

Chaquequi

- 
- Relaciones públicas al servicio de intereses populares
 - Los caricaturistas hablan en serio
 - La telenovela el opio del hogar

Desde este número comenzamos a publicar una lista de Centros de Comunicación de América Latina con el ánimo de facilitar el mutuo conocimiento y la información mutua.

Todo oficio tiene sus gajes y el de editor, los suyos. Uno de ellos es cartearse con los colaboradores.

Casi siempre ha sido una correspondencia no exenta de un toque personal y humano. Una de las colaboradoras escribía: "Debo alguna explicación por el atraso del artículo sobre... Parece que no tuve suerte en este trabajo. Primero fue el Concurso de la Universidad. Cuando terminó (el concurso) tuve una crisis de la columna junto con otra de artritis..." Para colmo añade este post escrito: "como final de esta epopeya la máquina eléctrica de escribir quebrou". Pese al concurso, la artritis, la columna, y otras frustraciones el artículo le salió excelente. ¿Cómo no amarlas? (a las colaboradoras).

Al dejar el puesto de editor a Jorge Mantilla en cuyas manos ya estuvo bien cuidado *Chasqui*, agradezco a correspondentes, colaboradores y lectores. La comunidad de comunicación creada fue una experiencia grata y confortante. Agradezco también a Magdalena Zambrano, Martha Rodríguez, Wilman Sánchez y Fernando Rivadeneira del equipo de *Chasqui* en CIESPAL. Su buena voluntad y múltiples talentos hicieron del trabajo de editar una verdadera ocupación terapéutica o como afirma el pasillo ecuatoriano: "Cómo dicen que no se goza, que no se goza..." Que *Chasqui*, el alado mensajero, vaya, como querían los romanos, altius, citius, melius.

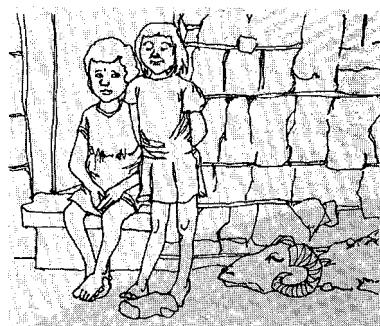
Simón Espinosa

6

Relaciones Públicas: propuestas alternativas

Margarida M. Kroling K.

¿Por qué no aplicar las relaciones públicas en organizaciones populares, para que mejoren su publicación y orienten sus propósitos de desarrollo.



16 BRASIL: telenovela e identidad

Anamaria Fadul

La telenovela ha llegado a ser uno de los instrumentos más importantes de la comunicación popular. Por ella desfilan las identidades de las más variadas culturas brasileñas.

Noticias	2
Actividades	5
Políticas Culturales en América Latina	13
Cuádruple agresión de los medios masivos	22
Educación y comunicación popular en el Perú	27
Telejardín: análisis de la animación del programa infantil	34
¿Cómo se hace una telenovela?	40
El futuro próximo del Comnet	45
Mercado de video en Brasil	47
Reseñas	53
Impacto de las nuevas tecnologías	57
	Jaime Peña Novoa
	Susana C. de Espinosa
	Irmela Riedlberger
	Hernán Hermosa
	Íván Gavaldón y Elizabeth Fuentes
	Luis Santoro
	Antonio C. de Jesús

NUESTRA PORTADA

La Herencia: una imagen crítica del caricaturista ecuatoriano Asdrúbal de la Torre. Trabajo en óleo (80 x 50 cm.) ligado a un contexto social latinoamericano, en el que se denota que desde el vientre de la madre se hereda la pobreza y la miseria o la riqueza y la opulencia. Frente a ello, los medios tienen un importante rol que cumplir.

CONTRAPORTADA

CIESPAL y la Unión Nacional de Periodistas del Ecuador (UNP) rinden homenaje al escritor ecuatoriano Juan Montalvo en el centenario de su muerte. Montalvo es reconocido por su valiente lucha, a través del periodismo, en defensa de la libertad contra las tiranías de la época y por su rica producción literaria, que le valió el calificativo de el Cervantes de América.

noticias

BRASIL:

LAS IGLESIAS CONTRA ATACAN

En mayo del 88 empezará a trasmisir la primera estación de televisión administrada en su totalidad por un líder religioso, el pastor Roberto Fanini, quien nombró director de su emisora al empresario Walter Clark, uno de los más brillantes "hombres de televisión" del Brasil. Clark ayudó a hacer de la Red Globo la cuarta mayor cadena del mundo en su género.

"TV RIO" del pastor Fanini es solo un ejemplo del interés de las iglesias por la televisión y los medios en general. El obispo católico-romano, Lorcheiter de Santa María, Río Grande do Sul, publicó un documento —inventario de la presencia de la Iglesia Católica Romana en la comunicación de masas: los católicos tienen 60 periódicos y revistas, mil boletines mimeografiados, cerca de dos millones de lectores, 14 editoriales grandes y 10 emisoras de radio. La Iglesia Católica Romana declaró en noviembre de 1987 el mundo de la comunicación como "urgencia prioritaria pastoral", lo que implica, entre otras medidas, ocupar espacios en las cadenas de radio y TV convencionales y la creación de medios propios.

Otras denominaciones religiosas se adelantaron en por lo menos veinte años a la Iglesia Católica Romana. Las llamadas redes de televisión de segunda línea ocupan sus espacios religiosos matinales con programas tipo "Billy Graham" y otros de carácter religioso alienante. *A Voz do Pastor*, semanario de las iglesias presbiterianas es el de mayor tirada en Brasil: un millón doscientos mil ejemplares frente a los novecientos mil de *Veja*, considerada la primera en circulación.

Frei Beto, el periodista católico-romano bien conocido por sus libros sobre comunidades de base y sobre todo por su *Fidel y la Religión*, considera muy normal que la Iglesia, como cualquier otra institución, "busque medios eficaces de comunicación con sus fieles". Según Lorcheiter las radios y televisiones controladas por las iglesias están en auge porque los medios de comunicación en Brasil "perdieron el poder de crítica y solo contribuyen a la alienación de la mayor parte de las personas".

PERU:

CENTROS DE COMUNICACION

Centro de Comunicación Visual, J.J. Pasos 366, Pueblo Libre, Lima.- — Grupo Chasqui, León Velarde 1064, Linche, Lima. — Centro Peruano de Estudios Sociales (CEPES), Máximo Abril 541, Jesús María, Lima. — Centro de Servicios de Pedagogía Audio Visual para la Capacitación (CESPAC), Osa Mayor 118, Monterrico, Lima. — Asociación de Estudios y Publicaciones Urbanas (YUNTA), Av. Salaverry 1945, Jesús María, Lima. — Centro de Divulgación de Historia Popular (CEDHIP), Pumacahua 974, Jesús María, Lima. — Asociación de Publicaciones Educativas (TAREAS), Horacio Urteaga 976, Jesús María, Lima. — Asociación Peruana de

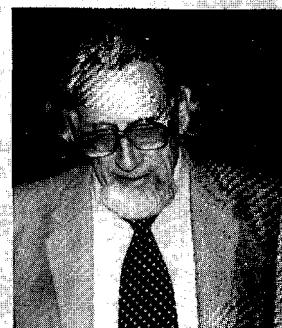
Investigadores de la Comunicación (APEIC), Alfredo I. León 196, Miraflores, Lima. — Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (CIPCA), Apartado 305, Piura. — Asociación Trabajo y Cultura (ATC), Carabayla 420, Of. 1, Lima. — Centro de Estudios sobre Cultura Transnacional, La Mar 170, Miraflores, Lima. — Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo (DESCO), Av. Salaverry 1945, Jesús María, Lima. — Centro de Investigaciones en Comunicación Social (CICOSUL), Universidad de Lima, Av. Javier Prado Este s/n, Monterrico, Lima.

ECUADOR:

HACIA LATINVISION

Expertos latinoamericanos se reunieron desde el 15 de febrero en Quito para analizar las posibilidades de establecer un sistema de intercambio noticioso entre estaciones estatales de televisión del continente.

El proyecto, conocido como "Latinvisión", es impulsado por la Unión Latinoamericana y del Caribe de Radiodifusión (ULCRA). Busca superar el desequilibrio en los servicios informativos de televisión del continente, respecto de noticias regionales. "Latinvisión es un valioso intento de acabar con esta brecha y contribuir a la unión e integración de las naciones y pueblos latinoamericanos", explicó Peter Schenkel, de la Fundación Friedrich Ebert.



Dr. Peter Schenkel

Este "Segundo Seminario Latinoamericano de Latinvisión", organizado por ULCRA y coauspiciado por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) y la Fundación Friedrich Ebert, congregó hasta el viernes 19 de febrero a los directores de los noticiarios de las televisiones estatales de la región. Simultáneamente, hubo en Quito la Primera Reunión del Comité Operativo de Ingeniería de ULCRA, en la que ingenieros de televisión y expertos en telecomunicaciones discutieron los aspectos técnicos de la transmisión diaria, vía satélite o microonda, de Latinvisión.

Ambas reuniones determinaron también las necesidades de capacitación a corto, mediano y largo plazo, indispensables para garantizar producciones homogéneas y de óptima calidad.

Schenkel informó que, desde mayo de 1987, se produce en Argentina como parte de Latinvisión, el programa "Semanario Latinoamericano", que ha tenido buena aceptación aunque aún no se trasmite vía satélite.

COSTA RICA:

Nuevo centro de capacitación radiofónica

Capacitar a los integrantes de pequeñas emisoras en la confección de programas educativos es el objetivo del centro de capacitación radiofónica que abrirá en junio el Instituto Costarricense de enseñanza radiofónica (ICER).

El ICER, asociación sin fines de lucro, funciona en Costa Rica desde 1973 como institución educativa con un sistema de educación a distancia que utiliza programas de radio, materiales escritos y ayuda personal o tutoría.

El programa educativo del ICER está dirigido a campesinos y a aquellas personas de escasos recursos económicos que no concluyeron la enseñanza primaria o secundaria. Las actividades del Instituto están respaldadas por un convenio de cooperación cultural firmado en 1981 por los gobiernos de Costa Rica y Liechtenstein. Con este propósito el ICER administra dos grandes proyectos: "el maestro en casa" y el "de pequeñas emisoras culturales". El

primero de ellos atiende a más de veinte mil personas en todo Costa Rica. El segundo tiene instaladas doce pequeñas emisoras rurales, en comunidades donde las distancias y las malas condiciones de las vías de acceso constituyen una barrera para la atención educativa. Las emisoras son administradas por asociaciones no lucrativas dedicadas a satisfacer las necesidades de los pobladores en materia de comunicación y educación. El ICER se limita a proporcionar el equipo, el mantenimiento y un plan de asesoría.

El centro de capacitación constituirá un apoyo técnico-educativo importante para elevar el nivel de la producción comunal. Según su director ejecutivo, ICER pudo aprovechar las experiencias de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), de Radio Nederland Training Center (RNTC) y del Centro de Producciones Alternativas (PROA) con sede en la República Federal de Alemania. (IPS) ●

COLOMBIA:

Niños enjuician a medios

Los niños colombianos cambian los programas de televisión si estuvieran en sus manos, es la conclusión principal de un estudio titulado "Frente a los Medios de Comunicación los Niños se Descubren", hecho por la agencia de publicidad Colombia-Suiza.

¿Cómo perciben los niños la prensa, radio y televisión? ¿Qué reacciones les produce el bombardeo de publicidad e información? Mil doscientos niños de cinco a doce años, pertenecientes a todos los estratos sociales, respondieron a estas inquietudes. El estudio duró tres meses y se realizó en su totalidad en Bogotá.

Los resultados en síntesis son que los niños detestan la violencia, prefieren los programas musicales y no sienten gusto por la política.

La televisión en general fue el medio preferido de los niños encuestados. Mirar televisión es la actividad más común, sobre todo en los niños de menores recursos. 48.4 por ciento de los menores encuestados afirmó que la programación de la televisión colombiana debería cambiar. Las sugerencias fueron desde suprimir comerciales y programas políticos, hasta eliminar comedias de mal gusto y programas de terror. Las preferencias no revelan nada sorprendente: los niños colombianos prefieren los programas de monitos animados y las películas de acción. Solo los niños de estrato medio-bajo señalaron dentro de sus gustos programas educativos e informativos. Telenovelas y violencia recibieron un rechazo unánime. En general los niños opinaron que los comerciales de televisión deben ser realizados por niños porque así creerían más en ellos. Los niños de mayores recursos prefieren los comerciales de monitos, los de clase baja, los de imagen real porque "muestran cómo son las cosas en realidad".

En cuanto a la radio, el estudio demostró que este medio es más escuchado por los menores de clases pobres. Sus programas preferidos son los musicales y deportivos. Los encuestados opinaron que debería existir una programación radial dirigida a la población infantil: música, diversión, humor. Los encuestados de estrato socioeconómico bajo insistieron también en los aspectos educativos de estos programas. Las preferencias en materia de radio se resumen así: programas musicales 48 por ciento, deportivos 24 por ciento, informativos 19,2 por ciento, dramatizados 4 por ciento, culturales 2,9 por ciento, y de opinión uno por ciento.

En cuanto a periódicos y revistas, el estudio refleja que los niños de mayores recursos leen menos que los de menores recursos. Estos utilizan los medios como ayuda didáctica. En general, los niños afirmaron que los medios escritos no están hechos para ellos aunque mostraron su fidelidad por la lectura de tiras cómicas, deportes y la cartelera de cine. Los niños de clase media y media baja añadieron a sus preferencias los informes y todo el material que les ayuda a "hacer las tareas del colegio". En cuanto a los avisos de prensa, la mayoría afirmó que estos están hechos para adultos, que son aburridos y les falta color. (Por Pilar Lozano, IPS) ●

CHILE:

LA REGION MENOS TRANSPARENTE

Un sistema de vigilancia automática de contaminantes atmosféricos (MACAM) que funciona con computadoras fue puesto en marcha en Santiago, que es considerada por la organización mundial de la salud como una de las ciudades más contaminadas del continente.

El programa fue desarrollado por "SONDA", una de las mayores empresas chilenas en el campo de los servicios integrales de la computación. El sistema "MACAM" recolecta datos meteorológicos, identifica la masa de gases contaminantes y mide la altura de la capa de inversión térmica que cubre la capital chilena. Su equipamiento consta de siete estaciones computarizadas: una central, cinco remotas y otra móvil. Está dotado de computadores periféricos que funcionan automáticamente y que están programados para el control remoto de toda la instrumentación de vigilancia. El sistema funciona las 24 horas del día.

Según un funcionario de la Intendencia Regional Metropolitana, organismo estatal encargado de enfrentar la creciente polución atmosférica, la decisión de emplear un moderno sistema computarizado de medición obedeció a "la imperiosa necesidad de contar con una información exacta y abundante que precise los orígenes, naturaleza y evolución de la contaminación, y que evalúe el impacto de las medidas preventivas y correctivas que se asuman".

En el desarrollo del "MACAM" intervino un calificado equipo de ingenieros y técnicos de la empresa Sonda. El grupo de trabajo concibió, en un lapso de cuatro meses, la solución técnica desde el punto de vista computacional, desarrolló localmente los programas de aplicación y de captura de la información. El sistema, a juicio de expertos de la Intendencia Regional Metropolitana, le impondrá un nuevo ritmo a la lucha contra la contaminación santiaguina, cuyo deterioro progresivo en cuanto a calidad del aire es solo comparable en América Latina al caso de San Pablo, la metrópoli industrial brasileña. (IPS) ●

MI DELIRIO SOBRE UNA TV INTEGRADA

Un estudio de "Informática e integración económica" de Clemente Forero concluye que los países del Pacto Andino deben adoptar en forma urgente una política de desarrollo de sus industrias de informática, tanto de fabricación de equipos como de elaboración de programas de apoyo.

"Hoy es aún factible crear industrias nacionales en el ramo de los equipos y programas de computación", sostiene Forero, "mañana tal vez sea demasiado tarde". El estudio, recientemente editado, muestra cómo el mercado andino tiene magnitud suficiente para que pueda concebirse la fabricación de equipos microelectrónicos estándar que sirvan para cubrir en parte las necesidades que en tal materia tienen los países andinos.

La propuesta de integración incluye tres programas prioritarios: un Instituto Ambulante de Informática, un Proyecto Andino de Investigación, y el Diseño e Industrialización de un Microcomputador como objetivos fundamentales educativos. Forero propone además una Federación y Congreso Andino que agrupe las 14 asociaciones profesionales de fabricantes y usuarios del sector de la informática existentes en los países del Pacto Andino. ●

CUBA: NOVENO FESTIVAL DE CINE

El Noveno Festival del Nuevo Cine Latinoamericano, ampliado a producciones para Televisión y Video, tuvo lugar en la Habana, Cuba, del 3 al 16 de diciembre de 1987. Van ya 20 años del Primer Encuentro de Cineastas Latinoamericanos en Viña del Mar, Chile, origen de este festival.

El Festival incluyó seminarios sobre el nuevo cine latinoamericano, la televisión pública y el desarrollo del video, exposiciones de carteles cinematográficos y el mercado del cine latinoamericano (MECLA).

La premiación a las diferentes producciones, sea en cine, sea en video, refleja lo que vive América Latina hoy: la realidad de un pueblo que sufre todo tipo de violencia y grita por justicia y paz.

Aparte de los premios oficiales simbolizados en la entrega de los diversos "corales", hubo varios premios paralelos. La Asociación Católica Latinoamericana para Radio, Televisión y Medios Afines (UNDA/AL) participó por primera vez en el Festival y su premio fue otorgado a la producción de la Televisión Andina de la Junta del Acuerdo de Cartagena: "Nuestra América para Niños", una serie de cincuenta programas que rescatan los juegos, el arte, la canción, la trova... el rostro sencillo y popular de los países bolivarianos. ●

ESPAÑA: RE-CUBRIENDO AMERICA

España es el único país europeo que quedará unido a América por el satélite de televisión Eutelsat, a través de la concesión que le otorgó la Organización Europea de Telecomunicaciones por satélite Eutelsat 1-F4. Entre otros usos, el satélite permitirá que el principal canal de la televisión española (TVE1) sea recibido en América Latina.

Dentro del mismo empeño, el gobierno español apoyará la instalación en Guatemala de un canal público de televisión, de carácter cultural. La iniciativa partió del gobierno de Guatemala, preocupado porque los cinco canales de televisión de su país, todos privados, dedican escasa atención a programas culturales y educativos. Los organismos gubernamentales españoles solo actuarán en una primera fase orientada a establecer los lineamientos generales del negocio y a procurar los créditos necesarios. La provisión de materiales, instalación y mantenimiento de los equipos estará a cargo de varias empresas. La empresa Pesa, antes denominada Piher integrada al complejo de empresas públicas "Instituto Nacional de Industrias", fue contactada para que provea la mayoría del material electrónico y audiovisual. Un alto porcentaje de la inversión será financiado con créditos del fondo de ayuda al desarrollo (FAD), creados para favorecer la exportación de bienes de equipo y mercancías españolas y que se otorgan a largos plazos. ●

BRASIL: UN LIBRO FENOMENO

Un libro autobiográfico que narra la historia de la creación del diario "Última Hora" es el gran éxito editorial en este momento en Brasil. En menos de un mes se vendieron cerca de 70 mil ejemplares en seis ediciones consecutivas, lo que en Brasil es considerado "un fenómeno". El libro "Minha Razão de Viver. Memórias de um Reporter" (Mi Razón de Vivir. Memorias de un Periodista) es el resultado de casi cuarenta horas de testimonios grabados por el periodista Samuel Wainer durante el año 1980, meses antes de su muerte.

Hombre polémico y extremadamente activo, Wainer, creó a principios de los años 50, bajo la protección del ex Presidente Getulio Vargas, el diario "Última Hora", que durante dos décadas estuvo entre los más influyentes e innovadores del país. El éxito del libro póstumo de Samuel Wainer se debe, sobre todo, a la sorprendente sinceridad con que narra todas las dificultades, estafas, tráfico de influencias y corrupción a las que se sometió para mantener una publicación capaz de destituir políticos o administradores públicos importantes. Sinónimo de renovación en la prensa brasileña, "Última Hora" surgió como instrumento de apoyo a Vargas, que regresaba al poder después de una dictadura de más de 20 años. (Arnaldo César, IPS) ●

PREMIO FUNDESCO 1987

Europa en el juego de la comunicación global por Eduardo Giordano y Carlos Zeller, ganó el Premio Fundesco de Ensayo, 1987, sobre "Comunicación, Tecnología y Sociedad".

Centrándose en la prensa, el audiovisual y la publicidad, los autores enfocan descriptiva e históricamente el sector de medios de comunicación social y el influjo de las tecnologías de la información sobre él. Analizan algunos de los fenómenos más significativos de la actual estructura de la comunicación: la internacionalización de los medios, su concentración en grandes empresas multinacionales y su dependencia de la publicidad. Opinan que esta situación supone de hecho un nuevo orden internacional en los campos de la información y economía, y está provocando transformaciones en la forma de entender y desarrollar la política. También en la obra se hace un estudio histórico sobre la concentración de las empresas de prensa y artes gráficas en Estados Unidos y en varios países europeos, y sus conexiones con el mundo empresarial y político.

Esta tercera edición del Premio, que tiene carácter único e indivisible, está dotada con dos millones de pesetas. Hubo una notable participación, cumpliéndose así uno de los principales objetivos que FUNDESCO pretende alcanzar con la convocatoria de este premio: potenciar la reflexión sobre las Nuevas Tecnologías de la Información. ■

actividades

CIESPAL

Investigación

El Departamento de Investigación de CIESPAL tiene previstas para 1988 las siguientes actividades:

Una asesoría y adiestramiento en Comunicación Popular y Desarrollo Comunitario con seguimiento de la experiencia de comunicación campesina que viene desarrollando desde 1984 en las siete cabinas de grabación de Cotopaxi, más la asesoría al proyecto de UNICEF con el Ministerio de Bienestar Social, además de la asesoría y capacitación a las Facultades de Ciencias Agrícolas y de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Central del Ecuador.

Una investigación sobre experiencias nacionales de comunicación popular con publicación y difusión del inventario recopilado, análisis comparativo de los proyectos objeto de la investigación, encuentro nacional de comuni-

cación y educación popular, y publicación y difusión del encuentro.

Elaboración y difusión de siete audiovisuales didácticos en apoyo a proyectos de desarrollo comunitario y comunicación popular en diversas zonas de América Latina.

Publicación de un inventario de instituciones que trabajan en proyectos de comunicación popular, de un manual de cultura popular, de la investigación sobre organizaciones campesinas de segundo grado en Cotopaxi y sobre sistematización de la experiencia de cabinas en Cotopaxi.

Una investigación sobre infraestructura de medios de comunicación en América Latina y un proyecto sobre comunicación y desarrollo comunitario, que versará sobre percepción de mensajes por parte de sectores populares. Auspician el proyecto la Fundación Friedrich Ebert y OEA.

Radio

LEYENDAS

LATINOAMERICANAS

El Departamento de Radio de CIESPAL está preparando la producción de una serie sobre leyendas latinoamericanas, que serán distribuidas en las emisoras del continente.

Este proyecto denominado CORADES está auspiciado por UNESCO y el Ministerio de Ayuda al Exterior del Reino de los Países Bajos. A partir del 20 de enero de este año se reunieron 14 ex-becarios de los cursos de radio impartidos en CIESPAL para ser entrenados en la producción de leyendas de sus respectivos países. Se tomó como guía teórica para este trabajo, a modo de documento preliminar, un ensayo del antropólogo ecuatoriano Jorge Trujillo sobre Mitos, cuentos populares y leyendas de los pueblos indoamericanos.

Hasta el 30 de enero se seleccionaron las leyendas que serán adaptadas y se pusieron las bases para crear la red de distribución en diversos programas radiales.

Busca esta producción rescatar y difundir valores de la cultura latinoamericana. El público podrá disfrutar de la serie a partir de octubre de 1988.

INTEGRACION ANDINA

CIESPAL y la Junta del Acuerdo de Cartagena producirán una serie de doce programas radiales de treinta minutos de duración sobre integración de los países andinos.

Los programas darán a conocer aspectos de la cultura de nuestros pueblos, su historia y costumbres, y aspectos turísticos y culturales.

La producción empezó en febrero y quedará concluida en abril del 88. Los programas se difundirán en los países del Pacto Andino.

La Formación Profesional en 1988

Talleres: Manejo de equipos (Cañar, Ecuador, enero 5-8, OEA), Manejo de equipos (Cañar, Ec., enero 18-22, OEA), Educación y comunicación (Quito, Ec., febrero 1-5, MEC, Ministerio de Educación y Cultura del Ecuador), Manejo de equipos (Pichincha, Ec., febrero 8-12, OEA), Métodos de investigación (Quito, Ec., febrero 8-12, UCE, Universidad Central del Ecuador); Métodos de investigación (Quito, Ec., marzo 21-25, UCE), Técnicas para reporteros comunitarios (Esmeraldas, Ec., marzo 21-15, OEA), Taller comunicación institucional (Quito, Ec., abril 11-15, UCE), Técnicas para reporteros comunitarios (Guayaquil, Ec., abril 18-22, OEA), Periodismo de opinión (Quito, Ec., abril 18-22, UNP, Unión Nacional de Periodistas), Técnicas para reporteros comunitarios (Guayaquil, Ec., abril 25-29, OEA), Manejo de equipos (Guayaquil, Ec., Junio 6-10, OEA), Cultura y comunicación popular (junio 13-17, OEA), Periodismo y sistemas agrícolas (junio 20-26, IICA, Instituto Internacional de Ciencias Agrícolas), Charlas educativas radiofónicas (Pichincha, Ec.,

julio 11-15, OEA), Charlas educativas radiofónicas (Cañar, Ec., julio 18-22, OEA), Charlas educativas radiofónicas (Esmeraldas, Ec., agosto 22-26, OEA), Investigación Documental y charlas educativas (Guayas, Ec., octubre 24-28, OEA), Periodismo, comercialización e integración (noviembre 21-25, CEE, Comunidad Económica Europea), Producción periodística de materiales Educativos (MEC), Métodos de Investigación y Reportaje (UNP).

Seminario: Educación a distancia (Quito, Ec., enero 25-29, MEC), Necesidades de entrenamiento en T.V. (ULCRA).

Asesorías: Comunicación popular y desarrollo comunitario (Ministerio de Bienestar Social, UNICEF), Comunicación popular y desarrollo comunitario (Facultad de Ciencias Agrícolas, U.C.), Investigación y comunicación (Facultad de Ciencias Sociales, U. C.) ■

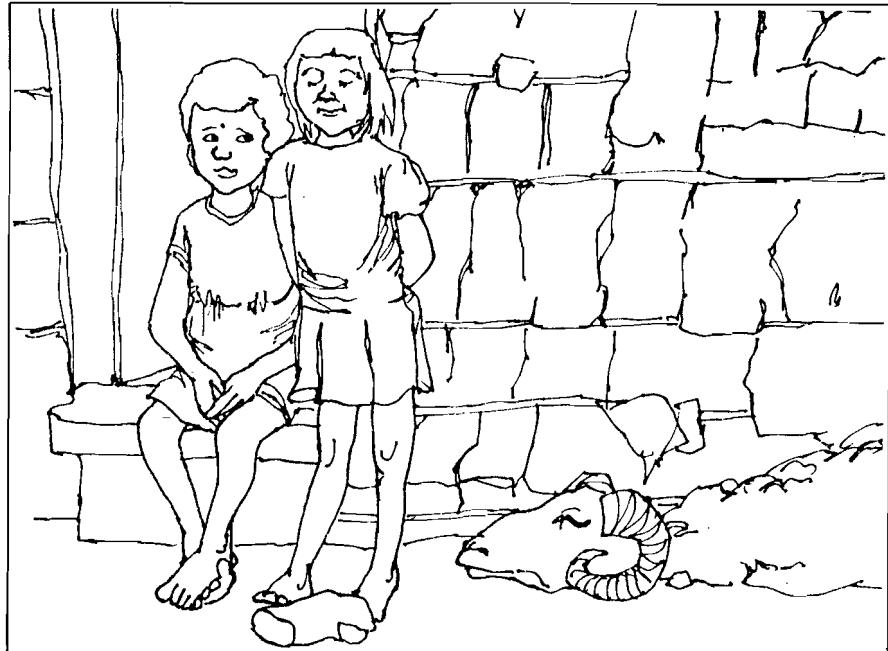
INTERESES POPULARES AL SERVICIO DE ORGANIZACIONES PÚBLICAS

Margarida M. Kroling Kunsch

Las actividades de Relaciones Públicas nacen hacia 1906, en el contexto del sistema capitalista americano. Entonces el pueblo comenzaba a exigir información y esclarecimientos sobre actitudes de organizaciones y dirigentes. En ese año, John D. Rockefeller, a consecuencia de una huelga de desenlace sangriento, tuvo que contratar los servicios de Ivy Lee, para muchos el padre de las Relaciones Públicas.

Ivy Lee, como periodista y, luego publicista, preocupado por la política discriminatoria del mundo de los negocios, propuso a Rockefeller la adopción de medidas radicales. La primera disposición que se tomó fue disponer la contratación de agentes de seguridad para la familia Rockefeller. La segunda fue abrir las puertas de la organización a la prensa y admitir el diálogo con líderes de la comunidad y del gobierno. Además, introdujo temas humanos en la organización económica, con el propósito de valorizar la corporación a los ojos del pueblo. Consiguió, en fin, que se constituyeran fundaciones filantrópicas, centros de investigación, universidades, hospitalares, museos y farmacias y se distribuyeran becas de estudio.

Margarida María Kroling Kunsch, doctora en Comunicación por la U. de São Paulo, Presidenta de Intercom, Profesora en las Facultades de Comunicación Social del Instituto Metodista de Enseñanza Superior de São Bernardo do Campo y de la Facultad de Comunicación Social Cásper Líbero. Entre otros, autora del libro *Planificación de las Relaciones Públicas en la Comunicación Integrada*.



La denominada "Era de las Relaciones Públicas" tuvo lugar durante la Segunda Guerra Mundial y después de ella, cuando el avance de la tecnología industrial y de los medios de comunicación de masas eran importantes e incidían directamente en la vida de los pueblos.

Pero ya antes, los efectos de la depresión económica de 1929, en concreto el "New Deal", contribuyeron mucho al perfeccionamiento de las Relaciones Públicas. Algunas consideran los años de Roosevelt como el inicio de la época de oro de las Relaciones Públicas en los Estados Unidos.

Roosevelt, a más de político eminente, se reveló como hombre de Relaciones Públicas. Utilizaba mucho los me-

dios para esclarecer la opinión pública. Semanalmente usaba la radio en las "conversaciones junto al hogar" para informar al público sobre actividades y proyectos del gobierno.

Concluida la Segunda Guerra Mundial, las Relaciones Públicas habían alcanzado en los Estados Unidos tal progreso y aceptación que facilitaron su desarrollo en el resto del mundo. Más de cuatrocientas empresas norteamericanas crearon servicios especializados y brotaron más de quinientas consultorías de Relaciones Públicas.

En Brasil, la primera experiencia estuvo a cargo de la antigua Light (Eletropaulo en la actualidad), que en enero de 1914 introdujo en su organigrama un Departamento de Relacio-

“Las Relaciones Públicas surgieron y se desarrollaron para legitimar ante el público los intereses económicos y políticos de quienes detentan el poder”

nes Públicas. Sin embargo, solo a inicios de la década del cincuenta esa área pasó a ser objeto de atención, dado el mayor conocimiento que de ella se tenía. El auge de las Relaciones Públicas se dio con el desarrollo industrial desencadenado por la entrada de capitales extranjeros en Brasil.

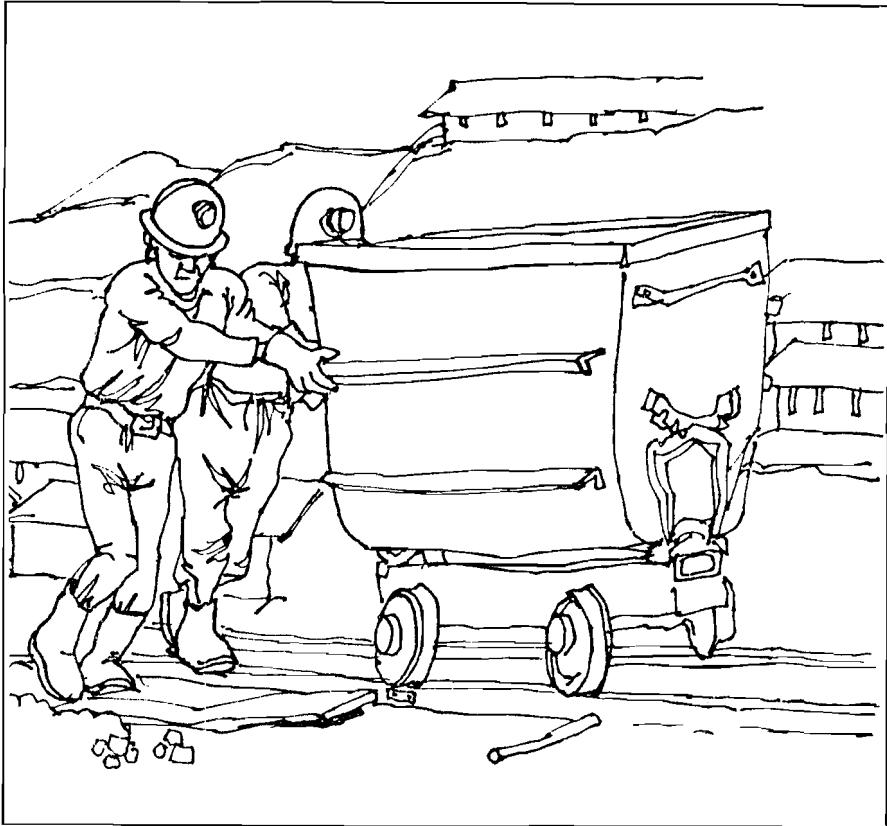
En ese período surgieron las primeras asesorías de Relaciones Públicas (Compañía Nacional de Relaciones Públicas y Propaganda, 1952) y se comenzó a articular un grupo de profesionales que fundaron la Asociación Brasileña de Relaciones Públicas, 1954. Las grandes empresas, principalmente las multinacionales y las agencias de publicidad, establecieron departamentos de Relaciones Públicas.

Desde entonces hasta la década de 1980, hubo un acentuado crecimiento de las actividades de Relaciones Públicas. Las empresas se convencieron de que, además de la publicidad de sus productos, tenían que cuidar de su posición institucional ante la opinión pública. Las Relaciones Públicas pasaron a ser parte integrante de la composición del mercado, y sirvieron de soporte en la mediación entidad - público.

Las Relaciones Públicas surgieron y se desarrollaron para legitimar ante el público los intereses económicos y políticos de quienes detentan el poder. Se colocaron, por tanto, al servicio del sistema capitalista vigente.

Esta forma de Relaciones Públicas más inclinada hacia los intereses empresariales, se fundamenta en la transferencia de bibliografía extranjera, principalmente norteamericana, que se tomó como paradigma para los principiantes brasileños. Los textos académicos de Carlson, Childs, Edward Bernays, Canfield y Jamelson, entre otros, trataban experiencias americanas que fueron bien asimiladas académica y profesionalmente.¹ Esto es tan cierto que la literatura brasileña sobre Relaciones Públicas, por regla general, hasta los años ochenta centraba casi totalmente su preocupación sobre cómo las empresas debían relacionarse con su público para “mejorar” su imagen, ser bien aceptadas, y vender mejor sus productos.

Desde comienzos de 1980, las relaciones públicas fueron tratadas desde otra óptica. Se les dio una dimensión nueva subordinándolas al servicio de los intereses populares. Esto fue posible por el avance de la comunicación alternativa gracias a esfuerzos de entidades como Intercom y UCBC (Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios en Comu-



nicación, Unión Cristiana Brasileña). Estas y otras asociaciones y personas promovían ciclos de estudios y congresos para de ordinario debatir sobre temas de oposición al gobierno militar, lo que sirvió para impulsar a las clases subalternas a la lucha por los derechos humanos y un nuevo orden de comunicación social.

Precisamente en 1980, el Noveno Congreso de la UCBC tocó el tema de la comunicación popular. En esta ocasión, tuvimos la oportunidad de participar en el panel sobre Relaciones Públicas al servicio de los intereses populares junto con Anísio Teixeira, representante de la clase trabajadora; José Queiroz, profesor de la Universidad Católica de São Paulo, y Cicilia Peruzzo que en ese entonces defendía una nueva manera de enfrentar las Relaciones Públicas y que en 1981 presentó su tesis de maestría sobre “Relaciones Públicas en el modo de producción capitalista”, editada como libro de igual título, y reeditada dos veces². Todo esto contribuyó a forjar una nueva visión de las Relaciones Públicas. En realidad, el mencionado panel hizo germinar una nueva esperanza de vida para esa área.

Por la misma época, con colegas del magisterio y alumnos del último año del curso de Relaciones Públicas de la Facul-

tad de Comunicación Social del Instituto Metodista de Enseñanza Superior, en São Bernardo do Campo, se inició un proyecto experimental voltado hacia la comunidad, dentro de una tentativa concreta de viabilizar una nueva alternativa para las Relaciones Públicas.

Pretendíamos demostrar que las técnicas y el arte de las Relaciones Públicas podían aplicarse también a otras esferas sociales y no solamente a las empresariales. En un artículo titulado "Relaciones Públicas Comunitarias: un desafío", publicado en 1984³, relatamos algunas experiencias de nuestra escuela y de otras escuelas.

¿Por qué no los trabajadores?

Hasta hace poco las Relaciones Públicas eran vistas como actividad empresarial o gubernamental. Los planes y programas de estudio de las facultades de Comunicación Social y la misma literatura existente se encaminaban más por esta línea. En la actualidad, las Relaciones Públicas han comenzado a aplicarse también en otros campos. ¿Cuáles son esas nuevas alternativas que abren perspectivas de trabajo para el futuro? ¿Por qué no pensar que Relaciones Públicas pueden aplicarse en áreas sindicales, en organizaciones populares, en organizaciones sin fines de lucro, en grupos espontáneos y en movimientos sociales?

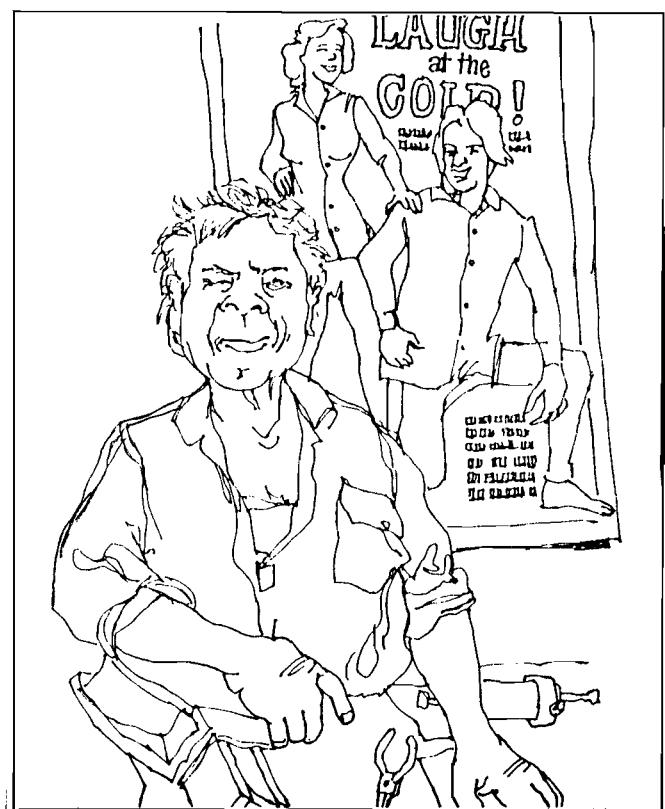
Una alternativa interesante para las Relaciones Públicas es actuar junto con los sindicatos de trabajadores, organizaciones que toman fuerza en un régimen democrático y que representan una solución para unificar las reivindicaciones de los trabajadores. Es evidente que debemos despojarnos de ciertos conceptos tradicionales sobre Relaciones Públicas y revestirnos de otro ropaje, el de las clases menos favorecidas, subordinadas a los intereses del capital. Para esto, es preciso que nos empaquemos un poco de la historia y de la vida de los sindicatos brasileños. Según Roque Silva, los sindicatos nacieron de la necesidad sentida por los trabajadores que se organizaron para defender sus intereses en cuanto asalariados.⁴ En el Brasil, sus luchas han estado atravesadas por la continua intervención estatal, principalmente en determinados períodos en los que decretos gubernamentales eliminaban su libertad y autonomía y desviaban sus objetivos básicos hacia el asistencialismo y la desmovilización de la clase trabajadora.

