualificación no existe sino como expresión de una determinada cantidad. Ambas categorías, por lo tanto, son interdependientes: no existe cantidad que no tenga una cualidad; ni viceversa. Por esta razón es que en ciertas disciplinas, como la Semiología, se sostiene que cualquier elemento –como en el caso de un signo– tiene un carácter intencional, es decir, un conjunto de propiedades específicas –una cualidad–; y un carácter extensivo, o sea, tiene una dimensión cuantitativa”.

Para los efectos de este trabajo, una unidad significativa de información, se entenderá, al igual que en el estudio referido, “como la unidad básica constitutiva de una información periodística concreta. La información como totalidad o estructura está compuesta de ciertos elementos básicos, constituídos por los datos o aspectos concretos que, en una interrelación conjunta, determinan una organización significativa, es decir, una información”.

“En la lingüística, las palabras, los monemas, constituyen un todo compuesto por la interrelación de fonemas. En el Periodismo, y en la comunicación en general, la palabra en cuanto comunicación y conocimiento representa una generalidad.

Cada palabra en sí misma, expresa de un modo universal y abstracto un determinado contenido, una determinada relación, una determinada realidad, pero en términos abstractos, generales. Por ejemplo: la palabra “país”, o la palabra “Pedro”, o “mesa”, no se refieren a ningún objeto concreto sino a la generalidad de objetos que comprende el significado de cada una de esas palabras. Cuando el Periodista articula la información, relaciona palabras, y esa relación es la que permite hacer referencias concretas, de sujetos, objetos, fenómenos, relaciones de fenómenos, acontecimientos, etc. Por lo tanto, los elementos básicos, las unidades significativas de información, constituyen las relaciones de palabras que expresan cada uno de estos elementos, cada uno de estos sujetos, objetos, fenómenos, relaciones de fenómenos, e incluso las apreciaciones y calificaciones que de ellos se hacen”.

“Resulta evidente que las relaciones de palabras que constituyen las unidades significativas de información, en una información periodística –o en cualquier forma de comunicación verbal– son las relaciones sintagmáticas, por cuanto ellas se apoyan en “dos o más términos igualmente presentes en una serie mnemónica virtual”. Las unidades significativas de información periodística están dadas “en la misma información periodística, y no en las evocaciones que cada término de la información provoca en el receptor”.

En el Periodismo, la segmentación de unidades significativas de información debe hacerse de tal modo que sea posible aislar y cuantificar unidades lingüísticas que emitan una sola información, “que en sí mismas se refieran a elementos concretos que constituyan la información periodística”, sintagmas cuyo significado en conjunto constituya una sola unidad informativa. Estos sintagmas los denominaremos unidades mínimas de información. La segmentación, entonces, nos será útil para hacer un análisis cuantitativo-cualitativo de cualquier texto periodístico que deseemos estudiar, permitiendo establecer la cantidad de información que pretende transmitir, así como las unidades que se reiteran a lo largo del texto. El desglosamiento según unidades mínimas de información no es estrictamente riguroso, en el sentido del lenguaje, sino que en “fragmentos de sintagmas dotados de sentido necesario”. Dependerá de los criterios, que podrían variar, aún cuando no sustancialmente, en cada caso particular.

Ejercicio de cuantificación y segmentación de una noticia.

Crónica: MILAGROSO ATERRIZAJE DE UN AVION. (diario: 3o. de la Hora)

Alumna: Bernarda Rojas.

El objetivo de este trabajo consiste en aplicar procedimientos de análisis sintagmático en una noticia. En él no se incluye el título de la información sino sólo el contenido desarrollado en el texto.

El ejercicio se desarrolla según el esquema siguiente:

1. Segmentación de las Unidades de Información.
2. Cuantificación de estas Unidades.
3. Conclusiones.

1. Segmentación de las Unidades de Información.

1. Milagrosamente
2. escaparon con vida
3. los tripulantes
4. de un pequeño avión
5. que anoche
6. tuvo un aterrizaje
7. de emergencia
8. en esta ciudad.
9. Milagroso,
10. porque un frágil aparato
11. logró salvar
12. casi sin problemas
13. una de las zonas
14. más peligrosas
15. para los aeronavegantes
16. luego de una falla
17. de combustible
18. la máquina
19. La máquina matrícula CC.SNH-172
20. del Club Aéreo
21. de Puerto Montt
22. piloteado por Fernando A. Molina
23. se dirigía al aeropuerto local
24. desde la localidad de Tapera
25. a 18 kilómetros del Campo

26. tuvo que aterrizar
27. en la Cuesta Alvarado
28. ante la falla
29. de combustible
30. A bordo del aparato
31. viajaban
32. el mecánico,
33. Ramón Huenchin Trigo,
34. domiciliado en Santiago
35. y Francisco Alcántara Ruiz,
36. español
37. residente en Rancagua,
38. quienes cumplían funciones de E.C.A.
39. A raíz del aterrizaje forzoso
40. el avión
41. resultó con daños diversos
42. en el fuselaje
43. y el tren delantero
44. Los ocupantes
45. no sufrieron lesiones.

2. Cuantificación de las Unidades Informativas

- La unidad “milagrosamente” se repite dos veces: No. 1 y 9.
- La unidad “escaparon con vida” se repite tres veces: 2-11-45.
- La unidad “los tripulantes” se repite cuatro veces: 3-15-31 a 37 y 45.
- La unidad “pequeño avión” se repite 6 veces: 4-10-18-19-30 y 40.
- La unidad “aterrizaje” se repite tres veces: 6-26-39.
- La unidad “en esta ciudad” se repite tres veces: 8-13-23.
- La unidad “una falla” se repite dos veces: 16 y 28.
- La unidad “combustible” se repite dos veces: 18 y 29.

