

9

ENERO-MARZO de 1984



# CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION



la televisión en  
latinoamérica

CIESPAL





## CARTA DE LOS EDITORES

Apreciados lectores:

Este año de 1984, tan comentado por Orwell, se cumple también a nivel mundial el trigésimo aniversario de la introducción masiva de la televisión. Desde hace 30 años el fenómeno de la pantalla chica, que da trabajo a miles de personas, desvela, apasiona y cuestiona a cientos de investigadores, analistas y profesionales de la comunicación. En las Universidades, centros de investigación, academias profesionales y en los propios canales o estaciones de televisión se han ido creando materias y cátedras para estudiar teóricamente o en la práctica diaria los diferentes aspectos de esta actividad que ha dejado de ser novedosa gracias a la implantación de tecnologías y sistemas aún más modernos y complejos.

En América Latina la discusión y la investigación sobre la televisión, con sus múltiples problemas y aspectos, también juega un rol importante tanto en las Universidades como en los canales de televisión y, por qué no decirlo, en la vida cotidiana de los latinoamericanos.

CHASQUI ha querido celebrar este aniversario dedicando la parte central de la revista a la televisión en América Latina. En la *entrevista* presentamos los puntos de vista de uno de los mayores investigadores de la problemática de los flujos internacionales de televisión a nivel mundial. En la sección *ensayos* ofrecemos dos trabajos que analizan aspectos relacionados con la televisión en nuestro continente. Para la sección *controversia* contamos con el aporte de dos especialistas en la materia, pero que provienen de dos áreas diferentes, el uno del campo teórico y el otro de la práctica diaria en un canal de televisión ecuatoriano con lo cual la discusión es muy enriquecedora. En las secciones *nuevas tecnologías*, *enseñanza* e *investigación* presentamos tres trabajos que seguramente darán lugar a nuevas polémicas e indagaciones sobre temas de gran actualidad y que preocupan tanto a los académicos como a los estudiantes y profesionales de la comunicación.

En la sección *documentos* incluimos el discurso que Luis Ramiro Beltrán pronunció al recibir el Premio McLuhan Teleglobe-Canadá como un homenaje a nuestro querido miembro del Consejo Internacional de Redacción de CHASQUI.

Reciban un afectuoso saludo de

Ronald Grebe López—Jorge Mantilla J.

## EN ESTE NUMERO

### 2 EDITORIAL

**La Televisión en América Latina**  
Luis Eladio Proaño

### 4 ENTREVISTA

Tapio Varis

### 10 ENSAYOS

- 10 **Televisión en América Latina**  
Livia Antola y Everett M. Rogers
- 17 **Publicidad y Gobierno en la Televisión Brasileña.**  
Sergio Mattos
- 23 **Cobertura Noticiosa Centroamericana**  
John A. Lent
- 27 **Hacia una Definición de la Radio Educativa**  
Antonio Cabezas
- 33 **UNESCO — EE.UU.— Repercusiones**

### 34 CONTROVERSIA

- 34 **La Televisión — Utopías y Realidades**

### 40 ACTUALIDAD

- 40 **Módulo de Educación para TV**  
Valerio Fuenzalida
- 43 **Festival Anual del Nuevo Cine Latinoamericano**  
Consuelo Carranza
- 46 **Alemania Federal y la Comunicación del Tercer Mundo.**  
Beatriz Solís
- 47 **ASIN sirve a Latinoamérica**  
Javier Solís

### 48 NUEVAS TECNOLOGIAS

**América Latina y la "Comunicación"**  
Peter Schenkel

### 57 INVESTIGACION

### 63 ENSEÑANZA

### 66 ACTIVIDADES CIESPAL

### 69 NOTICIAS

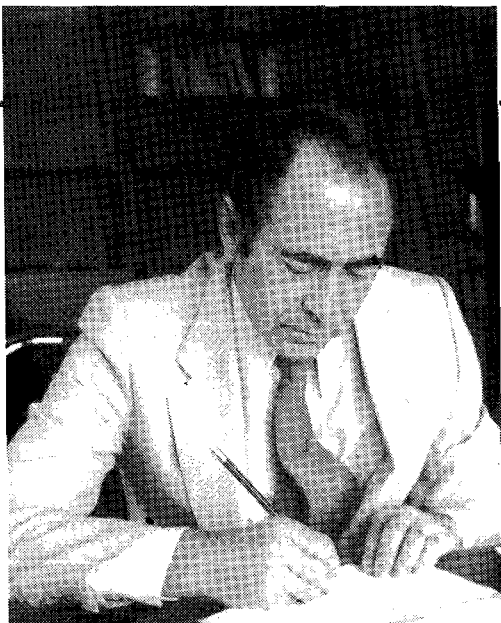
### 78 DOCUMENTOS

### 83 BIBLIOGRAFIA

### 87 HEMEROGRAFIA

### 89 SECCION PORTUGUESA

### 91 SECCION INGLESA



*Dr. Luis E. Proaño*

# LA T EN AM

**H**ace diez años, la televisión latinoamericana estaba agobiada por un doble problema: el flujo excesivo de programación de los países desarrollados, especialmente de Estados Unidos, y el predominio de programas de entretenimiento en desmedro de los culturales y educativos.

En esta década, en la que se calcula un número de 500 millones de receptores de televisión en el mundo, que llegan a un potencial de televidentes de 2.000 millones, se percibe en América Latina una clara tendencia a producir más e importar menos programas de fuera de la región.

El fenómeno no parece difícil de explicar.

La inmensa mayoría de los televidentes mira a la televisión como medio destinado al entretenimiento antes que a la cultura y la educación. Si a este factor del mercado, se añade el costo relativamente bajo de la producción endógena y la capacidad lucrativa de la televisión, el resultado no puede ser otro que el incremento de los programas de entretenimiento en los que se juega, por inclinación de la audiencia, la gran batalla de la sintonía que decide el incremento o desmedro de la ganancia.