Refiriéndose a los años posteriores a 1964, Ricardo Antunes demuestra como el régimen autoritario redimensionó el movimiento sindical brasileño, haciendo de él un instrumento de la "paz social". Según sostiene el autor, "se reforzó, a través de nuevos instrumentos legales, el papel del sindicato como mero órgano asistencialista y de agente intermedio entre el Estado y la clase trabajadora"⁵. Los anteriores puestos de dirigencia y organización se transformaron en secretarías administrativas, señala Sara Chucid da Viá⁶. En ese período, según anota Roque Silva, "la legislación quitó toda representatividad a los sindicatos, convirtiéndolos en entidades amorfas, capacitadas —apenas— para hacer las veces de mediador en los conflictos. En esas condiciones, se tornó enormemente difícil cualquier tentativa más eficaz de lucha por la autonomía, puesto que la fuente básica de legitimación

de los sindicatos es el propio Estado que en la actualidad apenas les otorga los medios financieros y que, sobre todo, les reconoce el derecho de ser una asociación mediante la concesión de una "carta sindical", el derecho de movilizar una representación de una categoría de trabajadores".⁷

No obstante, al poco tiempo las cosas se modificaron. "Navegando contra corriente, el sindicalismo brasileño vive, actualmente, más de una vez, expectativas en cuanto a su desarrollo, expectativas que se abrieron con las luchas desencadenadas en 1977 y 1978", dice Roque Silva.⁸

En nuestros días, con el advenimiento de la Nueva República y de las nuevas medidas estatuidas por el Ministerio del Trabajo con relación a la autonomía y a la libertad sindical para finalizar las intervenciones a los sindicatos, los movimientos sindicales son los protagonistas de un poderoso impulso. Estos pasan por transformaciones sociales, políticas y económicas que exigirán nuevos canales de comunicación con los diversos sectores.



Aquí cabe precisamente destacar el importante papel que pueden llegar a desempeñar las Relaciones Públicas, las que encontrarán en esas organizaciones un nuevo campo de trabajo. Así, en el Estado de São Paulo hay por ejemplo, más de setecientos sindicatos de trabajadores.

Según Nicole Blouin, de lo que se trata es de desarrollar las relaciones internas, que "deben favorecer la comunicación entre los funcionarios, la administración del sindicato y los sindicatos"⁹, utilizándose, por tanto, todos los instrumentos a disposición, a fin de hacer posible que los miembros participen activamente en la vida de su sindicato. "Resta todavía por explorar un vasto campo en este dominio", dice Nicole. "El día en el que el sindicado pueda de manera espontánea comentar las decisiones y las tomas de decisión de su grupo y de sus líderes sindicales, la palabra 'participación' adquirirá

“Dentro de la estructura sindical, el sector o departamento de Relaciones Públicas deberá promover una interrelación intensa entre los trabajadores y su sindicato”

rá entonces todo su significado. Si no, ¿de qué serviría trabajar para que exista una mejor comunicación, si el receptor, el sindicalizado, no se siente movido a participar en la elaboración de una obra común?”.¹⁰

Además de eso, es necesario que se desarrollen las relaciones entre el sindicato y los diversos sectores externos. Este trabajo consiste según la autora citada en difundir un contenido que, muy frecuentemente, no goza del favor del público,¹¹ que puede ser el patrón, el Estado, etc.

Pueden desarrollarse muchos trabajos en conjunto con otras áreas de la comunicación social (periodismo, publicidad y propaganda, elaboración de editoriales, etc.), como videos, eventos, publicaciones, relaciones con la prensa, campañas. Dentro de la estructura sindical, el sector o departamento de Relaciones Públicas deberá tener como una de sus misiones, promover una interrelación mucho mayor de los trabajadores con su sindicato. Si consideramos que el sector metalúrgico en São Paulo agrupa a más de trescientas mil personas, de las que poco más del veinte por ciento están sindicalizadas, se puede entender que hay mucho por hacer en ese sentido.

De lo que se trata es de concientizar y movilizar a los trabajadores para una efectiva participación en la vida sindical. Este es uno de los aspectos de la amplia investigación de CEDEC (Centro de Estudios de Cultura Contemporánea), de São Paulo, entre los dirigentes sindicales de varios estados brasileños. La mayoría de los entrevistados coincidieron en que “los trabajadores todavía están distantes de la vida de los sindicatos y muchas veces los sindicatos están lejos de los trabajadores”.¹² Para ellos, sólo con una gran participación se conseguirá una verdadera organización sindical.

popular, por tanto, debe definirse a la luz de una teoría de las clases sociales”.¹³

¿Qué es lo que se debe entender por organizaciones populares? Son pequeños grupos, núcleos de base que componen la sociedad mayor. En esas microsociedades se gestará una nueva sociedad participativa y democrática, unida por una nueva trama social, solidaria y libertaria, conforme preconiza Bordenave.¹⁴

Un trabajo de Relaciones Públicas en las organizaciones populares deberá partir de una práctica enteramente nueva que se integre en una concepción libertadora de la educación, que se identifique con la realidad de esos agrupamientos sociales por medio de una acción conjunta con ellos en búsqueda de iniciar transformaciones sociales. Según Cecilia Peruzzo, “no se trata simplemente de transportar las Relaciones Públicas creadas por la burguesía a los movimientos populares o sindicales. Es necesario modificarlas, alterarlas. Las Relaciones Públicas que se prevén para estos fines tienen que orientarse por una nueva concepción del mundo y por una nueva metodología. Entonces serán nuevas Relaciones Públicas, cuyo fundamento se encuentre en la necesidad de cambiar la sociedad y de construir otra nueva, basada en la igualdad”.¹⁵

Podemos desarrollar programas de Relaciones Públicas con diversos tipos de organizaciones populares o, más específicamente, en diferentes movimientos sociales como, por ejemplo, los movimientos de las comunidades eclesiales de base, asociaciones de moradores, comunidades negras, los sin tierra, los que luchan por la reforma agraria, los favelados, los trabajadores. Son microsociedades que postulan nuevos espacios y una vida humana más digna y justa, intentando resistir a la opresión del poder político y económico sobre todo en los regímenes en los que en la actualidad hay un espacio para la democracia.

Regina Festa, quien hace un interesante relato sobre la evolución de los movimientos sociales y sobre la comunicación popular y alternativa en el Brasil, afirma: “Los movimientos sociales no son producto de la casualidad. Se originan en las contradicciones sociales que impulsan a ciertos sectores sociales o a toda la población a buscar formas de conquistar o reconquistar espacios democráticos negados por la clase en el poder. En esas condiciones se generan procesos de resistencia en tiempos de represión social, de convergencia histórica, en tiempos de acumulación de fuerzas por parte de la oposición, o de desarticulación de esas mismas fuerzas cuando las condiciones internas que las generaron aparecen incapaces de articular una alternativa histórica. Por lo tanto, los movimientos sociales existen en sociedades que soportan conflictos de intereses entre las clases sociales. En ese sentido, los movimientos sociales se estructuran de acuerdo con la coyuntura, con los intereses de grupos específicos, clases o estratos de clase y en torno a proyectos alternativos de sociedad”.¹⁶

La buena cara del pueblo

Al pensar en Relaciones Públicas populares se supone que se conoce el significado de “pueblo” y de “organización popular”.

Eduardo Wanderley analiza ampliamente el concepto de pueblo en “la cultura del pueblo”.¹⁷ Gramsci define pueblo como “conjunto de clases subalternas e instrumentadas, sometidas a la combinación económica y política de las clases hegemónicas dentro de una determinada sociedad”.¹⁸ Regina Festa, citando esa misma definición, al analizar un artículo de Gilberto Giménez (Notas para una teoría de la comunicación popular), dice: “Nosotros entendemos que las categorías de pueblo y de lo popular sólo pueden ser comprendidas a través de la diferenciación socio-económica y socio-cultural, en el marco de las relaciones sociales de producción. Lo

Además de las alternativas aquí expuestas, podríamos ennumerar otras. Baste recordar el elevado número de organizaciones sin fines de lucro (obras asistenciales, orfanatos, centros culturales, museos, escuelas y hospitales públicos). Son organizaciones que reciben un importante flujo de los más diversos sectores sociales y que en su mayoría carecen de un eficiente servicio de Relaciones Públicas.

Durante este semestre, estamos desarrollando, con los alumnos de la Facultad de Comunicación Cásper Líbero y de la del Instituto Metodista de Enseñanza Superior, proyectos experimentales de Relaciones Públicas inscritos en esa línea. Estamos, por ejemplo, trabajando con el CVV (Centro de Valorización de la Vida), la AACD (Asociación de Asistencia para la Niñez Defectuosa), la APCD (Asociación Paulista de Cirujanos Dentistas del ABC), la Coral Metodista, el MAC (Museo de Arte Contemporáneo de la Universidad de São Paulo). Esas organizaciones fueron escogidas por los propios alumnos, quienes se sintieron motivados a realizar sus trabajos de fin de curso con ellas. Son, en realidad, diferentes alternativas que los trabajos propuestos para los proyectos empresariales.

Otra importante área es la de Relaciones Públicas en el medio rural. ¡Cuántas actividades se podrían pensar para las cooperativas y los productores rurales! Reuniones, producción de videos y audiovisuales, folletos explicativos sobre el tratamiento de la producción alimentaria...

Imaginémonos las Relaciones Públicas bajo la óptica del estudio y el buen conocimiento de los sectores rurales, contribuyendo para que se implante la Reforma Agraria en nuestro país. ¡Cuántas fallas se han hecho presentes como producto de la inexistencia de una comunicación más eficaz con este sector!

En todo eso se trata de desarrollar verdaderas Relaciones Públicas comunitarias, en un trabajo realizado directamente con la comunidad, dentro de ella y en función de ella, "con profesionales que se integren a los grupos o con profesio-

nales orgánicos surgidos en los propios grupos", como ya escribímos en el artículo publicado en 1984 sobre este asunto.¹⁹

Todo este conjunto de posibilidades de nuevas propuestas para las Relaciones Públicas solamente tendrá resultados efectivos si se compromete con los cambios sociales, políticos y económicos de la sociedad brasileña, si nos apropiamos de la posición de querer crecer y trabajar con las organizaciones populares como agente aglutinador de las diversas fuerzas sociales, promoviendo la participación y la integración en beneficio de la mayoría. Tenemos que ser conscientes de que es necesario readecuar las Relaciones Públicas, basándonos en los siguientes principios: primero, la necesidad de asimilar algunos conceptos sobre comunicación popular y alternativa, sobre movimientos sociales, sobre "educación libertaria" (Paulo Freire) y sobre Relaciones Públicas al servicio de los intereses populares; segundo, la necesidad de llegar a conocer las técnicas de planificación, aplicadas específicamente al trabajo de Relaciones Públicas en grupos de esa naturaleza.

Unas pocas ideas

En una época en que es grande el esfuerzo hecho en el sentido de pensar el papel de las Relaciones Públicas, y de buscar nuevas definiciones y nuevos caminos, ¿cómo se podrá, además de la formación regular ofrecida por los diversos institutos de enseñanza superior, proporcionar los medios que preparen al futuro profesional para actuar directamente en una práctica comunitaria?

Habrá ante todo que introducir algunas variaciones en el contenido de las materias dictadas, dando espacio a nuevas



Para poner relaciones públicas en organizaciones del pueblo, hay que conocer el medio, analizar el grupo, diagnosticar sus problemas y necesidades, proponer programas, hacer participar.

alternativas, como la comunicación popular y proyectos comunitarios. Solo así será posible revisar el concepto tradicional de Relaciones Públicas que gira alrededor de la empresa y los intereses comerciales.

Partiendo de la propuesta de estudio de la comunicación popular, es preciso entender su real significado. Según Regina Festa, la comunicación popular "se refiere al modo de expresión de las clases populares de acuerdo con su capacidad de actuar sobre el contexto social en el cual éstas se reproducen. Contexto de enfrentamiento con el proyecto de dominación capitalista. En ese contexto, la comunicación popular es un agente de definición del proyecto popular, que va conformando la interrelación entre grupos y clases populares. En nuestra sociedad, mientras tanto, se reproduce la fragmentación y debilidad de las clases populares, y su actual incapacidad para articular alianzas políticas. De allí que ella se exprese en espacios determinados como comunidades eclesiales de base, sindicatos, grupos de mujeres, centros de educación y comunicación popular, grupos culturales y movimientos de los favelados".²⁰

Otro aspecto importante es la necesidad de insertarnos en una concepción "libertaria" de la educación superando la educación bancaria a la que se refiere Paulo Freire.²¹ Así, al desarrollar un trabajo junto a las clases populares tenemos que optar por la posición de quien se integra al grupo, y no en el papel de quien va a "transmitir conocimientos", en posición de superioridad y con soluciones inmediatas. Basándose en Paulo Freire, Rosiska y Miguel Darcy de Oliveira señalan que: "Educación no es sinónimo de transferencia de conocimientos, por la simple razón de que no existe un saber hecho y acabado, susceptible de ser captado y comprendido por el educador e inmediatamente depositado en los educandos. El saber no es simple copia o descripción de una realidad estática. La realidad debe ser descifrada y reinventada en cada momento. En este sentido, la verdadera educación es un acto dinámico y permanente de conocimiento, centrado en el descubrimiento, análisis y transformación de la realidad por quienes la viven".²²

Nuestra generación es víctima de una educación pasiva, impuesta en todo el proceso: desde el ambiente familiar hasta la enseñanza de tercer grado, y respaldada por el régimen de dictadura militar durante veinte años. Como consecuencia, en la actualidad asistimos a una práctica amorfa en la juventud, los profesionales y la sociedad en general frente a los ideales democráticos. A esto se añade la inexistencia de una identidad ideológica en los actuales partidos políticos.

Los nuevos tiempos exigen que los profesionales de Relaciones Públicas tengan una visión mucho más crítica y desempeñen una función política en la sociedad. Eso es lo que debemos contestar a quienes defienden la neutralidad de las Relaciones Públicas. Tenemos que tener coraje y asumir nuestras posiciones públicamente.

De acuerdo con lo que sostiene José Queiroz, un trabajo

de Relaciones Públicas al servicio de los intereses populares exige que en el profesional se opere un cambio vivo, de suerte que se constituya en un ser de relaciones y no tanto en un ser de contactos; que se componga con sus derechos y deberes dentro del contexto en el que se desenvuelve; que haga coincidir sus intereses con los de las clases subalternas: la transformación socio-económica - política para la construcción de una sociedad justa y libre; en fin, que ofrezca sus técnicas a las clases subalternas, ayudando a mejorar la propia imagen frente a los otros sectores, para que acepten sus programas y objetivos, se facilite el flujo de comunicación entre la dirigencia y las bases, sean previstas las posibles relaciones que permitan concretizar sus reivindicaciones, y se transmita a otros movimientos populares y al otro polo social sus propósitos y sus ejecutorias.²³

Por las consideraciones planteadas, percibimos la necesidad de revisar los conceptos adquiridos en los cursos de Relaciones Públicas y de readecuarlos permanentemente al desarrollo profesional, con el fin de actuar a satisfacción dentro de esa nueva óptica de las relaciones públicas.

Nuevas prácticas

Intentaremos presentar el marco inicial de un trabajo de Relaciones Públicas dirigido a los intereses populares y al conocimiento de la realidad con la cual se va a trabajar. Antes de proponernos cualquier programa de acción, tenemos que acercarnos al medio y sondear cuáles son las aspiraciones verdaderas de ese agrupamiento social. Estos pasos deben cumplirse preferentemente por medio de una investigación participativa, "donde, tanto investigadores como investigados son sujetos de un mismo trabajo común que, aun cuando se encuentren en situaciones y tareas diferentes, contribuyen a la creación de un instrumento adicional para la reconquista del poder", conforme afirma Carlos Rodríguez Brandao.²⁴

Es preciso desarrollar todo un estudio en conjunto (investigador / investigado) en torno al medio general donde se desenvuelve la comunidad y los movimientos sociales. Tenemos que tener una visión amplia de la influencia del ambiente externo sobre cualquier organización social, lo que se ejerce a través de variables políticas, económicas, sociales, culturales, demográficas, tecnológicas, legales y ecológicas. Estos factores intervienen enormemente en la vida de las organizaciones y, por tanto, no pueden ser ignorados.

Después de estudiar al ambiente como un todo, se debe analizar el grupo o la comunidad propiamente dicha así como su ambiente operacional más próximo.

Luiz Bravo presenta un estudio preliminar de comunidad

que, aunque estaba dirigido a un trabajo de servicio social, puede ser utilizado en el área de Relaciones Públicas. El esquema que él propone se constituye de dieciocho aspectos: espacio geográfico, historia, contexto cultural, sistema político, social, económico, de empleo, educacional, médico-sanitario, de bienestar social, de transporte y de comunicaciones sociales, recursos comunitarios, tipos de personalidad, expectativa de la comunidad frente a las dificultades, soluciones, experiencias significativas en proyectos comunitarios y participación del trabajador social en la comunidad.²⁵ El esquema tiene que ampliarse en los aspectos de participación de profesionales en el área de la Comunicación Social y de las perspectivas para un trabajo de Relaciones Públicas. De acuerdo con la situación de la comunidad, se deberían encontrar los mecanismos de recolección de información. Puede ser que por ahora, lo mejor sea un cuestionario formal, antes que las reuniones con dirigentes y determinados sectores. Tiene que haber bastante flexibilidad y frecuentes adaptaciones, dependiendo de dónde y con quién se va a trabajar.

Una vez que se disponga de toda la información necesaria, viene el diagnóstico, en el cual se destacan las áreas con dificultades, problemas o situaciones-problemas que podrían minimizarse o solucionarse con la participación del profesional de Relaciones Públicas. El diagnóstico también permite identificar las causas de determinados problemas o bloques existentes.

El siguiente paso es el establecimiento de programas de acción que planteen alternativas y posibilidades de solución a los problemas encontrados. En este punto podemos aprovechar y utilizar todo el instrumental de Relaciones Públicas disponible, dependiendo, claro está, de la realidad del agrupamiento social en el que se está trabajando. Si en la comuni-

dad predomina un alto índice de analfabetismo, sería erróneo insistir en publicaciones. En ese caso, es más eficaz recurrir a instrumentos de comunicación dirigidos oralmente, de manera aproximativa o audiovisual. Es preciso, entonces, escoger los medios en función del público al que se quiere atender. Toda esa propuesta de acción tiene que realizarse conjuntamente con las personas de la comunidad y con asesores adicionales.

Al desarrollar un proyecto comunitario de Relaciones Públicas, no se puede pensar unilateralmente. Tenemos que motivar la participación de muchas áreas y personas. Dependiendo del tipo de comunidad y del nivel de desarrollo en que se encuentre, se tendrá necesidad de un psicólogo, pedagogo, abogados, médicos, entrenadores físicos, publicistas y periodistas. Pero, sobre todo, y es necesario anotarlo, de la propia comunidad, pues es importante que se trabaje "con" el grupo y "para" el grupo.

Todo el proceso de acción planificada de Relaciones Públicas con las organizaciones populares debe desarrollarse dinámicamente y dentro de una visión del mundo. Cada pueblo tiene su manera propia de ser y su propia historia. Una comunidad, un movimiento social es siempre un agrupamiento de personas que tienen muchas historias y muchas vidas en común.

Las Relaciones Públicas en las organizaciones populares, en los sindicatos y en los movimientos sociales, no constituyen una propuesta acabada, son apenas una simiente que precisa ser cultivada por parte de todos los estudiantes y profesionales de Relaciones Públicas. Solamente con la presentación, aceptación y asimilación de nuevos ideales y formas de encarar las Relaciones Públicas, será posible concretar los objetivos de transformación de nuestra sociedad.

NOTAS

- 1.- Ver Cecilia María Peruzzo, *Relaciones públicas en el modo de producción capitalista*, Segunda Edición, São Paulo, Summus, 1986, p. 14. José Marques de Melo en el prefacio de este libro analiza el influjo de la bibliografía extranjera de Relaciones Públicas sobre la literatura brasileña. 2.- Cecilia M. Peruzzo, op. cit. 3.- Margarida M. Krohling Kunsh, "Relaciones Públicas comunitarias: un desafío". *Revista Comunicación y Sociedad* del curso de post-grado del Instituto Metodista de Enseñanza Superior, São Bernardo do Campo, año VI, No. 21, junio de 1984, pp. 131-150. 4.- Roque Aparecido Silva, "Representatividad, democracia y unidad en el sindicalismo brasileño", en Roque Aparecido Silva et al., *Sindicatos en una época de crisis*. Petrópolis, Vozes, en co-edición con el Centro de Estudios de la Cultura Contemporánea, 1984. p. 17. 5.- Ricardo Antunes, *Lo que es el sindicalismo*, São Paulo, Brasiliense, 1984, p. 76. 6.- Sarah Chucid Da Vía, *Televisión y Conciencia de Clase: el trabajador textil en la fase de los medios de comunicación de masas*, Petrópolis, Vozes, 1977, p. 53. 7.- Roque Silva, op. cit., p. 19. 8.- Ibid., pp. 19-20. 9.- Nicole Blouin, "Le syndicalisme enseignant" en Nicole Blouin, et al., *Comunicación y Relaciones Públicas*, Montreal, Ediciones - Comercio y Ediciones Leméac, 1971, p. 248. 10.- Ibid. pp. 255-256. 11.- Ibid., pp. 252-253. 12.- Ingrid Anderson Sarti y José Alvaro Moisés, *Sindicatos, autonomía, unidad*. Petrópolis, Vozes, en co-edición con el Centro de Estudios de la Cultura Contemporánea. Cuadernos Populares, 1, 1984. pp. 17-18. 13.- Eduardo L. Wanderley, "Apuntes sobre la educación popular". En: J. Edénio dos Reis Vale y José J. Queiroz, *La Cultura del Pueblo*, São Paulo, Cortez y Moraes, EDUC, 1979, pp. 59-64. 14.- Antonio Gramsci, "Literatura y vida nacional", México, Juan Pablos Editor, 1976, pp. 239-240. Citado en "Notas para una teoría de la comunicación popular", en *Comunicación - Estudios Venezolanos de Comunicación*, Caracas, 1981, No.

- 35/36. 15.- Regina Festa, "Comunidades eclesiales de base y comunicación". En: Carlos Eduardo Lins (coordinador). *Comunicación, Hegemonía y Contra-información*, São Paulo, Cortez y Moraes, Intercom, 1982, p. 173-174. 16.- Juan E. Díaz Bordenave, "La comunicación y el fortalecimiento de la organización popular", en: Ismar de Oliveira Soares y Joana T. Puntel, *La seguridad del pueblo: un desafío para la comunicación*. São Paulo, Paulinas, 1984, p. 220. 17.- Cecilia N. Krohling Peruzzo, "Propuestas de transformación y de relaciones públicas en el Tercer Mundo". Conferencia dictada en la 1 Semana Londrinense de Relaciones Públicas promovida por la Universidad Estatal de Londrina del 20 al 24 de mayo de 1986, Londrina, Paraná. 18.- Regina Festa y Carlos E. Lins Silva, *Comunicación popular y alternativa en el Brasil*, São Paulo, Paulinas, 1986, p. 11. 19.- Margarida M. Krohling Kunsh, Op. cit., p. 133. 20.- Regina Festa, *Comunicación popular y alternativa. La realidad y las utopías*, São Bernardo do Campo, 1984, Centro de Post-Graduación del Instituto Metodista de Enseñanza Superior, Defensa de Tesis (maestría), p. 170. 21.- Paulo Freire, *Pedagogía del oprimido*, Séptima edición. Río de Janeiro, Paz y Tierra, 1979, pp. 63-87. 22.- Rosíska Darcy Oliveira, Miguel Darcy de Oliveira, "Investigación social y acción educativa: conocer la realidad para poder transformarla", en Carlos Rodríguez Branda, *Investigación Participativa*, quinta edición, São Paulo, Brasiliense, 1985, p. 19. 23.- José Queiroz, "Relaciones públicas al servicio de los intereses populares" en: Cecilia Peruzzo, *Relaciones públicas en el modo de producción capitalista*, Segunda edición, São Paulo, Summus, 1986, pp. 127-128. 127-128. 24.- Carlos Rodríguez Branda, *Investigación Participativa*, Quinta edición, Brasiliense, 1985, p. 11. 25.- Luiz Bravo, *Trabajando con la Comunidad: Un manual de operacionalización de servicio social de la comunidad*, Segunda edición, Río de Janeiro, Distrilibros, 1983, p. 14. ■■■

SEIS CRITERIOS SOBRE:

Políticas Culturales en América Latina

Por Jaime Peña Novoa

Política y cultura: dos campos adversarios para muchos políticos, para muchos artistas e intelectuales. Pero esta relación está cambiando al reconocerse el papel de la cultura en las transformaciones sociales. La política cultural fue primero tema de reflexión en revistas literarias y organismos gubernamentales. En los ochenta, los estudios se renuevan gracias a destacados historiadores de la cultura, sociólogos y antrópologos. Así se anuncia la contraportada de *Políticas Culturales en América Latina*, en el que Néstor García Canclini hace de editor (México, Enlace-Grijalbo, junio 1987). A continuación extractamos lo más saliente de los diversos ensayos que conforman el libro.

Néstor García Canclini

El propio García Canclini abre esta publicación con su artículo: *Políticas Culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano*, en el que recoge la distinta perspectiva que puede apreciarse en torno a la problemática de las políticas culturales. Años atrás era notoria la mutua sospecha existente entre políticos y hombres de cultura: los primeros veían en la cultura algo que podía diferirse ante situaciones de urgencia económica. Los segundos veían en la política una amenaza a la libertad de acción que requiere la creatividad cultural. Además, la cultura misma aparecía como un espacio no estructurado en el que coexistían arbitrariamente instituciones y agentes heterogéneos.

Desde hace unas dos décadas el panorama ha cambiado y se ha suscitado una reflexión sistemática sobre el tema de las políticas culturales, hecho en el que ha tenido una aportación significativa el apoyo brindado por la UNESCO. Esto ha permitido superar una visión economicista del desarrollo, ha quitado a la reflexión sobre la cultura el tinte izquierdista, ha concientizado sobre la necesidad de permitir la participación de los protagonistas del quehacer cultural en la elaboración de políticas generales, se ha abierto la necesidad de investigar de qué manera las acciones culturales se vinculan con las necesidades sociales, ha viabilizado una reflexión extranacional, participada, de diferentes países, sobre problemáticas culturales comunes, se ha dejado de analizar la cultura post facto y sólo desde el punto de vista de los gobiernos,

para hacerla formar parte de las previsiones y planificación nacional, conscientes de que un aspecto tan trascendental de la vida humana ya no puede ser dejado al azar o al margen de una gran programación en la vida de los estados.

De esta manera, el autor entiende políticas culturales como el conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social.

En la segunda mitad de su trabajo, el autor establece un panorama de los distintos paradigmas de la acción cultural, es decir, sobre las diferentes concepciones y modelos que la organizan. Así tipifica:

a) el *mecenazgo liberal*: figura antigua, que surge especialmente cuando el estado renuncia a su papel protagónico en materia cultural. Concibe a la cultura no como cuestión colectiva sino individual; tampoco intenta responder a demandas sociales amplias; tampoco pretende fijar estrategias globales de desarrollo cultural, pero ciertamente apoya el crecimiento de ciertas líneas y acciones, mientras desestima otras. Su rédito es publicitario.

b) el *tradicionalismo paternalista*: propio de los estados oligárquicos y movimientos derechistas. Ve a la nación como conjunto de individuos unidos por lazos naturales, sin tomar en cuenta diferencias sociales. Tiene una visión idealizada del pueblo, como núcleo del ser nacional; preserva el patrimonio folklórico, como algo despolitizado y ahistórico, sin conflictividad. Reconoce instituciones que salvaguardan

esta herencia cultural: ejército, la iglesia y su portavoz, la oligarquía.

c) el *estatismo populista*: también es una concepción sustancialista de la cultura, pero su esencia es el Estado, este condensa los valores nacionales; el pueblo es destinatario de la acción del primero. El ejercicio y control de la identidad nacional no deriva del pasado sino de la cohesión que representa el estado actual. Da lugar a procesos de democratización educativa y reivindicación de culturas populares. No auspicia la experimentación artística ni la crítica intelectual.

d) la *privatización neoconservadora*: es fruto de la restricción del gasto público en programas educativos y culturales; esto transfiere la iniciativa al sector privado. Esto también despolitiza el campo cultural, reduce las acciones no rentables, el estado concentra su acción cultural en grandes espectáculos masivos. La empresa privada financia escuelas, expande su influjo a través de los medios masivos.

e) la *democratización cultural*: concibe la cultura como programas de distribución y popularización del arte y del conocimiento científico. El problema en esta postura es la definición elitista del patrimonio simbólico, la valoración unilateral, sea del estado o de los grupos hegemónicos, o la imposición paternalista del propio modo de ver la cultura. Seguirían intocados los modos de producción y consumo de los bienes simbólicos.

f) la *democracia participativa*: alternativa del anterior. Parte de la coexistencia, en una misma sociedad, de múltiples culturas, cuyo desarrollo autónomo e igualitario debe propenderse, pues no existe una cultura legítima. Busca la participación, la autogestión, el desarrollo de todas las iniciativas, la promoción de la condición social de los protagonistas para que, en consecuencia, se desarrolle la creatividad colectiva. Así mismo, busca que el propio sujeto produzca las expresiones culturales que le permitan afirmar o renovar su identidad.

García Canclini concluye señalando dos aspectos esenciales en el estudio de este problema: la urgencia de investigar las necesidades populares y su vida cotidiana que han estado marginadas de toda expresión y preservación cultural; y el hecho de que ni los estados, ni los pensadores de izquierda han dado cabida en sus reflexiones al uso de los medios de mayor incidencia popular, a fin de lograr circuitos horizontales de comunicación, que sean alternativos a los circuitos verticales, dependientes, que provienen de los sistemas informativos de las grandes metrópolis.

Para García Canclini, una buena política cultural no es la que asume en forma exclusiva la organización del desarrollo cultural en relación con las necesidades utilitarias de las mayorías, sino que abarca también los movimientos de juego y experimentación, que promueve las búsquedas conceptual y creativa, a través de las cuales cada sociedad se renueva.

Jean Franco

En su artículo *La Política Cultural en la época de Reagan*, Jean Franco refleja que pese a que el mandatario norteamericano tiene una fama de "antintelectual", ha logrado, durante su mandato, consolidar una política cultural coherente, patrocinada por renombrados intelectuales de derecha. Esta política se ha caracterizado:

a) por tratar de copar, a través de sus más conspicuos representantes, los medios de expresión de mayor impacto: editoriales, publicaciones, centros educativos, medios de comunicación; b) por tener una política agresiva frente a sus oponentes ideológicos, a los que busca mantener a la defensiva, mediante denigraciones a sus errores intelectuales, mediante contraargumentaciones, mediante la limitación de recursos para investigación de temas que no interesan a los propósitos nacionales; c) por buscar un amplio control o acceso a los medios de comunicación a los que se ha impuesto una política de silencio y omisión frente a problemas que pueden afectar a la "seguridad nacional", o en los que se ha propuesto una revalorización de hechos tan criticados otrora como la guerra de Vietnam; d) por la afirmación de los valores "eternos", de los cuales los Estados Unidos son el legítimo depositario así como de toda la tradición de Occidente. Por ello se pretende una lealtad fuerte, ajena a la debilidad de carácter y al escepticismo, a los valores americanos; cualquier crítica es vista como subversiva.

Es la opinión de Franco, la política cultural de la administración Reagan ha logrado afectar a toda la masa crítica de su país, bajo los distintos mecanismos antes descritos.

Guillermo Bonfil

Ios pueblos de indios, sus culturas y las políticas culturales es el tercer artículo de este libro y su autor es Guillermo Bonfil. Comienza reflejando el hecho de la superación definitiva de las tesis integracionistas propias del indigenismo anterior, que buscaban la renuncia de los indígenas a sus culturas propias, para adoptar la cultura dominante.

Señala el autor que a este requiebre del indigenismo antiguo han contribuido significativamente el surgimiento, desde hace unos quince años atrás, de las organizaciones políticas indígenas en diversas partes de nuestro continente; la formación de un concepto de etnodesarrollo, entendido como la capacidad autónoma de decisión de una sociedad culturalmente diferenciada para guiar su propio desarrollo y que supone su reconocimiento como unidades político-administrativas autónomas, con derecho a desarrollar su cultura y lengua, a explotar los recursos de su territorio y a mantener sus formas de gobierno interno y de administración de justicia.

En su reflexión, Bonfil propone el uso del término pueblos de indios antes que el de grupos étnicos, como más ventajoso para las diferentes discusiones y análisis del tema.

Para el autor, un nuevo indigenismo busca la participación integral de los indios en la definición y puesta en práctica de las políticas culturales, a partir de una toma de conciencia por parte del Estado de que tiene una deuda social con este grupo humano, a fin de remontar siglos de dominación que han destruido su intelectualidad, que han suprimido sus niveles de organización, que ha dejado efectos innegables por obra y gracia de la cultura dominante, como el profundo sentido de inferioridad que aún los afecta. Todo esto restringe, sin duda, una capacidad de influjo inmediato. En todo caso, está claro que el propósito de todas estas nuevas políticas debe ser el logro de una autonomía cultural, la única que permite el desarrollo de la iniciativa y la preservación y renovación de su identidad como pueblos.

Sergio Miceli

Bajo el amplio título de *Estado, mercado y necesidades populares: las políticas culturales en Brasil*, Sergio Miceli sostiene la tesis de que el Estado, especialmente en ese país, se ha hecho presente como protector de actividades culturales que vienen experimentando crecientes dificultades de supervivencia en función de los criterios estrictos de mercado: público, rentabilidad, lo que se debería al hecho de que la iniciativa gubernamental ha adoptado una postura defensiva, dejando en manos de la empresa privada las mejores oportunidades de inversión y ganancia en el campo de la producción cultural.

Esto ha llevado, según Miceli, a una segmentación del mercado de bienes culturales. Los grandes empresarios particulares se ocupan de actividades con altas tasas de recuperación del capital, tales como: fascículos, televisión, estaciones de radio FM, discos, cintas cassette o videocassete, destinados a los modernos medios de reproducción electrónica. Mientras tanto, la iniciativa pública se ocupa de tareas defensivas de protección y conservación del acervo histórico, o de género y eventos culturales como la ópera, el ballet clásico, el teatro declamado, la música erudita.

Al desarrollo de esta tendencia "patrimonialista" han contribuido otros factores, entre los que se mencionan: el alejamiento progresivo de numerosos intelectuales y artistas respecto de las iniciativas gubernamentales; la precariedad de los recursos y del personal en la infraestructura institucional oficial; la disminución de público para ciertas actividades artísticas y culturales, en razón de que la gente dedica un mayor presupuesto a la adquisición de las llamadas "máquinas culturales"; a la intencionada adopción de una política cultural de este corte argumentando que así se preserva el "alma nacional" y se la defiende de las imposiciones de patrones culturales extranjeros.

Oscar Landi

Oscar Landi aporta a este libro con su trabajo: "Campos culturales y democratización en Argentina". Refleja los hechos culturales iniciales, fruto del tránsito político desde regímenes totalitarios a gobiernos democráticos: levantamientos de censuras sobre la creación artística, eliminación de "listas negras" de artistas y científicos, el fenómeno del "destape" y de reinformación de la sociedad. Posteriormente se irá definiendo una reflexión pública de cómo debe intervenir el Estado, positivamente, en el campo cultural, en medio de otras urgencias sociales y económicas heredadas por la naciente democracia.

Precisamente el tema de la participación del Estado en la actividad cultural se abre con la toma de conciencia de la carencia o limitación de recursos por la crisis económica que atraviesan los países del continente. Simultáneamente, surge en Argentina una reclamación de la iniciativa particular para que se privatice ciertos medios culturales, petición que no explica el hecho de que esta decisión constituiría un poderoso mecanismo de transferencia de ingresos del Estado hacia sectores privados.

Pero lo que preocupa al autor de este trabajo no es qué

medios y en qué proporciones quedan en manos privadas o los derechos humanos, el levantamiento de una serie de restricciones y un tono general federalista, un conjunto de disposiciones de protección y fomento de la actividad cultural; la incorporación de la Argentina Televisora Color a la Secretaría Nacional de Cultura, entre otras.

en manos públicas, sino en qué medida se logra posibilitar la pluralidad de las voces, cómo se crean nuevos puentes entre artistas y público, cómo queda estructurada la distribución y formato de los circuitos de producción cultural y comunicativa, de modo que se permita que las decisiones finales recaigan en los profesionales y productores de la cultura.

Para Landi, la transición hacia la democracia debe, también, implicar nuevos principios de organización del campo cultural, contando con la cultura popular como su polo dinámico.

En la segunda parte de su trabajo, el autor subraya algunos aspectos relevantes del Plan Nacional de Cultura del actual gobierno-democrático argentino: su interpretación antropológica de la cultura, la contribución de la cultura a la descentralización del poder, el derecho a la cultura como uno de

José Joaquín Brunner

Este libro se cierra con un artículo de José Joaquín Brunner *Políticas culturales y democracia: hacia una teoría de las oportunidades*, con el que pretende responder a ¿cómo articular un discurso razonable sobre lo cultural que no sea trivial ni tan abstracto que impida la acción? y ¿cómo evitar caer en la generalidad de que todo es cultura?

Para responder comienza por identificar a los agentes habituales de la acción cultural: productores profesionales, empresa privada, agencia pública, asociación voluntaria; igualmente identifica las instituciones que procesan estas acciones culturales: el mercado, la administración pública y la comunidad. De las diversas combinaciones posibles de estos elementos surgen lo que el autor denomina circuitos culturales que abarcan las fases de producción, transmisión y consumo de los bienes culturales, a cada uno de los cuales dedica atención pormenorizada.

Al analizar los circuitos encuentra en ellos varios componentes: agentes, medios de producción (base tecnológica, propiedad de los medios, organización agente-medio), canal de comunicación (condicionamiento tecnológico, acceso de agentes, acceso de público), públicos, instancias institucionales de organización.

Luego Brunner hace un análisis minucioso de los diversos tipos de políticas culturales sobre agentes, medios de producción, canales de comunicación, públicos, relativo a las instancias institucionales que organizan los circuitos culturales, para concluir con el análisis de políticas culturales democráticas en un sentido general.