3. Conclusiones

Luego de haber separado las unidades mínimas de información y de ordenarlas cuantitativamente, se pueden formular las siguientes conclusiones:

1. En líneas generales configuran la estructura informativa de la crónica los elementos reiterados, es decir, lo básico de la noticia está dado por los datos que se repiten -y por lo mismo son constantes- a lo

largo de toda la información. Todos los demás componentes dependen y giran alrededor de ellos.

2. La repetición de estos elementos es una expresión de una relación jerárquica que tienen con respecto a los demás: de hecho, la reiteración es fundamentalmente un mecanismo de jerarquización de contenidos.

3. Los datos esenciales, constantes, necesarios de una información son, en definitiva, los que más se repiten en una noticia: ellos son los únicos que no pueden dejar de estar en ese mensaje. Normalmente están dados al comienzo de la noticia y con ellos es posible elaborar una frase u oración con una significación relativamente completa: “Milagrosamente escaparon con vida los tripulante de un pequeño avión que tuvo un aterrizaje forzoso”.

4. Sin embargo, es necesario destacar que, al interior de los datos reiterados, existe una subjerarquía según la cual ciertos elementos — en especial, los más espectaculares, novedosos, improbables y/o importantes—son los que más se repiten. En el caso de esta crónica, lo que más le importó destacar al periodista fue que el aparato era débil, frágil o pequeño y que los tripulantes escaparon con vida del aterrizaje forzoso. Esto lo confirma el hecho de que no sólo en el encabezamiento son utilizados estos elementos, sino también ellos configuran el título de la noticia misma.

Conclusiones generales del capítulo

Este tipo de estudio puede aplicarse científicamente en cualquier información periodística: las relaciones de importancia de los contenidos informativos está dada no sólo de un modo cualitativo—ubicación al comienzo de la noticia, por ejemplo sino también de una manera cuantitativa. Esto se puede relacionar con el estudio denominado. “Semántica Cuantitativa”, en el cual se analizan los mensajes aplicando procedimientos matemáticos.

Por tanto, metódicamente se pueden construir titulares y encabezamientos o leads—al menos algunos de ellos—sobre la base de un estudio cuantitativo de las unidades informativas de la noticia ya escrita. Con esto se logra un mayor rigor y objetividad en el manejo y jerarquización de los contenidos periodísticos. (ver último capítulo).

También la importancia y utilidad de este procedimiento se manifiesta en el hecho de que todos los demás ejercicios presentados en los capítulos siguientes se orientan y basan en él.

CAPITULO III

LA FUENTE NOTICIOSA

La fuente noticiosa en la comunicación periodística, es la instancia de donde proviene la información, más exactamente, la que provee al informante de todo lo que se refiere al hecho mismo. No es el hecho mismo en sí, sino que en rigor, un nivel intermedio informativo entre el hecho y el periodista, o sea quien provee de la información al periodista informante.

Se podría decir, que existen dos situaciones en las cuales se manifiesta la función de la fuente. En primer lugar, cuando la fuente es informante de algo, en este caso el periodista no se enfrenta al hecho mismo sino que recibe la información de esa fuente. Esto implica que esa fuente entregará una información del hecho de acuerdo a un criterio de selección previo que correspondería a los objetivos deseados por esa fuente. De acuerdo a esto, el periodista recibe la información de aquel hecho, previamente elaborada, determinando así, su propia información. Así el periodista no reportea generalmente el hecho, sino que a determinadas fuentes que pueden ser: A) Una información escrita que provenga de una institución (declaración oficial del gobierno por ejemplo) B) Una información proveniente de una persona o personas, tengan el carácter de oficiales (siguiendo con el ejemplo anterior: allegados al Gobierno o a la Iglesia, etc..) C) De informantes que estén relacionados de cualquier manera con el hecho, en rigor, no oficiales (testigos de un accidente, por ejemplo).

En segundo lugar, cuando el periodista se encuentra presente en el momento mismo en que ocurre el hecho; entonces el periodista se convierte en fuente directa. Pero éste no es el más típico y común de los casos. Más aún, es excepcional, salvo los casos de actos previamente comunicados—un acto inaugural o un partido de fútbol, por ejemplo — el periodista llega al lugar del hecho, después que éste ha ocurrido.

Las fuentes informativas de una crónica, se pueden establecer a partir de las unidades de información, de significación, que constituyen una referencia a ciertos temas, problemas, situaciones, etc. Esas referencias las hace el periodista considerando, en último término, los temas, problemas, o situaciones mismas; aún cuando los datos los obten-

ga a través de entrevistas, de otros artículos periodísticos, de cables etc. En ese sentido, estos realizan una labor de informantes pero la verdadera fuente informativa de la cual emanan los datos aportados por ellos, la constituyen los fenómenos, objetos, relacionados de objetos, sujetos, relaciones de sujetos, etc. a los cuales se refiere la información periodística.

Dice un hombre acostumbrado a la dirección de periodistas:

“Me gustaría el reportero que sale detrás de la noticia y no para hasta conseguirla”. Conviene que nos fijemos en la expresión “que sale”, porque de ella se deducirá otra condición profesional del reportero.