## **LAS TELENÓVELAS**

Cuando se habla de entretenimiento no se puede pasar por alto el fenómeno de las telenovelas. Un hecho lo sitúa en clara perspectiva: La serie "Dallas", que en los Estados Unidos alcanzó un récord de sintonía, sucumbió en Perú frente a un programa de comedia popular; México la compró dos años después de su aparición y la pasó en horarios de medianoche y estuvo debajo de las telenovelas en 9 de los países más importantes de América Latina. En general, cuando un serial norteamericano compite con una buena telenovela latinoamericana, siempre pierde.

Este sorpresivo descubrimiento nos debe llevar a preguntarnos si nuestra preocupación comprensible por la investigación del fenómeno de la dependencia cultural, nos ha impedido el volver los ojos críticamente a nuestra propia identidad para encontrar respuestas de indudable trascendencia como ésta: ¿Por qué un género como la telenovela, que es despreciado por el intelectual y el crítico de la televisión, cuyo formato es simple y barato y cuyo contenido raya en la sensiblería cursi y baladí, utilizando estereotipos sociales de arribismo, es más atractivo para el latinoamericano que programas que superan su técnica rudimentaria y atacan problemas de mayor profundidad humana?

## **CAMBIO EN LA INVESTIGACION**

**L**os investigadores latinoamericanos de la comunicación, en la pasada década, se han esforzado por dar sustancia a los planteamientos del Nuevo Orden Internacional de la Comunicación y han prestado con ello un servicio invaluable. Ha llegado el momento, sin embargo, de modificar esta preocupación primordial y dedicar nuestro esfuerzo a encontrar serias respuestas a incógnitas todavía no despejadas en el ámbito extenso y complejo de nuestra televisión.

Muy poco sabemos de las motivaciones que la teleaudiencia latinoamericana tiene respecto a la sintonía de un tipo y otro de programación. No conocemos con seguridad si las nuevas generaciones han sido ayudadas por la televisión para lograr un mejor comando de la lengua castellana; tener un conocimiento amplio de los problemas del mundo a través de la sofisticación visual que les fue negada a sus padres o si, por el contrario, ha servido de acicate a la pasividad intelectual y a la complacencia acrítica.

# TELEVISION AMERICA LATINA

Hasta ahora se ha creído que el grupo primario de la familia y la escuela son los factores predominantes del desarrollo del niño. ¿Qué influjo ha tenido la televisión en reforzar o modificar estas pautas de comportamiento? En qué sentido afecta la televisión el estado de violencia que viven nuestras sociedades? ¿En qué forma los ejecutivos de las cadenas y estaciones de televisión toman decisiones sobre diferentes tipos de programación que exhiben en sus canales? ¿Hasta qué punto dependen de la demanda del mercado, de las exigencias de los anunciantes y de las empresas productoras?

¿Qué alternativa ofrecen los canales estatales y culturales frente a los canales comerciales y cuál es el impacto que logran en la teleaudiencia latinoamericana?

¿Qué tipos de control ejercen los diferentes gobiernos de nuestra región, cuál es su efectividad en los fines que persiguen? ¿Cuál es el impacto de la televisión en la política nacional?

Las respuestas que se encuentren a estas y otras innumerables preguntas servirán de base para sugerir modificaciones que mejoren la calidad de nuestra televisión.

## UNA CRITICA Y UNA PREGUNTA

**L**a más dura de las acusaciones que ha recibido la televisión latinoamericana es la de ser un desierto de la cultura. Sin negar lo que haya de verdad en esta crítica caben, sin embargo, algunas consideraciones. Para algunos, cultura significa simplemente la promoción de un folklore que equivale a un archivo osificado y apolítico, amalgama de esencias prehispánicas, de indigenismo telúrico, de tradiciones coloniales y de leyendas heroicas de la independencia. Esta concepción cultural se ancla en un “*ser nacio-*

*nal*” quimérico que míticamente se engloba en las raíces de la tierra, la sangre y las virtudes del pasado.

Por otra parte, la dinámica del capitalismo que remata a veces en la concentración monopolítica, conduce necesariamente a la uniformidad masiva que, a su vez, facilita la producción, distribución y consumo. La masificación inherente al capitalismo ahoga la diversidad y se empeña en la estandarización. Lo étnico se transforma en típico y lo típico, a su vez, se masifica para la venta con efecto disolvente en la identidad popular.

En esta doble concepción de tradición y folklore fosilizados y de estandarización impersonal, la televisión latinoamericana es, más bien, promotora de la cultura.

La acusación de “*desierto cultural*” debe situarse, por lo tanto, en la ausencia de programas que no entiendan lo popular únicamente como lo espontáneo en gustos, hábitos intelectuales, fatalismo y conformismo frente al folklore sino que se empeñen en la intervención del pueblo para redefinir su proyecto nacional y acentúen la lucha y tensión de la historia, dialécticamente empeñada en superar el pasado y construir un futuro en el que la opresión no exista.

Por lo tanto, a la concepción pasiva de la cultura que es mera receptividad de un pasado acrítico y sublimado, la televisión latinoamericana no merece inculpación porque ha sido, en buena parte, su promotora. Respecto de la concepción de la cultura como algo dinámico y en gestación, la televisión latinoamericana tiene mucho que aprender.

Las páginas que siguen se esfuerzan en dar respuesta a algunas de estas preguntas.





## Tapio Varis:

# FLUJO INTERNACIONAL DE PROGRAMAS DE TELEVISION

El tema de la televisión, sus flujos de programas, su influencia sobre la población adulta e infantil, su repercusión en el campo político, internacional y bélico sigue preocupando, apasionando y motivando tanto a los estudiosos de la comunicación social como a los productores, dueños y usuarios de la pantalla chica.

Por eso, hace 10 años (1973) la UNESCO solicitó a dos de los principales investigadores de este fenómeno, los finlandeses Tapio Varis y Kaarle Nordenstreng, un estudio mundial sobre el flujo internacional de programas de Televisión. Desde entonces dicha investigación se ha convertido en modelo para análisis e investigaciones posteriores. El año pasado, Tapio Varis realizó una nueva evaluación sobre los mismos presupuestos de la década pasada para comprobar si en estos diez años se habían producido cambios importantes en el flujo televisivo mundial.