Este enjundioso libro sobre *Políticas Culturales en América Latina* recoge, a nuestro modo de ver, las principales problemáticas relativas al quehacer cultural que están motivando la reflexión del aparato estatal, de grupos sociales, de artistas y gestores directos de la cultura en este momento histórico de la vida de nuestro continente.

Jaime Peña Novoa, licenciado en Filosofía y en Sociología Clínica (U. Católica del Ecuador), es actualmente animador de varias empresas culturales dedicadas a educación, literatura y difusión editorial.



"Como la realidad es muy insatisfactoria, la novela representa para mucha gente el sueño cotidiano". Secuencia de la "Señorita Flor" "

Por Anamaria Fadul

BRASIL EL EXITO DE LA TELENOVELA

"Hace poco empezamos a colocar datos brasileños, locales brasileños, sonido brasileño... Es importante que la novela contenga un nivel de verdad y de cotidianidad, así como un poco de fantasía" Daniel Filho, director de telenovela.

"Hasta cierto punto, soy alienante, pues en la medida en que hago una novela y traslado a ella lo cotidiano de una historia, estoy haciendo política. Porque todo es política" Janete Clair, telenovelista.

Anamaria Fadul: profesora en la Escuela de Comunicación y Artes de la Universidad de São Paulo; doctora en Filosofía y autora de varios libros sobre políticas de cultura, comunicación y nuevas tecnologías.

El éxito de la telenovela brasileña no tiene parangón con ninguna otra producción cultural del pasado, pues al mismo tiempo tiene, a la vez, una dimensión económica, política, social y cultural. De tradicional importador de productos culturales, Brasil ha pasado a ser exportador de un nuevo género de ficción, igual que otros países latinoamericanos, dando origen así a un género típicamente brasileño.

Su popularidad es el resultado de una larga historia que comenzó con la importación de un género, el drama mexicano-cubano-argentino. Con el tiempo se fue apartando de este modelo al mismo tiempo que se aproximaba cada vez más a la realidad cotidiana. En opinión de uno de los más famosos telenovelistas, Dias Gomes, su papel fue

"reunir grandes masas para la televisión, pues se transformó en el producto más popular, más solicitado, de mayor comunicación popular, convirtiéndose en un significativo vehículo. Y no solo de divulgación, aunque a través de ella se divulgue arte, cultura, conocimiento, sino también de creación. En una especie de una nueva manera de expresión popular. Un nuevo género de arte popular".¹

Este proceso de evolución fue, por supuesto, largo y lleno de contradicciones. Combatida siempre por los intelectuales, acompañó muy de cerca los cambios del país desde 1963. Muchas veces se anunció su decadencia y muerte, pero siempre volvió con más fuerza y con nuevos temas.² La telenovela hace parte de la vida diaria de las per-

sonas, es ya un hábito creado, y, en opinión de muchos novelistas, "nadie acabará con ella"³ porque "la novela va a tener vida eterna. Siempre existirá alguien interesado en seguir una buena historia"⁴.

La telenovela en nuestro país tiene varios orígenes. La primera y más remota es la novela de folletín francés del siglo XIX; en segundo lugar los dramas latinoamericanos ya dichos, divulgados por la radio y la televisión y, finalmente, las telenovelas escritas y producidas en el Brasil en la década del 60. No debemos olvidar también, como lo afirma José Marques de Melo, la soap - opera norteamericana, puesto que el "género evolucionó en todo el continente bajo el patrocinio de las compañías productoras de bienes de limpieza y de belleza"⁵.

Si estos son sus orígenes, no podemos dejar de señalar que "si la teleno-

vela tiene parentesco con la radionovela, a su vez heredera de la novela de folletín, solo, mantiene con ellas relaciones de contigüidad y origen, sin identificarse íntegramente con esas formas"⁶

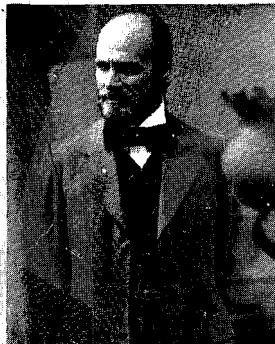
La brasiliización del género fue resultado de su historia que se constituyó a partir de una íntima vinculación con el gusto del público. Para los intelectuales, ese es, ciertamente, uno de sus aspectos más criticables, pero que encuentra justificación muy clara cuando se entiende su forma de producción. Está basada exclusivamente en la publicidad, pues de ella dependen su forma y estructura. Solo así se puede entender la afirmación de Manuel Carlos: "la novela es una obra absolutamente abierta. No tiene comienzo, medio o fin. Como en la vida real, nadie sabe lo que va a acontecer con cada personaje. El personaje está influido por la preferencia del público, de mi vecino. Es difí-

cil establecer de antemano el destino de cada personaje"⁷.

Pero la telenovela brasileña tiene también otras características propias. A pesar de ser un arte industrial, "es algo bien brasileño, que solo es posible aquí. Si le fuese aplicada cualquier ley sindical, cualquier ley de orden público, sería imposible hacer una novela. En cualquier país del mundo, si deseo grabar en la calle, tengo que solicitar previamente una autorización... En ningún lugar del mundo, técnicos y actores están de acuerdo en trabajar tantas horas seguidas. Tienen que memorizar decenas de páginas, cuarenta por día. Es para perder la cabeza"⁸. Este ritmo de trabajo es el que apartó a algunos escritores de la televisión.

Su éxito se explica no solamente por la relación con sus especificidades brasileñas. En opinión de uno de nuestros mayores dramaturgos, Nelson Rodri-

Entre el espejo de sueños y realidades



Dary Reis, uno de los principales actores en "Esclava Isaura"

"Creo que no tengo mensajes dirigidos, preconcebidos, impuestos como tesis eruditas para conquistar prosélitos. Este no es mi propósito. No obstante, mis obras continene lo que algunos llaman 'lado social de la realidad'" (Ivani Ribeiro, telenovelista).

"No me preguntan nada. Acabo de dejar Sucupira" (General Golbery de Couto e Silva).

El estudio de las identidades nacionales a partir de las novelas no ha merecido mucha atención de parte de los investigadores sociales, pues hasta aquí la gran preocupación ha sido de denunciar a las telenovelas y no comprenderlas en todo lo que tienen de contradictorio. Inclusive los que se proponen tratar algunos de esos temas, como es el de la mujer, se han limitado a señalar la ideología divulgada por las telenovelas como nueva forma de opresión y discriminación de la mujer.

Al referirse a las telenovelas de la "TV-Globo", en la década pasada, la investigadora Marfa Rita Kehl, afirma: "la telenovela, cotidiana, doméstica, en este período se transformó en la principal forma de producción de la imagen ideal del hombre brasileño. Específicamente, las novelas de las 20 horas de la TV-Globo, las más vistas de la telenovela brasileña, en los años 70, —cuando comenzaron a modernizarse y a afirmarse en una estética realista— cumplieron el papel de

ofrecer al brasileño desenraizado que perdió su identidad cultural, un espejo glamurizado más cercano a la realidad de su deseo que a la realidad de su vida, y por esto mismo funcionó como un elemento conformador de una nueva identidad, identidad brasileña, identidad - de - brasileños, quizás lo más parecido a la identidad nacional que este país ya tuvo"¹³. Bajo esta perspectiva, las identidades nacionales que las telenovelas están ayudando a constituir, solo pueden ser falsas.

Pero no basta solo conocer la opinión de críticos e investigadores académicos, pues este tema es tratado con mucha frecuencia por autores, directores y actores de telenovelas. Estos intelectuales íntimamente relacionados con las prácticas culturales más importantes de nuestro país están convencidos en su mayoría de que han contribuido a crear un lenguaje de ficción que permite canalizar valores típicamente nacionales. Por otro lado, tienen conciencia de que la telenovela no puede cambiar al país. Como afirma el director de novela, Daniel Filho: "Di otro paso. Fue cuando dejé de imitar obras extranjeras y comencé a contar la historia de un jugador de fútbol. Nuestro *ganster* es el "mineirinho". Esto nos trajo no solo calidad, sino verdad. Y así trajo cultura a la novela. Porque la información es una forma de cultura. En mi opinión, no debemos ser didácticos. La televisión debe ser un espejo que enseñe la verdad en que Ud. vive. Algo de lo que es el psicoanálisis... No obstante, la solución no corresponde a la televisión. Muchas veces la televisión es considerada como el remedio del Brasil, del mundo. En realidad, la televisión a lo sumo puede constituir apenas un espejo"¹⁴.

gues, "la novela es sobre todo una fuga. Como la realidad es muy insatisfactoria, la novela representa para mucha gente el sueño cotidiano. Es un descanso. Ella se confunde con esa parte de la infancia, de la adolescencia que todos tenemos. No veo ningún maleficio en la novela, solo veo ventajas..."⁹ Esto no elimina el conflicto principal que acosa a la propia definición de este género de ficción. Porque, de alguna manera, se ha exigido a la novela aquello que no es: un instrumento de transformación política, se llegó a condenarla como una de las formas más perfectas de alienación. Para el citado autor esto es algo incomprensible, y no entiende "por qué los intelectuales atacan a la televisión. Ella pertenece a un conjunto de relaciones: la televisión es así o asada porque el público es así o asado. Hay una equivalencia de niveles. El intelectual que ataca a la televisión se imagina que él es un Tolstoi, que es un Balzac que anda por ahí y que nadie lo ha descubierto porque todos son unos burros".¹⁰

En realidad hay otro concepto de arte, otro concepto de la relación con el público. En este sentido se puede apreciar la afirmación de Dias Gomes: "prefiero decir una frase para 35 millones que escribir una pieza para 400 privilegiados. La vieja idea del arte por el arte no existe en una economía de mercado en la que los intereses artísticos y económicos están relacionados. Nadie puede producir algo de buena calidad si no va a contar con un público suficiente".¹¹

De transformación en transformación, la telenovela en sus veinticinco años de historia llegó a ser un género que ha madurado plenamente. Esto, sin embargo, no significa que haya una sola especie de telenovela, pues en este período fueron madurando al mismo tiempo el género y sus formas. En efecto, hablar de telenovela brasileña significa antes que nada señalar una gran diversidad de obras, desde la comedia pasando por la crítica social y las que enfocan la tragedia urbana hasta las adaptaciones literarias.

NINA, PALOMA, LO FEMENINO

Uno de los temas que hasta ahora ha merecido el mejor trato en las telenovelas y el más debatido, en nuestra opinión, es el de la mujer. A pesar de la permanente presencia de personajes

femeninos que presentan otra imagen de la mujer, una imagen coherente con su nuevo papel en la sociedad, el comportamiento de los personajes femeninos en muchas ocasiones está marcado por una visión tradicional de su propio papel. Por ejemplo, para Jane Saques "la histórica discriminación sexual de la mujer... se sustenta en factores de orden económico, pero también en la costumbre y la producción ideológica a través de la cual son responsables, en primer lugar la familia, luego la iglesia y la escuela, en las últimas décadas, la industria cultural" y en forma indiscutible la telenovela. "Como canalizadores de la ideología que opriime y discrimina a la mujer, creo que los productos más característicos de los llamados medios de comunicación de masa son los dirigidos en forma predominante al público femenino, cuyo ejemplo más expresivo es la telenovela".¹⁵ Al hacer un análisis de la telenovela *Los Gigantes* (1979-1980), de Lauro César Muniz, la investigación no pudo dejar de reconocer que la telenovela logró dejar sin valor muchas de las costumbres antiguas, aunque no propugnó valores revolucionarios por "no poner en riesgo la ideología del matrimonio y de la familia en la que sustentaba la discriminación sexual de la mujer".¹⁶

Pero esta posición, siendo dominante, no es la única. Por ejemplo, para la investigadora Ruth Cardoso, pese a que es un tema controvertido entre las feministas, no se puede negar que la telenovela tuvo una función importante en los cambios del papel de la mujer, porque en nuestro país fue la televisión, el contrario de la prensa escrita, la que permitió dar otra imagen de la mujer. Afirma: "no hay novela que no muestre conflictos de mujeres que quieren liberarse de la opresión masculina. Muchas muestran romances de mujeres maduras que legitiman la sexualidad de las menos jóvenes".¹⁷

Esta preocupación por el tema de la mujer no es exclusiva de las investigadoras mujeres, sino que forma parte del universo de los autores. Una de las primeras novelas que tocó el tema fue *O Casarao* (1976), de Lauro César Muniz, a pesar de la censura a las audacias de sus personajes femeninos. Según su autor, en esa telenovela "algunos de mis personajes femeninos son portadores de un mensaje feminista".¹⁸

Desde entonces, vino a ser tema constante en muchas otras novelas poste-

riores, tal el caso de *Nina* (1977-1978), de Walter G. Durst, en la que se mostró el problema de la libertad de la mujer con más claridad. Para la artista que trabajó en ese personaje, la famosa Regina Duarte, "Nina es increíble: una mujer de los años 30, que percibe todos los límites estrechos del moralismo, de la política, de las costumbres, y que procura ir abriendo brechas sin dejar de ser paciente, transparente, definida. Aún así, la vida es dura con Nina. Pero reacciona. Participa. Quiere".¹⁹ También esta novela tuvo problemas con la censura.

Otro personaje femenino, con papel central, fue Paloma en *Os Gigantes* (1979-1980), de Lauro César Muniz. Dina Sfat, la actriz principal, comenta sobre su personaje: "Paloma es una mujer de horizontes amplios. Alguien que jamás es objeto de acción, sino sujeto de decisiones. Una persona que decide todo sobre ella misma y no acepta que le digan lo que debe hacer. Si le dicen... ni escucha. En fin, es una mujer absolutamente libre, suelta en el mundo".²⁰ A más de la censura que tuvo un influjo significativo en la trama de la novela, al cuestionar el comportamiento del personaje, también se señaló su perfil negativo en cuanto mujer, esto es, ella no es sino lo contrario del machismo.

En cambio en *Corpo a Corpo* (1984-1985), de Gilberto Braga, el tema es el éxito profesional de una mujer y el fracaso de su matrimonio. Su ambición se contraponía con la postura del marido que no se preocupaba mucho de la carrera de su esposa. Cuando ella llegó a ser su jefe en el trabajo, el fue despedido por ella.

CURAS Y SANTAS

La religiosidad, la trascendencia, el misticismo son otras tantas cuestiones discutidas en las novelas y que, inclusive, presentan una evolución. Ya no se trata solo de mostrar las formas más conocidas por la clase media, como el catolicismo y el espiritismo, sino también otras como el "candomblé", religión africana muy conocida en el Brasil y muchas otras manifestaciones de la religiosidad popular.

La religión católica siempre estuvo presente en las telenovelas, ya que siempre hay sacerdotes en papeles secundarios. En *Roque Santeiro* (1985-

1986), de Dias Gomes, se presenta por primera vez en forma explícita la confrontación entre la iglesia tradicional y la progresista. A través de dos personajes con papeles importantes, representantes de dos sectores de la Iglesia en el país, la novela alcanzó gran repercusión, a tal punto que Paulo Evaristo Arns, Arzobispo de São Paulo, uno de los prelados más influyentes en el país, solicitó al autor que no permitiera que el padre progresista dejara la sotana para casarse, ya que esto sería un desdén para esa rama de la Iglesia. No sabemos si el autor se abstuvo de hacer que el cura se casara, a causa de ese pedido, pero es importante destacar la polémica que produjo.

Ivani Ribeiro es una de las autoras de novela que más se preocupa con los problemas de la espiritualidad. Sus novelas *O Terceiro Pecado* (1968), *A Viagem* (1975-1976) y *O Profeta* (1977-1978) tratan problemas sobre esa dimensión de la realidad. Quizá la más famosa sea *O Profeta*, llevada al aire por la extinguida "TV Tupi", en la que aparecen rápidamente el Arzobispo de São Paulo, Paulo Evaristo Arns y Chico Xavier, el medium más famoso del Brasil. Su tema versa sobre el poder extrasensorial. En *A Viagem*, Ivani Ribeiro hizo una "curiosa incursión en la ciencia del espiritismo. Los personajes que en ella morían pasaban a actuar en otro mundo".²¹

En los últimos años, los santos de Candomblé han tenido influjo en los personajes y consecuentemente en la trama de la novela. En *Partido Alto* (1984), de Aguinaldo Silva y Gloria Peres, la medium prevé un determinado acontecimiento para el personaje principal y así ocurre. De este modo se demuestra no solo su grande influjo sino también lo cierto de sus previsiones.

En *Mandala* (1987-1988), de Dias Gomes, se hizo la substitución del oráculo de Delfos por un medium, cuyas previsiones llegan también a cumplirse. En esta novela aparece un monge budista y algunos personajes cargados de misticismo como Laio y Argemiro. Este, representado por el mismo artista que alcanzó tanto éxito en *O Profeta*.

CIUDADES ESCENARIOS

Otro tema bastante utilizado por las telenovelas es la relación entre las identidades locales y regionales y las identidades consideradas nacionales. Aunque tratada en forma un tanto diluida en

Historias de inmigrantes, negros e indios

Las nacionalidades y las razas, importantes elementos constitutivos de las identidades, aparecen con bastante frecuencia en las telenovelas. El tema de los inmigrantes apareció en forma más clara en dos novelas que contribuyeron significativamente en el desarrollo del género en la década del 60: *Antônio Maria* (1969) y *Nino, o Italianinho* (1969-1970), ambas de Geraldo Vietri, en la antigua TV-Tupi. En esas obras se da cuenta de los problemas de los inmigrantes en el país. Más tarde, otra novela retomará el tema, *Os Imigrantes* (1981-1982), de Benedito Ry Barbosa que enfocando italiano, al portugués y al español con el propósito de "retratar la leyenda de los inmigrantes que llegaron al Brasil a fines del siglo XIX".²³

También fueron personajes importantes los inmigrantes árabes, como es el caso de *Gabriela* (1975), de Walter G. Durst, basada en la novela romance de Jorge Amado, en la que uno de los personajes principales es árabe. En *O Astro* (1977-1978), de Janete Clair, el personaje cuya muerte es objeto de gran misterio durante más de cinco meses, es un inmigrante libanés, que triunfó en la vida por su propio esfuerzo.

Con relación a las razas, la que mejor trato ha recibido es la negra. En un principio, los personajes negros solo aparecían en papeles secundarios, como empleados domésticos, jardineros, etc. Desde hace algún tiempo, a pesar de que todavía aparecen en esa condición, se introdujo a personajes con profesiones liberales y también con familia. Recientemente, en *Mandala* uno de los personajes es un ex-diputado negro que, a más de tener un cierto influjo en la trama de la novela, también se presenta como en las familias blancas junto a su esposa, madre y hermano.

En *Corpo a Corpo* se presenta el racismo con más nitidez. El romance de una arquitecta negra con un heredero rico, denuncia la existencia del prejuicio racial en el Brasil, negado siempre por la ideología del Estado, pues hay una ley que prohíbe la discriminación racial.

Los cambios ocurridos en la representación de los negros en la novela son más nítidos si se comparan con lo ocurrido en la década del 70: "las telenovelas permitieron la fijación y divulgación de otra imagen del negro, que refleja la realidad: el negro representa los mismos papeles que en la sociedad brasileña les han sido atribuidos por el proceso histórico. Así, la ficción, con todos los recursos que la vida real no presenta por lo menos en forma tan convincente, ayuda a fijar la imagen del negro servicial, subalterno, inexpressivo desde el punto de vista social. La televisión confirma la opinión popular formada históricamente, de que el negro debe ocupar solamente los escalones inferiores de nuestra sociedad".²⁴

El indio, a pesar de estar totalmente marginado por la sociedad y, en cierta forma, por la televisión, con excepción de los documentales y de los teleperiódicos, fue el tema de la novela *Aritana* (1978-1979), de Ivani Ribeiro, que al discutir los derechos de los indios, generó una gran polémica con los antropólogos y con la FUNAI (órgano encargado de la política indigenista en el país), ocasionando inclusive la dimisión de un funcionario por causa de la telenovela. Defendiendo la obra, Orlando Vilas-Boas, al comentar la telenovela, preguntó: ¿Por qué el indio no puede ser visto por el pueblo? Es acaso un privilegio de los antropólogos?²⁵



La mayoría de las telenovelas trascienden predominantemente solo la imagen de la mujer, así lo confirma, "Plumas y Lentejuelas"

el decorrer de su evolución, a partir de *Os Irmaos Coragem* (1970-1971), de Janete Clair, se da un trato más específico a la relación ciudad pequeña-ciudad grande. Coroadó, la primera ciudad construida especialmente para servir de escenario a una telenovela, estaba localizada en el interior de Bahía. Esta novela constituyó uno de los mayores éxitos de la década del 70. Su autora había previsto un desarrollo un poco distinto del que efectivamente salió al aire. "Para sorpresa de Janete y de los directores de la novela Milton Gonçalves y Daniel Filho, desde los primeros capítulos el sufrimiento y los amores de Joao y Jerônimo Coragem, en la dura lucha de la minería, emocionaron al público hasta límites increíbles. La ciudad grande, con Duda y sus aventuras en el mundo del fútbol, quedó rápidamente en segundo plano en el gusto de los televidentes. La autora se vio obligada a cambiar los planes iniciales, y tuvo que centrar la acción en el medio rural"²²

Otra ciudad pequeña que se hizo famosa en el Brasil y en el mundo, fue Sucupira, la ciudad imaginaria de *O Bem Amado* (1973), de Dias Gomes, localizada también en el sector rural del Estado de Bahía. Se la identificó con Brasil, por una frase del General Golbery do Couto e Silva —gran ideólogo del período de la dictadura militar— a propósito de su salida de la Casa Presidencial en 1981 por desacuerdos con el Presidente Joao Figueiredo. La frase

se hizo famosa: "No me preguntén nada. Acabo de dejar Sucupira".

De esa pequeña ciudad salió una de las sátiras políticas más bien hechas en los últimos tiempos en el Brasil. A través de un constante contrapunto entre los valores de la ciudad pequeña y de la ciudad grande, la telenovela presentaba las oscuras maniobras políticas de los personajes típicos de una ciudad del interior. En fin, una buena sátira de un país que procuraba modernizarse, pero que tenía que convivir con los aspectos más atrasados de la política nacional, lo que permite entender la frase antes mencionada.

Recientemente, otra ciudad pequeña fue a parar en las redes de la televisión: Asa Branca. En ella se desarrolla toda la acción de la novela más famosa hasta hoy en Brasil *Roque Santeiro* (1985-1986), también de Dias Gomes. A través de personajes característicos, hasta falso hombre lobo, se presentan escenas de una pequeña ciudad en franca confrontación con los valores modernos de la ciudad grande.

ESCUELAS DE SAMBA Y EL JUEGO DE BICHO

La Samba, la Escuela de Samba y el Carnaval aparecen en una de las primeras novelas de crítica social, *Bandeira 2* (1971-1972), de Dias Gomes. En dicha novela, según su director, era la primera vez que aparecía en escena una Es-

cuela de Samba. "En menos de cuatro años, afirma, salimos en *La Paloma* tema musical de *Rainha Local*, directamente a la música de escuela de samba, tema de la telenovela *Bandeira 2*. Todo esto fue hecho en poco tiempo, en términos de trabajo ante el público. *Bandeira 2* presentaba a un joven que en la realidad era un bandido, un "bicheiro", que sin perder su connotación de bandido continuaba siendo simpático. Este cambio fue muy discutido principalmente en términos de Brasil. Porque cuando se hace una novela para que el país lo mire, no se puede olvidar que el Brasil está constituido por varias ciudades con mentalidades y diversos gustos. Existía el recelo de que la escuela de samba podía convertirse en algo antipático por ser muy carioca. Sin embargo *Bandeira 2* salió al aire y tuvo buena aceptación"²⁶

Una novela que también exhibió al mundo las escuelas de samba fue *Partido Alto* (1984), de Gilberto Braga. El personaje principal es una manicurista que sueña con ser la abanderada de una escuela de samba en Río de Janeiro. En esa obra se reproduce el trabajo diario de la escuela, desde el proceso de selección de la abanderada hasta la elección del "samba-enredo". La última escena muestra al personaje principal desfilando, luego de una serie de dificultades, en la escuela de samba durante el Carnaval.

No hay que olvidar también la conexión que existe en Río de Janeiro entre la escuela de samba y el juego denominado "bicho". Así, en las dos novelas antes citadas, aparece el juego de "bicho", una de las formas más populares de contravención a la ley en el Brasil. En Río de Janeiro, el "bicho" tiene una presencia más fuerte, llegando inclusive a la escena política, con sus personajes principales, financiando a candidatos a diputados y a la policía y a autoridades en general.

En *Bandeira 2*, Dias Gomes reveló al público por primera vez las violentas historias y los increíbles personajes del juego de "bicho", con escenas de gran realismo. En *Partido Alto* el personaje principal, un "bicheiro", no puede huir del país por intervención de la policía. En la última escena se insinúa que también en esta ocasión conseguirá comprar a la policía. Esta novela tuvo problemas con la censura por señalar claramente la conexión de la policía con todo ese universo de contravención.

FUTBOL: telenovela del hombre?

A pesar de que el fútbol es uno de los deportes con significativo componente de la identidad nacional, no ha tenido en las telenovelas un espacio que corresponda a su importancia en la sociedad. En *Irmaos Coragem*, se introdujo este deporte por primera ocasión. Sin embargo, esta intención no fue mantenida hasta el fin porque si bien la novela acabó "batiendo todos los récords de audiencia en la época, 1970, no fue precisamente por el fútbol, Maracaná, Flamento y compañía, sino por los mineros, la vida del campo, de los heróicos hermanos, los hermanos coraje"²⁷ Más tarde, otra telenovela introdujo con éxito el fútbol a través de uno de sus personajes claves, un famoso jugador en *Vereda Tropical* (1984-1985), de Silvio de Abreau, uno de los autores de mayor éxito en el género de la comedia.

Una de las explicaciones para esa ausencia puede ser, por un lado, la existencia de una serie de programas deportivos en la televisión y, por otro, la identificación de esa forma de diversión con el público masculino, al contrario de la telenovela, que se identifica fuertemente con el sexo femenino. En opi-

nión de Décio Pignatari, existe una distancia entre el fútbol y la novela. Al respecto afirma: "Si se puede decir que el fútbol es la telenovela del hombre, la telenovela es el fútbol de la mujer brasileña. Se trata de dos géneros rutinarios de entretenimiento de masa, tan rutinarios como la vida diaria de cada uno de nosotros, pero de los cuales siempre se esperan grandes momentos de emoción".²⁷

El estudio sistemático de las identidades nacionales a partir de las telenovelas, apenas se inicia en el país. Sin duda, es un tema complejo pero fascinante. Sin embargo, como conclusión parcial se puede afirmar que bien o mal las telenovelas han procurado ser en diferentes épocas, por lo menos el espejo de esas identidades, dentro de los límites de sus posibilidades económicas (publicidad) y políticas (censura).

Por otro lado, su éxito absoluto en los últimos 25 años es un indicador indiscutible de que la telenovela, más que cualquier otra forma de representación en el país, está captando la imaginación de las masas.

Referencias

1.- "Novela, a única invenção da TV brasileira". "Folhetim", *Folha de S. Paulo*, 28/09/80, p. 5. 2.- Ver el libro de Décio Pignatari, "Signagem da televisao". S. Paulo, Brasiliense, 1984, pg. 73-74 y el reportaje "Aos 20 anos o impasse da telenovela" - *Folha de S. Paulo*, 10/07/83, pg. 74. 3.- Nelson Rodrigues, "Rainhas Loucas, Bem-Amados, Irmaos Coragem, etc. etc.", en "Opiniao", Rio de Janeiro, 1973, pg. 10. 4.- Manuel Carlos, "A Novela é eterna". *Veja*, 25/03/81, pg. 6. 5.- Ver el texto de J.J. Melo, "Producao e exportacao da ficcao televisual brasileira: Estudo de caso da TV Globo". S. Paulo, Unesco, 1987 (mimeo). 6.- Lígia Averbuck, "Da página impressa ao vídeo; a literatura, o escritor e a televisao" - Literatura em tempo de cultura de massa - S. Paulo, Novel, 1984, p. 178. 7.- Manuel Carlos, ob. cit. pg. 4. 8.- Guel Arraes, "perfil". *Lua Nova*, vol. 2, No. 1, abril/junio/85, pg. 32-33. 9.- Nelson Rodrigues, ob. cit. p. 10. 10.- Nelson Rodrígues, ob. p. 5. 12.- El estudio de los géneros en los medios masivos no se ha desarrollado en forma significativa en el Brasil. José Marques de Melo ha investigado los géneros periodísticos, pero en cuanto a los géneros televisivos, la telenovela quizá sea el único que llama la atención. En América Latina destacamos la contri-

bución de J. M. Barbero en su último libro, "De los Medios a las Mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía" - México, Gustavo Gilli, 1987, pg. 241-242. Dejando de lado las concepciones estructuralistas, prefiere definir al género como "estrategia de la comunicabilidad", lo que significa considerar su dimensión histórica. 13.- Maria Rita Khel "Eu vi un Brasil na TV". En "Um país no ar: história da TV brasileira em 3 canais" - S. Paulo, Brasiliense, 1986, p. 289. 14.- "De Rainhas Loucas, Bem-Amados, Irmaos Coragem, etc. etc." - Opiniao, Rio de Janeiro, 1973, p. 11. 15.- Jane Sarques, "A discriminacao sexual da telenovela: sua influencia sobre a mulher brasileira" J.M. Melo (Coord.), Teoria e Pesquisa en comunicacaco: Panorama latino-americano. S. Paulo, Intercom/CIID, 1983, p. 219-220. 16.- Jane Sarques, ob. cit., p. 223. 17.- Ruth Cardoso, "Sociedade civil e meios de comunicacaco de massa no Brasil". J.M. Melo (coord.), Comunicacaco e transicao democrática - Porto Alegre, Mercado Aberto, 1985, p. 128. 18.- Lauro César Muniz, citado por Maria Rita Khel, ob. cit. p. 301. 19.- Regina Duarte, citada por Alberto

Pecegueiro (coord.), Melhores Momentos: A Telenovela Brasileira. Rio de Janeiro, Rio Gráfica Editora, 1980, pg. 5. 20.- "Dina Sfat encara Paloma e o mito" - *Folha de S. Paulo*, "Ilustrada", 30/08/79. 21.- Ismael Fernandes, "Memória da Telenovela Brasileira" - São Paulo, Brasiliense, 1987. Una parte de nuestras informaciones sobre las telenovelas fueron sacadas de este libro - una exhaustiva reconstitución de más de 400 novelas, con datos sobre el autor, elenco, y una pequeña información sobre su contenido hasta ahora la única tentativa de recuperar su historia. 22.- Alberto Pecegueiro, ob. cit. p. 8. 23.- Ismael Fernandes, ob. cit., pg. 246-247. 24.- Solange Couceiro, "O negro na televisao de S. Paulo: um estudo de relações raciais" - S. Paulo, FFLCH - USP, 1983, p. 86. 25.- "Happy end no Xingu" - *Veja*, 29/11/78, p. 86. 26.- "De Rainhas Loucas, Bem-Amados, Irmaos Coragem, etc. etc., " - Opiniao, Rio de Janeiro, 1973, p. 11. 27.- Alberto Pecegueiro, ob. cit. p. 8. 28.- Décio Pignatari, ob. cit. p. 70. 29.- Enfocando la cuestión nacional y popular en la TV, el libro de Carlos Alberto M. Pereira y Ricardo Miranda, "Televisao: as imagens e os sonos. No ar, o Brasil" - S. Paulo - Brasiliense, 1983, inexplicablemente deja de lado la telenovela ■

CUADRUPLE AGRESION DE LOS MEDIOS MASIVOS

Por Susana Cordero de Espinosa

A partir de un seminario sobre comunicación y medios alternativos

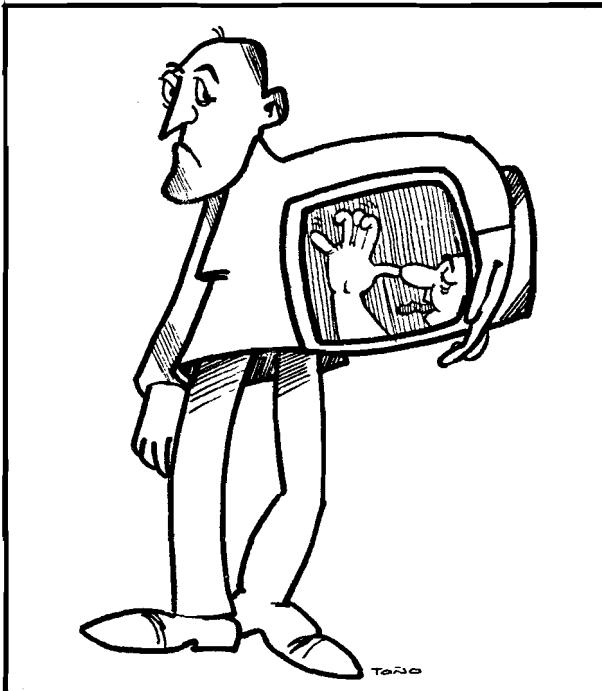
*La televisión entrega
paz, amor, felicidad
(deseos incontenibles
de vivir en sociedad).*

*De ganar mucho dinero
para poderlo gastar
(tomando whisky en las rocas
como dice Caligrán).*

*Con la televisión dan ganas
de comprar rifles y bombas
(de asesinar a un anciano
y nadar en coca-cola).*

*Qué apasionante es la tele
con sus videos de amor
prostitutas que se salvan
al casar con un señor
treinta años menor que ellas
y millonario el bribón.*

*Y en programas para niños
hay cosas extraordinarias*



*(cómo matar a una madre
cómo derribar murallas).*

*Cómo ganamos los blancos
contra los indios canallas
(que no quieren dar sus tierras
a cambio de una medalla).*

*Este medio cultural
y también de información
permite asistir a misa
mientras tomamos un ron;
la publicidad nos da
en cama la religión.*

*Por fin la televisión
con indudable armonía
es consuelo de los pobres
y niñas en soltería.*

*Es estudio de sociólogos
que la definen muy bien
pero llegado el momento
se sientan a ver T.V.*

Se habrá sentado también alguna vez Angel Parra, inconfundible autor de la canción, a ver la televisión como el sociólogo de marras? ¿Habrá sabido definirla, pero además hacerle tomar parte de sus decisiones diarias, de sus sueños, permitirle influir en sus elecciones sobre qué comprar o no comprar, qué vender o no vender?

Pensamos que no. Pero porque sabemos que Angel Parra, como su madre, Violeta, como tantos hombres conscientes son, de alguna manera en este mundo, una hermosa excepción.

Susana Cordero de Espinosa es docente en el Departamento de Filosofía de la Universidad Católica del Ecuador y articulista en el diario HOY de Quito. Doctora en Filosofía con una tesis sobre La Etica en Camus.

ción. Por otro lado ¿quién está libre de la influencia de los medios de comunicación de masas? ¿Quién puede renunciar a llegar alguna de sus horas libres con su seducción, con sus ilusiones fáciles, con su presencia alternativa—alternativa a la soledad bullente en que vivimos, a la incomunicación doméstica, a toda suerte de desolación? ...

No solamente la televisión; todos los medios de comunicación social —los media— prueban su redonda eficacia en la vida de cada quien, pero también en la existencia de pueblos y países enteros. Porque si individualmente podemos escapar a su influencia, o al menos hacernos la ilusión de escapar a ella, como parte de la masa vivimos inmersos en su cotidianidad. La suya, la de todos los días, que es lo nuestro de cada día. Nuestra cotidianidad es la que ellos nos dictan, y

ellos no serían posibles sin nosotros, pero nosotros menos aún, sin su poder.

Los mass media tienen dueños. ¿No lo sabía usted? Son los dueños de la opinión pública, porque en ellos se origina aquella, y en su interpretación culmina; son, a la vez, dueños de casi todas las cosas de este mundo. Son, en cierta forma, dueños de nosotros mismos, con piel y todo, tal como nos conocemos, nos vivimos y somos. Tienen nexos con aparatos militares de estados todopoderosos y operan con y para los grandes monopolios que nos han agredido y nos agreden con manos envueltas en algodón, procedimientos olorosos a colonia, pero intenciones aviesas en las que no cabe más razón que la suya, más historia que la que se cuentan a sí mismos, más aspiraciones que la de su propia grandeza, más humanidad que la que ellos pueden ostentar.

Así, los media en nuestros países constituyen parte fundamental de la agresión cultural del imperio. Claramente consecuentes, algunos, con la política que constituye su íntima textura; rebeldes, otros; todos de alguna forma situados en el ámbito ambiguo de lo que llaman libertad, democracia, conceptos con los que juegan a sotto voce o abiertamente.

Sobre la problemática que constituyen los media en su relación con la sociedad, concretamente con nuestra sociedad terciermundista, se tuvo la oportunidad de asistir en Quito a un Seminario, auspiciado por el Ilustre Municipio, el Instituto Francés de Estudios Andinos, la Unión Nacional de Periodistas y la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central.

Estuvo organizado por iniciativa de la Cinemateca Nacional de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, cuyo director, Ulises Estrella, es conocido en nuestro medio cinematográfico y cultural, así como por el Centro de Investigaciones CIUDAD. Dirigido por los especialistas franceses Armand y Michèle Mattelart, constituyó un evento de profundo interés y a algunos de los temas en él tratados queremos referirnos en este artículo.

Las intervenciones planeadas en el Seminario versaron fundamentalmente sobre

- Experiencias históricas en la comunicación en América Latina.
- La nueva fase de la industrialización de la Comunicación Audiovisual y los retos que ello constituye para el Tercer Mundo.
- Privatización de los sistemas de comunicación.
- Movimiento de mujeres y su aporte al análisis del proceso de comunicación.
- Búsqueda de un nuevo Orden Internacional de Información y Comunicación.

Como culminación del Seminario hubo un panel sobre los problemas de la comunicación social en el Ecuador, así como Talleres diversos sobre medios alternativos.

Los Mattelart tuvieron el privilegio de vivir en Chile los acontecimientos marcados por los primeros tres años del Gobierno Popular de Salvador Allende y de esa experiencia

invalorable surgieron trabajos cuyas conclusiones fueron notablemente enriquecidas por experiencias recientemente vividas en otro país protagonista de un proceso revolucionario que no merece abortar, el nicaragüense. A dichas experiencias se refieren ampliamente, en una de sus primeras intervenciones en el Seminario.

LIBERTAD

Partió Armand Mattelart de consideraciones que evidencian la situación de los medios de comunicación, sobre todo la de la prensa escrita, en nuestro subcontinente. Para Mattelart, la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), no es más que una comparsa internacional de la burguesía criolla, y su labor en Chile lo confirma.

Sin embargo, la revolución chilena tenía que hacerse, si ello era posible, con el "andamiaje de las leyes de la democracia instituidas por la burguesía". Mas la experiencia mostró una vez más que ello no fue posible. Y es que la burguesía en su concepto de libertad, fundamentalmente ambiguo, juega, "homóloga, zanja las dudas y dictamina".

El problema fundamental radica, para los Mattelart, en el hecho de que muchos de los críticos auto-denominados socialistas, critican los regímenes socialistas o su instauración sirviéndose de los mitos de la ideología burguesa, como si fueran normas de perfección democrática.