La noticia no está en las Redacciones de los periódicos, “hay que salir en su busca” hay que ir a la calle en el amplio sentido que esto representa como “exterior” del edificio donde el periódico se hace materialmente. Por su función, por su denominación profesional y por su estilo personal, el reportero es “el hombre de la calle”. Las fuentes de de información, se encuentran en este aspecto, también ajenas al periodista, al igual que los hechos de relevancia social, son el objeto de éste.

La fuente noticiosa es una situación informativa, intermediaria entre el periodista y el hecho. Es también, una instancia que en un determinado momento provee de información. Por lo tanto, esta fuente entre él y el hecho es una situación o instancia intermediaria de información.

Sintetizando entonces, encontramos dos tipos de fuentes:

A) Una en que el periodista se encuentra frente al hecho, cuando este ocurre. Esta fuente tiene un carácter de inmediata. B) El segundo tipo de fuente se da cuando el periodista no se encuentra frente al hecho cuando éste ocurre, y por lo tanto debe recurrir a testigos: ésta sería una fuente mediata.

Otro tipo de división, según el carácter de la fuente en relación al hecho noticioso, permite establecer las siguientes fuentes:

A) Fuente Oficial. Este tipo de fuente se refiere a declaraciones públicas que provienen de instituciones, organizaciones, tales como la Iglesia. El Gobierno, etc. Su característica fundamental es que son de-

claraciones que expresan una interpretación explícita del hecho, respaldada por la institución que la emite.

B) Fuente Oficiosa. Son fuentes allegadas a las diversas instituciones, pero que no representan a éstas, por lo tanto no existe respaldo de estas instituciones hacia la información que pueda entregar.

EJEMPLO :

A) Fuente Oficial: Sería una declaración oficial del Gobierno referente a un tema determinado, emitida por un medio que represente al gobierno.

B) Fuente Oficiosa: Sería una declaración personal de algún personero de Gobierno, referente a la misma declaración anterior.

Las fuentes en general, se pueden dividir en oral y escrita, siendo habitualmente escritas las Fuentes Oficiales, y orales, las Fuentes Oficiosas.

COHETES CONTRA SEDE DEL GOBIERNO : CORDOBA

Alumno: Juan Andrés Lagos.

CORDOBA, 17 (UPI).— Un grupo terrorista lanzó cohetes contra la sede del Gobierno de esta provincia, pero fracasó en su intento de “volar” el edificio, según informó hoy un vocero gubernamental.

Entretanto, en otra manifestación de violencia en esta provincia, considerada cuna de la guerrilla urbana argentina, fueron hallados dos cadáveres incinerados y acribillados a balazos.

El director de Difusión del Gobierno cordobés, Alejandro Halac, dijo que el grupo terrorista tenía previsto disparar anoche 26 cohetes contra la Casa de Gobierno, pero que sólo pudo lanzar dos proyectiles, que causaron daños, pero no víctimas.

Señaló que los cohetes estaban montados en una camioneta, que para accionar los proyectiles tenía instalado un mecanismo de relojería activado eléctricamente.

Subrayó que si hubieran sido disparados todos, los cohetes “habrían volado la casa de Gobierno”.

Dijo Halac que luego del frustrado ataque, la policía sostuvo dos tiroteos con terroristas que huyeron abandonando la camioneta.

De los 24 cohetes hallados en su interior, seis eran de fabricación militar y el resto casera. Estaban compuestos por una base de gelatina mezclada con otros potentes explosivos químicos, dijo Halac.

Al producirse el ataque no se hallaba en la sede gubernamental su titular, el interventor federal Raúl Lacabanne, un brigadier retirado que ha lanzado una guerra sin cuartel contra la guerrilla en Córdoba. Lacabanne se hizo cargo del Gobierno provincial luego que una rebelión policial derrocó al gobernador peronista Ricardo Obregón Cano, en marzo de 1974.

Entre tanto, la policía informó sobre el hallazgo, en el norte de la provincia, de dos cadáveres incinerados, acribillados a balazos y con las cabezas cubiertas con capuchas. Los cuerpos no fueron identificados inicialmente.

El doble asesinato fue perpetrado al estilo de los cometidos por el grupo terrorista ultraderechista “Alianza Anticomunista Argentina” (AAA).

En lo que va del año por lo menos 212 personas han perdido la vida víctima de la violencia de origen político en la Argentina.

I) Determinación de las Fuentes de Información:

A. La primera fuente de la crónica es “un vocero gubernamental” (Primer párrafo), posteriormente enunciado como “El director de Difusión del Gobierno cordobés, Alejandro Halac” (tercer párrafo). Esta fuente es oficial, su carácter es el de una declaración formal y autorizada, de origen determinado claramente. Se podría afirmar que es indirecta, ya que es un relato posterior al hecho mismo y que incluso se nutre de otras fuentes “Dijo Halac que luego del frustrado ataque, la policía sostuvo

dos tiroteos con terroristas que . . . ”, en este caso, la policía se supone que debió ser su informante.

B. La Policía, es la segunda fuente enunciada. Es informante de un hecho que no está ligado al primero en relación a causas o efectos, pero que se relaciona en un contexto general: clima de violencia en Córdoba. En sí es otro hecho de violencia que no tiene conexión directa, que no está situado ni en el lugar ni en el tiempo en relación al primero, pero que obedece al contexto general que el periodista desea connotar: clima de violencia y política.