CHASQUI no ha querido perder la oportunidad de entrevistar a Tapio Varis para que exprese sus puntos de vista y sus opiniones sobre algunos aspectos de su investigación, que será publicada por la UNESCO, para de esta manera conocer, en versión original y directa, lo que está sucediendo en el campo de la televisión.

CHASQUI le envió una entrevista por escrito y Varis tuvo la gentileza de responderla para este número de la revista de CIESPAL que está dedicado, en su parte central, a analizar la problemática de la televisión en América Latina.

**CHASQUI:** *¿Tomando en cuenta su larga trayectoria tanto en el campo de las comunicaciones como en la investigación sobre los problemas de la paz quisieramos saber en qué forma la comunicación internacional modifica la opinión pública frente a los conflictos bélicos?*

**Tapio Varis:** Un concepto muy generalizado es que la importancia de la opinión pública internacional, en una era de comunicaciones masivas, constituye una reducción significativa en el uso del poder militar. Existe la creencia generalizada de que las comunicaciones internacionales y la opinión pública jugaron un papel crucial en el resultado de la guerra de Vietnam, aunque necesariamente hubo otros factores tales como el apoyo material externo, la moral etc. (1). Pero la importancia de los medios

masivos internacionales se ve más confirmada por el hecho de que ha sido sumamente difícil lograr una cobertura internacional de guerras tales como las de El Salvador o las Malvinas/Falkland (2). Si la guerra de Vietnam fue la primera guerra completamente televisada, la de las Malvinas/Falkland fue la primera guerra no televisada en la era electrónica (3), así como tampoco la invasión a Grenada en 1983.

Uno de los interrogantes fundamentales en la era de las comunicaciones globales instantáneas es el siguiente: ¿cuántas sociedades y culturas diferentes pueden aprender a utilizar estos medios de comunicación y en qué medida es racional su conducta? (4). Existe una fuerte tentación a creer que la tensión internacional actual sólo aumentará la distorsión ideológica en el flujo internacional de información y en la percepción de la

intención del adversario.

El problema fundamental no es sólo cuán eficazmente funciona el sistema global de comunicaciones desde el punto de vista técnico, aunque este aspecto es también muy importante. El tema principal es el siguiente: ¿qué sucede con la comunicación internacional en condiciones de tensión mundial y carrera armamentista, cuando los medios están altamente concentrados transnacionalmente y controlados por una minoría? ¿Cuál será el papel de la nueva tecnología, como los satélites de transmisión directa en este proceso?

**CH.:** *Por encargo de la UNESCO, Ud. acaba de terminar un segundo estudio sobre el flujo internacional de programas de TV. Tomando en cuenta estos resultados, se puede calificar a la TV como medio de comunicación elitista?*

**T.V.:** Aunque gran parte del debate sobre el orden internacional de información y comunicación se ha producido dentro del contexto Norte-Sur, la televisión mundial ha sido mayormente un medio de las audiencias en los países industrializados. El número de receptores de televisión en uso en el mundo es de más de 500 millones. Sin embargo, están fuertemente concentrados en unos pocos centros regionales, encontrándose casi la mitad de la tele-audiencia mundial en los Estados Unidos y la Unión Soviética. La mayoría de las regiones —a excepción de Europa Occidental— están dominadas por un sólo país (5). En consecuencia, aunque los grandes eventos mundiales pueden alcanzar a una audiencia mundial de casi 2000 millones de personas, por lo menos una cantidad equivalente de espectadores queda totalmente fuera del alcance de la televisión. El rápido desarrollo en tecnología de comunicación y electrónica sólo tiende a aumentar la brecha entre aquellos que tienen acceso a la información y medios de utilizarla e influenciar a otros, y aquellos que no tienen estas capacidades. El acceso a la información se convierte en un factor de prosperidad e ingresos (6).

Durante una década, el debate internacional se ha concentrado en los problemas de los satélites de transmisión directa (STD). La doctrina de la soberanía del estado nacional ha sido cuestionada por los centros de poder de las compañías transnacionales y los gobiernos que reflejan sus intereses. Países que carecen de tecnología propia y que son vulnerables a la penetración extranjera, están ansiosos por lograr arreglos según los cuales sus legítimos intereses culturales, económicos y políticos sean considerados con el debido respeto. En tiempos de tensión y de amenaza de guerra estas consideraciones son aún más serias.

Dadas las actuales condiciones económicas resulta difícil predecir cuán rápidamente se producirá el despliegue activo civil de la nueva tecnología de comunicación. Se ha calculado que muy pronto canales de satélites de transmisión directa inundarán Europa Occidental con programas de televisión. Según un estimado, a fines de esta década la mayoría de los hogares europeos deberían recibir por lo menos una docena de canales diferentes transmitidos por satélite, mientras que muchas áreas densamente pobladas podrían duplicar esta cifra con equipo extra (7).

En una reciente declaración, el Direc-

tor de la Voz de América concluyó que estaban "lejos de poner en el aire a la Voz de América desde el espacio sideral". Según la misma fuente, esto podría tomar ocho o incluso diez años. Sin embargo, la tecnología de los satélites de transmisión directa está siendo estudiada actualmente (8).

Antes de discutir los problemas y consecuencias de la nueva tecnología de comunicación, podemos analizar las condiciones actuales del flujo internacional de programas de televisión.

**CH.:** *¿Tomando en cuenta estos flujos internacionales que nos podría decir sobre los elementos que caracterizan la estructura global de la comunicación en TV? ¿y cuál es su tendencia actual?*

**T.V.:** La producción global y la disseminación de información y conocimiento, así como también la influencia ideológica, pueden caracterizarse mediante un análisis de la estructura global de la comunicación. Uno de los aspectos de esta estructura es el flujo internacional de información a través de diferentes medios. Al estudiar el flujo internacional de programas de televisión y noticias en 1972 — 1973, llegamos a la conclusión, en un estudio de la UNESCO, de que hay dos tendencias irrefutables por descubrir: 1.) un tráfico en un sólo sentido desde los grandes países exportadores hacia el resto del mundo, y 2.) predominio de material de entretenimiento en el flujo. Estos aspectos juntos representan lo que nosotros llamamos una tendencia hacia la concentración (9). Diez años más tarde, en 1983, se realizó un estudio de seguimiento con la ayuda de la Unesco. Con la finalidad de estudiar el flujo internacional y las características actuales de la estructura de los programas de televisión en una base global, se realizó un análisis en más de 50 países en todo el mundo.