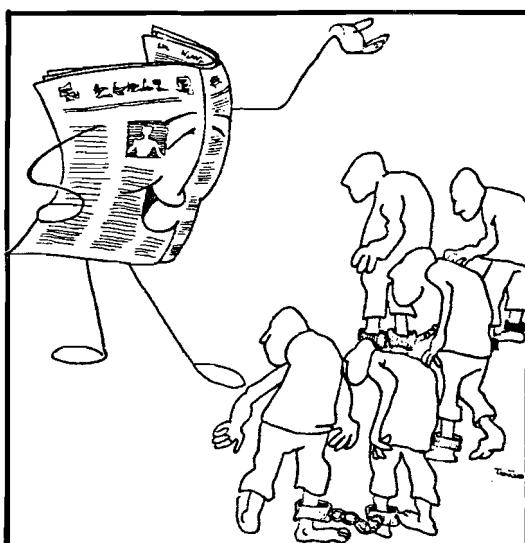
¿No está acaso sucediendo así? ¿No somos nosotros espectadores de la dura campaña que se hace en contra de las determinaciones de nuestros estadistas latinoamericanos más cercanos a un pensamiento y revisión socializante de nuestra realidad política? Ejemplar en este sentido es el caso de Vargas Llosa.

La ruptura de este escritor con la revolución cubana se justificó con objeciones como "burocratismo, obcecación ideológica, ausencia de libertades civiles vigentes en el capitalismo, ineficiencia productiva". Vargas maneja con su habitual capacidad, aspectos dolorosos; José Steinsleger en artículo sobre la ética y la política de Mario Vargas Llosa, "El idealismo como arma de tortura",¹ destaca uno de ellos: el tema de los que se van de Cuba. Desde esa inexpugnable fortaleza hecha de seguridad en sí mismo, del deslumbramiento causado por su propio éxito, Vargas Llosa convence a quienes no están alerta, e incluso a quienes lo están, de la verdad de sus certezas; contagia con las seguridades que luce sobre este mundo, que parece, sin embargo, no ver, o, al menos, no ver en su real dimensión. Para él, socialismo es igual a totalitarismo, totalitarismo, a estalinismo. Y democracia representativa es, automáticamente, libertad.

Sobre estos conceptos burgueses, la tan mentada libertad de prensa constituye un ámbito que se ha de defender a ultranza, tal como se está dando, en nuestros países.

Pero ¿cuál es el concepto real de libertad de prensa y de libertad de expresión? ¿Cuál el concepto mismo de libertad? ¿Quién se lo pregunta?

En Chile, "los acusados se dejaron encerrar en el círculo argumental de sus adversarios de clase, trabajando con las



representaciones colectivas generadas por el enemigo político y propias de él”²

¿Cuál es la noción de libertad que se discute: Dicha noción es, para la sociedad burguesa, **modelo absoluto**. Su punto de vista sobre la libertad no puede ser revisado. La libertad o es, o no es. Y una de sus manifestaciones fundamentales es la libertad de prensa. Por lo tanto, quien defiende la tan mentada libertad de prensa defiende la libertad. En este círculo fácil y por lo tanto temible, se encierra la opinión pública. Si alguna restricción hace un régimen socialista a la prensa, porque finalmente la institución del socialismo se paga con muchas restricciones, tal restricción no será jamás hecha a favor de la verdadera libertad, sino en su contra... La burguesía defiende según Mattelart, la libertad de prensa como una coartada más que le permite distraer la atención de los dominados y elevarla a un plano en que ellos no tienen nada que perder, como tampoco nada que ganar, pero que los deslumbra y, por tanto, los pierde.

Habría, para luchar a fondo contra las racionalidades de la dominación, que buscar y materializar de alguna forma la vigencia de un nuevo concepto de libertad de prensa y de libertad de expresión.

Mattelart analiza la clásica argumentación y se detiene “en algunos puntos donde la contradicción del concepto burgués puede ser sorprendida”.

Libertad de prensa es idéntica a libertad de propiedad, puesto que es funcional a los intereses de los propietarios de los medios de producción. Así, el medio de comunicación de masas “liberal”, solo puede emitir mensajes útiles a sus propios intereses.

Por otra parte y como la patria de quienes defienden los intereses capitalistas es la de su capital, Mattelart insiste en que la burguesía criolla usó el ámbito internacional como factor de convulsión interna y de solidaridad imperialista. El mecanismo montado por la SIP en Chile consistió fundamentalmente en toda una campaña internacional contra el gobierno de Allende. El mensaje emitido por los diarios chilenos, reforzado por el mensaje de la “prensa libre” en el continente, gozó en su patria de mayor autoridad, pues la había conseguido en el extranjero, y sus palabras y opiniones fueron, previamente, consagradas en lo internacional.

La libertad de prensa no puede ponerse en práctica en toda su extensión ni siquiera en países que proclaman poseerla. Efectivamente, hay una censura oficial tácita o explícita y una autocensura, si sus intereses ocultos, pero no menos presentes, se sienten amenazados.

OBJETIVIDAD

A través de una lógica abstraccionista, que cumple a cabalidad una de las claves de la dominación, pues permite idealizar y dar cariz universal a lo que expresan intereses particulares, se habla de la objetividad como de la regla de oro en la práctica periodística, considerándola posible en toda su extensión. Ser objetivo equivale a considerar la realidad desde fuera, como si el periodista se hallara situado en un espacio autónomo, neutro, en el que no interfieren juicios de valor

ni ideologías, y en donde tampoco el periodista se halla contaminado por sus propios condicionamientos personales y sociales. Resulta desde esta mira el periodismo una labor casi exacta, de objetividad científica, pretensiones éstas imposibles de cumplir a no ser en un proceso ahistórico, en donde periodista y periodismo se abstraen de las condiciones concretas que rodean y determinan los acontecimientos, los permiten y reflejan. La pretendida objetividad es la pérdida radical de toda posible objetividad. La realidad objetiva, aislada de su entorno, “será la ilusión objetiva, la apariencia empírica o el mundo de la superficie, vale decir, el mundo de la falsa conciencia, el universo de la falsa armonía social y de la ilusoria coherencia del aparato de dominio”³

Antes de que los marines lo hicieran general y mandámas de Nicaragua, Tacho Somoza se dedicaba a falsificar monedas de oro y a ganar con trampas en el póker y el amor.

Desde que tiene todo el poder, el asesino de Sandino ha convertido el presupuesto nacional en su cuenta personal y se ha hecho dueño de las mejores tierras del país. Ha liquidado a sus enemigos tibios disparándoles préstamos del Banco Nacional. Sus enemigos calientes han acabado en accidente o emboscada.

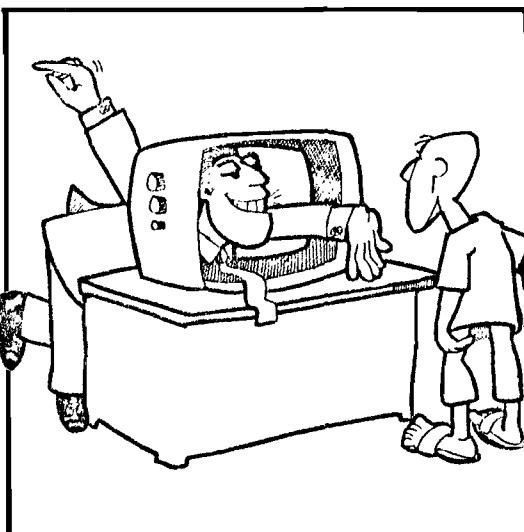
La visita de Somoza a los Estados Unidos no es menos triunfal que la de Trujillo. El presidente Roosevelt acude, con varios ministros, a darle la bienvenida en la Union Station. Una banda militar interpreta los himnos y suenan cañonazos y discursos. Somoza anuncia que la avenida principal de Managua, que atraviesa la ciudad de la laguna al lago, pasa a llamarse avenida Roosevelt.⁴

La libertad de prensa supone la contradicción de la pertenencia de todo el poder de la información a una minoría propietaria. Ello responde, además, a una concepción vertical del mensaje: el emisor transmite al receptor, base mayoritaria que en vano buscará en los media sus preocupaciones, sus aspiraciones, sus valores y normas, para hallar solo aquellos que la dominación le impone. No participará activamente en la orientación de programas. Su carácter fundamental es la recepción y la pasividad.

El mensaje que los media difunden refleja la práctica y la vida social de una clase opresora, que justifica sus valores, sus teneres, su forma de vida, su calidad opresiva, en todos sus mensajes; es dueña de la palabra; de la voz; a la masa le queda como alternativa la recepción callada de ese mensaje impuesto y por naturaleza justificador de la opresión o, al menos, encubridor de ella.

Pero además de que se impone a través de los media el mensaje de la opresión y todos sus subterfugios, se nos ha acostumbrado a creer que la comunicación masiva depende de la más alta tecnología y que tan solo quienes detentan el poder tecnológico están habilitados para transmitir los mensajes.

Según Mattelart, por el contrario, *en un proceso revolucionario se trata de desmitificar este*



concepto de colonización de una clase por otra, invirtiendo los términos autoritarios, que suelen disfrazarse de un cariz paternalista y estableciendo un flujo comunicativo entre emisor y receptor. Es decir, se trata de hacer del medio de comunicación de masas un instrumento donde culmina la práctica social de los grupos dominados. El mensaje ya no se impone desde arriba, sino que el pueblo mismo es el generador y el actor de los mensajes que le son destinados. [...] en consecuencia, la noción de libertad de expresión y de prensa se despoja de su abstraccionismo y cobra cuerpo. Este mismo proceso de concreción rescata de las manos de una minoría monopolizadora, el privilegio de la expresión. La noción de la libertad de expresión deja de ser una utopía clasista.⁵

En la medida en que los procesos históricos que viven nuestros pueblos abonan a la causa revolucionaria, puede citarse la alternativa presentada por los medios en el Ecuador con los programas llevados adelante por iniciativa de Monseñor Proaño, en las Escuelas Radiofónicas de Chimborazo. Dichas escuelas han sido pensadas con el pueblo y desde él, con las inmensas masas indígenas desposeídas de esa zona, que han encontrado en los medios la alternativa a su silencio.

En el proceso vivido en Chile, el discurso autoritario de los medios es evidente. Discurso coercitivo, no presentaba alternativa alguna al receptor; en la campaña electoral precedente a la elección de Allende, la clase dominante exacerbaba los signos presentes, pero ocultos, de la cotidianidad en la contradicción libertad-totalitarismo, democracia-dictadura. Esquema intolerante, dicotómico, toda la realidad en él se reducía a los dos polos, identificado el primero con la libertad y libertad de prensa abstractas, felizmente situadas en un más allá de la crítica y del examen consciente; el segundo, con el signo del enemigo, la mentira, la carencia total de libertad, la pérdida de todos los valores.

El poder opresivo se ha encargado de desacreditar desde siempre a cualquier grupo que intenta algún cambio en sus esquemas. Intolerante, rebelde a cualquier proceso de cambio patrocinado por sectores medios o bajos de la sociedad, vierte en el área de lo subversivo todo lo que no va con él, todo lo que tiende a revelar su verdadero rostro.

Tal coerción se logra de manera privilegiada a través del lenguaje publicitario. El receptor, en este lenguaje, se ve constreñido al papel de hombre económico y se funde en el deseo y en la necesidad artificial de lo que ofrece una sociedad de consumo, injusta en su orden aparente. Para el consumidor-receptor, finalmente —que todo ser humano, por pobre que sea lo es, potencialmente— las clases opresoras y sus medios de comunicación logran hacer pasar por legítimo su reclamo del monopolio de la verdad sobre lo real. Es la clase dominante la que supone —y convence de ello a la gran masa— poseer el único parámetro de un desarrollo verdadero, la única medida de los intereses nacionales. Verdad, libertad, desarrollo, posibilidades, orden, democracia, están en sus manos desde siempre y para siempre.

ALTERIDAD

En la revista "Action Comics" se publican las aventuras de Superman.

Este Hércules de nuestro tiempo custodia la propiedad privada en el universo. Desde un lugar llamado Metrópolis, viaja a otras épocas y galaxias, volando más rápido que la luz y rompiendo las barreras del tiempo. Vaya donde vaya, en este mundo o en otros, Superman restablece el orden con más eficacia y rapidez que todos los marinés juntos. Con una mirada derriba el acero, con una patada tala todos los árboles de la selva, con un puñetazo perfora varias montañas a la vez.

En su otra personalidad, Superman es el timorato Clark Kent, tan pobre diablo como cualquier de sus lectores.⁶

Más desde 1973, "bajo los auspicios de organismos internacionales tales como la UNESCO o de instituciones como el movimiento de los países no aliados, los países del Tercer Mundo denuncian el flujo internacional desigual de las noticias, producidas y distribuidas por un número reducido de agencias de prensa pertenecientes a los países desarrollados".⁷

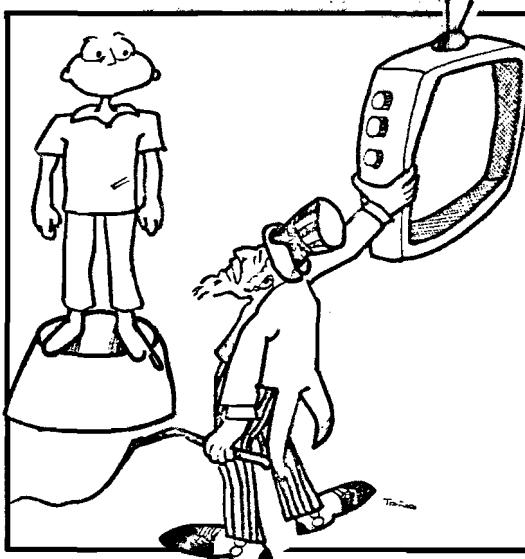
Es hora ya de que el Tercer Mundo confirme su irrupción en la escena política. Es hora ya de que América Latina sea reconocida como un continente con características propias, ni apéndice de nadie ni al servicio de otros países. Es hora de que sea reconocida y se reconozca a sí misma en su heterogeneidad, en su originalidad, en su historia que no es una historia prestada. Que es la suya, de manipulaciones, de mentiras sin cuento.

to que ella ha creído y ha colaborado a crear, pero que ha de ir despejando conforme tome conciencia de su ser peculiar, sobre el que ha de construir su único posible futuro.

Pero América Latina ha de cuidarse, en su búsqueda de emancipación política y cultural, de la homologación posible que pone en planes iguales a países disímiles. Ha de prevenir también la utilización del nuevo orden internacional de la información como una huida de sus propios problemas nacionales y de las políticas nacionales pertinentes y para fundirlas en la máscara aparentemente acertada y legítima del "nuevo orden económico", del "nuevo orden de la información y tecnológico".

La problemática de la comunicación en el Tercer Mundo, dependiente también de los polos metropolitanos, ignora muchas veces la presencia creciente de la producción de algunos países latinoamericanos en países como Italia o Estados Unidos. Brasil, México están revelándose en otros mundos a través de sus programas, que van exigiendo su presencia. ¿Cómo es ello posible? Esta influencia solo tiene una explicación, al lado de otros países latinoamericanos que están todavía eligiendo su sistema televisivo.

Rede Globo, la más importante cadena de TV. de Brasil, creada en 1965, pertenece a la Organización Globo. esta comprende el diario *O Globo*, uno de los principales del país, fundado en 1925; el Sistema Globo de Radio, inaugurado en 1944 y compuesto de 17 emisoras en modulación de amplitud (AM) y modulación de frecuencia (FM). Una empresa



editorial, la Río Gráfica Editora S.A. El Sistema Globo de Registros Audiovisuales (SIGLA), la industria electrónica Telcom; una empresa de promoción de espectáculos, la VASGLO, la Galería de Arte Global y, como es natural, la red Globo de televisión la cual comprende 5 emisoras, 36 afiliadas y centenares de estaciones de retransmisión.⁸

Algo parecido sucede con Televisa, en México.

Las múltiples ramificaciones de Televisa hacen probablemente de México un caso único en la historia de la radio y de la televisión. Este nivel de monopolización de la televisión en manos de un solo grupo privado, no tiene prácticamente igual en ningún país capitalista, tanto del centro, como de la periferia. Ha ocurrido todo como si la estructura política del partido único que caracteriza el régimen mexicano, se hubiera trasplantado al sistema televisivo comercial, evitando naturalmente la transferencia de las grandes contradicciones que desgarran a este partido (el PRI, Partido Revolucionario Institucional).⁹

Son pues, las llamadas fundaciones culturales de Televisa y de Rede Globo, mecanismos potenfísimos, que permiten a estas empresas influir en todos los ámbitos socioeconómicos e incluso permitirse el lujo de concebir programas en el campo educativo y en otros campos, de evidente función social.

Ello significa que, bajo el signo de la filantropía, estas empresas colaboran de forma privilegiada en aquellas funciones que incumben al estado, tomando parcialmente su lugar y dilatando el área de influencia privada en ámbitos sociales, con lo cual, lamentablemente, no hacen más que reforzar las hendiduras ya existentes en el todo social.

VACIEDAD

A propósito de tales hendiduras y para cerrar esta breve referencia a los diversos temas tratados en el seminario, no debemos pasar por alto la que considero de importancia fundamental de entre las reflexiones realizadas en alta voz en el Seminario referido. Es aquella que se genera a partir de la preocupación sobre la incidencia de los media en la vida cotidiana femenina. Tema inagotable, como lo son las estrategias de los media para ganar al público femenino que, según Michelle Mattelart, constituye "eje esencial de organización de sus programaciones".

¿Por qué precisamente el público femenino? ¿Hay en la mujer latinoamericana cierta habilidad fundamental que la hace proclive a las sugerencias y variadísimos métodos de convicción de los media, más que a otro tipo de público?

Sí, y, por supuesto, no.

Sí, por la condición de nuestras sociedades, en las que la mujer media se halla reducida a la mínima expresión en el ámbito del laborar doméstico, sola, sin gratificación intelectual ni económica, constituyéndose en beneficiaria predilecta de las gratificaciones sentimentales que tan bien manejan los media a partir de sus seriales y de la publicidad, dirigida a aliviar la carta doméstica con promesas de parásitos de facilidad y perfección en cada nuevo producto, detergente, electrodoméstico, en cada tarro de leche para el lactante.

El público femenino que se nutre de los media comprende en nuestro ambiente un amplísimo espectro económico y social que va aprendiendo insensiblemente a reducir sus esperanzas a la medida de las inspiraciones de los media. Si la capacidad de compra es reducida, no lo son la capacidad de sueño ni la necesidad de compañía, sustitutos y paliativos. "La actitud de las mujeres respecto a la radio es significativa, piden esencialmente una presencia".

Dicha presencia se llena a través de la imagen. Ello explica el éxito de las telenovelas que son de preferencia de las televidentes y se alargan inagotablemente, aspirando a llenar el ámbito vacío y alerta de la inteligencia y el sentimentalismo, "típicamente femeninos".

Con semejante alimento intelectual, la mujer latinoamericana asiste insensiblemente y sin nostalgia ni urgencia de cambio, salvo raras excepciones, a la disminución de sí misma a la exacta medida de lo que le sugieren y entregan los media. En el desempeño cotidiano de un trabajo sin incentivos y sin consuelo, busca la justificación de su vida en la adhesión inconsciente, y por ello más eficaz, a la infinita letanía consumista. "A la monotonía de su vida responde la excepción: el serial permite establecer un desquite simbólico sobre la trivialidad de lo cotidiano. A la repetición monótona de este último responden día a día los episodios de la aventura excepcional de la heroína".¹⁰

Las industrias culturales entregan además un "modelo femenino" que penetra las aspiraciones del ama de casa. De su papel de consumidora, opuesto al papel productor asignado casi exclusivamente al hombre por esta sociedad, ella es pasto de anuncios y propagandas de todo tipo de productos, desde los que facilitan las tareas domésticas hasta los que la convierten de cenicienta en princesa de sueño, que procurará con su belleza y elegancia la mayor realización de su hombre; su vida toda gira alrededor del anhelo de comprar, de consumir, de tener, única palanca para alcanzar todo lo que se puede ser como mujer en este mundo.

Según estos autores, los media, puerilizando las más auténticas aspiraciones de la mujer angustiada por su situación, tratan de convencerla y lo logran, de que el triunfo y la libertad contra antiguas dependencias consiste en tener: la cantidad de cosas de que nos rodeamos justificará para siempre nuestras vidas, haciéndonos, además, felices.

NOTAS:

- 1.- José Steinsleger, "El idealismo como arma de tortura", *El Diario*, Loja, jueves 10 de septiembre, 1987, p. 5.
- 2.- Armand Mattelart, *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, México, Siglo XXI, 1984, p. 65.
- 3.- Ibid. *La comunicación*, p. 68.
- 4.- Eduardo Galeano, *Memoria del fuego III. El siglo del viento*, México, siglo XXI, p. 145.
- 5.- Armand Mattelart, *La comunicación*, p. 73.
- 6.- Eduardo Galeano, *Memoria*, p. 145.
- 7.- Comunicación de masas y medios alternativos, Curso taller, Quito, 24-28 agosto 87, Material Docente 2.
- 8.- Ibid., p. 27.
- 9.- Ibid. p. 29.
- 10.- Michelle Mattelart, *Mujeres e industrias culturales*, Madrid, Cuadernos Anagrama, 1982, p. 10



EDUCACION Y COMUNICACION POPULAR EN EL PERU

Un trabajo de radio con mujeres en el sector urbano-andino cusqueño

Irmela Riedlberger

“Yo pienso que un programa de radio es muy útil para nosotras, porque puede educar a las mujeres a cuidar a sus hijos, o también en relación a nuestra organización. Si difundimos nuestra propia realidad por radionovelas u otras formas de programas por la radio, también otras señoras pueden ser motivadas para organizarse. Las mujeres de los barrios populares muchas veces tienen los mismos problemas, por eso es importante que yo sepa que también otra mujer tiene este problema; así me siento mejor y más tranquila”. Así se expresó una pobladora de un barrio popular, quien colaboró en un programa radial para mujeres en el Cusco.

Antes de tratar ciertos problemas y posibles procedimientos por medio de experiencias concretas, se mostrará en breves rasgos la problemática de la educación y comunicación popular; un compendio más amplio de la historia y del desarrollo, rompe el marco de este artículo.

Educación Popular con grupos de bases: La mayoría de los numerosos centros e instituciones que trabajan con pobladores de barrios populares o con campesinos en zonas marginales, han buscado el concepto de educación popular como motivo de conducta. Desde que Paulo Freire desarrolló su método síquico-social en los años 60, las instituciones y grupos de este carácter se refieren a él, con el fin de incentivar la liberación de la población oprimida y explotada en América Latina. En este contexto no es posible tratar en particular los diferentes conceptos y métodos en las numerosas instituciones y grupos de base como la Iglesia, partidos políticos, sindicatos, etc. Pero la mayoría coincide que, desde Freire, se parte con una clara alternativa en el trabajo de educación y concientización.

El trabajo de educación no debe darse en “términos bancarios”, como Paulo Freire lo dijo, sino debe basarse en las propias experiencias de los destinatarios. “La Educación co-

mo práctica de la libertad al contrario de aquella que es práctica de la dominación, implica la negación del hombre abstracto, aislado, suelto, desligado de la realidad, así como la negación del mundo como un hecho ausente de los hombres”¹. Se reconocía al pueblo como protagonista de la práctica de cambio social y muchas instituciones que se han entregado al concepto de educación popular, tienen allí su campo de acción.

“Dentro de esta perspectiva, entendemos por pueblo el conjunto de las clases subalternas e instrumentales (según Gramsci), sometidas a la dominación económica y política de las clases hegemónicas dentro de una determinada sociedad. Las clases sociales así caracterizadas no se definen exclusivamente por su posición en las relaciones sociales de producción (condición necesaria, pero no suficiente), sino también por sus respectivos sistemas de identificación cultural”.² Un elemento esencial del trabajo con grupos de bases es el recurrir a las expresiones culturales autónomas (como leyendas, canciones populares, etc.) y, con esto la revalorización intentada dentro del grupo destinatario. “Los relatos populares no son acciones representativas superpuestas a la vida de cada sujeto, sino más bien se compenetran con ella, revelando no solo su consistencia enlazada a la vivencia cotidiana, sino que reflejan cómo es asumida históricamente en los niveles de construcción del sentido social y la expresividad”.³ Las experiencias individuales, familiares y sociales se conjugan y las formas de expresiones culturales se fusionan con las experiencias cotidianas de sus exponentes.

Comunicación popular, un medio de expresión de los oprimidos: La intención de reactivar formas de expresiones culturales autónomas no se articula solamente a nivel de comunicación inter-personal, sino también con el flujo unidireccional de la comunicación masiva. A la función de los medios masivos, reconocida como sostén del sistema dominante, se habían contrapuesto las formas propias de la comunicación popular. “Las experiencias de comunicación popular buscan revertir o destruir esa naturaleza autoritaria, haciendo que los receptores populares sean los nuevos emisores. Su objetivo es dar voz a quien nunca la tuvo”⁴. Se cuestionaban no solamente la forma y contenido de los medios masivos, sino que se exigía una función social que propicie un cambio alentador para las clases oprimidas.

Irmela Riedlberger, Miembro del Centro de Estudios y Promoción de la Mujer del Cusco, investigadora y comunicadora social; co-autora del estudio sobre recepción de programas radiales en sectores populares del Cusco (Perú), cuyo contenido se publica en la entrega No. 14 de “Cuadernos CHASQUI”, que edita CIESPAL.

La dirección vertical de los medios masivos de comunicación se enfrentaba con el intercambio de experiencias individuales y colectivas, y junto a ellas la expectativa de una movilización social.

“Finalmente existe el acuerdo que esa democratización de la comunicación debe cumplir dos requisitos previos; por un lado, la capacitación de los sectores populares para que puedan emitir mensajes y operar los medios; y por el otro, esa capacitación deberá incluir un proceso de desmitificación de los medios mismos. Sin esas etapas previas las mayorías populares no estarán preparadas para asumir un rol emisor y, el proyecto de cambio y democratizador, librado al espontaneísmo no podrá alcanzar sus objetivos”⁵

Las numerosas instituciones que trabajan en América Latina con el denominador común de promoción social para el apoyo de grupos de bases, intentan corresponder a este papel como promotores. Su éxito depende sobre todo de las perspectivas que sobrepasen las actividades aisladas y del grado de formación. Refiriéndose a esto, en muy pocos casos, los problemas tienen un carácter puramente técnico y falta de creatividad, lo que hace fallar todo un proyecto de comunicación. A ello se agrega la falta de conocimientos del ámbito social de los grupos destinatarios, conflictos de competencia, clientelismo político y clerical, y, a veces también, la elección falsa del medio (como por ejemplo utilizar periódicos de barrio para mujeres, cuando la mayoría de ellas no saben leer). Rosa María Alfaro, experta en comunicación que trabaja con mujeres en pueblos jóvenes de Lima señala: “La prensa escrita es importante en tanto constituye una respuesta contestataria al poder dominador en su mismo código. Sin embargo, no es el medio más adecuado para iniciar experiencias de comunicación donde no existen posibilidades de manejo del lenguaje escrito”⁶.

Pero también con una elección adecuada del medio y sus canales, con el apoyo calificado por parte de una institución, con el conocimiento exacto del grupo destinatario y con las posibilidades de dar expresión a esta parte de la población, todos estos intentos muchas veces se enfrentan con obstáculos muy difíciles de allanar. El escaso financiamiento, la dependencia financiera (casi todos los centros en este ámbito son financiados 100% por el extranjero) y el acceso limitado —muchas veces censurado— a los medios masivos, que son casi exclusivamente de propiedad privada, se presentan como una barrera.

Así, la mayoría de los programas radiales, producidos con grupos de bases en el Perú, con pocas excepciones de emisoras de iglesia, se transmiten en espacios caramente alquilados en estaciones de radio privadas.

Producción de programas radiales con pobladores de barrios populares: Demostraré la problemática y las experiencias adquiridas en un proyecto de la ciudad del Cusco. El proyecto trabaja desde hace 5 años con pobladores de pueblos jóvenes con el fin de contribuir a la concientización de sus problemas y, con esto, a mejorar su situación de vida. Para lograr ese propósito se crearon bibliotecas populares, cursos de alfabetización, talleres con temas femeninos específicos; se publicaron revistas con fotografías y se organizaron fotomontajes y audiovisuales y por último desde 1982 existe un programa radial. En una segunda fase de reestructuración del proyecto, el punto esencial es el programa de radio que en la fase anterior se difundía una vez a la semana.

“PARA HACER UN PROGRAMA DE RADIO QUE CORRESPONDA REALMENTE A LAS NECESIDADES DE NUESTRO GRUPO DESTINATARIO, SE NECESITA IMAGINAR SU PAPEL SOCIAL Y SU OPRESIÓN Y EXPLOTACIÓN POR SU GÉNERO, CLASE Y RAZA”

“UNO DE LOS MOTIVOS MÁS USUALES PARA ENCENDER LA RADIO ES EL DESEO DE ESCUCHAR MUSICA. LA ESTRUCTURA DEL PROGRAMA RADIAL TIENE QUE TOMAR EN CUENTA EL GUSTO MUSICAL DEL GRUPO DESTINATARIO”

Se caracterizó con el nombre quechua de “Warmikuna Rimanchis” (nosotras las mujeres hablamos); logramos la participación directa de mujeres de un pueblo joven, que actuaban como locutoras. Un efecto positivo de este proceder era una revalorización personal de las mujeres que participaron en el programa. Pero esta manera de trabajar resultaba a largo plazo contraproduktiva; para la grabación de un programa de media hora, se necesitaba casi una semana de trabajo, porque —entre otras causas— las mujeres no manejaban la técnica del manuscrito por su escasa lectura. El trabajo de estas mujeres no lograba incluir a más grupos. Además, la frecuencia del programa no se orienta a las costumbres existentes de escuchar radio, en tiempos constantes y de acuerdo a otros intereses; en consecuencia el programa no era muy conocido.

Aparte de la necesidad indispensable de una transmisión diaria, el programa en un futuro cercano orientará su estructura, contenido y forma más al gusto y a las necesidades de grupos destinatarios. Esto no significa la imitación de estructuras cuestionadas de programas existentes, sino de llenar formas existentes, que tienen mucha aceptación porque tratan situaciones de la vida cotidiana con matices irónicos o dramáticos y traen nuevos contenidos. Sobre todo el género de la radionovela resulta la forma de expresión más consecuencial grupo destinatario de mujeres. “El discurso femenino se inscribe en el género melodramático...



La vida es asimilada como melodramático..., Así personajes, situaciones y conflictos adquieren un carácter simbólico de poderes y subdominaciones en juego. Se trata de una lucha que requiere solución, como también ganadores y vencedores".⁷ Problemas considerados como individuales se socializan de una manera dramática, jugando. Experiencias en la grabación de radionovelas demostraron que algunas mujeres introvertidas al principio luego se presentaron muy creativas y expresivas en la dramatización de sus roles.

Para hacer un programa de radio, que corresponda realmente a las necesidades de este grupo destinatario, se necesita imaginar su papel social y su opresión y explotación por su género, clase y raza. Como pobladoras de barrios populares en su mayoría son emigrantes del campo de donde traen sus modelos de comportamiento social y cultural de indígenas. Una mezcla de quechua y castellano determina sus costumbres de hablar, por tanto un programa de radio debe orientarse con una estructura bilingüe. La sobrecarga del trabajo doméstico forma las condiciones de vida y determina también sus costumbres de oyentes. Los programas de radio acompañan a las mujeres durante el trabajo doméstico o la venta en el mercado, sin que llamen mucho su atención. Pero esto también podría darse por la oferta existente de emisoras. Un estudio de seguimiento sobre recepción de programas radiales con un grupo determinado de mujeres, demostró que casi ninguna de ellas se acordaron de los contenidos radiales, aunque dijeron que captan un cierto programa justamente por las noticias. Esto no extraña considerando que la mayoría de las noticias tienen muy poco que ver con la vida de estas mujeres.

Uno de los motivos más importantes para encender la radio es el deseo de escuchar música; la estructura de un programa tiene que tomar en cuenta esto, igual que el gusto musical del grupo destinatario.

Frente a todo lo descrito hasta aquí la función social de un programa de radio para pobladoras de barrios populares, podría caracterizarse de la siguiente manera: El programa de-

be ser portavoz de las iniciativas de los grupos de mujeres existentes (comedores populares, grupos de producción, clubes de madres, etc.) y motivar a la participación femenina contribuyendo con entrevistas, radionovelas y como correspondentes populares.

La institución que presta el personal y la infraestructura para la producción del programa debe asumir la coordinación general de esta tarea, función que a veces sobrecarga a las instituciones existentes que en muchos casos trabajan con un personal no profesional, lo cual incide directamente en la calidad de los programas.

Aunque utópicamente suponga una solución óptima a estos problemas, quedan obstáculos muy difíciles que superar por las condiciones existentes de los medios masivos. En las emisoras privadas con fines de lucro —con unas pocas excepciones— no se encuentran espacios para programas de base, por no ser de interés a la estructura. Una alternativa podría ser la instalación de emisoras propias, como algunos casos de instituciones de la Iglesia. Una emisora autónoma dependería del apoyo del extranjero lo que implicaría otra dependencia como ya se ha demostrado. Sin embargo este camino parece el malestar más pequeño, aunque depende de las fuentes de financiamiento y sus condiciones.

NOTAS

- 1.- Paulo Freire, *Pedagogía del oprimido*, Lima 1971, pg. 92-93.
- 2.- Gilberto Giemenez: *Notas para una teoría de la comunicación popular*, en: *Comunicación*, Nr. 35-36, Caracas, pg. 72-73.
- 3.- Rosa María Alfaro: *Taller de dramatización popular: educar desde los sujetos y en los procesos*, en: *Tarea Nr. 25*, Lima 1986, pg. 14.
- 4.- Fernando Ossandón: *Democratización de las Comunicaciones*, en: *Chasqui* Nr. 8, Quito, 1983, pg. 14.
- 5.- Mario Kaplún, *La Comunicación Popular: Alternativa Válida?*, en: *Chasqui* Nr. 7, Quito, 1983, pg. 43.
- 6.- Rosa María Alfaro: *Del periódico al parlante*, en: *Materiales para la Comunicación Popular* Nr. 1, Lima 1983, pg. 12.
- 7.- Rosa María Alfaro: *Talleres de Dramatización popular*, pg. 14-15 ■

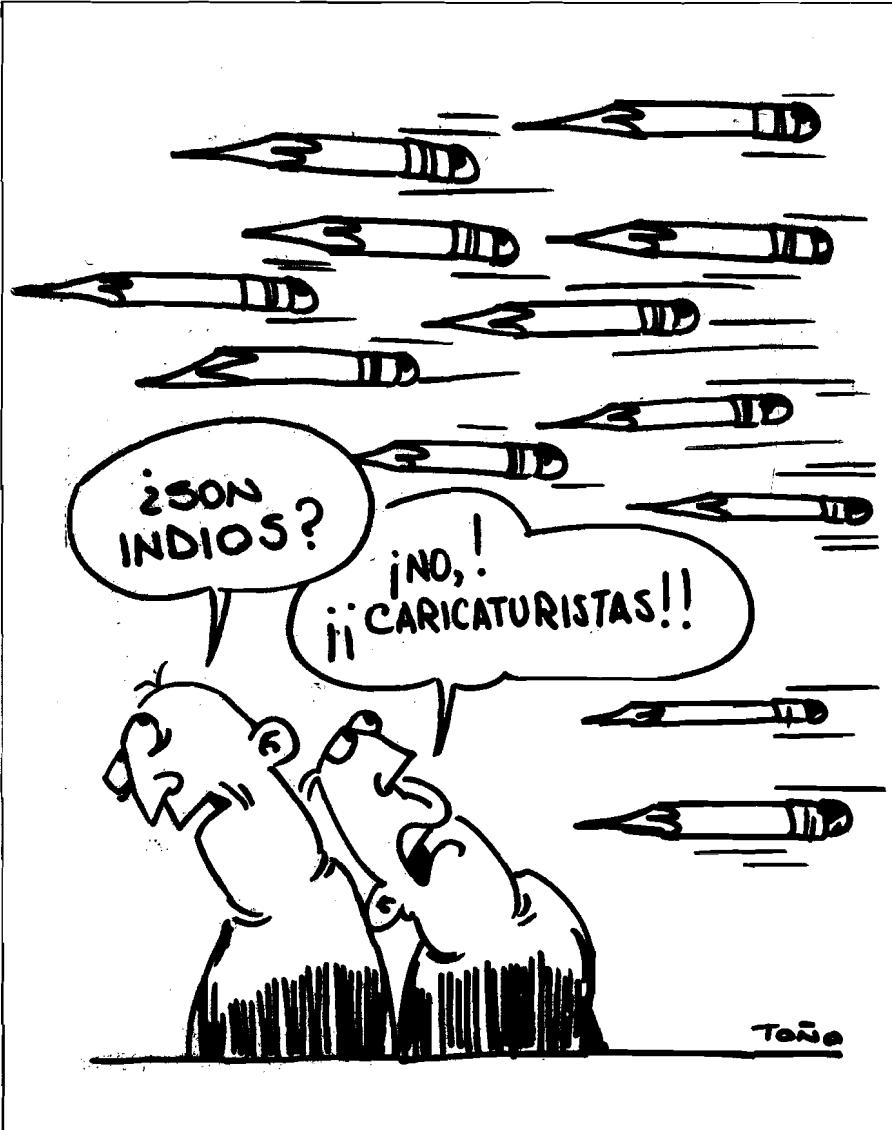
LOS CARICATURISTAS HABLAN EN SERIO



Del 9 al 11 de noviembre de 1987 hubo en Quito un Seminario-Taller sobre Caricatura y Periodismo, auspiciado por CIESPAL, la Fundación Friedrich Ebert, y la Unión Nacional de Periodistas del Ecuador. El seminario tuvo lugar en los locales de CIESPAL.

Asistieron Helio Flores, de *El Universal* de México; Roberto Fontanarrosa, de *Clarín de Rosario*, Argentina; Pedro León Zapata, de *El Nacional* de Caracas; Fernando Peña, de *Diario Crítica* de Panamá; Héctor Osuma, de *El Espectador* de Bogotá; Hermenegildo Sábat, de *Clarín de Buenos Aires*; Roger Sánchez, de *La Semana Cómica* de Managua; Oscar Sierra, de *La Pluma Sonriente* de San José de Costa Rica; Hernán Vidal, de *La Epoca de Santiago* de Chile. Por Ecuador participaron: Asdrúbal de la Torre, Director Administrativo de CIESPAL y caricaturista de *Hoy*, de Quito; Roque Maldonado, de *El Comercio* de Quito; Antonio Velasco de Hoy de Quito, Xavier Bonilla de Nueva de Quito, José Cajas, de *El Comercio* de Quito; Edison Calle, de *El Mundo de Loja*; Luis Ibarra, de *Teleamazonas* de Quito; José Suárez y Juan Francisco Suárez, de *El Heraldo de Ambato*. Como ponente principal estuvo Ranan R. Lurie, "el caricaturista político más publicado en el mundo", según el libro de Guinness, el de los récords mundiales.

El programa del seminario taller giró en torno a exposiciones seguidas por debates entre los participantes. Así, Lurie expuso sobre *Filosoffia de la Caricatura, Caricatura y Política, Caricatura y Democracia*, y comentó sobre *Caricatura Electrónica*. Como era de esperarse, los otros participantes aludie-



ron a la situación política de sus respectivos países y al reto que ella significa para la caricatura.

Peter Schenkel de la Friedrich Ebert al inaugurar el seminario destacó dos aspectos del género caricatura: "el adecuado empaquetamiento del mensaje" y la libertad de prensa. "Para cautivar la atención y el interés de los lectores y audiencias se requiere además de seriedad y profundidad de análisis también de algo que entretegna, de buen humor, de sátira fina, y para esto como rompiendo un triste panorama con un rayo de luz la caricatura... ocupa un lugar predilecto". "Estoy de acuerdo", dijo Schenkel, estoy de acuerdo con Lurie, "sin caricatura no hay verdadera libertad de prensa y sin libertad de prensa no hay democracia".