Esta segunda fuente es oficial y directa, ya que la Policía fue la que encontró “dos cadáveres incinerados . . . ” (párrafo ocho) y es la informante del hallazgo, es decir, es el intermedio bien definido entre el hecho y el periodista.

II) Cuantificación de las unidades de información de acuerdo a la fuente respectiva:

A. Primera Fuente.

Un grupo de terroristas—lanzó cohetes—contra la sede del Gobierno—de esta provincia—pero fracasó en su intento—de volar el edificio—según informó hoy—un vocero gubernamental/ El director de Difusión—del Gobierno cordobés—Alejandro Halac—dijo que el grupo terrorista—tenía previsto—disparar anoche —26 cohetes contra la Casa de Gobierno—pero que sólo pudo lanzar—dos proyectiles—que causaron daños pero no víctimas/ Señaló (LA FUENTE)—que los cohetes—estaban montados en una camioneta—que para accionar los proyectiles—tenía instalado un mecanismo de relojería activado eléctricamente/ Subrayó (LA FUENTE)—que si hubieran sido disparados todos los cohetes —CITA :“Habrían volado la Casa de Gobierno”/ Dijo Halac(FUENTE)—que luego del frustrado ataque—la policía sostuvo dos tiroteos con terroristas que huyeron—abandonando la camioneta De los 24 cohetes—hallados en su interior—seis eran de fabricación militar—y el resto casera/ Estaban compuestos por una base de gelatina—mezclada con otros potentes explosivos químicos —dijo Halac (FUENTE).

—En el párrafo siete no se menciona fuente, pero es posible de-

terminar que lo dicho en éste, está definido por el propio cronista, y que se fundamentó en un primer nivel en la fuente mencionada: “Al producirse el ataque no se hallaba en la sede gubernamental. . . en marzo de 1974.

B. Segunda Fuente.

Entre tanto—la policía informó sobre el hallazgo—en el norte de la provincia—de dos cadáveres incinerados—acribillados a balazos—y con las cabezas cubiertas con capuchas—los cuerpos—no fueron identificados inicialmente.

En el antepenúltimo párrafo, no se menciona fuente. Es posible que esa información esté basada en la fuente anterior (la policía), o bien es una afirmación del cronista fundamentada en experiencias anteriores, o fuentes no mencionadas en el artículo. En todo caso, la intención es reafirmar la idea de un clima de violencia en Argentina, lo que también se deja implícita en el último párrafo, al presentar el número de muertos por motivos de violencia política.

III) Relaciones entre las fuentes:

En la crónica no hay relación directa entre las fuentes, en la medida que son fuentes de distintos hechos. De similar origen (hechos de violencia política), sus efectos son diferentes, en cuanto el primero es de mayor relevancia social que el hallazgo de la policía. El cronista relacionó el segundo hecho con el primero, para dar una mayor amplitud a la información central, ya que la relación se da en la medida que las dos noticias corresponden a hechos de violencia política.

En otro nivel, la relación entre las fuentes se establece porque las dos son oficiales. En los dos hechos, la policía entrega información. En el primero, al Director de Difusión del Gobierno, que a su vez es fuente para el cronista. Y en el segundo, es fuente directa para el periodista. En esa medida, determinan la información de la crónica.

IV) Función de las fuentes:

En el primer caso, se puede apreciar que durante la narración

del hecho central de la información, enfatizado en el título de la crónica, el periodista recurre a palabras como: “Señaló, subrayó, dijo Halac”, lo que refleja que el cronista fue sintetizando, o resumiendo, o tomando las ideas centrales de lo que dijo la fuente. La fuente es oficial, y en este caso específico, parte del hecho y afectada. La información está en ese sentido dirigida, y es más objetivo decir que el periodista informa sobre lo expresado por la fuente y no sobre el hecho mismo.

Hay un nivel de selección en la información, que es producto de la etapa en que el periodista es receptor de la información que le entrega la fuente. Es en ese nivel donde se puede clarificar más lo anterior, cuando el cronista introduce una cita. Por ejemplo: “Subrayó que si hubieran sido disparados todos los cohetes habrían volado la casa de Gobierno—”. Se puede ver que el cronista es receptor frente a la fuente que es emisor, y la información del hecho es entregada ordenadamente, procesada y elaborada por la fuente. El periodista es informante de la fuente y en ese aspecto su objetividad está condicionada a la fuente que determina totalmente la información. El nivel de selección de información se da entre la fuente y el cronista, y en este ejemplo, ese nivel se refiere a la narración del hecho noticioso por la fuente, y al que da el periodista en su crónica a esa narración.