En una perspectiva global, el promedio de programas importados es de aproximadamente un tercio del tiempo total de programación. En comparación con la cifras de 1973, la actual situación parece repetir el primer patrón. En consecuencia, *no se han producido cambios evidentes en la cantidad de programas extranjeros*. En todas partes del mundo existen países que dependen fuertemente de las importaciones extranjeras en su programación, pero también existen otros que presentan una cantidad relativamente baja de material importado. La diferencia entre las horas de mayor audiencia y el tiempo total no es muy

grande, salvo en América Latina, donde la programación extranjera tiende a dominar más en las horas de mayor audiencia (a excepción de Brasil y Cuba).

**CH.:** *¿Se han producido cambios de importancia en cuanto al flujo de programas a nivel de las diferentes regiones del mundo?*

**T.V.:** Aunque no es posible encontrar una tendencia general a nivel mundial, hay cambios notables en las regiones. Por lo tanto, se realizó un análisis más detallado de las regiones y países.

En Norte América, Estados Unidos importa muy pocos programas del exterior. Durante el período de dos semanas, de un cuarto de millón de horas de transmisión de programas, sólo una pequeña porción de éstos fue importada. La cifra es inferior a uno por ciento. Los programas extranjeros en Estados Unidos provienen en su mayoría del Reino Unido y son exhibidos en el Public Broadcasting System (Red de Programación Cultural). El resto de los programas extranjeros proviene de México y otros países latinoamericanos.

En Canadá se estudiaron seis canales del área de Montreal. Los hallazgos confirmaron que las redes de entidades públicas tienden a presentar más programación canadiense que las redes privadas. También confirman que el sector privado tiende a sustituir la programación canadiense durante las horas de mayor sintonía y las horas pico. Respecto al origen de los programas importados, Estados Unidos produce la gran mayoría de la programación importada, a excepción del caso de la red educativa, Radio-Quebec. Esta última importa la mayor parte de su programación extranjera de Europa.

En América Latina la categoría de programas de entretenimiento domina en todos los países analizados en este estudio: aproximadamente la mitad del tiempo total de transmisión está dedicado al entretenimiento, a excepción de Cuba, donde esta cifra representa una tercera parte. La mayoría del material importado aparece en esta categoría. En general, la porción de programas importados corresponde a la mitad del tiempo total de transmisión, con una cifra un poco más alta durante las horas de mayor sintonía. Las fuentes de programas extranjeros en los países latinoamericanos son las siguientes: Estados Unidos (junto con producción de las corporaciones multinacionales) domina



con 3/4 partes del material importado. Los programas de los propios países latinoamericanos representan un 12 por ciento del material importado. Los programas de Europa Occidental representan un bajo porcentaje del total de material importado.

En **Europa Occidental** las diferencias entre varios países son notables. Aproximadamente un treinta por ciento de los programas son importados.

El grueso de los programas importados es producido en Estados Unidos (44 por ciento). Más de un diez por ciento del tiempo total de transmisión en Europa Occidental está abarcado por programas norteamericanos. Después de Estados Unidos viene el Reino Unido que producen un 16 por ciento de los programas importados en Europa Occidental. La República Federal de Alemania y Francia producen ambos entre un 5 y un 10 por ciento de los programas importados en la región, mientras que otros países de Europa Occidental juntos representan el mismo porcentaje. Las producciones soviéticas y de países de Europa Oriental representan alrededor de un 3 por ciento de los programas importados en Europa Occidental. En Finlandia y Yugoslavia tienen una proporción mayor que en cualquier otra parte.

En **Europa Oriental** la categoría de entretenimiento parece también depender mayormente de programas extranjeros, a excepción de la Unión Soviética donde sólo un 18 por ciento de estos programas es importado. Todas juntas, las organizaciones de televisión de Europa Oriental, importaron programas de 26 países durante el período de la investigación. Considerado en su totalidad, un 43 por ciento del total del material importado de transmisión fue producido en los países socialistas de Europa Oriental, mientras que un 57 por ciento fue comprado a otros países. La proporción de programas soviéticos representó un 21 por ciento de los programas importados en los países de Europa Oriental.

En **Asia y la región del Pacífico** los promedios totales para los programas importados (35,5 por ciento del tiempo total de transmisión y 36,1% durante el tiempo de mayor sintonía) y los programas producidos localmente, no muestran ninguna diferencia en los patrones de programación o preferencia por programas nacionales durante el tiempo de mayor sintonía. Sin embargo, el cuadro cambia por completo cuando se consideran las organizaciones

individuales. La porción de programas importados va desde un máximo de 75,1 por ciento (Televisión Nueva Zelandia, Canal Dos) a un mínimo de 2,9 por ciento (Doordrshan India, Calcuta Station). Como promedio, la audiencia asiática tuvo acceso a unas 10 horas de programación de televisión diarias, siendo el mínimo 3 horas (Vietnam) y el máximo 20 horas (Nueva Zelandia) por día. Parece haber una relación directa entre las horas de transmisión y la suma de programas importados. La televisión es utilizada primeramente con fines de entretenimiento, siguiendo los programas informativos. Estas dos categorías combinadas constituyen cerca de un 75 por ciento del total del tiempo de transmisión y un 88,1 por ciento durante las horas de mayor sintonía.

La mayor cantidad de programas importados corresponde a programas infantiles (52,6 por ciento durante el total de tiempo de transmisión). Luego vienen los programas de entretenimiento de los cuales un 48,8 por ciento es importado. Los programas educativos, informativos, culturales y religiosos son producidos localmente en su mayoría. En Asia los programas importados proceden en su mayoría de los Estados Unidos y del Reino Unido. Se exhiben muchos programas infantiles japoneses, documentales y películas de cine. También circulan ampliamente películas producidas en India, Hong Kong y Taiwan. La República Popular de China produce ella misma la mayoría de sus programas. Los programas importados en China durante el período de investigación fueron programas educativos y material de noticias procedentes del Reino Unido.