El Comercio de Quito publicó una nota sobre el terrorismo gráfico de los caricaturistas: "Responde generalmente la caricatura, cuando adquiere su significación más importante, a la necesidad del débil de agredir impunemente al poderoso que está obrando mal... pero esta relativa "patente de corso" que protege a quienes ejercen este singular oficio... la convierte de todas maneras en individuos peligrosísimos, especialmente para quienes detentan el poder, porque se sienten inermes ante los ataques de estos terroristas del humor político".

Maria Luisa Rodríguez del diario Hoy de Quito resumió de este modo las primeras exposiciones:

"Soy una persona profundamente religiosa; mi religión es la creatividad", dijo Lurie. Es un señor serio. Y un egipcio bastante norteamericano. "La belleza de una buena caricatura es que en cinco o siete segundos entrega un mensaje encapsulado que le permite al lector poner por lo menos un pie en una puerta que se cierra... yo creo que el periodista gana puntos y el caricaturista por knock out". "Yo aduzco que no existe creatividad sin libertad y que no hay libertad sin democracia. Yo he criticado a Reagan noche y día y el Presidente me invita a tomar desayunos con él: pasas y cereal... y él habla, y se enoja", dijo. "A nosotros también nos invitan a tomar desayunos con el Presidente", repuso Asdrúbal de la Torre. "La diferencia es que a nosotros no nos gusta tomar desayuno con él".

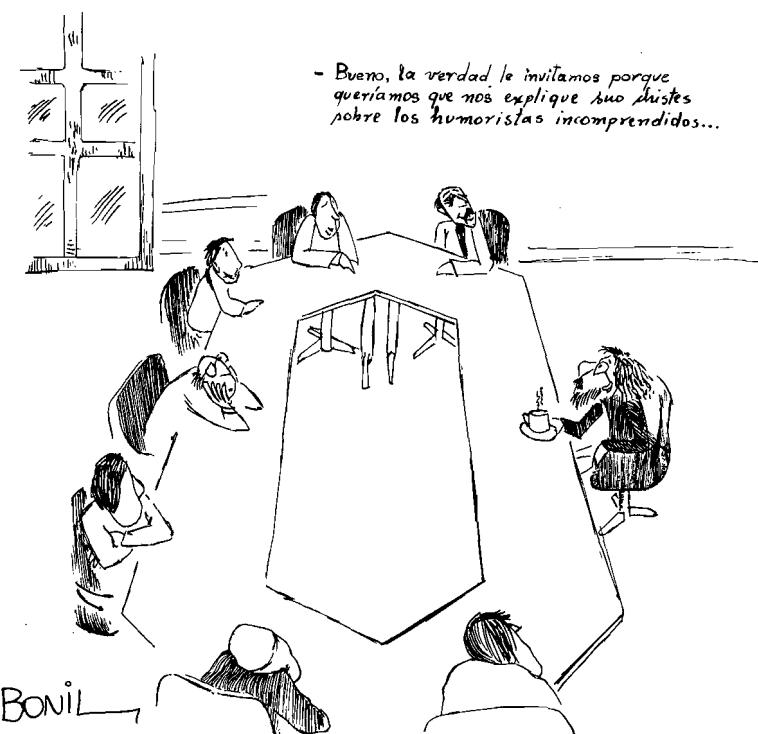
"Yo entiendo que nuestro trabajo es un privilegio que hay que defender segundo a segundo", dijo Hermenegildo Sábat, "y para defender su trabajo uno tiene que estar distante del poder. El poder generalmente no tiene sentido del humor".

"Pertenezco a un periódico cuyo director, Guillermo Cano, fue asesinado en diciembre del año pasado",

dijo Héctor Osuna de El Espectador". En los 25 años que yo he trabajado en el periódico... nunca he sido censurado. Pero lo que traigo para contar es muy doloroso. Nosotros vivimos en peligro. No vivimos en una dictadura; no es una cosa oficial, pero en Colombia funcionan cerca de un centenar de grupos paramilitares, de todos los tipos imaginables. O inimaginables, como uno que se llama Amor por Medellín... Y funcionan listas negras cuyas amenazas se van cumpliendo de una manera pasmosa... Cuando una persona vive en una prisión, cometería una estupidez al violar las leyes de seguridad de la prisión. Sería una falta de sentido común no autocensurarse y eso es lo que está ocurriendo en el medio periodístico colombiano".

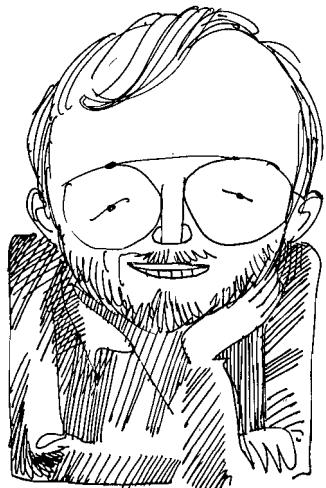
"Yo jamás he hecho una caricatura de Pinochet. Por instinto de conservación personal..." dijo Hervi, quien agradeció a los organizadores de caricatura y periodismo por la oportunidad de respirar unos días de democracia. En los dibujos de Hervi, solo aparece la voz del poder. "Es una forma de incorporar al mandatario desde su edificio vertical de muchos pisos que dominaba la ciudad. A través de una larga y sangrienta lucha política se fue resquebrajando y

ahora es un edificio horizontal, sostenido por unos palos. A pesar de que sigue inclinándose, ahí está. No sabemos hasta cuando. Toda esta forma parabólica de decir, llena a veces de las más laboriosas metáforas, es la que ha tenido que adoptar la caricatura en mi país. Acaba de salir liberado el director de la revista Apsi, después de dos meses de prisión... todo por hacer una revista de humor dedicada al general Pinochet. Era una especie de autobiografía, con fotos y textos. Lo más terrible que había ahí era una imagen del mandatario con una peluca Luis XVI". La prensa asedió a los caricaturistas y se mostró algo decepcionada de su sentido del humor. Tal vez los periodistas esperaban una especie de buñoles, lo que demuestra que entre gente del oficio no abunda el amor cristiano. Una de las sesiones más interesantes para la prensa fue la opinión de los caricaturistas sobre la deuda externa. Las caricaturas de Sábat y Helio Flores que reproducimos, lo dicen todo. En suma, un seminario-taller que no rindió lo académicamente esperado; pero informalmente rindió por encima de lo esperado. De nuevo la vida rebasa a la academia. El humor negro de Fontanarrosa estaría de plácemes.



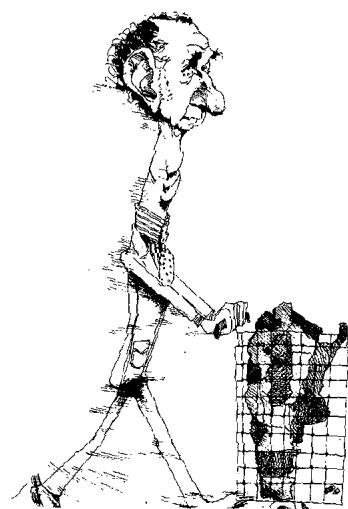
AUTOCARICATURAS

Siempre presentan su mejor perfil



LA LATINOAMERICANISMO

Dictadores amables y deudas llevaderas



Red Globo

Plim... plim..., esta es la característica diaria para por lo menos 40 millones de brasileños

Carlos Kunde

“Es la Televisión Globo, con sede en Río de Janeiro, con siete emisoras totalmente de su propiedad, seis de propiedad parcial y treinta y seis emisoras afiliadas de un total de 103 emisoras en operación en el país. Cuenta con un presupuesto anual estimado en unos 500 millones de dólares. Con sus 12 mil funcionarios (1.500 de ellos dedicados a la producción de casi tres horas de ficción) la Red Globo produce cerca del 80% de sus propios programas. Es la cuarta mayor red privada de televisión en el mundo, ubicada solamente atrás de las tres gigantes norteamericanas: CBS, NBC y ABC”.

“Todo comenzó a mediados de 1961 cuando la Televisión Globo estaba en sus inicios. En esa época aún pertenecía a la Radio Globo”, declara Roberto Marinho, uno de los principales dueños (Cámara de Diputados, op. cit. pág. 28). Y continúa: “... teníamos un terreno en la calle Von Martius, en el barrio Gávea, ideal para la instalación

de un estudio de televisión y habíamos pagado ya casi la totalidad del equipo electrónico, cuando dos de las grandes organizaciones norteamericanas —NBC y Time Life— nos pidieron participar con nosotros en la empresa que íbamos a formar. Optamos por la Time Life porque se trataba de un organismo periodístico bastante grande y por

La telenovela es el principal plato de la TV Globo. Años atrás, los brasileños al llegar a casa conversaban. Hoy se enciende la televisión y, a través de la telenovela, acompañamos una trama que gira en torno a una disputa. Se disputa una mujer o bienes materiales y no raras veces las dos cosas juntas para subir en la vida, para mejorar el “status quo”, para ganar mucho dinero y propiedades. Y ahí comenzamos a reaccionar, como si fuéramos este o aquel personaje.

Carlos Rudolfo Kunde, brasileño; cursó sus estudios superiores en la Universidad Do Vale do Rio do Sinos y en el Instituto de Catequesis y Estudios Teológicos de IECLB. Es periodista, profesor catequista y Secretario de Comunicaciones del CLAI.

TELENOVELA: seda

Pero, lo interesante es que la telenovela no tiene nada que ver con los problemas de la vida diaria. El pueblo trabaja. Pero en la telenovela nadie trabaja. Quienes más trabajan son las empleadas domésticas y los choferes particulares, que son casi siempre personas de raza negra, elemento

que refuerza el racismo vi gente en la sociedad. Estos empleados en su mayoría son grandes amigos de los patrones. Dan consejos, advierten cuando está siendo amenazada la felicidad del patrón. Hasta parece que estos empleados ganan un salario justo, trabajan ocho horas por día y se respetan sus dere



En la telenovela existen elementos que refuerzan el racismo imperante en la sociedad.
(Escena de *Esclava Isaura*)

nte de la red Globo

chos laborales.

No raras veces el joven rico se enamora de la niña pobre. Se casan y son felices para siempre y las familias aceptan este hecho.

Sabemos que de cada 100 brasileños, 92 ganan de medio a cinco salarios mínimos (salario mínimo: 36

dólares) según datos del Instituto Brasileño de Geografía y Estadísticas. Conforme a la misma fuente, de cada 100 asalariados, 83 ganan hasta tres salarios mínimos. Y mantener una familia pobre con ese salario no es fácil.

Cuando este trabajador llega a su hogar, ¿qué es

lo que hace? Enciende el televisor. Asiste a la telenovela. Por lo menos ahí el mundo es diferente, más hermoso, menos brutal. Después de este sedante va a dormir porque mañana habrá que levantarse temprano para tomar el omnibus, abarrotado de personas, para ir a cumplir una jornada más de diez o doce horas. Pero no tiene nada. Por la noche la novela continúa. Y todos los días son lo mismo.

La Red Globo sabe que todos los días "deben ser así".

ser el mayor departamento de televisión a nivel internacional".

En 1962 la Red Globo firmó con el grupo norteamericano Time Life dos contratos y comenzó a ser subvencionada con millones de dólares; los contratos se referían, en lo principal, a la formación y participación en las acciones de la compañía y, al acuerdo de asistencia técnica.

Después de operar experimentalmente por un mes y medio, el 28 de abril de 1965 salió "al aire" oficialmente la TV Globo, Canal 4, de Río de Janeiro, con trece horas de programación diaria. Desde julio de 1962 hasta esa fecha, la Time Life había enviado más de 2.38 millones de dólares a TV-Globo y hasta el 18 de enero de 1966 el monto llegó a 5.17 millones de dólares, correspondiente a diez veces el patrimonio de la Globo.

A partir de ahí, los índices de audiencias crecieron progresivamente. Los últimos boletines del Instituto Brasileño para la Medición de Audiencias en 1966, mostraban que desde enero de ese año la Globo pasó a ocupar los primeros lugares, y en abril ya ocupaba el primer lugar.

El aumento de la calidad técnica iba acompañado por la ampliación de los planes de expansión de la Red. ¿Qué representaba la Organización Roberto Marinho en el sector de la radio de este país?... Ese grupo poseía la Radio Globo y hace cerca de uno o dos años adquirió la Radio El Dorado de Río de Janeiro y también una pequeña estación de Petrópolis. Y no solo eso. Despues de iniciadas las conversaciones con un grupo extranjero que ya había remitido oficialmente 8 billones de cruzeiros la TV Globo partió para inaugurar su estación de televisión en Río de Janeiro, compró en São Paulo la Televisión Nacional, la Televisión Paulista, Canal 5, Radio Nacional, Radio Excel-sior y la Televisión Baurú.

Adquirió en Porto Alegre una estación de radio y en Recife otras cinco más. A más de eso, el diario "O Globo", publicación del señor Roberto Marinho —según una información de la Tribuna de la Prensa—, pidió, con fecha 17 de marzo, autorización al gobierno brasileño para instalar estaciones de radio solamente —repite— solamente en las siguientes ciudades del país; sin contar con las tres emisoras que ya tenían en Río de Janeiro: São Paulo, Recife, Salvador, Belém, Belo Horizonte, Curitiba, Florianópolis, Fortaleza, Goiânia, João Pessoa, Maceió, Manaus, Brasilia, São

MUJER: objeto esencial

El elemento femenino es esencial. Es referencia. Pero una referencia subordinada por el ser masculino. Quien sirve es un subordinado y este es exactamente el papel, la función de la mujer en nuestra sociedad.

La mayor parte de los programas humorísticos de TV Globo se refieren a este tema, donde el objeto de la risa, es la relación "hombre-mujer" bajo el ángulo de una persona que presta ser-

vicios a otra.

En caso de que el escenario sea un local de trabajo (oficina, consultorio médico, etc.) se acentúa la diferencia física entre los dos. Esta diferencia es mostrada por bellos rostros, lindas piernas y por sensuales vestidos que muestran todo.

En la sociedad, en la vida diaria el hombre tiene siempre más derechos. La mujer está ahí para garantizar la continuidad de la especie humana. Ese es el servicio que ella debe prestar. Por eso debe estar linda y bien

vestida. Debe ser una pieza de adorno, cuya función es "dar hijos". Y la televisión ratifica esta idea.

Por ello la presencia de la mujer en los programas de la televisión es una cuestión política para mantener aquello que la sociedad nos impone; el hombre tiene por obligación sustentar a la familia y la mujer debe cuidar de la casa y de los hijos. Esto es exactamente lo que enfatiza la Red Globo en sus programas.

Luiz, Aracajú, Teresina, Vitória, Cuibá, Porto Alegre; además de las capitales que acabo de citar, todavía hay más: en Ribeirão Preto, Uberaba, Campo Grande y Campina Grande.

Todas esas solicitudes fueron dirigidas al gobierno y luego publicadas en el Diario Oficial (Declaración de Joao Calmon).

La Red Globo surgió perfectamente integrada al bloque de poder que instauró el modelo económico de desarrollo capitalista, adoptado después del golpe militar de 1964. Dio funcionalidad al desarrollo económico y políti-

*"Ya decía el profeta:
Vendrán días en que el lobo
será huésped del cordero.
La pantera se deleitará al pie
del cabrío, y el león comerá
paja con el buey.
Actualizando: Ya vendrá el
día en que la televisión
defenderá los intereses
del pueblo".*

co implementado por ese bloque de poder emergente, principalmente con la concentración de la renta. Desde el punto de vista político se constituyó en un instrumento de intervención ideológica, con poderes nunca antes experimentados en la historia del Brasil.

"El fortalecimiento de la televisión como vehículo de propaganda acompañó el proceso de concentración monopolista implantado en todos los sectores de la economía. Y el surgimiento de la Red Globo, como principal empresa de ese sector, cubrió esa necesidad, al convertirse en un poderoso medio de propaganda, privilegiado por los principales anunciantes, capaz de estimular el mercado nacional.

En 1977, entre las 130 principales líneas de productos fabricados en el Brasil, los principales rubros publicitarios destinados para la televisión llegaron al 62,8%.

La Televisión es el principal vehículo de los grandes anunciantes, y la Red Globo es el instrumento privilegiado de esas empresas, la mayoría multinacionales, que destinaron entre 1977 y 1980 el 85% del total de las inversiones realizadas en la televisión, contra el 11% en la Red Tupi y el 4% en otras estaciones.

La televisión tal como se organiza en el Brasil, aumenta el carácter concentrador del modelo económico, en la



La mujer está expuesta permanentemente al discriminación y a la subyugación.

medida en que sus costos la tornan en privilegio de un pequeño número de empresas. Y es muy difícil para la pequeña y mediana empresa competir con los productos ya comercializados en el mercado, a escala nacional, con el soporte de la publicidad.

El actual concepto comercial de la Red de Televisión es producto de una economía dominada por los oligopolios. Tal como se organiza, la Red Globo es, sin duda, la opción más barata para los investigadores publicitarios que operan a escala nacional, siendo asimismo proporcionalmente más barata que la inversión en un periódico, radio o revista. La red de transmisores y repetidoras de señales de la empresa Globo coloca al Brasil en el segundo país del mundo que cuenta con una gran extensión de sistemas de microondas, siendo superado solo por los Estados Unidos.

La Red Globo es la cuarta mayor red de televisión comercial del mundo y es la mayor productora mundial de programas propios, entre las emisoras privadas: de los diez programas de mayor audiencia, ocho son producidos en el Brasil.

La Red Globo opera en el contexto de una economía dominada por oligopólios nacionales y extranjeros, dentro de una sociedad violentamente estratificada y con instituciones políticas y autoritarias y que excluyen a la mayoría de la población. Y su papel es muy claro.

Noticiario:

PORAVOZ DE BRASILIA

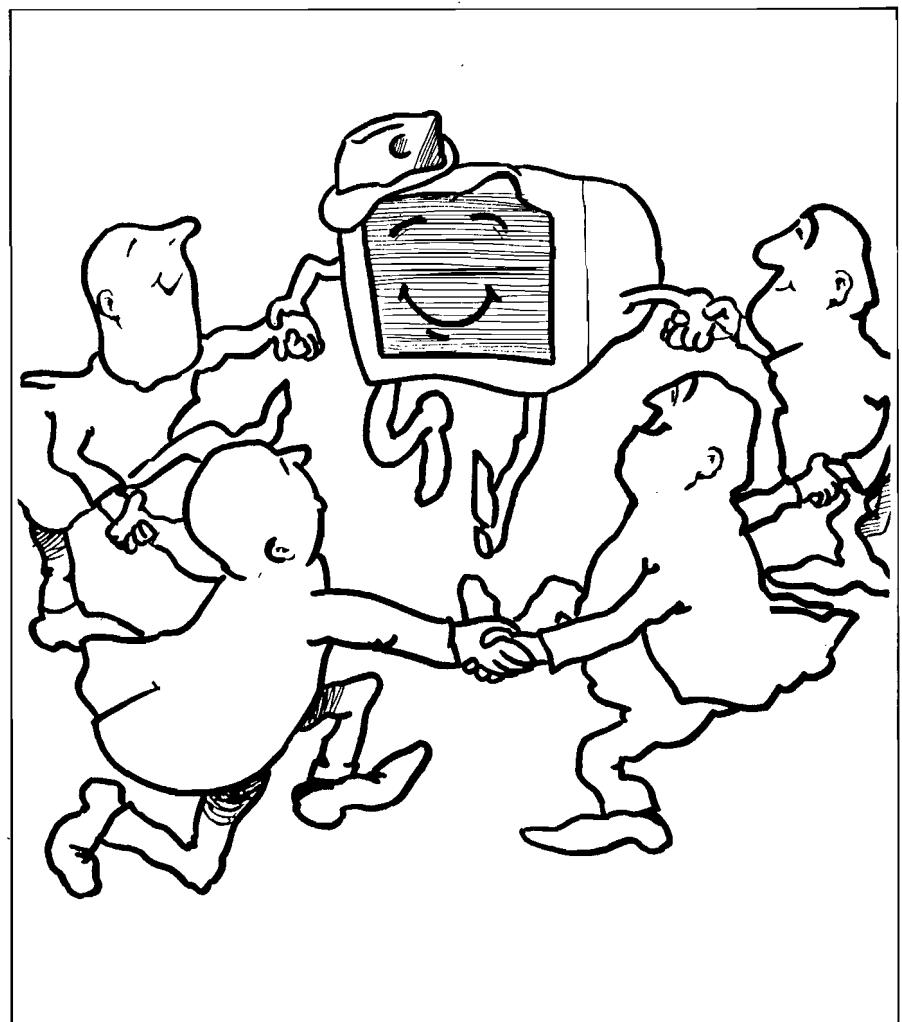
Si toda la programación de la Red defiende intereses oligárquicos, en el caso del Noticiario, la situación no podía ser diferente.

Si Roberto Marinho tiene el control de la televisión en el Brasil, gracias a la ayuda de políticos y de gobiernos, ¿cómo podría difundir noticias en contra de esos políticos?

Si los políticos y gobiernos dependen de la Red Globo, ¿cómo van a permitir que la misma difunda noticias o asuntos que no les interesa?

Por eso, el Noticiario de la Red Globo jamás cuestiona actos autoritarios e injustos de minorías, porque justamente está comprometida con ellas.

Interesa mucho más un cambio de



ministro, un viaje del presidente, quien va acompañado por varios reporteros, que la reivindicación y mejora de los salarios de los trabajadores.

Interesa mucho más una grave desgracia ocurrida en otro país, que el desempleo, el hambre y la situación económica nacional.

Interesa mucho más la preparación de la selección brasileña de fútbol para la próxima Copa del Mundo, que la sucesión presidencial (hace más de 20 años que el pueblo brasileño no elige directamente su Presidente de la República).

Las noticias internacionales, de modo general, difundidas por la Red Globo obedecen a una óptica norteamericana, por la posición que goza la UPI, reforzada por la AP. Y todos conocen la ideología de esas agencias.

Hay un General, llamado Arnizant de Matos quien es de la opinión de que los teleperiódicos no deberían mostrar escenas como las huelgas en Inglaterra y Francia. El cree que estas escenas

inducirían a los trabajadores brasileños para también propiciar huelgas.

Concluyendo, ese Noticiario es un verdadero circo donde para aliviar tensiones los payasos hacen sus gracia.

BIBLIOGRAFIA

- Joao Luis Van Tilburg, Para una lectura crítica de la Televisión, São Paulo, Ediciones Paulinas, 1984.
- José Marques de Melo, Para una lectura crítica de la Comunicación, São Paulo, Ediciones Paulinas, 1985.
- Asociación Brasileña de Estudio e Investigación de la Comunicación, Boletín del I Encuentro de Radiodifusión, Porto Alegre, RS.
- Daniel Herz, La Historia Secreta de la Red Globo, Porto Alegre, Tchê Editora Ltda., 1987.
- BRASIL, Presidencia de la República. Secretaría de Prensa y Divulgación. Mercado Brasileño de Comunicación. Brasilia, 1981.
- María de Fátima Pacheco Jorado, Os 15 años de Globo ■

Hay numerosas teorías e hipótesis sobre los procesos cognitivos y emocionales que corren bajo el ver violencia y agresión; con todo, casi ninguna de ellas ha demostrado una relación directa entre el uso del contenido violento de los medios y el desa- te de violencia en la sociedad en general. Se debe subrayar que el influjo de los medios en la agresión es indi- recto y débil, y que actúa juntamente con muchos otros factores más signifi- cativos.

Aquí, en los países nórdicos, solo unos pocos estudios empíricos han hecho del influjo de la violencia en los medios su principal objeto, aunque bastantes estudios nórdicos sobre comuni- cación de masas, principalmente estu- dios con niños y jóvenes, hayan trata- do de paso el problema de la violencia gratuita y del contenido violento. Por lo mismo, un tema recurrente en los países nórdicos es el de si los hallazgos de fuera son generalizables a las condi- ciones de nuestras sociedades, teniendo en cuenta, entre otras cosas, que nues- tros programas de televisión contienen poca violencia en comparación con los de los Estados Unidos, por ejemplo.

Así pues, se puede entender mi curiosidad cuando conocí dos diser- taciones sobre sicología, de la Universi- dad de Abo (Turku), donde, desde 1978 y bajo la dirección del Profesor Kirsti Lagerspetz, han emprendido va- rios estudios para examinar explícita- mente las consecuencias de la violencia —como— entretenimiento en los medios. Uno de ellos es el de Kaj Björkqvist, *Filmes violentos, ansiedad y agresión. Estudios experimentales sobre el efecto de los filmes violentos en el nivel de ansiedad y agresividad de los niños*, y Vappu Viemerö, *Relación entre violencia filmada y agresión*. Ambas son disertaciones doctorales.

La disertación de Kaj Björkqvist presenta cinco experimentos de labo- ratorio llevados a cabo entre 1980 y 1985. Cada experimento nace del otro. Así, son estudios separados de temas específicos y, a la vez, están conectados entre sí. Los cinco estudian la ansiedad o miedo de los niños mien- tras ven filmes de ficción violenta; algu- nos de los estudios tratan también de la relación entre ansiedad, agresividad (como rasgo personal) y agresión (como conducta).

El experimento número uno, un es- tudio metodológico, tenía por finalidad desarrollar métodos sico- fisiológicos confiables y válidos para medir las reac- ciones de ansiedad (como distintas de otras emociones) en niños durante la proyec-

Cecilia von Feilitzen, trabaja en el De- partamento de Investigación de la Corporación Sueca de Transmisiones y en el Centro de Investigación de la Comunicación de Masas de la Universidad de Estocolmo. Artículo tomado de *The Nordicom Review*, número 1, 1987.

Cinco estudios experimentales sobre:

FILMES VIOLENTOS

Cecilia von Feilitzen

En el campo de la investigación de las comunicaciones masivas, uno de los temas que ha despertado más atención, en términos de tiempo y dinero es el de los efectos del contenido violento de los medios. La mayor parte de esos estudios se han hecho en los Estados Unidos, y han tenido que ver, específicamente, con la agresión. Mientras un alto porcentaje de esas investigaciones encontró que un contenido violento contribuye a aumentar la agresión

a corto plazo —más frecuentemente en pequeños grupos—, los estudios de au- mento de agresión a largo plazo arro- jaron resultados en cierto modo contra- dictorios. (Sin embargo, la teoría de la catarsis, esto es, la idea de que ver vio- lencia en los medios reduce decisiva- mente la agresión a causa de la expe- riencia diaria, “limpiando” como con- secuencia las agresiones acumuladas, ha sido ya refutada).

ción de un filme. Participaron 24 ni- ños de cinco y seis años de edad, de ni- vel pre escolar y de la clase media alta finlandesa. Se proyectaron tres secuen- cias de filmes violentos de seis a siete minutos: un dibujo animado de Pá- jaro Carpintero, un filme realista, El Puente de Juguete, finlandés, y un frag- mento de la serie sueca de Astrid Lind- grem, Madickem. Los tres fueron pre- sentados a cada niño por separado. Además de medidas sico- fisiológicas, se entrevistó a cada niño entre las secuen- cias de los filmes.

El resultado de este primer experi- mento mostró que los métodos sico- fisiológicos eran confiables y válidos. Encontró también que los niveles de ansiedad fueron más altos en las niñas que en los niños. Como los niños son generalmente más agresivos que las niñas, se tomó este hallazgo como indi- cación de una relación negativa entre la agresión y la ansiedad acerca de la violencia.

El experimento dos estudió si la com- pañía de un adulto durante la exhibi- ción de filmes violentos a niños afec- taba las reacciones de ansiedad y la in- terpretación cognitiva de las secuen- cias del filme. Treinta y cuatro niños pre escolares, de cuatro a seis años de edad y de la clase media alta, vieron uno por uno un filme; primero solos, luego acompañados por un adulto en silencio, y por fin acompañados de un adulto que comentaba sobre el conte- nido de modo sistemático. Diez niños participaron en cada sesión. El estímu-

lo material consistió en quince minu- tos de trozos de cinco filmes que pro- yectaban actos de violencia: Dos de dibujos animados de Tom and Jerry, uno del Pájaro Loco, uno de Palikksilta y un programa sueco animado para gente joven, Helvete ocksa (Maldita sea).

El resultado fue que aquellos niños que vieron el filme solos, se mostraron más ansiosos, mientras que aquellos que lo vieron con un adulto comunicati- vo denotaron menos ansiedad. Aque- llos que lo vieron con un adulto en silen- cio mostraron sensaciones que caen en la mitad de las anteriores. Los com- mentarios del adulto influyeron tam- bién positivamente en que el niño re- cordara y comprendiera el filme y eva- luara moralmente a los personajes.

El experimento tercero examinó las reacciones de ansiedad a filmes violentos en dos grupos extremos: diecisiete muchachos agresivos y diecisésis no agre- sivos, entre los doce y los catorce. La agresividad de los muchachos había sido establecida por calificaciones de los compañeros de escuela. Se midió la agresividad con métodos sico- fisiológicos. Los muchachos estuvieron solos, viendo uno por uno un filme de quin- ce minutos con dos secuencias violentas de Kung-Fu: Crack Shadow Boxers.

El resultado de este experimento fue que los muchachos no agresivos mostraron más reacciones de ansiedad a las secuencias violentas que los mu- chachos agresivos.

El experimento cuarto se concen-

tró en la "desensitización" (Reducción de reacciones de ansiedad) a causa de violencia filmada, y se preguntaba si una exposición masiva a violencia vírica conducía a endurecimiento, a aceptación de los actos agresivos mostrados en el filme, en forma de reacciones reducidas de ansiedad durante la sesión. Diecisiete muchachos más agresivos y diecisésis menos agresivos entre los doce y catorce fueron distribuidos en grupos de experimento y de control. Todos ellos vieron, uno por uno, quince minutos del filme de *Kung-Fu: Crack Shadow Boxers* dos veces. Entre sesiones, los muchachos del grupo de experimento vieron un filme de noventa minutos de *Bruce Lee, King of Kung-Fu*, mientras los del grupo de control veían un filme de TV, de noventa minutos, acerca de animales de circo y osos salvajes en el extremo norte.

Se notó una reducción de las reacciones de ansiedad en el grupo de experimento, pero no en el grupo de control. Así pues, hubo evidencia de reducción de reacciones de ansiedad (desensitización). Más aún, hubo evidencia de desensitización entre quienes vieron una dosis mayor de contenido violento.

El último experimento estudió si diferentes clases de filmes (animaciones y filmes de actores reales) y diferentes formas de presentación de la violencia (más humorística y más realista, esto es, realista en el sentido de que las consecuencias de la violencia —dolor y sufrimiento— eran también presentadas en los filmes) tenían algún influjo en la agresión subsecuente de los espectadores. Cuatro filmes experimentales de cuatro minutos fueron usados como experimentos, y un quinto de secuencias no violentas de dibujos animados y actores reales fue usado como control.

Veinte niños pre-escolares, de cinco y seis años de edad, y claramente representativos de la población de Turku tomaron parte. Todos vieron los filmes en un período de tres semanas. Los niños asistieron al laboratorio cinco veces en parejas, y se les permitió jugar en un cuarto observatorio equipado con juguetes, antes y después de cada filme. Personal del jardín de infantes examinó su conducta valiéndose de ocho variables, cuatro de las cuales se referían a diferentes formas de agresión; una, al temor a la agresión; una, a actividad en general; y dos, a conducta cooperativa y destructiva. El nivel general de agresividad de cada niño había sido también evaluado con anticipación: tres niños y dos niñas fueron calificados como agresivos. Además, se midieron las reacciones de ansiedad durante el filme en uno de cada par de espectadores.

Aunque los niños no eran particularmente agresivos antes y después de los filmes, su agresión creció significativamente después de ver los filmes que mostraban violencia en forma humorística; en cambio, la agresividad creció poco y no significativamente después de ver aquellos filmes que mostraban violencia acompañada de dolor y sufrimiento. Que el filme fuera de dibujo animado o de actores reales no tuvo ninguna importancia. La agresión creció más en cinco niños que habían sido calificados previamente de agresivos. Creció más entre los niños que no en las niñas.

HALLAZGOS DEL ESTUDIO:

Los principales descubrimientos por Kaj Bjorkqvist, son que hay correlación entre una agresión alta y una ansiedad baja ante la violencia filmada y viceversa. Este resultado, lo señala él, contradice a otros que habían encontrado que un aumento emocional se correlaciona con una alta agresividad. El autor comenta que esta última relación puede ser válida para sentimientos de extroversión como la ira y el gozo; pero no en el caso de emociones de introversión; en ellas, la agresión probablemente no aumentará. En otras palabras, hay que tener en cuenta la clase de estímulo emocional en juego.

Otro hallazgo importante es que el aumento mayor de conducta agresiva luego de la exhibición de violencia filmada, apareció en individuos agresivos con bajos niveles de reacciones de ansiedad durante la exposición a la violencia, mientras que los efectos de agresión inmediata no fueron muy pronunciados en los otros. El autor de la tesis doctoral interpreta este resultado en términos cognoscitivos y emocionales. En cuanto a los primeros, un efecto de mayor agresión en individuos ya agresivos puede deberse a sus actitudes más positivas frente al uso de conducta agresiva como un medio de resolver problemas. Normalmente, estas actitudes son inhibidas en alguna extensión por la fuerza de las normas sociales que circundan inmediatamente al indi-

En cuanto a la interpretación emocional, un efecto de agresión aumentada al ver esos filmes puede ser atribuido a la insensibilidad emocional o desensitización. De este modo, el autor hace la hipótesis de que la desensitización emocional en la forma de reacciones de ansiedad reducida ante la vio-

lencia filmada lleva a una más grande aceptación o tolerancia de la conducta agresiva (y, por lo mismo, también lleva a más frecuentes apelaciones a una conducta agresiva).

Los principales hallazgos del autor y en especial el de que la ansiedad hacia violencia filmada conduce a una relación negativa, a una agresividad a priori y a una conducta agresiva luego de ver el contenido violento de un filme, o en otras palabras, que la ansiedad acerca de la violencia y que la agresividad / agresión no están presentes en el mismo individuo simultáneamente, es interesante.

La ansiedad ante la violencia filmada puede pues verse como un factor de mediación que actúa en el sentido de inhibir la agresión.

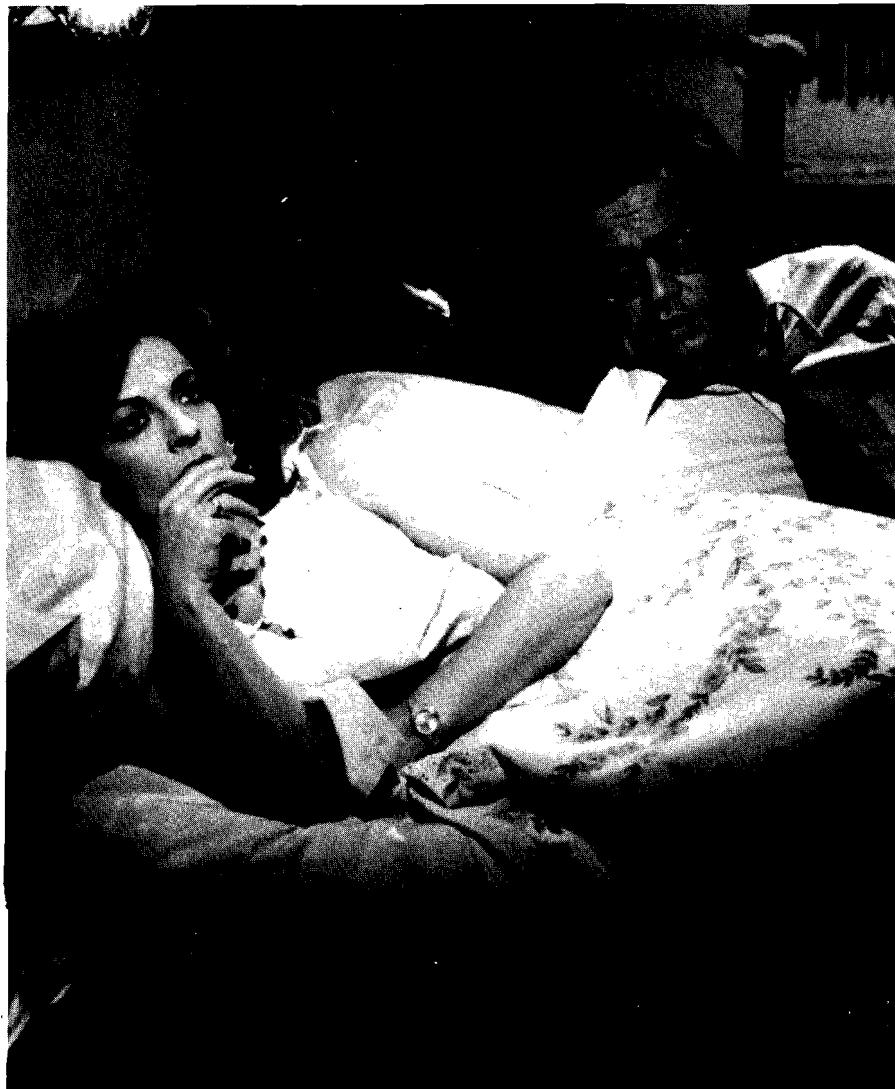
Sin embargo, es prudente preguntarse cuán generalizables pueden ser los hallazgos de estos experimentos. De acuerdo con Gunter (1985), los consumidores fuertes de televisión (adultos) —que se supone están más desensitizados que aquellos que ven menos televisión— son los que perciben la violencia en la televisión como algo muy violento y temible. Gerbner y otros (1981) halló que la televisión instila el más grande miedo de violencia en la vida real entre aquellas personas que ven mucha televisión y que creen que están en peligro de llegar a ser víctimas de la violencia; pero no en forma apreciable entre aquellos que también ven mucha televisión pero que están más acostumbrados a la agresión en su medio ambiente diario (aquí también la población estudiada era de adultos).

Ahora bien, se puede objetar que ninguno de estos estudios se centró específicamente en ver contenidos violentos. Vappu Viemero (1986), parece haber hallado para grupos de niños finlandeses, que aquellos que ven mucha televisión de contenido violento experimentaron estos programas como excitantes, estuvieron más atemorizados de la violencia en ellos y tuvieron más pesadillas después de verlos que niños que vieron cantidades menores de contenido violento. Este mismo autor parece sostener que la agresión y la ansiedad pueden coexistir en el mismo niño de tal modo que una conducta agresiva (entre los antisociales) puede dar pie a un deseo de mirar contenidos violentos, lo que a su vez hace surgir el miedo e influye en la agresión subsiguiente.

¿Cómo se hace una telenovela?

Los hacedores de engaños y amores imposibles, gozan un puyero poniendo a llorar a las señoras todas las noches de 9 a 11. Algunos tienen sus trucos, otros prefieren improvisar y los terceros se reducen a venezolanizar los giros cuba-

nos de Delia Fiallo. Hacer una telenovela, caballero, es entregar 24 páginas diarias de problemas ajenos, de chismes divertidos, de vidas imposibles. Conozca sus argucias para elaborar mensajes epidérmicos.



Marina Baura y Gustavo Rodríguez, protagonistas de *Natalia de 8 a 9*, la típica telenovela que muestra la infidelidad conyugal.

Iván Gavaldón
Elizabeth Fuentes

IBSEN MARTINEZ:

Con whisky en mano

y mucha dosis de canibalismo

(“Rosa Campos, Provinciana; “Campeón sin Corona”...)

Para Ibsen, el equipo se conforma con un número mágico que debe ser múltiplo de tres y no mayor de cinco: el autor o responsable de la telenovela (los Cabrujas, Rondón, Fiallo) y los llamados dialoguistas que no somos más que bestias de carga de la palabra escrita. El grado cero del dialoguista, usualmente a cargo del novato del equipo, es el “caratulero”. La carátula es la portada del libreto donde se desglosa toda la información que es crucial para la producción: sets, nuevos sets, cuántos extras van a aparecer, en fin un fastidio.