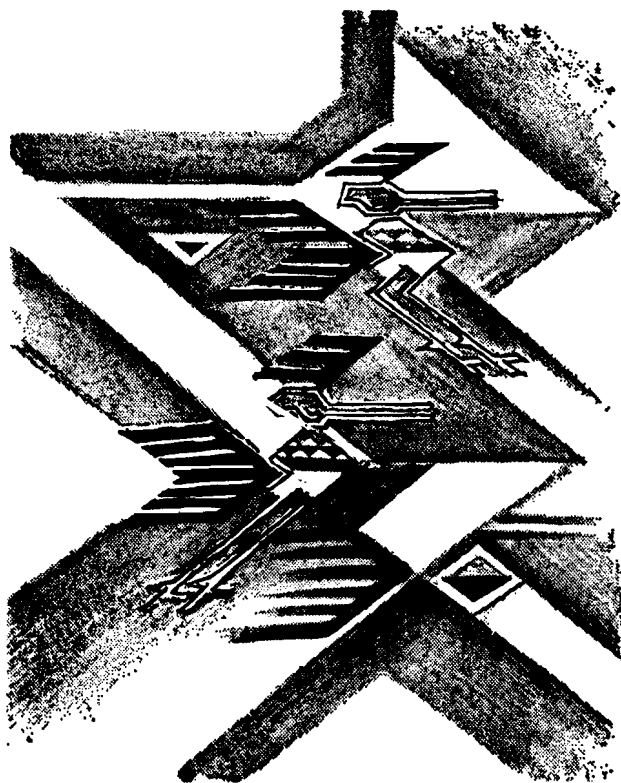
En el caso de la segunda fuente, se puede constatar prácticamente lo mismo, con la diferencia que se refiere exclusivamente al hecho, y no queda establecido si el antepenúltimo párrafo es información de la policía, se verifica más lo anteriormente dicho; si fuera otra fuente, o informaciones propias del cronista, se puede decir con mayor propiedad que estaría dirigida a la connotación de un clima de violencia en Argentina, por dos bandos: Terroristas de izquierda, y terroristas de derecha. Orientación que se mantiene en el último párrafo . . . víctima de violencia de origen político en la Argentina. En ese nivel, el periodista estaría connotando un hecho en base a dos informaciones.

En la crónica hay un elemento general para ésta. La fuente central y la segunda, son oficiales. La primera indirecta la segunda directa, las dos informadoras del hecho en sí, de sus características fenomenológicas. No tienden a informar de lo esencial, no menciona causas y efectos directos de los hechos. Son relatos de hechos de violencia que incluso tienden, como en el segundo caso, a ser casi “técnicos”, de acuerdo a

la fuente. En este nivel, se puede ver que la fuente determina al periodista informante, de tal modo que si la fuente informa de las características fenomenológicas de un hecho noticioso, como en este caso; la crónica, es decir, la ordenación que hace el periodista de la información, tiende a tener esas mismas características, determinando el nivel de información, en este caso, descriptivo.

En la crónica (párrafo séptimo), en donde se puede suponer que la información proviene de la fuente o del cronista, hay una posible causa enunciada: “. . . un brigadier retirado que ha lanzado una guerra sin cuartel contra la guerrilla en Córdoba”. Si es la fuente, la determinante queda más claro aún; si es producto del cronista, existiría una tendencia hacia un nivel de análisis. al enunciar uan causa inmediata; pero no se puede establcer ya que toda la información, en general, tiene una tendencia hacia un nivel descriptivo.

En el caso de la segunda fuente, hay una situación similar respecto al nivel de información, en el que hay solamente características fenomenológicas del hecho; incluso se aprecia más claramente el nivel descriptivo, determinado por la fuente. Pero de igual manera que en el caso anterior, la fuente determina casi absolutamente el nivel de información.



**publicaciones
de ciespal**

LOS LIBROS DE CIESPAL

Desde su fundación, en 1959, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL, ha editado libros y documentos sobre la comunicación social, como una de sus tareas de mayor trascendencia para la región.

El programa editorial de CIESPAL ha comprendido la edición de textos de indudable importancia para las escuelas de comunicación social del continente y libros y documentos de interés específico para los países latinoamericanos, en un esfuerzo sin precedentes por descubrir y analizar la problemática de la comunicación social en esta área y las posibilidades de su utilización con fines de desarrollo e innovación. Los libros de CIESPAL, en consecuencia, han cumplido y cumplen, desde hace 18 años, una tarea fundamental. Se han publicado títulos de la más diversa índole y contenido, varios de los cuales han debido ser reeditados algunas veces para satisfacer la gran demanda que CIESPAL ha tenido de ellos.

A partir de 1976, CIESPAL, con el auspicio de la Fundación Friedrich Ebert, de la República Federal de Alemania, creyó del caso sistematizar la publicación de textos destinados a la preparación de los nuevos profesionales de la comunicación social, y ponerlos a disposición

de profesores, estudiantes, periodistas, investigadores y estudiosos de toda el área latinoamericana, cumpliendo en esta forma uno de los requerimientos que más persistentemente ha sido formulado por las propias escuelas de ciencias de la comunicación del continente.

Este catálogo facilita, en consecuencia, un listado de las publicaciones editadas por CIESPAL, desde su fundación, y las que están previstas hasta fines de 1977.

LA COLECCION INTIYAN

La experiencia de 18 años de editar textos sobre comunicación social, llevó a CIESPAL a formular conjuntamente con la Fundación Friedrich Ebert, un plan de ediciones especializadas en esta materia.

Este plan comprende, en su primera parte, la edición de 10 títulos sobre distintos aspectos de la comunicación social. En su totalidad, estos textos corresponden a materias y manuales que más demanda han tenido por parte de escuelas de ciencias de la comunicación social del continente e institutos de investigación, según lo demuestra una encuesta realizada hace poco por CIESPAL en toda la región.

Los 20 libros en proceso de edición llevan el nombre de Colección INTIYAN, un vocablo quechua que significa “camino del sol”.

Los 10 primeros deberán estar listos hasta diciembre de 1977. Los restantes se publicarán durante 1978.

TITULOS EDITADOS

1. — SICOLOGIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

Gerhard Maletzke

Es un tratado de sicología y comunicación social que analiza e interrelaciona los conceptos básicos y los elementos que intervienen en la comunicación social y sus efectos psicológicos. El autor estudia, uno por uno, los diferentes aspectos de este proceso y deja abierta la puerta para futuras investigaciones respecto del impacto de los medios de comunicación social en la esfera del comportamiento humano.