En los **Países Arabes** un 42 por ciento de los programas de televisión son importados. Aproximadamente un tercio de estos programas se producen en otros países arabes, mientras que dos tercios provienen de otros países. Los programas importados dominan la categoría de dramas televisivos y documentales. El país-no-árabe que constituye la principal fuente proveedora es Estados Unidos, con una porción de 32 por ciento de los programas importados en la región Árabe. La proporción de programas norteamericanos importados es mayor en Egipto, donde 54,5 por ciento de los programas importados proviene de Estados Unidos. Luego viene Francia con casi un 13 por ciento de los programas importados. El Reino Unido, Japón y la República Federal de Alemania representan entre un 5 y un 7 por ciento del material importado. La Unión

Soviética representa menos de un 3 por ciento y otros países socialistas alrededor de un 1 por ciento. Entre los países arabes la fuente más importante de importación es los Emiratos Arabes Unidos (10 por ciento de los programas importados) seguidos por Egipto (6 por ciento), Arabia Saudita (4 por ciento) y Kuwait (4 por ciento).

En **Africa** la televisión no es todavía un medio importante en muchos países. En muchos países del continente existe como medio de información masiva en áreas urbanas. Nuestros datos de Nigeria, Kenia y Uganda sugieren que casi un 40 por ciento de los programas vienen de fuera. En Zimbawe, 61 por ciento de



los programas son importados. En Kenia más de la mitad de los programas importados son producidos en Estados Unidos, una cuarta parte en Alemania Occidental y el resto en otros países Occidentales.

La República de Sudafrica fue analizada como un caso especial. La televisión fue introducida en Sudafrica tan sólo en 1976. Casi un tercio de los programas son importados de los siguientes países: Estados Unidos (54 por ciento), el Reino Unido (39 por ciento), Francia (9 por ciento), Austria (5 por ciento) y Canadá (3 por ciento). Los programas de entretenimiento representan un 70 por ciento del material importado. Los de entretenimiento ligero se producen en su mayoría en Estados Unidos, ya que existe una prohibición impuesta por el Sindicato de actores británicos sobre material en que participan sus miembros y que se ven-

de a la SABC TV. Los programas de naturaleza educativa no figuraron en absoluto durante el tiempo de la investigación.

**CH.:** *¿Desde su primer estudio en 1973 han ocurrido en esta década (1983) cambios fundamentales en el flujo internacional de programas de TV?*

**T.V.:** El estudio realizado en 1983 confirma que no se han producido cambios relevantes en el flujo internacional de programas de televisión y noticias desde 1973. Sin embargo, parece haber una tendencia hacia una mayor cantidad de intercambios regionales junto con el predominio tradicional de pocos países exportadores. Es este desarrollo regional el que merece ser investigado más profundamente.

En general, la mayoría de los países importa un tercio o más de sus programas. En un análisis global, el grueso de los programas importados proviene de Estados Unidos y -aunque en una proporción mucho menor- de Europa Occidental y de Japón. El flujo consiste mayormente en programas de naturaleza recreativa tales como entretenimiento, películas, deportes, etc. En algunas regiones como América Latina, Estados Unidos es el productor de hasta 3/4 partes del material importado.

En Europa, los intercambios regionales han estado bien establecidos por largo tiempo. En las regiones de Europa Occidental y Oriental, más de un 40 por ciento de los programas extranjeros son producidos dentro de las mismas regiones. La porción de programas norteamericanos en Europa Occidental representa un promedio por encima del 40 por ciento de los programas importados, mientras que los de origen soviético representan un 20 por ciento de los programas importados en Europa Oriental.

El aumento de intercambio regional es particularmente notable entre los países Árabes y en América Latina. En los países Árabes, aproximadamente un tercio de los programas importados se produce dentro de la misma región. En América Latina, esta cifra es de alrededor de un 10 por ciento. En una perspectiva global quedan aún grandes diferencias regionales en la cantidad y procedencia del flujo entre naciones y regiones.

Mientras la brecha Norte-Sur parece permanecer como otro indicativo de las desigualdades económicas, políticas y militares existentes en el mundo, también existen ciertos desequilibrios en la

dimensión Este-Oeste.

Los países de Europa Oriental importan casi dos tercios de los programas extranjeros de países no-socialistas. Los países de Europa Occidental importan sólo un 3 por ciento de los países socialistas. En Estados Unidos no se exhibieron programas de países socialistas durante el período de estudio. Un caso muy interesante es Cuba, que durante el período de investigación importó 20 por ciento de Estados Unidos y 19 por ciento de la Unión Soviética. Durante las horas de mayor sintonía, sin embargo, la principal fuente fue la República Democrática Alemana (27 por ciento) seguida por el Reino Unido (20 por ciento). En conclusión, este análisis descriptivo presenta la situación actual en los medios de transmisión televisiva tradicional. Sin embargo, debido al desarrollo tecnológico, se está produciendo un rápido cambio en el modelo de flujo tradicional a nivel de los nuevos mercados de video-cassette y otros medios que no transmiten por ondas. El patrón del flujo internacional en estos campos es ampliamente desconocido, pero podría estar incluso más concentrado en unas pocas fuentes que en el modelo tradicional. Los video-cassettes podrían también abrir nuevas alternativas a las minorías y los extranjeros en otros países. Sin embargo, uno no debería exagerar aún la importancia de los nuevos medios, aunque están relacionados con el proceso de socavar los sistemas tradicionales de transmisión en muchos países, especialmente en Europa.

**CH.:** *¿Se está produciendo sobre todo en los países industrializados toda una revolución en el campo de la comunicación gracias a las nuevas tecnologías, qué piensa Ud. sobre la introducción de satélites y el cambio que estos producen en los patrones básicos del flujo de programación de TV y de las noticias?*

**T.V.:** Aunque éstos han contribuido al mejoramiento de intercambios regionales, en algunos casos existe tendencia hacia una concentración transnacional.