Un rasgo que denota la pertenencia

a este gremio son las conversaciones de final de jornada con whisky en mano, acerca de las virtudes respectivas de la disposición del guión, a dos columnas versus el guión tipo americano. Discusión bizantina, porque se supone que uno de los dos modos obliga a los productores a leerse los libretos. Lo que no se ha sabido es cuál de los dos leen realmente.

¿En su caso, existe algún método?

— “En Venezuela existe un método conocido como el de la fe de errata. Consiste en que donde dice guagua debe decir autobús. Donde dice aserrío, debe decir hacienda, donde dice Sagua La Grande, debe decir el Interior.

El otro método es el verismo sociologante que nunca puede ir más allá de 60 capítulos porque nadie los soportaría, ni siquiera quien lo escribe. Modernamente se está recorriendo el camino que nunca se debió abandonar: apoyarse en los clásicos del género folletín para mejorar su estructura (pero no haciendo adaptaciones), tratando de recobrar los

trucos: grandes agravios, historias de largo aliento, prescindir del mural locista, hacer énfasis en lo crucial, el juego de las pasiones, la desmesura propia del melodrama en su mejor acepción.

Por supuesto, habrá mucha dosis de canibalismo de la realidad propia. En una ocasión escribí una telenovela donde había un divorcio en la subtrama. Y casualmente uno de mis dialoguistas se estaba divorciando. Entonces yo le preguntaba todos los días ¿Qué pasó anoche? Y el contaba: “me chantajeó con la chamita enferma” Y esa era la subtrama del día. Pero en general, no es bueno escribir la novela leyendo las páginas de sucesos.

Uno puede sentir cuando la novela está funcionando porque siente que al terminar la jornada, todavía quedó tela por cortar. Hay un momento difícil en la diagramación, que se resuelve en grupo; siempre hay una idea feliz ‘ellos y que se encontraban a la salida del cine’ o alguien del grupo recordaba una premisa dramática que inexplicablemente se había olvidado y replantea toda la situación, dándole aliento.

En suma, un trabajo como todos que se puede abordar desaprensivamente y en otros casos que tiende a fracasar (cosa que suele ocurrirles a muchos intelectuales prestados a la TV).

Un trabajo que se aprende a querer y que logra enriquecer mucho la experiencia del escritor aunque sea porque lo disciplina cinco horas diarias”.

MARIELA ROMERO:

Sin talento no hay receta

para completar una trama, con muchas, muchas subtramas

(Dramaturga, presidenta de Aveprote, ha escrito “Cenicienta”, “La Sultana”, “Cantaré para tí” y actualmente están invitándole a una historia: “Alba Marina”, la próxima novela de Venevisión).

“Lo primero que debes tener a mano es una historia con muchas otras al lado. Bastante romance, fantasía y la intriga, que para los espectadores es la truculencia. Una vez que la historia está



El juego de pasiones, de tropiezos sentimentales, y las historias de amor de largo aliento completan el menú de la telenovela. (Escena de Cristal)



Y por supuesto las escenas de “problemas de hogar” también cuentan, aunque su enfoque es muy superficial

armada, viene otro ingrediente que es la capacidad para contar una historia de tres páginas en 130 horas. Una gran creatividad para desarrollar alrededor de la historia central, unas paralelas o subtramas que también tengan romance e intriga.

Una vez clarificada la historia central y las subtramas, hay que dividir esto en grandes bloques. Del capítulo 1 al 20, pasarán estas cosas y del 20 al 40, éstas otras ... etc.

Un buen elenco y un buen equipo técnico que comulguen contigo en esa historia para que se cuente con mayor certeza.

Y una varita mágica para ganar el rating y que la gente adore la novela. Pero el ingrediente básico es ser un buen escritor y tener talento para eso. Si no, no hay receta que valga".

BORIS IZAGUIRRE:

Una escalera y una malvada

para hacer una especie de vikinga, flaca, clamorosa y perversa

(Dialoguista de "La Cama de Rosa" y, actualmente, de "Primavera")

"Mi trabajo en Primavera es seguir la trama que inventó la Fiallo para una vieja telenovela llamada María Teresa. Uno va a escribir el capítulo 252 y tiene que ver el capítulo 252 de María Teresa. Afortunadamente en Primavera el compromiso es seguir la diagramación más o menos como ella la tenía, pero uno escribe las escenas completamente diferentes. Una de las cosas más terribles de la Fiallo es que jamás aprendió a hablar en venezolano: nunca dice bofetada sino galleta y en vez de problema, dice engrullo. Además, tiene una palabra que usa para todo: mortificada. Hay personajes mortificados, mortificaditos y otros mortificadísimos".

Dámos un ejemplo de eso que llaman adaptación...

"En María Teresa, Isabella de la Plaza (esa malvada) era Renée de Pallas. Por supuesto, Delia le escribía a Renée, que era una señora muy mayor y todo el tiempo la enfermaba y la ponía a hacer sus maldades desde la cama. No-



"Lo mejor de una telenovela es ver a Lupita Ferrer despertarse totalmente peinada y maquillada"

sotros tenemos una actriz que es Carlota Sosa, que no llega a los 30 años, y con ella hemos podido hacer de todo, hasta empatarla con el mejor amigo de su propio hijo (porque ella odia al hijo). Hemos hecho de ella una especie de vikinga, muy flaca, clamorosa y terriblemente perversa. Me imagino que la Fiallo se va a escandalizar cuando la vez haciendo el amor y pensando, en play back, 'a través de tu mejor amigo voy a vengarme de ti, hijo mío'".

Según Boris, "uno jamás debe escribir para sí mismo cuando hace una novela, sino escribir para la cachifa de la casa. Después, a medida que la novela va teniendo éxito, te das cuenta que hay más cachifas entre tus amistades que las que uno pensaba. La telenovela ocupa una hora diaria de tu vida, en la que todos participamos de un chisme enorme. Así que uno debe pro-

curar que sea muy divertido e inesperado. Yo no creo en el realismo social de las novelas. Lo mejor de una novela es ver a Lupita Ferrer despertarse totalmente peinada y maquillada. Y aún antes de pararse de la cama ya sabe que el día que le viene es indiscutiblemente para seguir sufriendo.

En una telenovela, el sufrimiento es fundamental porque la gente que no sufre no le pasa nada. El truco de una culebra es que tu tienes que decirle a esa cachifa que la vida no vale la pena vivirla si no te tratan mal, si no te quitan a tu hijo, si no asistes 4 meses en un mes a un hospital a visitar a alguien que se está quedando ciego y si no descubres a mitad de escena que la verdadera heredera de la fortuna es ella.

Por último, una novela que no tenga ni escalera ni villanas, no es una buena novela. Y últimamente, tienen que ser historias de ricos, ricos. Los pobres que las vean".

JOSE IGNACIO CABRUJAS:

Amor y obstáculos

el menú de una telenovela



Los "hacedores" de telenovelas hacen de una actriz la tierna y dulce dama, o la perversa y cruel mujer. (Gigi Zancheta en La Dama de Rosa)

(Hacedor de telenovelas tales como: "La señora de Cárdenas", "Soltera sin compromiso", "Silvia Rivas, divorciada", "Natalia de 8 a 9", "La dueña", "La dama de Rosa", etc.)

¿Cómo pedirle a José Ignacio Cabrujas una receta, una mera lista de ingredientes con indicaciones sobre su preparación y cocción, hasta la final llegada a la mesa?

De sus palabras, sin embargo, se deduce una pragmática explicación, una definición de los elementos necesarios para la preparación de una telenovela de alta cocina, fiel a su género, y única con posibilidades de éxito.

Cuatro elementos pueden definirse, pero en forma abstracta, porque lo demás depende de la sazón de cada cocinero. Hagamos la lista entonces, de esas cosas que toda telenovela debe llevar:

1. Amor, mucho amor: Es el tema universal e imperecedero, común a todos los mortales. Es la base sobre la cual todas las peripecias de la historia pueden ser apoyadas, por el único tema del que aceptamos ser testigos durante interminables meses. Es la clave de todo.

2. Obstáculos: Son incontables para la realización de este amor. Obstáculos

de trágica dimensión, de aparente indestructibilidad hasta el momento final, cuando todos han de ser allanados.

3. Fantasía: Exaltada fantasía divorciada del realismo, que permite colocar esos miles de obstáculos a un ritmo que un ser real jamás soportaría, que le da una dimensión trágica al más pequeño problema, que mitifica en cada uno de los personajes la imagen que el espectador tiene de sí mismo.

4. Respeto: Por el género, por el trabajo diario de escribir, por la audiencia. El que se sienta superior a lo que escribe, vaticina Cabrujas con grave voz, está maldito y condenado al fracaso.

— Una telenovela es una historia muy larga, que hablando en términos industriales, dura doscientas horas. La única cosa que al ser humano le importa, que puede durar doscientas horas, es una historia de amor. En esa historia de amor se colocan obstáculos que impiden que ese amor se realice durante ciento noventa y nueve horas, para

que finalmente se logre en la hora doscientos. El público adquiere un vicio, una adicción cuando ve la historia, porque desea que ese amor se realice.

Cabrujas siempre habla de "la protagonista". La telenovela es una mujer. Su audiencia está compuesta mayormente por mujeres. Son señoras las que se le acercan en la calle como cosa cotidiana, para felicitarle por sus logros o imprecáralo por sus inconsistencias.

“A veces tu vas por la calle y una señora se asoma desde el carrito por puesto y te grita una pesadez. La audiencia no es un ente manipulable, sino muy exigente.

Por eso es que yo me identifico mucho con la protagonista de 'Las Mil y Una Noches'. La imagen de Sherezade me persigue en la vida, me siento igual que ella. El Sultán es la audiencia, que me corta la cabeza si no mantengo el interés en la historia que estoy contando. La cabeza se llama rating”.

Una vez concebida la idea, comienza la tarea de la detallada fabulación. Cabrujas y su equipo se reúnen en una oficina "super secreta", donde no se reciben llamadas telefónicas. La labor dura la mayor parte del día. Es, en sus propias palabras, "emocionante, pero no satisfactorio. Lo maldices, reniegas de tu vida, porque es agotador. Lo que pasa es que las telenovelas me da una sensación de poder: siete millones de personas son una vaina demasiado grande".

Poder que, tal vez, no es inútil. Detrás del esquema aparentemente simple de la fabricación industrial, yace la necesidad de que el pueblo (latinoamericano) se identifique con mitos grandiosos de sí mismo. A Cabrujas, la posibilidad de tan grande influencia lo tienta, lo seduce:

“Fijate, por ejemplo, en el cine americano. Es un arte eminentemente popular, que ha producido dos grandes corrientes. Por un lado, tienes una película como 'Lo que el viento se llevó', donde te muestran a Vivian Leigh abrazada a un árbol frente a las ruinas de la casa, gritando ¡Yo voy a reconstruirlo! Es una imagen exaltiva del americano.

Sin dármeles de patrioterio ni nada de eso, yo creo que la batalla fundamental es que los venezolanos, los latinoamericanos, se reconozcan como mitos hermosos y sublimes. El hombre que vive en esta sociedad latinoamericana necesita alegría de sí mismo. Necesita verse representado en seres dignos, hermosos, inteligentes, para que ese hombre tenga orgullo de sí mismo”.



Amor, mucho amor: el condumio esencial de la telenovela, tal como lo muestra Mayra Alejandra y Jean Carlos Simancas en *Luisana mía*



Otro ingrediente son los obstáculos de trágica dimensión. *Roberta*, novela de Delia Fiallo, se enmarca en ese estilo

ARMANDO COLL:

Acto de renuncia

a ser un escritor becado

(Trabaja para Talento de América C.A., productores de "Corazón de Diamante", novela original de Julio César Márquez, protagonizada por Ivón Goderich y Gustavo Rodríguez a transmitirse próximamente).

"Escribir telenovelas es un acto de renuncia. De renuncia a la LITERATURA —así, con mayúsculas—, en favor de nuevos modos de expresión, en favor de la convocatoria más amplia, del encuentro más cercano a eso que hemos dado en llamar "todos". De renuncia al realismo —en su significado tradicional— en favor de la exaltación de las pasiones que nos atañen, desde la muchacha que trabaja en casa hasta yo que soy quien escribe. De renuncia a ser un escritor

becado, con el privilegio de pensarse su obra eternamente y de no escribir una sola línea que no le asegure un puesto en la Historia de la Literatura Venezolana; hay que levantarse todos los días con la disposición de enfrentarse a una página en blanco y llenarla de diálogos capaces de decirle algo al más desprevenido, al más desinteresado, al más displicente, al más prejuiciado. De renunciar al lenguaje "puro" y dejarse invadir por las impurezas que dicta el instante. En términos prácticos, se trata de repartir mucho amor y desencuentro en un promedio de 18 escenas por capítulo, durante 5 o 6 meses, hasta llegar a eso que en la vida real es tan improbable: el final feliz. Ofrendar al público la posibilidad del encuentro amoroso definitivo, en ese bien cotizado capítulo final. Como dice Julio César Márquez, el mago que me ha prodigado los secretos de este arte maldito: 'Escribe como si se tratara de tu mejor obra de teatro'... y tendrás el género televisivo por excelencia".

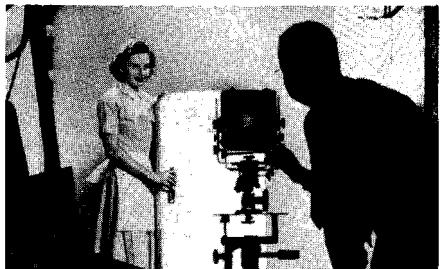
ALIDHA AVILA:

Puro realismo

aunque siempre se destaca lo fantástico

(Cineasta; ha realizado algunos cortometrajes. Escribió diálogos para la novela "María de los Angeles" y actualmente realiza una novela para Jorge Félix; además su productora independiente va en progreso).

"El primer ingrediente del recetario tradicional es el te quiero —pero— no puede ser, hasta el último capítulo, cuando es así. Pero el obstáculo que impide la felicidad siempre es ajeno a quienes se aman. Yo pienso que ese es un esquema totalmente agotado y de ahí que ninguna novela obtenga los 70 puntos de rating que alcanzó 'La



señora de Cárdenas', por ejemplo. Lo otro es la protagonista impoluta, a quien le dan un beso en el primer capítulo y en el último. Siempre le suceden cosas, pero ella no decide absolutamente nada.

Queremos romper el esquema tradicional. Una protagonista que hace cosas, toma decisiones, se equivoca, le produce felicidad a la gente, pero también la hace sufrir y desgarrarse. El obstáculo para el amor de la pareja es interno, proviene de diferentes formas de ver la vida, de relacionarse con el mundo, de conflictos profundamente arraigados. Queremos mantener la ambigüedad de la vida. Nos estamos basando en un artículo de André Bazan sobre realismo en el cine que trata de interpretar la ambigüedad de la vida, donde nadie es bueno ni malo sino que depende de las circunstancias.

Nos hemos alejado de cualquier receta. Jugamos con la complejidad de la vida. No hay esos secretos que si fulanita es hija del otro pero no lo sabe. Eliminamos por completo la truculencia, esos finales de mentira, los falsos suspensos. La historia fluye y se termina al pasar la hora. Tratamos de mantener la coherencia de los personajes, las personas se enfrentan unas a otras con problemas reales. No sabemos qué pasará. Nuestra protagonista es insólita, pero hay que intentarlo".

CESAR MIGUEL RONDON:

No hay fórmulas

solo un masoquismo inmenso

(Guionista de "Ligia Elena", "Las Amazonas", "El sol sale para todos" y "La luna también". Actualmente escribe otra telenovela para Venezuela, protagonizada por Ruddy Rodríguez y Luis José Santander, cuyo título desconoce "porque yo nunca le pongo nombre a mis novelas")

"Yo no tengo un recetario. Pero sospecho que otros lo deben tener porque les va muy bien y no me lo quieren dar. No hay fórmulas ni recetas ni nada de eso. Sólo un masoquismo inmenso, porque ponernos a inventar una vaina que la ve todo el mundo todos los días, es algo bien tortuoso. Claro que hay reglas de oro. Por ejemplo: la protagonista siempre debe sufrir, el protagonista debe ser muy macho y no se ridiculiza jamás. Pero sin embargo, en Ligia Elena, el papá le caía a cachuchazos al protagonista y tuvimos éxito.

Hay unas cuantas reglas escritas por unos señores que en su vida han escrito una telenovela (generalmente un cubano que es jefe de uno) y siempre aparece gente que se las destroza".

César Miguel tiene un equipo incondicional, formado por Napoleón Grazziani e Isamar Hernández. Un libreto diario ("porque yo soy muy lento") le supone unas 7 horas de trabajo, todos los días del mundo, incluso hasta algunos domingos.

"Claro que es inevitable que mucho de uno se trasluzca en la trama. No que uno cuente con pelos y señales los rollos por los que está pasando, pero sí fluye el modo de ver la vida. Quienes me conocen bien, se dan cuenta".

Lo cierto, remata César Miguel, es que hacer una telenovela es algo bien difícil porque "si es complicado llevar la vida de uno, qué no será llevársela a 40 personas distintas: uno termina calvo, fumándose 4 cajetillas de cigarrillos diarios.

En definitiva, hacemos historias de amor con conflictos diáfanos para gente sencilla..." ■

El futuro próximo del Comnet

La Red Internacional de Centros de Documentación de Investigación y Políticas de la Comunicación (COMNET), cumplió una reunión de tres días en junio de 1987 en la sede de AMIC en Singapur en la que se discutió sobre las nuevas perspectivas de trabajo de la organización.

La cita se organizó con la asistencia de funcionarios de la UNESCO; Vijay Menon, Secretario General de AMIC, fue elegido presidente de la reunión, mientras que Antonio García Gutiérrez de IBERCOM, (actual coordinador de la red) se desempeñó como reportero. Alan Hancock, director de la División de Libre Flujo de Información y Políticas de Comunicación, introdujo importantes datos adicionales y comentarios sobre los aspectos que se hallaron bajo discusión.

A la reunión concurrieron los siguientes miembros de COMNET: AMIC, CESTI, CECOM, CIESPAL, IBERCOM, NORDICOM y tres centros interesados en unirse a la red Comnet; estos fueron CARIMAC, IIMC e IDATE. También estuvo presente Alain Boucher de la Centrale des Bibliothèques de Montreal, especialista que estudia la posibilidad de automatizar al COMNET. Una gran variedad de temas fueron sometidos a discusión y análisis durante el encuentro, desde la formulación de pautas generales y estratégicas para la red hasta su computarización, la necesidad de introducir cambios en la estructura del Thesaurus de la Unesco, informes de los miembros del Comnet y sobre la reunión de Cracovia.

INFORME DE LA REUNION DE CRACOVIA

Este documento presentado por Antonio Gutierrez, representante del Centro de Coordinación IBERCOM, destaca la ausencia de reglas comunes para la descripción bibliográfica, indexación y elaboración de resúmenes en los diferentes centros que conforman el CONMET. La dificultad que surgió en la utilización del Thesaurus de la Unesco se debió a su obsolescencia, aclara Gutierrez, quien admite en su informe que muchas de las recomenda-

ciones y objetivos que se fijaron en la reunión de Cracovia no se han materializado. Los participantes convinieron en señalar la necesidad de adoptar decisiones realistas como por ejemplo la standarización, automatización y coordinación del sistema de trabajo del COMNET.

Además cada uno de los representantes de los miembros del COMNET que participaron en la reunión presentaron informes sobre el progreso de sus respectivos centros.

Rahab Gatura del ACCE y Rabacar Sine del CESTI, coincidieron en señalar la necesidad de impulsar en forma conjunta el desarrollo de los servicios de documentación Francophone y Anglophone para la región africana. Elsie Bong explicó el sistema de documentación de AMIC y su posible computarización. Walery Pisarek del CECOM se centró en la situación estable que existe en el sistema de documentación de Europa Oriental. IBERCOM, a través de Antonio Gutierrez, enfatizó su propósito de utilizar en sus acciones bases de datos software. Similares objetivos procura NORDICOM, en una segunda etapa de computarización que agrupa a cinco centros nacionales, según detalló Lennart Weibull. Por su parte, Luis Eladio Proaño de CIESPAL, subrayó la importancia de crear nuevos centros en la región de América Latina, aunque señaló que la mayoría deben tener un carácter internacional. En la actualidad CIESPAL ostenta el privilegio de ser el único centro regional en América Latina y el Caribe.

Finalmente expusieron sus aspiraciones los centros interesados en unirse al COMNET, estos son: el IIMC, CARIMAC e IDATE. Todas son instituciones que desarrollan trabajos de investigación y prestan servicios de documentación.

LA AUTOMATIZACION DEL COMNET

La computarización del Comnet ha estado en discusión durante muchos años. Algunos miembros ya tienen su propio sistema; otros planifican la compra en un futuro cercano. Dada esta situación, se encargó a Alain Boucher, de la Centrale des Bibliothèques de Montreal (Canadá) la elaboración de un estudio de factibilidad para la automatización del Comnet. Boucher en su informe subrayó que uno de los aspectos de la computarización del Comnet se refiere al sistema de computación y a la selección del paquete de software. Puntos prioritarios también constituyen la standarización de reglas relacionadas a la descripción y análisis de materias de los documentos (Thesaurus, resúmenes). En lo concerniente a los formatos de comunicación Alan Boucher consideró que el desarrollo de este aspecto debe hacerse independientemente del equipo de computación y, en alguna forma, del software. "Si a lo interno del COMNET se llegó a un acuerdo sobre la standarización del análisis de materias, esta solo será posible si se actualizan y se expanden los contenidos del Thesaurus", apuntó.

El estudio de computarización del Comnet ha cumplido y prevé algunos pasos: en septiembre de 1987 se presentó el primer informe provisional, decisiones y orientaciones generales; en marzo de 1988 el segundo informe provisional, conclusiones preliminares y recomendaciones, mientras que para septiembre del mismo año se presentará el informe final sobre la automatización del COMNET. Tras el informe de Alain Boucher, se plantearon algunas sugerencias que fueron motivo de análisis durante la reunión de Singapur. El sistema que se recomienda debe permitir que los centros no computarizados se desarrollen de manera lógica dentro del trabajo de la red, mientras que los centros ya automatizados deben tener la capacidad de acoplarse al nuevo sistema. Este debe ser lo suficientemente flexible como para acceder a los nuevos desarrollos tecnológicos y facilitar la interacción con otras redes existentes, según planteamientos de Alan Hancock. Pero la discusión se orientó a dos áreas principales: el debate diferenció entre la necesidad de standarización y la necesidad de computarización. Muchos se pronunciaron porque se de paso a la standarización de la descripción bibliográfica antes que a dis-

cutir la computarización. El segundo punto se remitió a los problemas técnicos implícitos en el estudio.

ACTUALIZACION DEL THESAURUS

A inicios de 1987 se envió a los miembros del COMNET un cuestionario que proyectaba la revisión y actualización del sistema bibliográfico y documental Thesaurus de la Unesco para comunicación de masas. Para mayo de ese año se recibieron dieciséis contestaciones con algunos requerimientos. Frecuentemente se ha utilizado al Thesaurus en diferentes niveles, aunque los centros prefieren una versión revisada; en cuanto a la estructura del sistema se identificaron ciertos problemas específicos centrados básicamente en la relación semántica entre las palabras claves y la ausencia de una jerarquía satisfactoria. La falta de términos, la lenta y discontinua actualización del sistema, son entre otros los problemas que se identifican. En fin, hay acuerdo para la reorganización general de la estructura del Thesaurus. Aunque se pide la inclusión del área de las nuevas tecnologías de comunicación de masas.

En todo caso, será el Grupo Técnico, integrado por representantes de la Centrale des Bibliothèques de Montréal, de IBERCOM, NORDICOM y de IADATE, el que desarrolle las propuestas adecuadas.

La discusión final giró en torno a la futura estructura organizacional de la red internacional, especialmente para los próximos dos años. Durante los debates se distinguieron cuatro áreas: los principios que rigen las membresías del Comnet; las relaciones con otros cuerpos internacionales (IAMCR o FIC); la standarización y automatización; el nombramiento del nuevo coordinador y la definición de fecha y lugar sobre la próxima reunión del COMNET.

NUEVO COORDINADOR DE LA RED

Antonio García Gutierrez, el coordinador que se retira, consideró que la "carencia de reglas comunes para la coordinación del trabajo de la Red de Centros de Documentación fue el mayor problema" que debió afrontar durante su desempeño.

De ahí que fuera aceptada mayoritariamente la constitución de un centro coordinador. Se eligió a NORDICOM, por consenso para ese fin. La Unidad de NORDICOM en Noriega asumiría la responsabilidad de coordinación.

PROXIMA REUNION

Por consenso se decidió que la próxima reunión sea en Barcelona (España). Allí se discutirá el estudio de la automatización de la red y las reformas a la estructura del Thesaurus, coincidiendo con la Conferencia Biennal del IAMCR en julio de 1988. Idealmente se apuntó que las reuniones del COMNET deberían darse cada dos años. Centros como el ACCE de Nairobi y CIESPAL de Quito se ofrecieron como anfitriones de la siguiente reunión. La decisión final se tomará en Barcelona.

CONCLUSIONES GENERALES

El grupo de trabajo (ACCE, AMIC, CARIMAC, CESTI, CIESPAL y NORDICOM) que discutió la definición de Comunicación de Masas estableció cinco parámetros básicos para la revisión del Thesaurus de la Unesco.

1. Los descriptores incluidos deben competir en el área de la comunicación y ser exclusivos para el Thesaurus de Comunicación de la Unesco.
2. Se incluirán únicamente temáticas de comunicación.
3. El nuevo Thesaurus deberá ser paralelo a las actuales prioridades de los investigadores de la comunicación de masas.
4. El Thesaurus deberá aceptarse culturalmente.
5. En la selección de descriptores, el Thesaurus considerará el fenómeno de las convergencias tecnológicas.

En la decisión final sobre este plan de revisión, deberá prevalecer el con-

texto, las condiciones existentes y la aceptación mayoritaria de los miembros del COMNET.

Ya en cuanto a las resoluciones de aspecto técnico se procurarán establecer reglas específicas para los descriptores, la indexación y la elaboración de resúmenes. La standarización de bibliografías deberá ceñirse a un nivel mínimo de ISBD o su equivalente, o de AACR II.

Sobre el desarrollo de la standarización del Thesaurus se acordaron varias resoluciones. De ellas se destaca el señalamiento a los miembros de la red para que coadyuven en la reorganización del Thesaurus, cuya actualización permanente es prioritaria. El Thesaurus de Comunicación de Masas deberá ser compatible con otros Thesaurus de la Unesco.

Respecto a la automatización del COMNET, se propuso al ISO 2708 como el mínimo formato de comunicación. El sistema de computación deberá estar dotado de micro-computadores, que mejor se adapten a las necesidades de la red, aunque en lo concerniente al software no se llegó a una determinación específica.

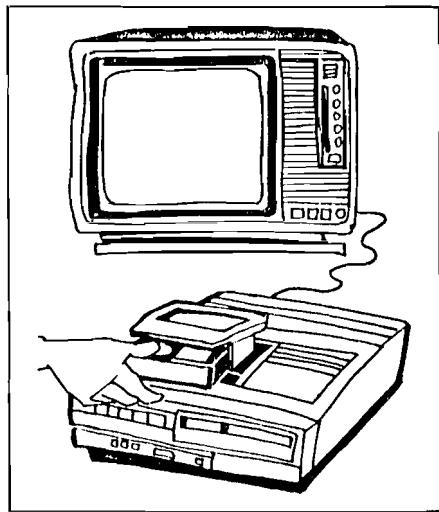
Finalmente, la cita de Singapur recomendó la elaboración de un manual con reglas y normas standard del COMNET, que contenga lineamientos generales para los descriptores bibliográficos, indexación y preparación de resúmenes. Ese manual también contendrá principios y ejemplos ilustrativos para el buen uso del Thesaurus de la Unesco de Comunicación de Masas. (Editado por Wilman Iván Sánchez, de CHASQUI). ■



Participantes en la Reunión Internacional del Comnet celebrada en Singapur en Junio de 1987; primero desde la izquierda, el Dr. Luis Eladio Proaño, Director General de CIESPAL.

MERCADO DE VIDEO EN BRASIL

Por Luis Santoro



A causa de la sofisticación del equipo, son raros los países que disponen de una industria nacional capaz de producirlos. En su mayoría, las industrias electrónicas transnacionales han organizado estructuras únicamente para montar el equipo, importando los componentes. Con estos, las industrias ensambladoras locales difícilmente consiguen colocar sus productos en el mercado a precios competitivos y quedan sujetas a la competencia internacional especialmente en lugares donde es intenso el flujo de productos de contrabando. En muchos países, cuesta menos comprar en el mercado negro un aparato fabricado en el exterior que comprarlo en el comercio local. En el Brasil, un aparato de videocassete cuesta, en promedio, US\$700,00,

mientras que el similar de contrabando puede encontrarse con facilidad por US\$500,00.

De otro lado, las industrias nacionales de VCR, en su totalidad con capital o tecnología extranjera, no tienen condiciones ni necesidad de desarrollar investigaciones para el lanzamiento de modelos tan avanzados como los importados, que son concebidos para disputar mercados agresivos como el norteamericano, japonés y europeo. Así, los videocassetes importados son más baratos; traen innovaciones y avances tecnológicos imposibles de ser acompañados por las industrias locales. En suma, los fabricantes locales lanzan, en el mejor de los casos, un nuevo modelo cada año, contra tres o cuatro disponibles en el exterior. A esto debe sumarse el hecho de que la estrategia de las industrias transnacionales de electrónica consideran a los mercados locales como fáciles consumidores de productos pasados de moda en los mercados más competitivos. En el Brasil en 1982 experimentamos ejemplos bastante claros con ocasión del lanzamiento de los videocassetes y cámaras, modelos lanzados en el exterior algunos años atrás.

Los mercados locales están abarrotados de productos importados legal o ilegalmente, a pesar de que algunos países, como el Brasil, ha intentado disminuir el alcance de ese problema recurriendo a una legislación proteccionista, grabando en forma drástica al producto importado.

El estudio sobre el mercado del video se ve dificultado por la imprecisión de los datos obtenidos. Los datos oficiales no siempre se aproximan a la realidad, pues el mercado de video se instauró en América Latina partiendo de una lógica totalmente diversa de los equipos de sonido e imagen.

El índice de crecimiento de penetración del videocassete, evidentemente varía de un país a otro. En un estudio realizado en 1986, el investigador norteamericano Joseph Straubhaar señaló algunas de las razones que pueden determinar, a nivel cuantitativo, tal penetración: el poder de compra de la población (íntimamente ligado con la distribución de la renta); la creciente disminución del costo de los aparatos, la calidad y desarrollo de la televisión, las restricciones a la importación, el grado de urbanización, entre otros.

En el caso del Brasil, hasta 1982, el videocassete era consumido por una pequeña parte de la población, que tenía acceso al equipo y a cintas pregrabadas con oportunidad de viajes al exterior. Hasta entonces, los clubes de video existentes disponían casi exclusivamente de cintas en inglés. Con la creciente promoción de los nuevos lanzamientos nacionales, el mercado pasó a estructurarse en función de la oferta de los equipos y cintas existentes, casi en su totalidad importados y en el sistema de color NTSC, norteamericano. Frente a esto, los fabricantes, distribuidores y propietarios de clubes de video pusieron a disposición del usuario videos cassettes capaces de reproducir cintas en MTSC o PAL-M (sistemas de color utilizado en el Brasil). Actualmente, cualquier aparato fabricado en el Brasil o importado, cuenta con la adaptación técnica necesaria para la reproducción de los dos sistemas de color. Sin duda, el mercado ilegal exis-

Luis F. Santoro, profesor de la Escuela de Comunicación de la Universidad de São Paulo y del Curso de postgrado en el Instituto Metodista. Expresidente de la Asociación Brasileña de Video en el movimiento popular.

tente determinó la estrategia del marketing de lanzamiento de los nuevos productos, así como sus características técnicas.

Luego de 1982, el videocassete pasó a ser más conocido y recientemente se convirtió en el nuevo símbolo de status para una parte de la población, substituyendo en esa función a los sofisticados sistemas de sonido. En un país como Brasil, donde el 50% de la población gana más de 10 salarios mínimos (menos de US\$500,00) mensuales, el mercado del videocassete todavía no está saturado. Se estima que ahora existen en el país cerca de 1 millón 200 mil aparatos de videocassete, de los cuales menos del 20% son de producción nacional. No obstante, la expansión de este mercado no crecerá una vez que la crisis económica que soporta el país impide incrementar el nivel de nuevos propietarios. En efecto, Brasil tiene hoy cerca de 35 millones de hogares, de los cuales el 20% no tiene energía eléctrica y el 30% no tiene refrigeradora. Según datos recogidos por las agencias de publicidad, la TV llega a poco más del 60% de la población, lo que da un total de 28 millones de aparatos de TV fabricados. De estos, 12 millones de aparatos son en blanco y negro y 16 millones a color, sin olvidar que en las clases más pudientes existe más de un aparato por residencia.

Cruzando estos datos con la evidencia de que el videocassete sería accesible a máximo el 50% de los hogares que perciben más de 10 salarios mínimos, llegamos a un número máximo de un millón 700 mil aparatos aproximadamente.



mente, 1 por cada 10 aparatos de TV a color. A más de esto, el mercado quedaría saturado, por la política económica del gobierno brasileño que no favorece la ampliación de ese nivel de consumidores. La caída constante del precio de los aparatos, que podría ser un elemento nuevo según este criterio, tiene sus límites, si tomamos en cuenta que aún en el mercado internacional los precios no bajarán indefinidamente.

Otro elemento fundamental que debe considerarse para analizar la penetración del VCR, es el grado de desarrollo de la televisión local, en razón de que una programación rica estimularía al espectador a grabar programas para posterior reproducción y, a más de esto, el hábito de ver TV sería también otro elemento que posibilite la penetración del videocassete. La falta de control en el mercado, respecto a la legislación, también debe tomarse en cuenta. Con la facilidad de adquirir videocassetes y cintas vírgenes en el mercado negro, más la desenfrenada piratería de cintas, la tendencia es contar con un mercado estimulado para la compra de aparatos por el alto índice de ofertas. Cuando los distribuidores brasileños e internacionales de filmes en video iniciaron una amplia campaña contra la piratería, se obtuvo un mínimo respaldo. A final de cuentas, ¿A quién conviene una legislación restrictiva? Al usuario le interesa tener el mayor número de títulos disponibles, de preferencia reciente y al mejor precio; al fabricante de cintas vírgenes le interesa un mercado dinámico, con el mayor número posible de títulos y aparatos; igual criterio se puede aplicar a los fabricantes de VCR; para los que alquilan y para los clubes de video, la comercialización de cintas legales significará el cierre de la mayoría de ellas, lo que acarrearía resultados insospechables al mercado en general. Así, la conclusión inmediata es que la legislación drástica contra la llamada piratería solo interesa a los distribuidores. De ahí la dificultad de implantarla.

El mercado del video hasta aquí considerado, se relaciona a uno de sus aspectos, el de la comercialización, el de reproducción de los materiales existentes. Sin duda lo que mueve la mayor cantidad de dinero. Sólo en el Brasil, el mercado de cintas vírgenes al año se estima en 30 millones de dólares y el número de locales que alquilan cintas en todo el país, en más de 5.000, la mayor parte en forma ilegal.

Una investigación realizada a los que frecuentan los clubes de video, arrojó interesantes resultados, en cuanto al perfil de los consumidores de cintas.

Según la investigación, casi el 60% de las compras son por influencias directas de amigos, parientes o conocidos. Las publicaciones especializadas tienen un considerable poder de convencimiento calculado en un 36%, un índice muy elevado si se considera que esas publicaciones comenzaron a circular recientemente. El 80% de los entrevistados fueron incentivados por anuncios de periódicos para la compra de su videocassete.

Pero, ¿cuáles fueron las razones que los llevaron a la compra? las respuestas fueron:

- asistir a filmes;
- grabación de programas de TV;
- grabaciones propias.

¿"Cómo efectivamente utiliza el videocassete"? tuvo las siguientes respuestas:

- en grabación de programas de TV;
- en clubes de video;
- en locales de alquiler
- en grabaciones propias
- en intercambio de películas entre amigos

Cuando los primeros videocassettes llegaron al Brasil, a comienzos de la década del 80, prácticamente no existía "software", esto es, programas grabados disponibles. O se grababa de la TV o se importaba los originales. Nacieron entonces los clubes de video, donde los socios aportaban 5 títulos originales como tasa de inscripción para poder participar de ese intercambio de programas, a más de pagar una mensualidad por mantenimiento. Tales clubes de video rápidamente se convirtieron en negocio rentable, en la medida en que comenzaron a hacer copias extrañas y colocar subtítulos en los videos, sin ningún tipo de autorización. Surgen así las llamadas "copias piratas", junto a los clubes de video y a los arrendadores, y la piratería desenfrenada, que finalmente orientó la implantación del video en el Brasil.

La ley 5988, del 14 de diciembre de 1973, norma los derechos de autor en el Brasil, protegiendo a productores, directores, guionistas, músicos, etc., en productos audiovisuales. La cinta de video es interpretada como un soporte de la obra cinematográfica, no pudiendo ser copiada o explotada comercialmente y hasta sin fines lucrativos.

aparentes. Cuando se adquiere una cinta pregrabada, el comprador es alertado de tal prohibición que incluye, como dijimos, la colocación de subtítulos o leyendas.

El mercado pirata en el Brasil, según estimación de la UBV (Unión Bra-

Según datos recogidos por las agencias de publicidad de Brasil, la televisión llega a poco más del 60% de la población efectivamente. Lo que da un total de 28 millones de aparatos de TV fabricados.

sileña de Video) mueve más de 50 millones de dólares por año, como resultado de las "menualidades" de los socios de clubes de video y del alquiler de cintas. Tal mercado se refleja en los 5.000 clubes de video y los locales de alquiler instalados por todo el país, en buena parte sin ningún registro del Consejo Nacional de Cine (CONCINE).

Para garantizar esa defensa, los distribuidores crearon la UBV, una sociedad civil sin fines lucrativos, cuya finalidad es coordinar la defensa de los derechos de autor de las obras cinematográficas y de los que poseen los derechos de distribución de estos filmes en forma de video a nivel nacional e internacional.

En la actualidad existen solamente cerca de 2.000 títulos legales en el Brasil, cifra mínima si se considera los miles de títulos que muchos clubes de video tienen en su haber. Esto no quiere decir que todas las copias existentes sean legales. Al contrario, normalmente la arrendadora compra una matriz etiquetada y efectúa las copias que cree necesarias. Según declaraciones de propietarios de clubes de video y arrendadores, el índice de piratería va del 80 al 95% de los títulos. Por las resoluciones 97, 98 y 99/1983 del CONCINE, las cintas legalizadas deben ser embaladas en cajas originales, con la foto del filme y con un sello de la EMBRAFILME. Este sello es proporcionado el momento en que el solicitante prueba que es titular del derecho de autor del filme o de su distribución. El camino legal es el siguiente:

a) comprobación de los derechos de autor

- b) registro de la EMBRAFILME
- c) pedido del sello de la EMBRAFILME, que queda en posesión de un número de registro del filme, de su histórico y controla el número de copias.
- d) envío de la matriz a un laboratorio para ser copiada.
- e) envío de una nota de prestación de servicios de una empresa registrada, en la que certifique que realizó las copias, número exacto de cintas copiadas a la EMBRAFILME, y devolviendo estas cintas.
- f) la EMBRAFILME sella y devuelve las cintas al distribuidor.