2.—PERIODISMO EDUCATIVO Y CIENTIFICO

Cimpec — OEA

La comunicación social está íntimamente comprometida con el desarrollo de la educación, la ciencia y la cultura; de manera especial, en los países en vías de desarrollo. Este libro ofrece al periodista y estudiante de periodismo una serie de normas que le permitirán tener acceso al difícil campo de la investigación, la tecnología y la ciencia a fin de que contribuya a su difusión y conocimiento con propósitos de innovación y cambio en sus respectivos países.

3.— CINE Y TV A BAJO COSTO

Dietrich Berwanger

El autor ofrece en este libro, un novedoso y moderno manual de utilización del cine y la televisión al menor costo posible. Estos dos medios de la comunicación social, son singularmente importantes en los actuales procesos de cambio en las sociedades subdesarrolladas por lo que su óptima utilización, a un costo económico, es de gran importancia para los comunicadores sociales del continente.

TITULOS EN PROCESO DE EDICION

4.— INVESTIGACION DE LA COMUNICACION

Métodos y Prácticas

Marco Ordóñez Andrade

Comprende un análisis críticos de los problemas epistemológicos de la investigación de la comunicación y de las principales corrientes y doctrinas que se han planteado hasta hoy. Es una descripción de intentos de metodología que abarcan desde el planteamiento de problemas, definiciones de unidades de análisis, uso de variables, hasta la elaboración de instrumentos de trabajo, referidos siempre a dos diferentes campos: diagnóstico de situaciones de comunicación en áreas; y, análisis de contenido con sus connotaciones, temáticas, semánticas y semiológicas.

5 — COMUNICACION SOCIAL Y DESARROLLO EN AMERICA LATINA

Antonio García

En el proceso de desarrollo latinoamericano la comunicación so-

cial está llamada a cumplir un papel trascendental. ¿Es posible que los medios de comunicación social, en la estructura socio—económica de América Latina, cumplan con esta función? Antonio García analiza, en este libro, el sistema económico, político y social de la región y la consiguiente estructura de la comunicación social. Su trabajo, eminentemente analítico y conceptual, concluye con un planteamiento concreto respecto de la posibilidad de una comunicación social proyectada al desarrollo latinoamericano.

6.— PLANIFICACION DEL USO DE LA COMUNICACION

Horacio Martins de Carvalho y

Juan Díaz Bordenave

Un título ciertamente espectante. Nadie duda en el mundo de hoy, de la Importancia de la moderna comunicación social, Sin embargo, pocos conocen respecto de la planificación del uso de la comunicación con fines y objetivos determinados. Cuando se habla de desarrollo o de innovación, la planificación resulta trascendental; y del acierto con que puedan emplearse los medios de la comunicación social, dependerá, en mayor o menor grado, la efectividad de tales proyectos.

7.— RADIO Y TV PARA LA INNOVACION

Josef Eschenbach

En países del tercer mundo se han llevado adelante programas de radio y TV, orientados al cambio. Josef Eschenbach, un experto alemán en programación de radio y televisión con fines de desarrollo, analiza en profundidad esos programas y sugiere módulos específicos para el mejor empleo de la radio y TV para el cambio social.

8.— EDUCACION RADIOFONICA

Mediatización o cambio

Juan Braun y Mario Kaplún

La radio es el medio de comunicación social que más alcance ha logrado en las áreas marginales de nuestros países. No hace falta destacar la importancia que tiene este vehículo de mensajes para la educación popular. Los autores plantean en este libro, posibilidades reales y objetivas para tal utilización.

9.— PRODUCCION DE PROGRAMAS DE RADIO

Mario Kaplún

Está dirigido a enseñar técnicas para escribir buenos programas de radio, de contenido educativo. Trata de establecer una pedagogía de la radio consustanciada con las exigencias específicas del medio. Desarrolla la técnica del guión radiofónico y el proceso completo de la realización de programas, desde el ensayo a la grabación. Incluye numerosos ejemplos de guiones.

10.— COMUNICACION SOCIAL :Discurso y Poder

Jesús Martín Barbero

El completo tema de la Semiología es trasladado en este libro al campo de la comunicación social. Jesús Martín, uno de los pocos expertos en la temática de los significados y connotaciones del lenguaje, ensaya un libro que tiene indudable importancia para el uso correcto de la comunicación social de nuestro tiempo.

CATALOGO GENERAL

Libros en oferta

- | | | |
|----|---|----------|
| 1. | CINE Y TELEVISION A BAJO COSTO
Berwanger Dietrich, 1977 | U\$ 6.40 |
| 2. | COMUNICACION Y CAMBIO SOCIAL
Ordóñez Marco y Schenkel Peter | U\$ 5.00 |
| 3. | CONCEPCIONES POLITICAS Y JURIDICAS DE
LA INFORMACION
Leauté Jacques, 2ª Edic. 1970 | U\$ 1.80 |
| 4. | DE LA SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION
COLECTIVA A LA SOCIOLOGIA DEL DESA-
RROLLO CULTURAL
Dumazedier Joffre, 2ª Edic. 1969 | U\$ 4.40 |
| 5. | ENSEÑANZA DE PERIODISMO Y MEDIOS DE
INFORMACION
Ciespal, 1965 | U\$ 8.00 |
| 6. | EL DERECHO A LA INFORMACION
Clark Wesley 2ª Edic. 1968 | U\$ 1.50 |