Las recientes discusiones sobre políticas de comunicación, el libre y balanceado flujo de información y un nuevo orden internacional de la información, han incluido el tema de la producción transnacional, la distribución de información y el flujo de material de medios masivos. Se ha afirmado repetidas veces que los flujos actuales de información están marcados por un serio desequilibrio e insuficiencia, y que la mayoría de los países están reducidos a ser receptores bastante pasivos de información dise-

minada por otros pocos países.

El problema ha pasado a ser tema de discusión y motivo de preocupación a nivel internacional. Las economías del mercado mundial están caracterizadas por sistemas transnacionales de empresas, y la producción y diseminación de información están en gran parte en manos de unas pocas compañías transnacionales con sus sedes ubicadas mayormente en Norte América y Europa. Cada día aumentan los países que están prestando creciente atención a la dependencia cultural e informativa como una reflexión de auto-conciencia y de su propia identidad. El movimiento de países no-alineados, en particular, ha apoyado la acción que se ha tomado para alcanzar un flujo más balanceado de información. Algunos han afirmado inclusive que el "libre flujo" tiene poco significado para aquellos que carecen de la infraestructura necesaria y de los medios para la comunicación.

El mundo está ampliamente condicionado debido a la red de comunicación electrónica global, a reacciones emocionales instantáneas con sólo una versión de la verdad, tal como se experimentó durante la reciente catástrofe del avión Sur-Coreano. Los medios masivos pueden ser utilizados para crear una atmósfera psicológica tal que hacen imposible la realización de un diálogo racional. Se sabe que la tensión internacional y el temor de una guerra nuclear afecta la conducta de la gente y distorsiona la conciencia. La mayoría de la gente no tiene una experiencia directa de las relaciones internacionales ni de la acumulación de armamentos, aunque sufre las consecuencias del resquebrajamiento del desarrollo económico. Los medios masivos son una fuente primaria de información internacional, aunque la conducta actual está ampliamente determinada por las condiciones materiales en el nivel de vida. En tiempos de tensión internacional y de crisis la conducta de la gente cambia. A excepción del breve período de distensión internacional, las relaciones internacionales después de la Segunda Guerra Mundial se han caracterizado por la tensión y las crisis. El temor ante una guerra nuclear se ha convertido en factor permanente que afecta la conciencia de la gente. Nadie ha tenido experiencia alguna de una guerra nuclear, a excepción de aquellos que sufrieron el uso de armas atómicas por parte de Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial. Pero el temor afecta la conciencia humana incluso cuando está latente en el subconsciente.



El temor puede producir una ruptura fatal del sistema de comunicación internacional. Como los líderes políticos de cada lado saben que un ataque al otro puede ser un suicidio, la percepción de la inminencia de un ataque nuclear podría basarse sólo en una grave y mala interpretación de las intenciones del adversario. Es difícil imaginar que esto podría resultar de una falla técnica en la comunicación internacional; una causa más probable de un error de esta magnitud podría estar en los efectos distorsionantes de un gran temor (10).

La carrera armamentista y la tensión internacional crean tales temores. El patrón de pensamiento se vuelve muy primitivo cuando está sometido a una fuerte tensión emocional. El hombre simplifica las cosas a estereotipos de blanco y negro. Hay una imperiosa necesidad de hacer algo. En una situación semejante es muy factible que los medios masivos caigan en el "jingoismo". La ira necesita un blanco hacia el cual se pueda canalizar la agresión emocional. Este blanco puede ser una nación extranjera o podría ser un grupo de trabajadores inmigrantes u otras razas. Los medios masivos juegan un papel muy importante en la creación y mantenimiento de imágenes enemigas. Lo trágico en este proceso es que tales imágenes estereotipadas de enemigos tienden a mantenerse por sí mismas: los medios y la gente tiende a filtrar la información de tal manera que cualquier trozo de información que no apoye al estereotipo es minimizada o simplemente ignorada, mientras que la evidencia que lo apoya es exagerada. También resulta mucho más difícil cambiar la imagen del enemigo en una imagen positiva que crear una imagen sospechosa del mismo.

Desde el punto de vista ideológico, las imágenes del enemigo son utilizadas para tres cosas. Primero, para suprimir la crítica interna y la oposición. Segundo, para justificar los programas de armamentos y crecimiento militar. Tercero, para canalizar los sentimientos agresivos que surgen en las sociedades por diferentes motivos

**CH.:** ¿Por último nos gustaría conocer su opinión sobre el aporte de la comunicación internacional al fomento de la confianza entre las naciones?

**T.V.:** En primer lugar, los estados no pueden escapar a sus responsabilidades en política de comunicación, aunque la libertad de expresión y la libertad de información deben ser celosamente prote-

gidas y respetadas.

La Carta de las Naciones Unidas, fue, en esencia, un producto de la civilización europea y pretendía revigorizar los contactos entre los pueblos y naciones con sus principios y aspiraciones humanísticos (11). Los principios humanísticos que han resultado ser de vital importancia para el progreso de la humanidad fueron resguardados e inscritos como resultado de un amplio frente de lucha anti-fascista.

Esto se refleja más claramente en la Constitución de la UNESCO, que establece entre otras cosas lo siguiente:

*"La gran y terrible guerra, que acaba de finalizar, fue posible por la negación de los principios democráticos de dignidad, igualdad y respeto mutuo de los hombres, y por la propagación, en su lugar, de la doctrina de la desigualdad de los hombres y razas a través de la ignorancia y del prejuicio..."* (12).

En consecuencia, la Constitución de la UNESCO no sólo resalta los valores humanos particulares, sino que también condena abiertamente la propagación de ciertas doctrinas de desigualdad. Esta es una **responsabilidad moral** de los contenidos de indoctrinación y comunicación.

Además, según la Constitución, los Estados Miembros de la UNESCO, *"creyendo en oportunidades de educación (iguales y completas) para todos, en la búsqueda sin restricciones de la verdad objetiva, y en el libre intercambio de ideas y conocimiento, están decididos y resueltos a desarrollar e incrementar los medios de comunicación entre sus pueblos, y a utilizar estos medios con fines que favorezcan el entendimiento mutuo y un conocimiento más perfecto y verdadero de las vidas de los otros"* (sexto párrafo del preámbulo).