El proceso es lento y muy burocrático. No se adapta a las necesidades ágiles del mercado, que vive bajo el impulso de la novedad.

Básicamente, son cuatro las formas de piratería en video:

— Copia, a través de Telecine, de películas de 35 mm para video. Esto ocurre con oportunidad del estreno de grandes películas en las salas de exhibición. Los rollos "desaparecen" por algunas horas y a continuación prácticamente todos los clubes de video y locales de alquiler exhiben la novedad en sus carteleras.

— Copia indiscriminada de películas a partir de una cinta legalmente comprada en el exterior o en el país. Normalmente tenemos clubes de video que trabajan con cintas de quinta o sexta edición de copias, de pésima calidad.

— Subtítulos o colocación de leyendas, esto es, traducción de la obra sin autorización del autor.

— Grabación y copiado de programas y filmes exhibidos por las estaciones de TV. Este tipo de piratería ocu-

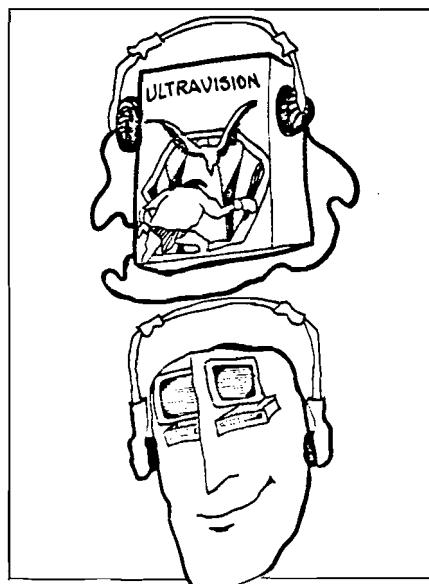
rrá en menor grado, pues a más de una cierta presión que ejercen las estaciones emisoras, el mercado brasileño no gusta de películas dobladas para alquiler; prefiere las que traen subtítulos o leyendas.

El mercado se encuentra todavía distante de sufrir un problema concreto: existe la necesidad de una legislación, requerida especialmente por los productores y distribuidores nacionales e internacionales, pero el costo de esta legislación encarecería las copias de películas en forma significativa, lo que obstaculizaría el comercio de la mayoría de las empresas del ramo (clubes de video y locales de alquiler) y desestimularía al mercado consumidor.

Según las resoluciones 97, 98 y 99 de la CONCINE, existe una reserva de mercado para las películas nacionales. El veinticinco por ciento de los lanzamientos y de las copias deberían ser de películas brasileñas. Sin embargo, estas resoluciones no se cumplen en razón de que, según los clubes de video, no hay tantos títulos nacionales de interés que puedan cubrir la demanda. La legislación obliga también a que el 25% de las copias sean de productos nacionales. Aquí también surge otro elemento que dificulta la libre acción de los arrendadores y distribuidores, pues las películas con más exigencia de copias no son precisamente las nacionales, y las necesidades inmediatas hacen que esa obligatoriedad no sea obedecida, pues hay que tomar en cuenta que el mercado está orientado hacia los éxitos de taquilla, que normalmente son extranjeros.

Las medidas para legalizar el mercado serían la incautación de las cintas ilegales, la comprobación de que son copias y la condena al pago de daños y perjuicios. El tiempo y el esfuerzo que tal actitud exigiría, dificulta una acción legal concreta. Como dijimos, el resultado de esa medida determinaría una recesión en el mercado que no interesa al usuario, a los fabricantes y a los propietarios. Serviría sobre todo a los distribuidores, en su mayor parte empresas extranjeras.

La cuestión de la calidad, que muchas veces es señalada como el punto clave del mercado legal de cintas de video, puede convertirse, según los profesionales del ramo, en elemento diferenciador que haría que el usuario prefiera las cintas selladas. Con todo, el usuario brasileño todavía no exige tan-

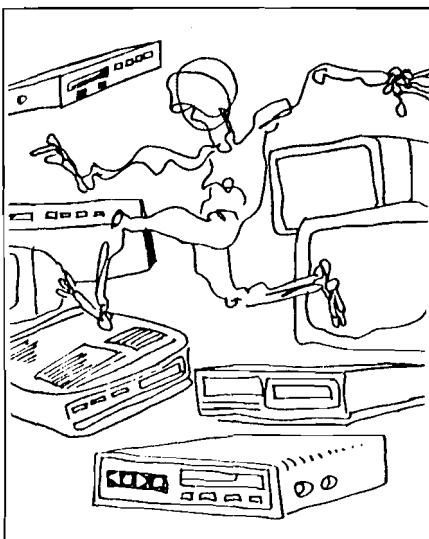


ta calidad, una vez que está acostumbrado a mirar programas cuya transmisión no siempre es perfecta, televisiones descalibradas, antenas mal colocadas, etc. Una vez que el video ofrecido es de mejor calidad que el de la TV, la búsqueda de un resultado todavía mejor

Solo en el Brasil el mercado de cintas vírgenes al año se estima en 30 millones de dólares y el número de locales que alquilan cintas en todo el país, en más de 5 mil, la mayor parte en forma ilegal.

es un proceso bastante lento. La elección de algo inédito es más importante que algo de mejor calidad técnica, y este es el motor principal del mercado.

El mercado brasileño de programas de video pregrabados está orientado a partir de las novedades y modismos, que sin embargo tienen un volumen de ofertas decreciente. Actualmente no pasa del 20% del acervo, por mes.



Prácticamente todos los clubes de video y los arrendadores prefieren este tipo de consumismo. No les interesa lanzar productos diferentes al esquema promocional de la industria cultural. Los festivales y revistas especializadas no son fuentes de información u orientación para el mercado.

No existen estímulos para que los clásicos del cine sean distribuidos en video. Solo existe inversión para los grandes títulos.

Cerca del 80% de los títulos existentes en los clubes de video y locales de alquiler son de origen norteamericano, seguido de algunas producciones europeas, especialmente de tipo pornográfico.

La preferencia generalizada es por las películas de aventuras, dramas, comedias e infantiles. Al contrario de otros países, el video pornográfico llega apenas al 5% en los clubes de video brasileños.

Existe otro sector ligado al video, relacionado a la producción cultural, esto es, a la grabación de sonidos e imágenes inéditos, paralelo a la lógica de producción y distribución de las estaciones de TV y de las distribuidoras de películas. La vinculación de este sector con la industria de la distracción es eventual, pero viene evidenciando un crecimiento intenso en los últimos años, especialmente en las áreas institucionales y comunitarias.

La literatura que trata del tema no es nueva. En los años 70 el video fue señalado como una respuesta al poder centralizador de las estaciones de TV, por permitir la producción a nivel de grupo. Sin embargo, en la época no existía una verdadera red de centenas

PIRATERIA EN VIDEO

Básicamente, son cuatro las formas de piratería en video:

— **Copia, a través de Telecine, de películas de 35 mm para video. Esto ocu-**

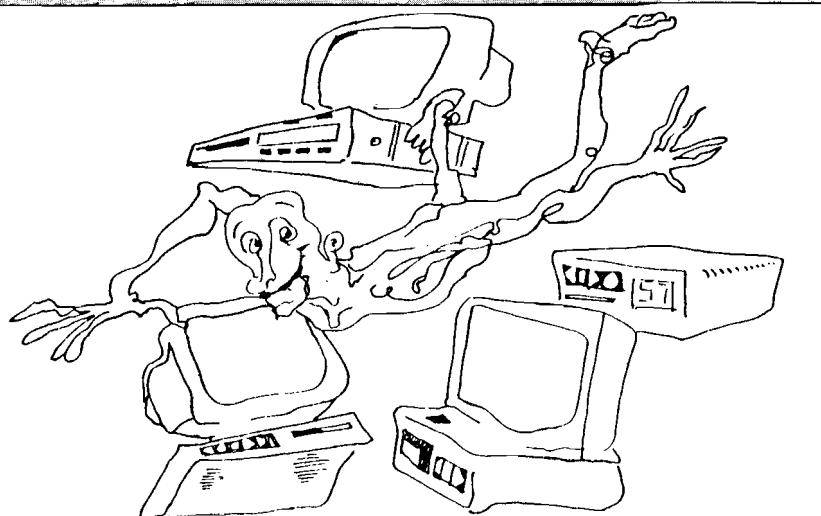
rre con oportunidad del estreno de grandes películas en las salas de exhibición. Los rollos "desaparecen" por algunas horas y a continuación prácticamente todos los clubes de video y

locales de alquiler exhiben la novedad en sus carteleras.

— **Copia indiscriminada de películas a partir de una cinta legalmente comprada en el exterior o en el país. Normalmente tenemos clubes de video que trabajan con cintas de quinta o sexta edición de copias, de pésima calidad.**

— **Subtítulos o colocación de leyendas, esto es, traducción de la obra sin autorización del autor.**

— **Grabación y copiado de programas y filmes exhibidos por las estaciones de TV. Este tipo de piratería ocurre en menor grado, pues a más de una cierta presión que ejercen las estaciones emisoras, el mercado brasileño no gusta de películas dobladas para alquiler; prefiere las que traen subtítulos o leyendas.**



de miles de aparatos en cada país, en manos no solo de particulares sino de entidades e instituciones sin intereses comerciales. De esta forma, el hecho de que el video no haya alterado significativamente las relaciones dentro de la llamada industria cultural en los países más desarrollados, no le impide que sea entendido actualmente como el principal medio de producción de sonido e imagen. Con el video se puede hacer TV fuera de la TV, no necesariamente para cuestionar a la TV o a la industria cultural en general, sino para servir a intereses específicos de grupos, respecto a la información, a la expresión, a la animación y a la concientización. Por su característica técnico-operacional, hacer video no requiere dependencia de ninguna estructura adicional. Con una pequeña cámara Camcorder, la grabación y exhibición es inmediata e independiente. La propia evolución del equipo garantiza cada vez más su simplicidad y operatividad, facilitando en forma ágil la producción de los materiales.

Una de las más significativas consecuencias de estas características es el número creciente de grupos que surgen por toda América Latina, utilizando el video en sus actividades y acciones. Por ello podemos afirmar que la historia reciente del continente está siendo contada a través del video, especialmente en las áreas populares. Al contrario del cine, que siempre fue caro y privilegio de pocos, el video está convirtiéndose en la forma de expresión e información de grupos que operaban en las áreas de la educación y comunicación popular, con la ventaja de ser un soporte mucho más eficiente que la película para exhibición y copiado. Quizá esta característica puede ser decisiva para superar las dificultades que encontró el cine latinoamericano para ser visto en la propia América Latina. Películas copiadas para video y producciones originales en video con costos de copiado y distribución baratos, sin duda serán accesibles a un número mayor de personas, para exhibiciones individuales o de grupo.

A nivel continental, son muchos los proyectos que van en dirección a una incipiente red latinoamericana, surgida a raíz de la práctica de estos grupos que necesitan conocerse mutuamente. Sucesivos encuentros de video diagnostican tales aspiraciones.

En 1985, la ciudad de Lima fue sede del Primer Seminario Latinoamericano

El mercado pirata en el Brasil, según estimación de la UBV, mueve más de 50 millones de dólares por año.

Según la legislación actual, el 25% de los lanzamientos y de las copias deberían ser de películas brasileñas, pero aquello no se cumple.

El usuario brasileño todavía no exige tanta calidad una vez que está acostumbrado a mirar programas cuya transmisión no siempre es perfecta.

Al contrario de otros países, el video pornográfico llega apenas al 5% en los clubes de video brasileños.

En Brasil las organizaciones sociales no cuentan con la garantía del derecho democrático de participación en los medios de comunicación, cuya concesión es otorgada con la aprobación directa del gobierno.

sobre el uso pastoral del videocassete, en el que participaron grupos que trabajan con video en la área de la Iglesia. Entre las principales recomendaciones se destaca el fomento a la capacitación de los productores y organizaciones de redes locales, nacionales y regionales de distribución de programas.

En el mismo año, con ocasión del Festival del Nuevo Cine Latinoamericano, los grupos de video presentes se reunieron para proponer la introducción del video en el evento en forma sistemática. Durante el encuentro, especialistas de la comunicación recomendaron un estudio profundo sobre la emergencia del video en cuanto medio de comunicación y por la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano. De estas reuniones se logró una mayor divulgación del video en el Festival de 1986, cuando se inscribieron cerca de 200 programas para una demostración competitiva.

Festivales como el de Río de Janeiro ("Fest Rio") y la "Jornada de Cinema da Baía", fueron también ocasiones especiales para iniciar una red de informaciones y organización a nivel continental.

En 1987 comenzaron a surgir propuestas semejantes a partir de encuentros nacionales de video, como en Brasil, Perú y Chile. Durante el "Fest Rio", en noviembre, el Primer Encuentro Latinoamericano de Video; en Santiago, en diciembre; el Festival de Habana, también en diciembre, y el "Encuentro Montevideo 88", con seguridad surgirán propuestas reiteradas para la formación de la red latinoamericana de video.

Tales propuestas no consideran solamente el producto final del video, sino especialmente la forma de actuación de los grupos productores, bajo una sólida organización de los propios grupos. Una articulación solidaria, con proyectos mediante los cuales las tecnologías del video, el satélite, la telemática puedan tener una utilización revertida a los intereses populares. Un ejemplo de ello constituye el proyecto para distribuir vía satélite la producción latinoamericana en el continente, para ser captada por antenas parabólicas y redistribuidas localmente. Otro ejemplo es el proyecto Videored, del IPAL, en Lima, que se propone organizar un banco de datos latinoamericano sobre la producción de video. Tal articulación posibilitaría la organización de entidades nacionales, videotecas, etc., con ba-

se a trabajo y acción comunes, superando el individualismo que ha caracterizado al cine en las últimas décadas.

La Asociación Brasileña de Video en el Movimiento Popular (ABVMP) es un ejemplo de organización de los grupos de video populares, que surgió a partir de sus prácticas, esto es, como resultado de encuentros que diagnosticaron la debilidad y desorganización de tales grupos. Desde 1983, los encuentros nacionales indicaron algunas formas de acción que, en muchos casos, se convirtieron en proyectos de amplitud nacional. Estas líneas están indicadas a continuación:

— **Representación organizada de los grupos de video populares.** En 1984, se creó la ABVMP, una entidad que reúne a cerca de 150 personas y grupos de productos y exhibidores de video para movimientos populares.

— **Socialización de las informaciones sobre los grupos.** Desde 1984 la ABVMP publica el boletín trimestral "Video Popular" que se distribuye a todos los centros de comunicación popular del país y algunos del exterior.

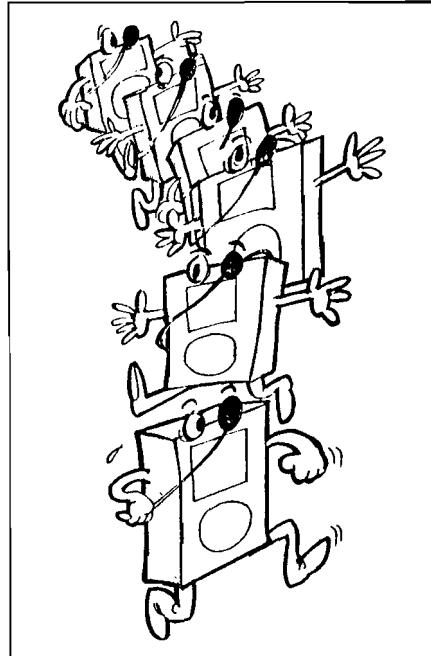
— **Reflexión sobre la actuación de los grupos.** Se han realizado cuatro encuentros nacionales, donde los diversos grupos de video expusieron su forma de trabajo, intercambiando experiencias y debatiendo con los otros participantes. A partir de 1988 se crea una revista con el propósito de profundizar y sistematizar tales reflexiones, y para crear una teoría que cuente con la práctica de esos grupos como punto de partida.

— **Distribución de los programas de video.** Desde marzo de 1987 se inició un proyecto a nivel nacional, junto con la CDI (Cinema Distribución Independiente) para copiar y distribuir programas y películas (especialmente cortometrajes) utilizando como soporte al video, en los formatos U-Matic, VHS y Betamax y con los sistemas de color NTSC y PAL-M. La intención es atender, como un arrendador que alquila y vende copias, a todo el mercado nacional e inclusive al internacional.

— **Facilitar el post-grado de programas.** Uno de los más graves problemas con que se enfrentan los grupos populares es el alto costo de este trabajo. Frente a esto, la ABVMP alquiló equipos para edición y sonorización a precios inferiores a los del mercado, para dedicarlos a esta labor que cuenta siempre con el acompañamiento de un

profesional editor, vinculado a la entidad.

— **Capacitación de videastas populares.** Los productores de video en general tienen formación para realizar trabajos políticos y ninguna para realizar una labor de cultura audiovisual. En su gran mayoría han asistido a pocos filmes y videos, presentando una producción muchas veces excesivamente pobre y compuesta de declaraciones y entrevistas. A fin de atender esa deficiencia, la ABVMP organiza seminarios monotemáticos y cursos que atienden no solo la cuestión técnica y operacional, sino principalmente la reflexión sobre la comunicación y la educación popular, y el por qué hacer video en el Brasil hoy. En estos seminarios y cursos se exhiben videos fundamentales para ser mirados y discutidos.



— **TV de los Trabajadores.** Es un ejemplo de trabajo con video en el área popular, a nivel brasileño, coordinado por la periodista Regina Festa.

Desde 1986, el Sindicato de Metalúrgicos de São Bernardo y Diadema decidió implantar un proyecto de video para la formación e información de los trabajadores de la región. En Brasil, las organizaciones sociales no tienen derecho de participación en los medios de comunicación, concesión otorgada con la aprobación directa de la Presidencia de la República. Así, para atender a las necesidades de los trabajadores, se creó un sistema propio de video, que pretende convertirlos en propietarios de una estación de radio y de TV e inclusive

contar con un programa en una emisora de masa.

Por medio de programas educativos, desde el registro de eventos y actividades hasta la elaboración de documentales sobre temas específicos, la TV de los Trabajadores pretende:

— hacer efectiva la democratización de la comunicación a partir del sindicalismo y organizaciones sociales.

— acostumbrarse a la imagen desde el medio operario y de las organizaciones sociales, y de ahí, trabajar por la cultura y las diferencias sociales.

— crear un movimiento "TV de los Trabajadores", desde abajo, a partir de sindicatos y grupos sociales con capacidad de producción de programas de video.

— posibilitar que el mundo de los operarios pueda rescatar su imagen, identidad, palabra y perspectivas, y así participar democráticamente en el futuro de la sociedad brasileña.

— posibilitar que los trabajadores tengan acceso al aprendizaje a través del video, para uso pedagógico, junto con los cursos de formación del sindicato.

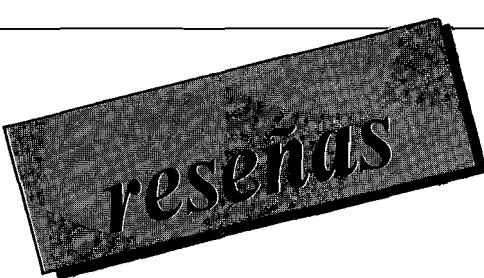
— desmitificar los medios de comunicación para los obreros, preparándoles para que sean partícipes directos de la condición técnica y del contenido de programas que reflejan su visión del mundo.

— buscar una utilización alternativa para equipos desarrollados por la industria electrónica, como el video y la antena parabólica.

— grabar programas de la TV, intercambiar cintas a nivel nacional e internacional y grabar material inédito para formar una videoteca con programas que interesen a las organizaciones populares, especialmente del área sindical.

A partir de 1987, la TV de los Trabajadores desarrolla su actuación en varias entidades populares del país, manteniendo contactos, para una acción conjunta, con América Latina, América del Norte y Europa.

En el Brasil, la TV de los Trabajadores atiende las necesidades no solo del Sindicato (de su departamento cultural) sino también del Instituto Cajamar (Centro de formación de líderes sindicales, dirigido por el educador Paulo Freire); de la Central Unica de Trabajadores y del Partido de los Trabajadores (presidido por el líder sindical Luiz Inácio Lula da Silva ■



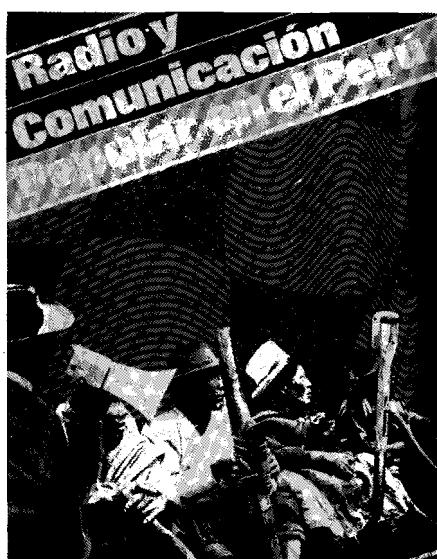
IMPACTO DE LA RADIO

RADIO Y COMUNICACION POPULAR EN EL PERU,

Centro Peruano de Estudios Sociales, Lima, 1987, 319 pp.

Este estudio se divide en dos grandes apartados: el primero presenta una síntesis histórica de la radiodifusión peruana entre 1950 y 1972; el segundo recopila y evalúa experiencias de comunicación popular desarrolladas desde 1955 por emisoras educativas.

El propósito general de la obra es mostrar las tendencias predominantes en la radiodifusión peruana, las disposiciones legales vigentes y las características del proyecto reformista del gobierno de Velasco Alvarado que afectó a la propiedad de las emisoras. Tampoco escapa al estudio la propagación e impacto de la radio en los sectores populares de la población, y la relación que existe entre la población migrante y el uso y consumo de los medios masivos en el Perú.



Además entrega un amplio inventario de los grupos comunicacionales que trabajan en el campo de la educación popular y una selección de las experiencias obtenidas. Instituciones, gremios y otros sectores trabajan en ese sentido, con el afán de construir una alternativa radial en el país.

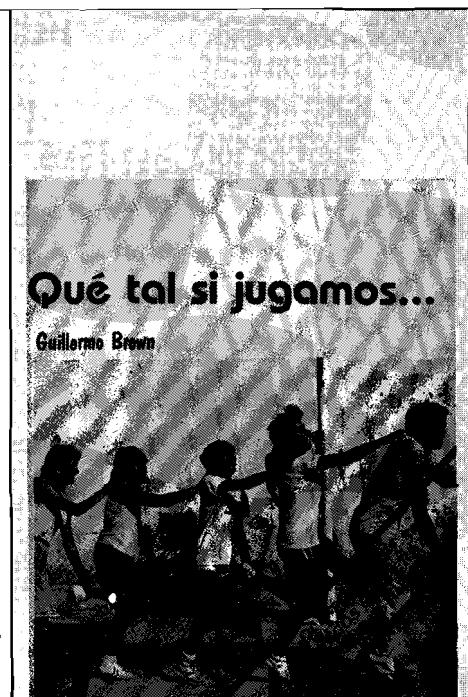
En la parte final de la obra se ofrecen elementos teóricos que conlleven a la reflexión del tema educación y participación. Además resume las críticas que se formulán a los programas de comunicación diseñados para el medio rural peruano y los problemas y retos que enfrentan los productores radiales del Perú. (Cecilia Vergara)●

Que tal si jugamos ...

LA EXPERIENCIA DE LOS JUEGOS COOPERATIVOS EN EL TRABAJO POPULAR

Por Guillermo Brown. Publicaciones Populares (CESAP), Caracas, 1987, 125 pp.

Partiendo de una noción de cultura como el sistema de intercambio cotidiano de signos y representaciones, en el cual, hoy por hoy, la competencia se advierte como dinámica que organiza a su alrededor múltiples discursos y relaciones, Guillermo Brown propone



ne una reflexión (y un campo de trabajo) para las prácticas de Educación Popular: Los Juegos Cooperativos.

Frente a la dinámica competitiva presente en nuestras sociedades (se compite en la escuela, en el trabajo, en el partido, en la cama, en la calle...) el libro propone un tipo de juego útil en el trabajo concreto con grupos y comunidades, se distingue por su carácter cooperativo, por su carente de reglas, por la importancia que da al proceso y no al resultado final.

Así, el análisis de la implementación, organización y categorización del elemento lúdico en nuestra realidad se convierte en una radiografía social desde una perspectiva claramente definida: "los juegos competitivos no son coherentes con la educación popular porque, justamente, son coherentes con las relaciones sociales que la educación popular pretende transformar".

"Que tal si jugamos" es, entonces, un libro sencillo, destinado a líderes comunitarios, maestros y facilitadores populares, que gradualmente pretende ofrecer un instrumento de trabajo destacando su utilidad concreta y su importancia en la dinámica cultural del capitalismo. Siguiendo esta línea, el libro presenta no solo un largo registro de posibilidades de jugar cooperativamente, sino que, además, propone alternativas que se incorporan a toda la reflexión que, sobre cultura popular, humor y racionalidad se lleva adelante en Venezuela (Alberto Barrera)●

Ver, criticar, re-ver

EXPLORANDO LA RECEPCIÓN ACTIVA

Por María Elena Hermosilla, CENECA/CENCOSEP, Santiago-Chile, 1987, 135 pp.

Este es un manual que tiene la fuerza de mover el estudio del amplio campo de la receptividad televisiva. El desempolvar la constante recepción unidireccional de la TV para volverla más crítica y orientadora es ya un importante objetivo; su aplicación, una necesidad, y sus resultados, la apertura de un camino alentador para llegar a una plena selectividad del mensaje en televisión.

Esta publicación ofrece quince técnicas para indagar, en grupos de destinatarios, la relación entre televidentes y mensajes televisivos. Las técnicas están ordenadas según su complejidad. "El juicio a la TV" es la más simple y la "Inducción Analítica", la más compleja. Cada técnica está detallada e ilustrada con ejemplos que favorecen su aplicación.

Estas técnicas de análisis del mensaje televisivo permiten, entre otras cosas, lograr información sobre hábitos de recepción y niveles de recordación de mensajes; descubrir la forma como enjuiciamos la TV; indagar sobre el sitio que ocupa la TV en el hogar; descubrir los estereotipos en la TV que afectan nuestra vida cotidiana, y formular la demanda tele-



visiva del público. El obtener esta información permitirá adoptar decisiones correctas en el proceso de ver activamente la televisión.

El tema es de permanente controversia. Frente a la agresividad y violencia en televisión, frente a la creación de estereotipos alienantes o simplemente frente a la distracción televisiva, este manual cobra gran actualidad. Su utilización permite descubrir el trasfondo del mensaje en televisión y sus efectos en los telespectadores. La decodificación de ese mensaje por el grupo destinatario es lo modular del manual. Una publicación muy práctica y útil en nuestro tiempo. (Wilman Iván Sánchez L.) ●

PERSPECTIVAS DE CAMBIO

ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Por Eleazar Díaz Rangel y otros, Editorial Monte Ávila Editores, Caracas, 1987.

Varios analistas de la comunicación y la información de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela se reunieron para escribir este trabajo a propósito de los 40 años de la creación de esa institución. Venezuela que tenía tiempo sin producir material editado propio aparece este año con trabajos que abarcan los siguientes temas:

"Origen de las Agencias Norteamericanas de Noticias en Venezuela", un trabajo que describe los marcos de referencia en donde nacen las agencias noticiosas norteamericanas en Venezuela, como se forman y se desarrollan. En esta investigación del profesor Eleazar Díaz Rangel, periodista de la especialidad, ex-Director de esa Escuela y Presidente de la Federación Latinoamericana de Periodistas, establece a través del análisis de la información internacional una comparación entre escenarios de diversos países, como cuando cita el cable del periodista de UPI que afirma que "Las condiciones de ese país (Venezuela) son idénticas a las que existían en México en la época de Porfirio Díaz". Se refería el cable al gobierno de Juan Vicente Gómez en Venezuela desde 1908.

"La URSS: el otro poder transnacional de la Información", es un análisis comparado del mundo de la información noticiosa contemporánea, en el cual las agencias norteamericanas y soviéticas se mueven bajo intereses transnacionales de bases similares, aunque aparezcan como diferentes. El autor, el profesor Adolfo Herrera, sostiene que el poder trans-

nacional de la información soviética pocas veces lo estudian investigadores progresistas, aún cuando hay suficientes elementos que pueden homologar al poder de información transnacional de los soviéticos como un poder que procura la promoción de la política de la URSS en el mundo, y no la producción de un mensaje periodístico imparcial.

"La Automatización y Aplicación de las Computadoras en la Producción de Periódicos", de la profesora Daisy Rosco de Ledezma, busca detectar los posibles cambios que son necesarios en los diarios y periódicos para proceder fundamentalmente al entrenamiento de periodistas y estudiantes de comunicación social. El profesor Federico Alvarez, hoy Director del Instituto de Investigaciones de la Comunicación y docente de Periodismo Interpretativo, recorre la historia de esta especialidad en Venezuela y encuentra sus orígenes en los trabajos del periodista y escritor Miguel Otero Silva, durante mucho tiempo director del Diario EL NACIONAL, quien en 1948 escribe un trabajo muy importante con esta técnica interpretativa.

Marcelino Bisbal escribe "Perspectivas de la Comunicación Alternativa", defendiéndola como opción para el uso de los micromedia ante los macromedia. La profesora Gloria Cuenca analiza "La noción de objetividad en la información" y nos introduce en lo que ella llama las cuatro dimensiones de la objetividad: la filosófico-existencial, la psicológico-perceptual, la ideológico-política y la económico-empresarial. Más adelante la profesora Olga de Alvarez sintetiza los resultados de su investigación sobre la prensa de provincia en Venezuela. El profesor Rafael Díaz Requena ubica los antecedentes de las telecomunicaciones electromagnéticas en Venezuela. (Adolfo Herrera) ●

UNA PEDAGOGIA POPULAR PARA LA EDUCACION INTERCULTURAL BILINGUE

Por Jorge Rivera Pizarro

En Latinoamérica hay muchas culturas indígenas que están perdiendo su historia y su pasado. Se atenta contra ellas a través de la educación —peligroso instrumento en manos del dominador—, y del intento de borrar sus lenguas nativas.

Ante los temores producidos por la revolución cubana, los Estados Unidos crearon la Alianza para el Progreso, y exportaron modelos nocivos que pretendían, entre otras cosas, acabar con la educación bilingüe.

Una Pedagogía Popular para la Educación Intercultural Bilingüe, está enfocado a enunciar el problema en términos reales y objetivos, y a plantear las bases para la construcción de una pedagogía que atienda a los intereses de las culturas indígenas.

El libro consta de seis capítulos. El primero: "La Pedagogía Bilingüe es una pedagogía popular para el desarrollo". Sitúa el problema de la falta de una educación

popular bilingüe y explica las causas. Localiza el conflicto dentro de un marco social e histórico, y justifica la necesidad de una educación para los indígenas en lengua nativa.

El capítulo segundo titula "La Pedagogía Popular Bilingüe en las políticas nacionales de cultura y educación". Es una detallada explicación de la evolución que la escuela predial ha tenido en el Ecuador.

El tercero, "Bases para la construcción de una pedagogía nacional", propone, en primer término, la sustitución de la palabra "Pedagogía", de extraño origen griego, por "Runagología", expresión andina, y que se refiere al hombre, como ser humano, sin género, sin número, sin edad.

Extraemos del texto: "La Educación indígena no puede ser planificada por culturas extrañas. La experiencia así lo demuestra. Débese tender a una elaboración de esquemas y procedimientos que correspondan a las necesidades, aspiraciones, intereses y reali-

dades de los indígenas. Una pedagogía de este tipo solo puede ser elaborada desde los puntos de vista y elementos de juicio de las culturas naturales. Así se entiende la necesidad de establecer relaciones culturales en sus propias lenguas.

El indígena, por otro lado, ve en el Castellano un vehículo de integración. Debe comenzarse, por tanto, enseñando a la gente el verdadero valor de su lengua materna, la vía primera de liberación".

La escuela bilingüe es una escuela comunitaria. La expresión "comunidad" se identifica totalmente con las culturas indígenas que desconocen al ser individual. El pueblo indígena es colectivo. No se puede aplicar en él una educación que pretenda resultados, evaluaciones, progresos, respuestas individuales. La escuela bilingüe es, por fin, global, y se asienta en bases sociales que apuntan a la resolución de problemas comunales. Es, además, una escuela que se estructura sobre el trabajo, y a él conside-

ra como elemento germinador de cultura.

"Fines y objetivos de la Educación Bilingüe" es el título de Capítulo cuarto.

En un complejo universo latinoamericano de necesidades y requerimientos, hay conceptos que procuran la consecución de un estado plurinacional en el que el hombre —pluricultural— tenga una clara conciencia de su ser y su realidad; y que, además, pueda interpretar un mundo que evoluciona rápidamente entre la ciencia y la tecnología. Uno de esos conceptos es el de la educación popular bilingüe.

El capítulo quinto "Para un currículum intercultural y bilingüe", plantea una pregunta necesaria: ¿Cuáles serán los contenidos de esa educación bilingüe?

La búsqueda de la difícil respuesta presupone reflexión y meditación, actividades que conducen, por fin, a una contestación esclarecedora: los programas de estudio deben desechar tradiciones importadas —venenosas e innecesarias— y ocuparse de objetivos sociales, comunitarios, globales, oportunos y que correspondan a los fines que el alumno se propone, al conocimiento, al aprendizaje y a la comunicación.

"Investigación y evaluación en la educación intercultural y bilingüe", capítulo sexto y último de la obra es una aproximación; en todo caso, una aproximación eficaz e iluminadora de lo que es en este momento la investigación en las culturas andinas, y de lo que valen, y valieron los métodos de evaluación en varios momentos históricos y diferentes espacios geográficos.

Concluye la obra con una explicación de las condiciones de la evaluación en la educación bilingüe. El texto cuenta con una bibliografía importante. (Idelfonso del Castillo)●

RUNALOGIA

NUEVOS DISEÑOS

DIAGRAMACION Y REMODELACION DE DIARIOS,

Por Humberto Mewes V., CENECA, Serie Comunicaciones, Santiago de Chile, 1987
82 pp.

Según su autor, este trabajo "se encuadra en el género de divulgación técnica. Todo lo que se expone ha sido tomado de prácticas de los especialistas".

El autor estructura los conceptos básicos que se aplican actualmente en la diagramación y remodelación de diarios con el propósito de trasladar esta información en forma rápida y útil a quienes trabajan en la producción de periódicos. "Para algunos de ellos será una nueva puesta al día, pero para otros —especialmente para la prensa regional— puede ser un novedoso instrumento de apoyo para mejorar diseños, como también para quienes proyectan editar diarios".

Este breve pero interesante trabajo está organizado en tres partes. En la primera se hace referencia a un pequeño marco histórico sobre la lucha de los diarios por sobrevivir. La segunda parte enfoca la diagramación vista desde la nueva mentalidad gráfica de los diarios. En su capítulo final ofrece verdaderas lecciones sobre remodelación y diagramación de periódicos. Y se agregan recomendaciones y consejos prácticos muy útiles para los aficionados a esta área de la comunicación social. (María Elena Hermosilla)●

LA OTRA CULTURA

PUBLICIDAD: LA OTRA CULTURA

Ponencias presentadas en el Seminario "Iglesia, Comunicación y Publicidad", IPAL, Lima, 1987, 291pp.

El Centro de Estudios sobre Cultura Transnacional (IPAL), publica esta antología que recoge las reflexiones del Seminario Latinoamericano sobre Iglesia y Nuevo Orden de la Información y de la Comunicación, Brasil, 1982, y del Seminario Iglesia, Comunicación y Publicidad, Lima 1983.

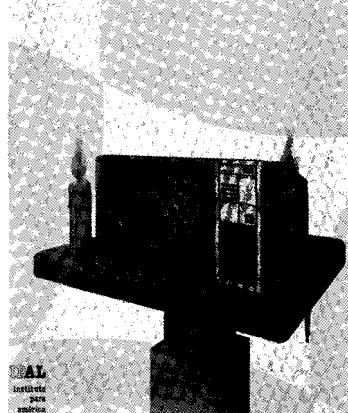
Los temas tratados son "Economía y publicidad" por Patricia Arriaga; "Economía nacional y publicidad" por Heberto Muraro; "Publicidad, economía y democratización de las publicaciones" por Noreene Janus, Diego Portales y Rafael Roncagliolo; "Publicidad, medios de comunicación y dependencia" por Noreene Janus y Rafael Roncagliolo; "Publicidad transnacional, medios de comunicación y educación en los países en desarrollo" por Noreene Janus y Rafael Roncagliolo; "Mujer y publicidad: más allá de una imagen", por Patricia Anzola y Amparo Cadavid; "Propaganda, medios de comunicación masivos y la formación de una cultura en el Tercer Mundo" por Noreene Janus; "La televisión venezolana y la formación de estereotipos en el niño" por Eduardo Santoro; "Publicidad y cristianismo" por José Martínez Terrero; "Iglesia y publicidad en América Latina"

na" por Robert A. White. Trae además como documentos la Declaración de Embú: Nuevo Orden Mundial de la Comunicación y la Declaración de Lima: Iglesia, publicidad y NOMIC.

Este libro muestra el panorama de la información en América Latina desde tres perspectivas: ¿Cómo influye la comunicación en la economía y cómo penetra en la región? ¿Qué efectos causa la publicidad en la mujer, los niños, la educación y la cultura del Tercer Mundo? ¿Cuál es y puede ser el rol de la catequesis cristiana en este mundo de mensajes, conductas y anhelos consumistas y publicitarios? Estas preguntas encuentran respuestas plurales, siempre lúcidas, gracias a la calidad de los investigadores y estudiosos que participaron en estos seminarios.

PUBLICIDAD: la otra cultura

Cristianismo y comunicación en América Latina



¿CADENAS PARA LA PRENSA?

DERECHO Y COMUNICACIONES: LA PRENSA, LA GENTE Y LOS GOBIERNOS

Por José Perla Anaya, Universidad de Lima, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lima, 1987.

José Perla Anaya ha ejercido un trabajo novedoso al conectar dos campos, el derecho y las comunicaciones, que si bien han sido siempre abordados como interesantes temas de debate, hasta ahora no habían sido examinados sistemáticamente en conjunto. Para ello, el autor se basa en una serie de estudios que realizó durante los últimos años, aprovechando su condición de abogado, profesor universitario y comunicador social, para analizar el entorno legal que regula el ámbito de las comunicaciones en el Perú, centrándose, en esta oportunidad, en el medio impreso.

Se trata de un análisis efectuado desde una perspectiva jurídica que tiene como objetivo incitar a los especialistas en comunicación social a ingresar rigurosa y extensamente tanto en la legislación como en la jurisprudencia

generadas en los últimos años.

En el primer capítulo se revisa los orígenes del derecho de libertad de prensa, desde una perspectiva histórica-filosófica ya que —tal como sostiene el autor— es a partir de este concepto que se dictó la mayor parte de las normas legales relacionadas con la prensa.

Enseguida, José Perla pasa a reconocer en los textos constitucionales peruanos los rasgos propios de este derecho, identificando las diversas soluciones por las que se ha optado a través de la historia republicana del Perú desde las primeras reglamentaciones hasta llegar al texto constitucional vigente.

Posteriormente, en el capítulo tercero, se analizan los cambios, supresiones y confirmaciones que el precepto constitucional sufrió como consecuencia de las reglamentaciones y regulaciones legales en diferentes épocas.