7.	ESTUDIO COMPARATIVO DE DOCE DIARIOS METROPOLITANOS Deutschmann Paul, 1965	U\$ 3.50
8.	INTRODUCCION A LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION COLECTIVA Nafziger Ralph, White David, 2da. Edic. 1970	U\$ 3.50
9.	INVESTIGACIONES SOBRE COMUNICACION COLECTIVA Nixon Raymond, 2ª Edic. 1968	U\$ 1.80
10.	INFORMACION, LENGUAJE Y COMUNICACION Pignatari Décio, 1971	U\$ 2.50
11.	LA RADIO Y LA TELEVISION EN EUROPA Hankard Maurice, 1965	U\$ 2.50
12.	LA COMUNICACION COLECTIVA Y EL DESARROLLO CULTURAL Ordóñez Marco, Lerner David, Raenher Friedrich, Seurín Louis, 1972	U\$ 2.00
13.	MEDIOS DE COMUNICACION Y OPINION PUBLICA EN LA UNION SOVIETICA Jachaturov Karén, 1968	U\$ 2.80
14.	PERIODISMO EDUCATIVO Y CIENTIFICO Ciespal, 1977	U\$ 5.60
15.	PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION SOCIAL Maletzke Gerhard, 4ta. Edic. 1977	U\$ 6.50
16.	RADIO, TELEVISION Y CULTURA EN AMERICA LATINA Ciespal, 1976	U\$ 4.00
17.	SOCIOLOGIA DE LA INFORMACION Clausse Roger, 4ta. Edic. 1968	U\$ 3.50

COLECCION DOCUMENTOS

Por los requerimientos propios del desarrollo y la investigación de los medios de comunicación social de América Latina, CIESPAL publica la serie de documentos que a continuación se detalla.

Como tales, estos documentos, son ensayos críticos, analíticos e informativos de la realidad latinoamericana sobre la comunicación social. Muchos de estos documentos fueron recogidos por CIESPAL en toda la región y se publican por primera vez, como documentos trascendentales para las tareas que debe cumplir la comunicación social en nuestros países.

La serie de documentos está diferenciada en tres: "Comunicación y Educación" que hablase todos los ensayos y estudios sobre la materia tanto para la preparación de profesionales del periodismo como para el uso de la comunicación social como refuerzo de la comunicación formal o como medio de enseñanza informal; "Comunicación y Sociedad" que comprende toda la problemática de la comunicación y su impacto en la sociedad; y la serie "Investigación y Comunicación" en la que se recogen gran número de investigaciones realizadas en diferentes países del continente sobre la comunicación social y su incidencia en nuestros países.

Serie: **Comunicación y Educación**

No. 1	FORMACION DEL PERIODISTA CIENTIFICO Córdova Gonzalo, 1974	U\$ 2.50
No. 2	EL ROL DE LA COMUNICACION EN LA SOCIEDAD Ordóñez Marco, 1974	U\$ 2.50
No. 3	ANALISIS COMPARATIVO SOBRE LAS VENTAJAS Y LIMITACIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION PARA LA EDUCACION Ortiz Benjamín, 1974	U\$ 2.50
No. 4	PEDAGOGIA DEL PERIODISMO EVALUACION CRITICA DE LAS EXPERIENCIAS LATINOAMERICANAS Ordóñez Marco, 1974	U\$ 2.50
No. 5	REUNION DE DIRECTORES DE ESCUELAS DE PERIODISMO DE AMERICA LATINA. SEMINARIO SOBRE LA FORMACION PROFESIONAL DEL COMUNICADOR. Ciespal, 1974	U\$ 2.50

No. 6	EDUCACION INDIGENA: UNA NUEVA ALFABETIZACION PARA LA ACULTURACION DEL CAMPESENO ANDINO Dubly Alain, 1974	U\$ 2.50
No. 7	FUNCION Y RESPONSABILIDAD DE LA RADIODIFUSION Y LA TELEVISION EN LA EDUCACION DE MASAS: MEDIOS URBANOS MEDIOS RURALES Díaz Bordenave, Juan, 1974	U\$ 2.50
Serie: Comunicación y Sociedad		
No. 1	LOS PROBLEMAS ESTRUCTURALES DE LA COMUNICACION EN AMERICA LATINA Ordóñez Marco, 1974	U\$ 2.50
No. 2	LOS MEDIOS DE COMUNICACION COLECTIVA Y SU ROL SOCIO-POLITICO EN AMERICA LATINA Ordóñez Marco, 1974	2.50 U\$ 2.50
No. 3	LA PUBLICIDAD: FRENO AL DESARROLLO? Ortiz Benjamín, 1974	U\$ 2.50
No. 4	LA INCOMUNICACION SOCIAL Y EL CAMBIO EN AMERICA LATINA Córdova Conzalo, 1974	U\$ 2.50
No. 5	LA COMUNICACION Y EL ESTADO. DIAGNOSTICO PRELIMINAR DE UNA SITUACION DE COMUNICACION EN EL ECUADOR. Ciespal - Sendip, 1975	U\$ 2.50
No. 6	EL NUEVO ESTILO DE LA CIENCIA Margenaul Henry, 1974	U\$ 2.50
No. 7	LA COMUNICACION COLECTIVA EN LOS PROCESOS DE INTEGRACION Ordóñez Marco, 1975	U\$ 2.50
No. 8	POLITICAS NACIONALES DE COMUNICACION de Cardona Elizabeth, 1975	U\$ 2.50
No. 9	LA PLANIFICACION DE LA COMUNICACION DE LAS SOCIEDADES EN CAMBIO Ordóñez Marco, 1975	U\$ 2.50