Sin embargo, se ha evitado toda discusión seria sobre los contenidos de la comunicación con el argumento de que esto pudiera representar una interferencia gubernamental en la libertad de información. Los esfuerzos desplegados por la creación de un nuevo orden internacional de la información, que en esencia significaría una democratización de las estructuras y funcionamiento de la comunicación internacional, han sido también atacados como una amenaza contra la libertad de información.

Pero tal como lo demostraron los debates en el Comité de las Naciones Unidas para la Información, lo que se ha puesto en tela de juicio no es esta libertad, sino la posición monopolizadora en el campo de la comunicación y de la in-

formación (13).

La reciente situación fue resumida por el Secretario General Pérez de Cuellar durante la sesión de apertura del Comité de Información en junio de 1982. El Secretario General apoyó plenamente el trabajo de la UNESCO en este campo. Dio especial importancia a la Declaración sobre los principios fundamentales referentes a la contribución de los medios masivos en el fortalecimiento de la paz y de la comprensión internacional, en la promoción de derechos humanos y en el combate contra el racismo, el apartheid y la incitación a la guerra adoptada por la Conferencia General en su vigésima sesión (1978)- y al Informe Final de la comisión internacional para el estudio de los problemas de comunicación (1980) (14).

El valor de la declaración de la UNESCO sobre los medios masivos radica en el hecho de que proporciona un enfoque generalmente aceptado de la cooperación internacional en este campo. Sin embargo, en la práctica, los esfuerzos por crear un nuevo orden de información y por mejorar los intercambios culturales no están logrando progresos. Mientras las relaciones internacionales están marcadas por una política de confrontación y de creciente militarización, las consecuencias son palpables en el campo de los intercambios culturales y de la información.

Durante la Conferencia sobre Seguridad y Cooperación en Europa, se hicieron grandes esfuerzos por tratar los principios de comunicación internacional. El Acta Final habla de *"la necesidad de un conocimiento y comprensión siempre mayores sobre los diversos aspectos de la vida en otros Estados participantes"* (Preámbulo a la sección de información) estando así, junto con los principios generales del Acta Final -como la no-interferencia en los asuntos internos-, de conformidad con las posiciones y objetivos de las Naciones Unidas y de la UNESCO.

Ante la realidad presente, uno se siente inclinado a preguntarse en qué medida la práctica actual de intercambio cultural y de flujos de información están realmente contribuyendo a la comprensión y entendimiento internacionales, y hasta qué punto son tan sólo herramientas de la política de confrontación e interferencia.

Un ejemplo ilustrativo de las prácticas de esta libertad es dado por Radovan Vukadinovic al analizar el Occidente y la crisis Polaca: *"La campaña de propaganda masiva, particularmente la produ-*

cida en las emisiones de Radio Europa Libre desde Munich, cae en terreno fértil en Polonia. Radio Polonia Libre emite diariamente 20 horas de programas en polaco para oyentes polacos que aún sienten que lo que escuchan de allí está "más cercano a la verdad" que lo que les dicen las autoridades. Cuando fueron organizadas las más recientes manifestaciones, Radio Polonia Libre fue el principal vocero y no solamente haciendo llamados a manifestaciones, sino también dando instrucciones explícitas sobre dónde se debía reunir la gente, qué calles debían recorrer, qué slogans debían gritar, y cómo debían comportarse..." (15).

Se ha calculado que hay aproximadamente 3 veces más transmisión de radio para Polonia desde afuera del país que del interior. Al hablar de la situación descrita anteriormente, Vukadinovic concluye que sería duro afirmar que esto no es interferencia en asuntos internos o tratar de minimizar el significado de tal interferencia.

De hechos, ejemplos similares fueron dados a la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de Comunicación, por representantes de los países en desarrollo, durante el seminario sobre infraestructuras de colección y disseminación de noticias en el mundo. P. Cole de Nigeria señaló cómo los periodistas y los medios masivos han incitado en situaciones concretas a ciertos grupos de gente a la violencia y a la guerra. Ta-

les ejemplos fueron dados en el caso de emisiones de radio extranjeras que transmitían a Nigeria, y de disseminación de rumores sobre las relaciones entre tribus que causaron violencia. Algunos periodistas fueron de hecho agentes de tales servicios secretos cuyo objetivo principal era organizar golpes en países africanos (16).

La tensión internacional y la carrera armamentista han llevado a una situación descrita como "militarización del pensamiento". Esto se opone completamente a la Constitución de la UNESCO, que habla de construir paz en las mentes de los hombres. En abril de 1983, la UNESCO concluyó un Simposio Internacional sobre los Medios y el Desarme en Nairobi, Kenya (17). Las principales conclusiones a las cuales llegaron unánimemente los participantes incluyeron, entre otras, la siguiente:

*"La paz y el desarme constituyen temas innegablemente cruciales para todas las sociedades; sin embargo, la conciencia sobre la urgencia de la protección y construcción de la paz, y del logro de un desarme general y completo bajo un efectivo control nacional e internacional, no es universal. Los medios contribuyen de una forma esencial a hacer esta conciencia universal. Una mejor comprensión de este rol y los crecientes esfuerzos por respetar los derechos y responsabilidades de los medios puede contribuir a los objetivos de desarme mundial".*

Más adelante se dijo que "la responsabilidad de los medios es aún mayor a la luz de sus capacidades para influir percepciones de amenaza y contribuir a la formación de actitudes respecto a la seguridad". El simposium expresó un claro apoyo al papel de la investigación:

*"El actual y potencial impacto de la cobertura del desarme y temas relacionados por parte de los medios puede ser evaluado a través de la investigación científica y sistemática. Para promover la cooperación internacional en tal investigación, UNESCO podría realizar estudios de casos en una variedad de países, con especial referencia a las actividades y resoluciones de las Naciones Unidas".*

Este reconocimiento de la investigación científica y la importancia de los medios de comunicación para la paz, el desarme y la comprensión internacional fueron lineamientos esenciales para el Año Mundial de las Comunicaciones, así como también son elementos de la Campaña Mundial de Desarme que se realiza actualmente -ambos iniciados por las Naciones Unidas.