Surge en este punto, ligado al concepto de libertad de prensa, el tema de la propiedad de los medios de comunicación masiva, que alcanza su momento culminante cuando el autor examina la intervención que el Gobierno Mili-

tar decretó, en 1974, en los diarios de circulación nacional, asignándolos a agrupaciones sociales de carácter representativo (maestros, intelectuales, campesinos, cooperativistas, etc.).

En el capítulo siguiente, Perla se dedica a la tarea de comparar tres normas legales promulgadas por gobiernos de facto que, en todos los casos, obligaron la publicación de comunicados oficiales en los diarios.

En definitiva, el autor aporta con su reciente obra un valioso instrumento para quienes, de un modo u otro, participan en la producción del discurso periodístico en los medios impresos, constituyéndose además en gestor de un novedoso aporte tanto en el dominio del derecho como en el de las comunicaciones, convocando la reflexión y el debate.

Pero, lo que aparece como el más estimulante rasgo de este libro es, a no dudarlo, la crítica relación de los medios masivos y el poder político, actualizada en un ordenamiento jurídico que da cuenta de la conflictiva realidad del Perú contemporáneo. (Gloria Tobar) ■

En la radio:

LA TRADICION ORAL LATINOAMERICANA

CIESPAL, con el auspicio de la Unesco y del Ministerio del Exterior del Reino de los Países Bajos, ejecuta un proyecto de co-producción radiofónica que recoge los aspectos más sobresalientes de la tradición oral de América Latina. Estos serán presentados en ochenta y seis programas de radio y distribuidos en las emisoras de la región.

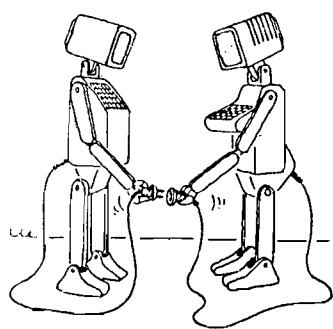
El proyecto esencialmente tiene tres etapas: la primera —ya concluida se refiere a la investigación y selección de materiales; la segunda incluye la producción radiofónica de los programas y en tercera instancia la amplia difusión del trabajo que ha recibido mucha acogida en el continente.

En la co-producción participarán varios centros educativos de América Latina: CETUC de Perú, ERBOL de Bolivia, ICRT de Cuba, IRFA de Venezuela, ARCA y Radio Estrella del Mar de Chile y FEPLAM de Brasil. A ellos se adhieren productores independientes de Colombia, Costa Rica, México, Paraguay y Argentina.

La serie radiofónica se producirá en las instalaciones de CIESPAL. Se denominará *Todas las voces* y fundamentalmente recopilará los mitos, cuentos, leyendas y cuentos populares de nuestros pueblos. Constituye uno de los primeros esfuerzos orgánicos para la creación de una red de producción y distribución de programas de radio en la región, con el propósito de enfrentar el desafío de cubrir las expectativas del mercado radiofónico latinoamericano. Una real valoración de nuestras culturas, es otro de los objetivos que persigue este nuevo trabajo de CIESPAL.

La producción de los programas terminará en diciembre de este año y su distribución se iniciará en enero de 1989.

Paralelamente al proyecto, el departamento de radio de CIESPAL elabora una serie de documentos sobre el problema de la tradición oral y el rol de la radio. Estos documentos intentan propiciar la reflexión respecto a la función que debe cumplir la radio en procura del rescate y valorización de la cultura de nuestros pueblos.



Impacto de las nuevas tecnologías

Antonio Carlos de Jesús

Las desigualdades económicas y sociales entre los países industrializados y los del Tercer Mundo, continúan acentuándose.

Una de las principales causas de este desequilibrio estriba en el desarrollo desigual de la educación, de la ciencia y de la tecnología. En el área de las tecnologías de comunicación e información, en particular, estas diferencias son mayores tal como lo demuestran los siguientes datos: en 1980, el planeta gastó 150 millones de dólares en esta área, sin embargo, menos del cinco por ciento de este monto fue invertido en los países del Tercer Mundo.

En el continente latinoamericano se concentra el setenta por ciento de la informática del Tercer Mundo. Este hecho obedece a la creación de una industria nacional relativamente desarrollada en algunos países, como es el caso de Brasil y Cuba y, de manera más embrionaria, en México, Argentina y Venezuela.

América Latina es una tierra de contrastes, pues,

es al mismo tiempo industrializada y subdesarrollada. Ella posee incuestionables ventajas para enfrentar los desafíos científicos y técnicos del futuro, pero al mismo tiempo, tiene debilidades estructurales muy grandes.

En este contexto, las tecnologías de comunicación e información pueden agravar las desigualdades, precipitar rupturas, o por el contrario constituir un poderoso factor de impulso para su desarrollo. Para conseguir esto último, es necesario vigilar que el desarrollo de esta tecnología se apegue a las necesidades socioeconómicas y culturales propias del continente latinoamericano.

Las tecnologías representan una nueva forma de organización del trabajo, que intenta sustituir al taylorismo y a la organización científica de las últimas décadas, afectando por consiguiente, la naturaleza, forma y contenido del trabajo.

Podemos sentir que la amplia evolución del trabajo, que va desde la integración completa (el arte-

sanado medioeval) hasta el fraccionamiento y especialización de las tareas (el sistema capitalista de producción fabril), presenta en la actualidad, posibilidades objetivas de una nueva integración mediante el uso de los procesos y equipos electrónicos (CAD/CAM). No obstante este desarrollo implica una pequeña participación del hombre en el proceso productivo.

La percepción de estos impactos sociales nos lleva a cuestionar los siguientes aspectos:

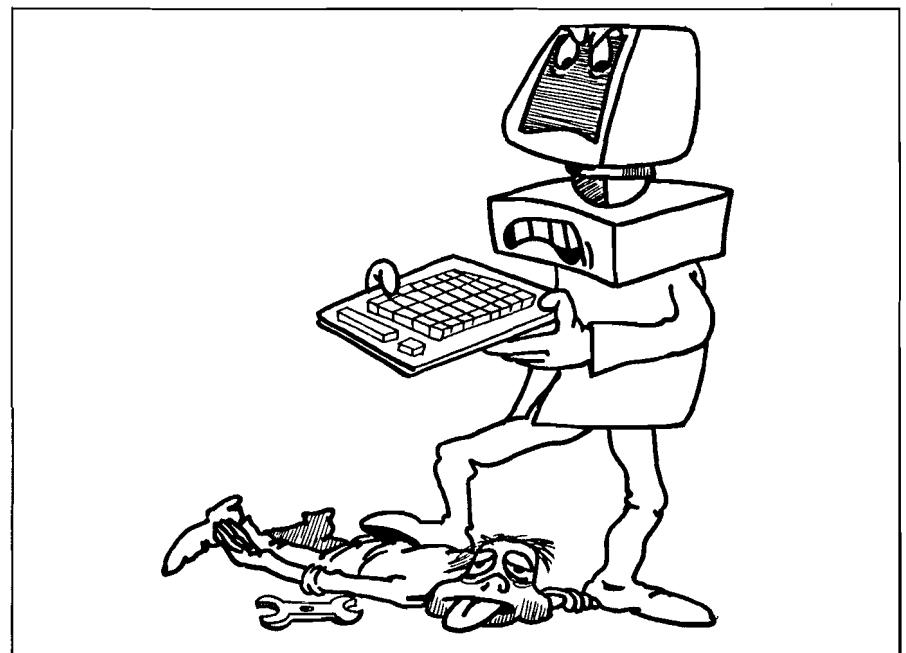
1. ¿Cómo afectan las nuevas tecnologías al nivel de empleo?
2. ¿Cómo repercutirán en la calificación/desclasificación de la mano de obra?
3. ¿Cuáles serán las transformaciones que surgen en la administración y las relaciones humanas de las empresas?
4. ¿Cuál será la dimensión de los cambios en la vida diaria de las personas, de sus hábitos o maneras de vivir?

Un grupo de especialistas considera que las nuevas tecnologías generarán mejores índices de productividad, un desarrollo más rápido, un mayor bienestar social y, consecuentemente fortalecerán la capacidad para superar la crisis que actualmente sopórtamos.

Por otro lado, existe un grupo opuesto a las nuevas tecnologías pues, ven en ellas una amenaza del desempleo en masa, de desclasificación del trabajo y de pérdida del poder de lucha de los trabajadores. Además, en el Tercer Mundo, principalmente, no existe un serio programa de reciclaje o readaptación dirigido a que la fuerza de trabajo se emplee en otros sectores, todo lo cual desembocaría en conflictos sociales y crisis económica.

Para subrayar la importancia del desarrollo de la tecnología nacional, en los países del Tercer Mundo, citaremos a Fregni, ex-Presidente de la Asociación Brasileña de Industrias: "en la búsqueda de la reducción de la dependencia tecnológica, las naciones del Tercer Mundo deben enfocar la tecnología como poder. Además, la tecnología, el conocimiento y las destrezas deben desarrollarse como respuestas a las necesidades auténticas de la Nación (...) El mercado de una Nación tiene que ser visto como una riqueza puesta al servicio de su desarrollo (...) El mercado es nuestro y a nuestro servicio debe estar".

En nuestras manos se depositan las



esperanzas de una sociedad más humana; puesto que la tecnología no es un fin en sí misma, debe utilizarse como un

medio poderoso para llegar al verdadero objetivo de nuestras acciones: el hombre.

La automatización en el Brasil

La técnica del Proyecto de Fabricación, que es impulsada por Computador (CAD/CAM), ha sido introducida en las industrias de los automóviles, embarcaciones, manufacturas, calzado y motores. Con ella se automatizaron los servicios de programación y control de la producción para el desarrollo de proyectos y la ejecución de diseños; permite también el análisis detallado de todas las partes, al someterlas a la simulación electrónica de diferentes temperaturas, presiones, tensiones mecánicas, etc. ... que puedan ocurrir durante su operación real. En los últimos cuatro años fueron instalados más de cuarenta de estos equipos en el país, todos de origen extranjero.

Las máquinas y herramientas de control numérico (MFCN), son ampliamente utilizadas por el sector industrial. Actualmente tenemos instalados en el Brasil más de 1.700 equipos. El uso de las MFCN crea nuevas condiciones de productividad (tiempo de duración, reducción de stocks, control de calidad, etc.)

La técnica revolucionaria de la automatización industrial y de la robótica, que actualmente se expresa en el país, desempeñará un papel significativo en el futuro, como reserva del mercado de la SEI. Las empresas que utilizan la robótica son las multinacionales Mercedes Benz, Volkswagen, Ford y Fiat.

En el sector de servicios, tenemos la automatización de los escritorios que ocurre desde mediados de los años 60. Actualmente la herramienta más difundida es el procesador de palabras.

Otras técnicas utilizadas son: las técnicas de comunicación y distribución de información (teletexto, correo electrónico, teleconferencia, fac-símil y copiadoras inteligentes) y las técnicas de almacenamiento y recuperación de información (micrografía y banco de datos).

Esas técnicas ofrecen la ventaja de mayor confiabilidad y rapidez en la transmisión de mensajes y datos, independientemente de que el destino sea local o lejano. La información se guarda eliminando un gran volumen de pa-

pel utilizado y manoseado, y posibilita un rápido acceso a la información más importante para el buen desenvolvimiento del trabajo.

La técnica más revolucionaria para ese sector será la comunicación verbal entre los usuarios y el computador, que todavía es una fase del proyecto.

La mayoría de los escritorios de las grandes empresas ya están automatizados; a mediano plazo, los de la pequeña y mediana empresa, también lo estarán.

En los bancos, el 60% de la capacidad instalada tiene sus propios centros de procesamiento de datos. Esa automatización se verifica en dos etapas: la primera, que se desarrolla a finales de los años 60 con la introducción de los sistemas de computación en los servicios internos. La segunda etapa, es consecuencia de la primera. Esta se inicia en los últimos años y modifica la atención al público: tableros magnéticos, terminales, saldos por teléfono y, más recientemente, los cajeros automáticos que ofrecen atención las 24 horas del día.

El próximo paso será la interconexión entre las agencias de las diferentes empresas bancarias. A pesar de que en los bancos estatales es menor el ritmo de introducción de la automatización para atender a los clientes, son estos mismos los que aceleran la interrelación entre las empresas, para lo cual utilizan un computador de grandes dimensiones que constituyen el centro común de las diversas redes de comunicación.

Por otro lado, es interesante observar que varias empresas productoras de equipos nacionales surgieron gracias a la iniciativa de los bancos, como por ejemplo, SID de Bradesco e INTAUTEC-Itaú, que además de producir equipos propios para la automatización bancaria, también son grandes fabricantes de microcomputadores de uso general. En la actualidad, estas empresas también incursionan en el área de la microelectrónica, produciendo circuitos integrados.

Tanto el comercio minorista como el comercio al por mayor utilizan sistemas de control de stocks, inventario, lista de precios y control de crédito por computador. Actualmente, en los grandes almacenes, los sistemas de crédito están siendo integrados y ligados bajo el sistema on-line.

Otro instrumento que se está introduciendo es el Scanner, que lee el código de barras impreso en la mercadería,

simplificando el trabajo de caja que ya no necesita enfrentarse con el código o el precio del artículo. Esta máquina es aún poco utilizada en el Brasil, solo dos empresas han lanzado al mercado estos aparatos con tecnología nacional.

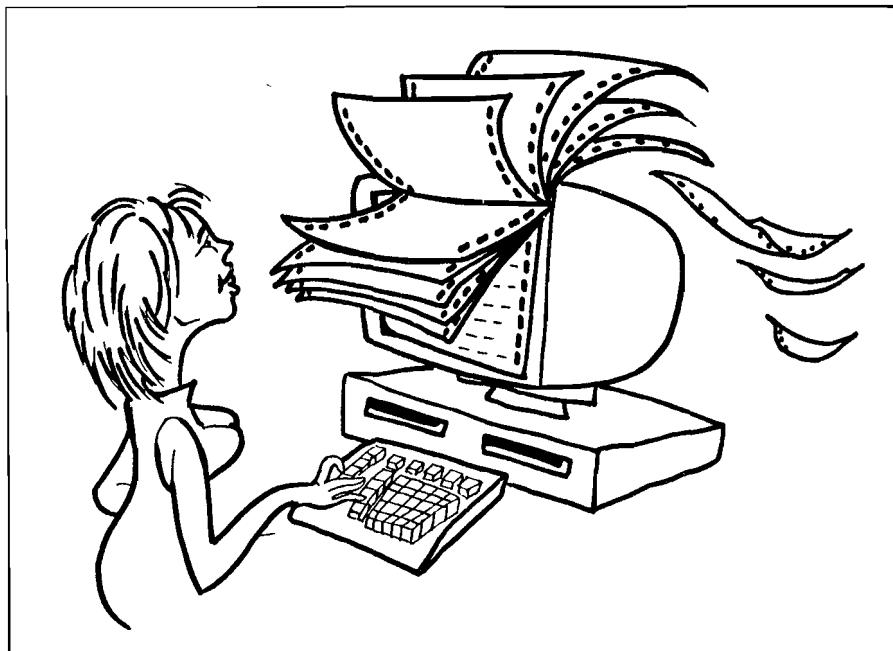
No obstante que el Brasil es el segundo país más importante exportador de alimentos en el mundo, solo reciente-

mentre de gravedad de la aeronave, de combustible necesario, sistemas para servicios de mantenimiento de las aeronaves y control operacional de vuelo, que ya están siendo utilizados por las líneas aéreas nacionales.

Los sistemas de computación son preferentemente utilizados en el transporte marítimo para control de los conteineres.

En el área de salud se utiliza bastante instrumental electrónico y va en aumento según las especialidades. Además de su uso en la administración hospitalaria, en los grandes centros se verifica la automatización en las tomografías computarizadas, electrografías asistidas por computador, sistemas de control de temperatura, presión, respiración, pulso de los pacientes y otros. Toda esa tecnología contribuye para el

LA AUTOMATIZACION DE LOS ESCRITORIOS OCURRE DESDE 1960. HOY, LA HERRAMIENTA MAS DIFUNDIDA ES EL PROCESADOR DE PALABRAS



mente comenzó a introducir la información en el sector agropecuario. Uno de los primeros fue el Ministerio de Agricultura, en conjunto con el SEI, Embrapa y Embrater. El proyecto AGROCOM pretende asistir al productor rural no solamente en lo que respecta a la mejoría y diversificación de su producción, sino también en los aspectos sociales, propiciando el desarrollo del área.

El uso de la informática y del teleprocesamiento es múltiple en el transporte aéreo de pasajeros y cargas. Sobresalen los sistemas de reservas de pasajes con sus complementos, los sistemas de despacho operacional de vuelo para calcular el peso y la posición del

establecimiento de un diagnóstico ideal y de un tratamiento adecuado.

Por el momento ocurren grandes innovaciones. En el mismo campo de la salud por ejemplo, el computador sirve para almacenar la información médica en un banco de datos, actualizándolo en cada nueva consulta del paciente. El hospital de la Universidad de Campinas es uno de los más automatizados del país. Desde el ingreso hasta la salida del paciente en el hospital, se utilizan setenta terminales ligados a los computadores centrales de la Universidad.

Algunos especialistas llevan a cabo interesantes investigaciones en el área de sistemas, entre ellas se destaca: "siste-

ma Doctor" sirve de auxilio para el diagnóstico, desarrollado por el departamento de informática de PUC-Río de Janeiro. En un principio, este sistema será aplicado en el área de neumología, pero será fácilmente extendido a otras especializaciones; la siguiente área es cardiología.

El proyecto EDUCOM, originario del SEI, cuya coordinación corre a cargo del Ministerio de Educación y de la Fundación para la Televisión Educativa, procura introducir la informática en la educación y ya existen seis universidades trabajando en centros pilotos (UFRJ, UFRGS, UFM, UFP, UNICAMP y UB), tratando de desarrollar adecuados software y hardware.

Otro proyecto que coordina la SEI es el de INFOOPEN (Informaciones Penitenciarias). Pretende mejorar la in-

cación automática y de la lectura óptica.

La Marina Brasileña utiliza microcomputadores específicos para controlar las operaciones de sus corbetas mediante sistemas computarizados de control y monitorización de la población, unidades auxiliares y averías.

El sector gráfico también ingresó

al uso de terminales de video, donde directamente se componen las páginas de los periódicos y revistas; de esta forma se ha podido evidenciar las facilidades ofrecidas por los terminales gráficos. Las máquinas electrónicas levantan más de un millón de caracteres por hora, contra veinticinco mil por hora de una máquina convencional.

Consecuencias de la automatización

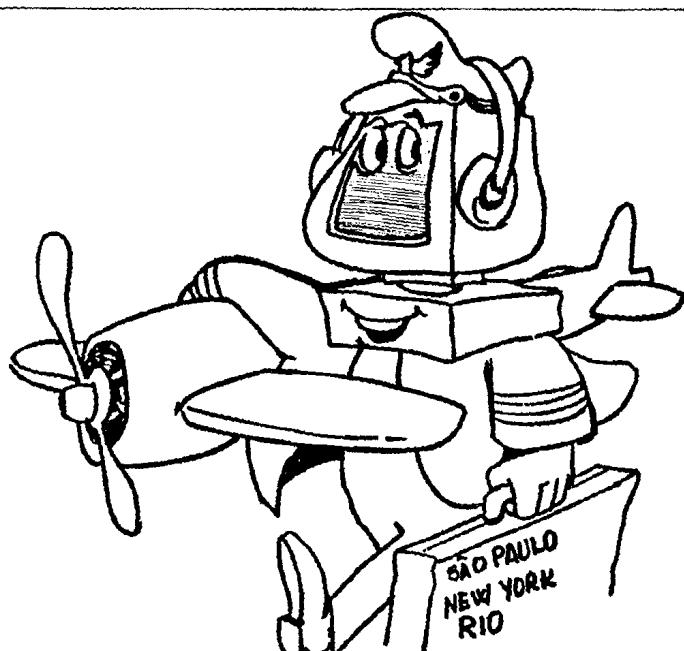
Se debe dejar en claro que estas consecuencias dependen principalmente del tipo de sistema político-económico que

En el sector industrial, con el aumento de la productividad y de la competencia de las empresas automatizadas, se puede conseguir mejores condiciones para la exportación, para disminuir los costos de producción y a su vez reducir el precio de los productos al consumidor final. Por el momento se verifica una disminución de los cuadros de funcionarios de esas industrias.

Los sistemas CAD/CAM, presentan algunas ventajas, como por ejemplo: la integración completa entre los diversos servicios dentro de cada empresa y el aumento de la productividad en la fase del proyecto y en el diseño de los productos fabriles, posibilitando el análisis estructural y la optimización de un producto nuevo.

Sin embargo, en el caso de las industrias extranjeras, este poderío se utiliza para perpetuar las relaciones de subordinación entre la matriz transnacional y su filial en el Brasil, acentuando de ese modo la dependencia tecnológica. Se constata, asimismo, una concentración cada vez mayor de las tareas en los niveles superiores, creando un control centralizado y autoritario sobre los obreros, al mismo tiempo, se acentúan las características alienadoras del proceso de trabajo social.

En la actualidad, las máquinas —herramientas de control numérico— y los robots, desempeñan un papel fundamental en la creación de nuevas condiciones de trabajo. Pueden ser utilizados en tareas peligrosas y repetitivas para los seres humanos; por otro lado, permiten la reintegración de personas deficientes o de ancianos al proceso productivo. Es posible advertir que la introducción de estos equipos se realiza bajo la óptica fundamental de bajar los costos operacionales a través del ahorro



formación sobre los presidios y reclusos. Una de las principales ventajas es mantener una justa duración del tiempo de encarcelamiento a fin de evitar las recientes rebeliones acontecidas en los presidios.

"La automatización de los correos está siendo implementada a través del uso de balanzas electrónicas que sirven para el envío de encomiendas; ellas están ligadas al sistema de procesamiento de datos de la EBCT-Empresa Brasileña de Correos y Telégrafos. La empresa espera obtener mejores datos estadísticos sobre sus actividades con el propósito de lograr una planificación perfecta en el envío y despacho de artículos postales a través de la mar-

EL USO DE LA INFORMATICA Y DEL TELEPROCESAMIENTO ES MULTIPLE EN EL TRANSPORTE AEREO DE PASAJEROS Y CARGAS.

acompañía a los cambios tecnológicos, pues, con una misma máquina programable se puede concebir un sistema de organización que califica o descalifica al trabajador. Del sistema de organización depende no solo la rentabilidad económica, sino también el acontecer social.

de insumos —materias primas y mano de obra—; la automatización de algunas tareas además, beneficia a los trabajadores en tanto ellos ya no deben realizar los oficios más insalubres.

Con el uso del procesador de palabras, las tareas repetitivas y agotadoras, se realizan con rapidez y facilidad, como ya fue descrito anteriormente. Además, este sistema permite un mayor control de los empleados por parte del patrono, pues, se registra toda comunicación entre los funcionarios, las ausencias e intervalos que se producen en el trabajo e, inclusive, se puede medir la eficiencia del funcionario en términos de pulsaciones por minuto y según el número de errores cometidos.

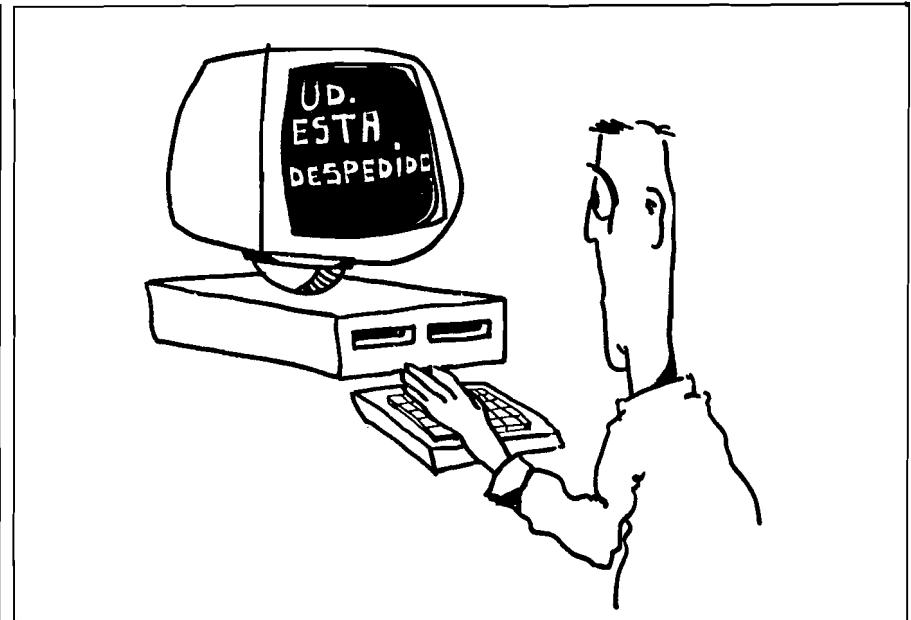
A más de este gran control, deben considerarse los problemas de salud física y mental que son producto de las condiciones adversas en que se desarrolla el trabajo. En particular, existen innumerables dolencias profesionales que sobrevienen del ambiente tecnológico en el que actúa el trabajador (bajas temperaturas, aislamiento, concentración, monotonía, irradiación) y de equipos mal proyectados, cuyas dimensiones no están de acuerdo con las capacidades y necesidades del organismo humano.

Generalmente las exigencias de la maquinaria son atendidas, pero se ignora las necesidades de los seres humanos.

En el caso brasileño es importante destacar el trabajo de estudio y concientización que el DIEESE - Departamento Intersindical de Estudios Estadísticos, Sociales y Económicos, está promoviendo. Los documentos producidos por este centro demuestran que los trabajadores no están en contra de la introducción de la automatización en sí. Estos señalan que, por el contrario, admiten que el aumento de su productividad puede cumplir un papel relevante tanto en lo que se refiere a la disminución de los precios como la redistribución del ingreso, sin embargo, exigen garantías en relación al empleo, posibilidades de reciclaje o reducción de la jornada de trabajo, así como participación en las decisiones para introducir la automatización.

La creación de empleos en las industrias brasileñas de informática ha contribuido, en parte, a combatir el desempleo causado por la automatización.

Una investigación realizada por la SEI —Secretaría Especial de Informática) durante el período 1979-1984, con la participación de cincuenta y cuatro empresas del sector, demostró que



en este lapso aparecieron cuatro mil empresas, cuya creación obedece a un crecimiento considerable de la economía en los años siguientes.

Según Juan Roda (especialista chileno de la OIT), hasta 1990 se eliminará el 650/o de los empleos del sector de telecomunicaciones, el 500/o de los del sector bancario, el 300/o de los de transporte y el 400/o de la administración.

Tomando en consideración estas proyecciones, la propia OIT admite que no habrán nuevas oportunidades de ocupación para los trabajadores desempleados. De ahí la necesidad de preservar y generar empleos según el nivel cultural de los afectados.

Este gran impacto social, el "desempleo", puede verificarse con la extinción de muchas funciones, tales como la del linotipista, del tornero, etc. Los riesgos para los jóvenes que comienzan a prepararse para una vida profesional futura es el de ver sus profesiones invadidas por máquinas y robots; de esta forma se vuelven en trabajadores descalificados o dispensables para poder coexistir con esta clase de equipos.

Un problema muy importante a ser encarado es la dispersión de los trabajadores debido a los cambios que se operan en el contenido del trabajo, puesto que los equipos electrónicos pasan a determinar el uso de una fuerza de trabajo diferente de la que venía siendo usada antes de la automatización. Una parte de la mano de obra necesitará de una capacitación técnica mayor para mantener y programar a los equipos, mientras que la mayoría de los

trabajadores sufrirá una descalificación operacional. Básicamente los operarios de calificación media y baja, pasarán a ejecutar tareas u operaciones simplificadas (operarios e inspectores de máquinas, empacadores, etc.). Sin embargo, esto no siempre será posible de efectuar dado el bajo nivel cultural que existe entre las clases trabajadoras. Por tanto, el reentrenamiento de quienes son afectados por los cambios tecnológicos, es una tarea muy compleja.

Es contradictorio y complejo el avance de la automatización. En los países desarrollados, es apropiada la aceleración de la automatización puesto que consume grandes montos del capital existente y economiza la fuerza de trabajo que es escasa o cara.

Sin embargo, en los países latinoamericanos prevalecen condiciones opuestas. La mano de obra es abundante y barata y son países muy pobres y endeudados. A los trabajadores, obviamente, les interesa obtener beneficios del avance tecnológico, en lugar de transformarse en sus víctimas. Recordando el pensamiento de Yoneji Masuda, podemos afirmar que el mayor beneficio que trae consigo la automatización de los sectores vitales para el desarrollo de un país, es la mayor integración social, pues, la información se disemina fácilmente por toda la sociedad y es usufructuada por un mayor número de personas, disminuyendo de este modo, los desequilibrios existentes entre el Norte y el Sur, entre el campo y la ciudad y entre pobres y ricos. No obstante, en la actualidad estamos constatando justamente lo contrario.

Conclusiones

Es de importancia fundamental desarrollar el software y sistemas especiales que se adecuen a las necesidades nacionales, tanto en el sector agropecuario, cuanto en el sector de la salud, ya que nuestras realidades son completamente diferentes a las de los países desarrollados.

Es preciso llamar la atención del gran peligro del desempleo como producto de la introducción de la automatización en sectores tales como el de las industrias gráficas, la actividad portuaria, los correos y el sector bancario, entre otros. Además urge la necesidad de ofrecer nuevas oportunidades de empleo a las personas que son desplazadas por la automatización.

La introducción de la microelectrónica en la producción industrial y en el sector de los servicios debe ser analizada como un fenómeno aislado. En última instancia, esta representa una etapa en el proceso de división social del trabajo, cuya característica principal es la separación entre el "saber" y el "hacer". La nueva tecnología al transferir más funciones y tareas de oficina al escritorio, refuerza la posición de dominación de los empresarios y administradores de las empresas y de la tecnología en general.

Nuestra sociedad se está automatizando; es preciso, por consiguiente, observar como este proceso se desarrolla. Al decir de Henrique Rattner: "La problemática del uso creciente de la microelectrónica no se restringe únicamente a las cuestiones del desempleo y de la descalificación de la mano de obra. Esa nueva tecnología incorpora un conjunto de aspectos y desafíos que abarcan desde las relaciones de trabajo hasta el control del Estado sobre la sociedad civil. Tampoco escapan los problemas de innovación y de inversiones económicamente rentables de política científica y tecnológica, de centralización del capital y de poder de decisión de las empresas, así como del nivel del Estado y de los aspectos relacionados al sentido del trabajo como actividad creativa y gratificante".

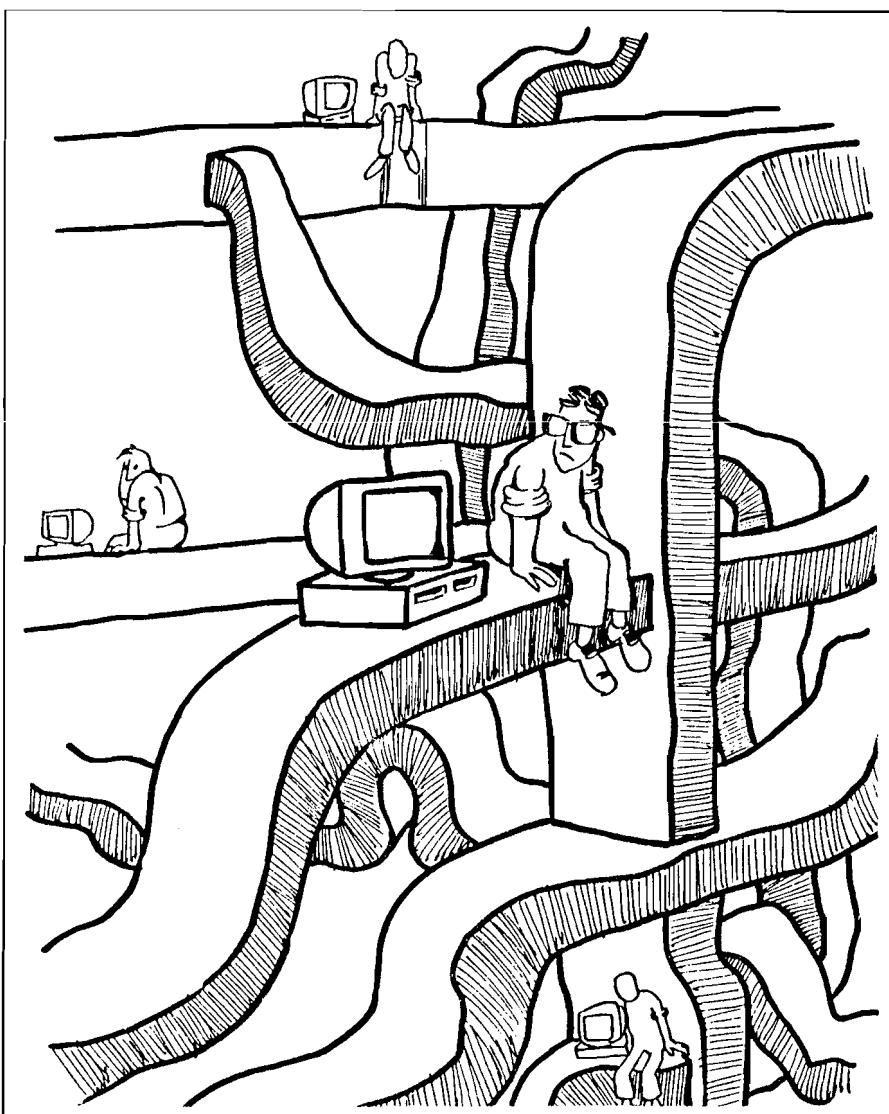
Sugerimos algunos temas de reflexión para que el uso de la automatización derive en beneficio del conjunto social:

Es importante que se mantenga una fiscalización constante para que la automatización se efectúe primeramente en actividades insalubres y peligrosas para los trabajadores, así como incentivar el desarrollo e implementación de técnicas que posibiliten el ingreso de personas deficientes en el proceso productivo, inclusive incentivando a las empresas para que esta clase de personas sean contratadas con el propósito de que operen sus máquinas.

El decrecimiento en los niveles de trabajo debe enfrentarse con una política de pleno empleo, en la que no solamente se reduzca la jornada diaria, sino también el tiempo dedicado al tra-

bajo, creando las condiciones para que los jóvenes puedan prepararse mejor en los estudios, retardando su ingreso al mercado de trabajo y permitiendo que los más viejos se jubilen más temprano. Es a través de la disminución de la jornada de trabajo que se ampliarán las industrias de la cultura, las que pasarán a exigir un mayor número de empleados minimizando los problemas del desempleo.

Se debe estudiar la supresión de las cargas fiscales que recaen sobre la fuerza de trabajo, sustituyendo los impuestos de parte de quienes reciben una renta fija por los impuestos sobre la producción facturada. De este modo se establecerán condiciones igualitarias entre los factores capital y mano de obra. Por otro lado, se deben crear mecanismos legales para que los frutos del aumento de la productividad se compartan con los trabajadores y con toda la sociedad; se debe persuadir a los empre-



sarios que propicien la capacitación del personal, montando una política de co-gestión y de pleno empleo, como sucede en el Japón; se debe controlar el ritmo de creación y de distribución del empleo a través de sistemas de información (banco de datos) en el territorio nacional. Todo esto debe materializarse rápidamente con el fin de evitar peligrosos desequilibrios. Finalmente, se debe estudiar la implantación de nuevas técnicas para la mantenimiento del actual nivel de empleo, para lo cual se sugiere la adopción de la moratoria tecnológica por un determinado período de tiempo. Es preciso, concomitantemente, debatir sobre la actual legislación laboral para proteger al trabajador contra el proceso de automatización y garantizar su participación en la toma de decisiones sobre este proceso. Esto podría lograrse con la creación de comisiones paritarias en las empresas.

Con la nueva tecnología, surgen nuevos problemas; se debe realizar un levantamiento de las quejas profesionales causadas por la automatización, con el propósito de estudiarlas y eliminarlas. Será necesario incentivar el fortalecimiento de los cursos de graduación y de post grado destinados a la formación de recursos humanos en las áreas de informática, electrónica, ingeniería de producción, informática y sociedad, comunicación y reformular los planes de estudios universitarios con el propósito de que se adeguren a las necesidades nacionales y al empleo de las nuevas técnicas en todas las profesiones.

Se debe dar alguna prioridad a la automatización de los sectores en los que las innovaciones tecnológicas pueden traer consigo grandes progresos económicos y sociales, como por ejemplo, el sector agrícola, de salud, de educación y de comunidades populares. La automatización en las oficinas públicas agilitaría y reduciría los costos de los servicios públicos.

Es de fundamental importancia encontrar en la integración latinoamericana la condición para el desarrollo de la informática en la región. Ningún país de América Latina podrá competir en el mercado internacional de informática. Por lo tanto, la alternativa más viable para enfrentar esa situación es promover la cooperación y la integración entre todos, garantizando su participación en un mercado cada vez más controlado por las redes de información.

La integración de América Latina en relación a las nuevas tecnologías se está concretizando a través del Proyecto "Planeta" (Proyecto Latinoamericano de Nuevas Estrategias en Tecnología Avanzada), que reúne a casi todos los países del continente. El "Planin" (Plan Nacional de Informática para el Brasil) también apunta en ese sentido.

**LA REVOLUCION DE LA
INFORMATICA ES LA MAYOR
DE TODAS LAS
REVOLUCIONES. SE LLEVA A
CABO SIN CAÑONES,
SIN TIROS, SIN VICTIMAS
FACILMENTE RECONOCIBLES.
ES LA MAS CONSTRUCTIVA
DE TODAS LAS
REVOLUCIONES, PERO ES AL
MISMO TIEMPO, LA MAS
DESTRUCTIVA.**

Es importante que la integración latinoamericana se dé en relación a una división de funciones complementarias entre sí, en la que cada país pueda desarrollar tanto el área del software como del hardware. En el otro lado, es fundamental preservar el enorme potencial que representa el mercado latinoamericano.

La revolución de la información es la mayor de todas las revoluciones. Se lleva a cabo sin cañones, sin tiros, sin víctimas fácilmente reconocibles. Es la más constructiva de todas las revoluciones, pero es al mismo tiempo, la más destructiva.

La sociedad de información que estamos creando, es una sociedad diferente. La información es un bien diferente, que no se consume una vez que ha sido utilizado. Un bien que no es fungible, sino indestructible: un bien siempre incompleto, sujeto a una permanente evolución, al perfeccionamiento, a la complementación. Un bien que, dada su utilización, genera siempre nuevas demandas.

Estamos a las puertas de esa era, que promoverá un nuevo estadio en la evolución de la humanidad y que va a operar en el hombre una transformación sin precedentes, tanto en dimensión cuanto en calidad. Tendremos una revolución en la participación, en el conocimiento y en la educación.

Los conflictos ideológicos y políticos existentes que tanto nos preocupan, serán menos importantes y significativamente menores que los choques que se enfrentarán con la nueva tecnología y las diferencias que surgirán entre sociedades informatizadas (desarrolladas) y sociedades no informatizadas (subdesarrolladas).

Educación o no. Cultura o incultura. Democracia o totalitarismo. Evolución u obscurantismo. Nos cabe a nosotros, los responsables, discutir, en el presente, las opciones. ■



Antonio Carlos de Jesús, Maestro en Ciencias de la Comunicación; colabora en el Departamento de comunicación Social (Centro de Radio y Televisión) de la Universidad de Bauru, y es corresponsal de CHASQUI en el Brasil.

1889-1989
Centenario
de la muerte de
JUAN MONTALVO

Homenaje de Ciespal y de la
Unión Nacional de Periodistas