Serie: Comunicación e Investigación

No. 1	LA INVESTIGACION CIENTIFICA DE LA COMUNICACION EN AMERICA LATINA Mereino Jorge, 1974	U\$ 2.50
No. 2	LA INCOMUNICACION SOCIAL. INVESTIGACION DE CAMPO Ordóñez Marco, 1974	U\$ 2.50
No. 3	DISEÑO TENTATIVO DE LAS INVESTIGACIONES SOBRE LA COMUNICACION EN GRUPOS MARGINADOS Ordóñez Marco, 1974	U\$ 2.50
No. 4	SEMINARIO SOBRE LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN AMERICA LATINA INFORME FINAL Ciespal, 1974	U\$ 2.50
No. 5	LOS MEDIOS DE COMUNICACION COLECTIVA EN EL SECTOR RURAL Brown Marion, 1974	U\$ 2.50
No. 6	LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION COLECTIVA Córdova Conzalo, 1974	U\$ 2.50
No. 7	LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN AMERICA LATINA Ordóñez Marco, 1975	U\$ 2.50
No. 8	COMUNICACION INTERNACIONAL Y CONTAMINACION IDEOLOGICA Ordóñez Marco y Encalada Marco, 1975	U\$ 2.50
No. 9	LA FORMACION PROFESIONAL DE COMUNICADORES Y PERIODISTAS EN AMERICA LATINA Ciespal, 1975	U\$ 2.50
No.10.	INFORME DE EVALUACION DE LOS CENTROS DE FORMACION PROFESIONAL DE LA REGION Ciespal, 1975	U\$ 2.50

PUBLICACIONES PERIODICAS DE CIESPAL

El Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicaciones para América Latina, CIESPAL, edita publicaciones periódicas que tienen por objeto poner al alcance de suscriptores e interesados, documentos e informaciones de variado contenido.

REVISTA TRIMESTRAL CHASQUI

Especializada en comunicación social, Contiene artículos sobre investigación, teoría de la comunicación, difusión de innovaciones, políticas comunicacionales, metodologías, etc.

Suscripción anual:	US.\$	12.00
Número suelto:	US.\$	3.50

ABSTRACTS

Resúmenes de documentos sobre comunicación social en América Latina. Contiene hasta 400 abstracts por entrega.

Número suelto:	US.\$	12.00
Suscripción anual:	US.\$	40.00

EDICIONES AGOTADAS

CONTRIBUCION A LA HISTORIA DEL PERIODISMO

Jacques Godechot

DIRECTORIO DE ESCUELAS DE PERIODISMO EN EL MUNDO

Ciespal

DOS SEMANAS EN LA PRENSA DE AMERICA LATINA

Ciespal

EL PERIODISMO CIENTIFICO

Manuel Calvo Hernando

EL PROBLEMA AGRARIO EN AMERICA LATINA Y LOS MEDIOS DE INFORMACION COLECTIVA

Antonio García

ETICA Y RESPONSABILIDAD DEL PERIODISTA

Jacques Leauté

EL PAPEL DE LA INFORMACION EN EL DESARROLLO NACIONAL

Wilbur Schram

LA PRENSA DIARIA Y LA COMUNIDAD EUROPA

Jacques Kayser

LA TELEVISION EN LA SOCIEDAD

J. Dumazedier, G. Maletzke y S. del Campo

LA CIENCIA DE LA COMUNICACION HUMANA

Wilbur Schram

LA RADIO Y LA TELEVISION FRENTE A LA NECESIDAD CULTURAL EN AMERICA LATINA

Ciespal

METODOS EN LA ENSEÑANZA DE LA TECNICA DEL PERIODISMO

Luiz Beltrao

MANUAL DE INVESTIGACION POR ENCUESTAS EN LA COMUNICACION

Ramiro Samaniego

PERIODISMO Y LENGUAJE

Ergardo Henry Ríos

PEDAGOGIA DEL PERIODISMO

Danton Jobim

PROCESO Y EFECTOS DE LA COMUNICACION COLECTIVA

Wilbur Schram

SEMINARIO DE ESCUELAS DE PERIODISMO

Ciespal

TEORIA Y PRACTICA DE LA PRENSA

Mieczeslaw Kafel

USO DE LOS MEDIOS DE INFORMACION

Paul J. Deutschman, John T. McNelly y

Hubert Ellingsworth

UTILIZACION DE LOS MEDIOS DE INFORMACION EN QUITO

Ciespal

Los pedidos deben hacerse a:

CIESPAL

Av. Amazonas 1615

Apartado No. 584

Quito - Ecuador.

—*—

Los precios constantes en este catálogo no incluyen el valor del transporte.

En cada pedido debe indicarse la vía por la que debe hacerse el despacho: correo aéreo, carga aérea o correo ordinario. A falta de indicación, el envío se hará por correo ordinario.

Los cheques en dólares deben enviarse a órdenes de CIESPAL.

Introducción a la Investigación de la Comunicación Colectiva

Ralph O. Nafziger
y
David M. White

Segunda Edición

CIESPAL

Quito - Ecuador

1972

- Pida a Ciespal -
- Ejemplares disponibles -