## FUENTES

1. En 1981 Nato Review 2/1981 escribió: "... los triunfos Nor-Vietnamitas en Asia meridional -y los triunfos cubanos en Africa- han sido posibles gracias a las capacidades marítimas comerciales y al puente aéreo soviético..." pp. 12-16.
2. Rufus Jones: El Salvador, TV. "Covers" the War, Informe NACLA, Noviembre-Diciembre 1981, pp. 18-45.
3. Elizabeth Fox: Mass Communications in the Falkland/Malvinas, Paris 1982.
4. Karl W. Deutsch: The Nerves of Government, Models of Political Communication and Control, New York 1966, p. xii.
5. Screen Digest, Febrero 1983.
6. Herbert I. Schiller: The World Crisis and the New Information Technologies, The Columbia Journal of World Business, Spring 1983, Vol. XVIII, No. 1, pp. 96-90.
7. Don R. LeDuc: Directo Broadcast Satellites: Parallel Policy Patterns in Europe and the United States, Journal of Broadcasting, Vol. 27:2, Spring 1983, pp. 99-118.
8. Declaraciones de James B. Conckling, Director, Voz de América, Octubre 23, 1981.
9. Kaarle Nordenstreng -Tapio Varis: Television Traffic- a One Way Street? UNESCO No. 70, 1974, Paris.
10. Jerome D. Frank: When Fears Take Over, El Boletín de Científicos Atómicos, Abril 1979, pp. 24-26.
11. Rikhi Jaipal: The Military Mind, Gandhi Marg, No. 38 & 39, 1982, pp. 109-121.
12. Constitución de la UNESCO, 1945.
13. Naciones Unidas, Departamento de Información Pública, Sección de Prensa, PI/364, 23 junio 1982.
14. IDEM, PI/362, 22 junio 1982.
15. Radovan Vukadinovic: The West and the Polish crisis, Review of International Affairs, October 5, 1982, pp. 4-6.
16. Seminario Internacional "Infraestructuras de colección y disseminación de noticias en el mundo", Stockholm 24-27 abril 1978.
17. International Symposium on the Media and Disarmament, Nairobi, Kenya 18-22 abril 1983, UNESCO.

**TAPIO VARIS**, finlandés, Ph. D. en comunicación internacional obtenido en la Universidad de Tampere en 1973. Director del Instituto de Investigaciones sobre la Paz de Tampere, Finlandia. Es miembro de varias comisiones internacionales y nacionales, incluida la Comisión nacional finlandesa de la UNESCO, Comité Nórdico de Política Internacional, Comité finlandés consultivo sobre desarme del Ministerio de Relaciones Exteriores, etc. Consultor de la UNESCO y coordinador del proyecto sobre flujo internacional de programas de televisión. También es presidente del Grupo de estudios en comunicación de la Asociación Internacional de Investigaciones sobre la Paz (IPRA) y miembro activo del IAMCR. Sus publicaciones incluyen "Television traffic - a one-way street", en 1974 (junto con Kaarle Nordenstreng) y "Transnational Culture and Communication Industries", en 1982 (junto con Thomas Guback) obras publicadas por la UNESCO, así como otros libros y ensayos, en inglés, finlandés y otros idiomas, sobre comunicación internacional, corporaciones transnacionales, desarme, paz y relaciones internacionales.

Dirección: Tampere Peace Research Institute - P.O. Box 447, SF-33101 Tampere 10 Finlandia.



---

---

## TELEVISION EN AMERICA LATINA

---

---

**E**l presente estudio tiene como finalidad determinar el proceso de flujos de programas de televisión entre las naciones latinoamericanas y los Estados Unidos. La trascendental investigación realizada por Nordenstreng y Varis (1974, p. 19) sobre este importante tema constató que un promedio de 52 por ciento de los programas de TV en América Latina eran importados, en su mayoría de Estados Unidos. Como estos datos corresponden al año 1972, se han ido produciendo grandes cambios en los sistemas latinoamericanos de televisión a medida que éstos han madurado, a medida que la tecnología de la producción y distribución de TV ha cambiado, y a medida que naciones como México, Brasil, Argentina y Venezuela se han convertido en importantes productores y exportadores de televisión a otros países, incluyendo los Estados Unidos.

Aunque la investigación realizada por Nordenstreng/Varis fue trascendental por haber determinado la proporción de programas de televisión importados y domésticos en América Latina (y en cualquier parte), su método de recolección de datos no les permitió estudiar el proceso de los flujos de programas de televisión, ni la manera en que los ejecutivos de TV decidían cuáles programas producir, exportar e importar. Katz y Wedell (1977) aportaron a la comprensión del proceso de flujos de TV en Brasil y Perú haciendo estudios de casos. Identificaron "un sentido de propósito" en estas dos naciones latinoamericanas que se manifestaba en las políticas de comunicación que tenían como objetivo la promoción de la producción local.

En la época en que estaban acumulando datos -años 1973-1974-, Brasil importó 57 por ciento de sus programas de televisión y Perú importó 60 por ciento (Katz y Wedell, 1977, p. 156).

### LA INVESTIGACION ACTUAL

A raíz de estas dos primeras investigaciones, el tema del "libre flujo de información" / "el nuevo orden internacional de la información" se ha convertido en un punto de amplio interés y de debate político. En nuestra investigación nos propusimos 1) determinar los patrones actuales de flujos de programas de televisión en las Américas y 2) comprender mejor cómo funciona en realidad este proceso. Visitamos personalmente México, Perú, Argentina, Brasil y Venezuela a mediados de 1982 con los siguientes propósitos: sostener entrevistas con unos 65 ejecutivos de televisión, productores, actores, distribuidores, directores de departamentos de doblaje y especialistas en comunicación, y obtener datos cuantitativos sobre las importaciones-exportaciones de TV y los niveles de sintonía de televisión, sobre todo de funcionarios de televisión. El hecho de habernos concentrado en las cinco naciones productoras más importantes de América Latina significa necesariamente que investigamos la producción y exportación de series de televisión de manera más minuciosa que las decisiones para importar programas de televisión. Nuestros limitados recursos sólo nos permitieron investigar las decisiones de importación en los cinco países Latinoamericanos incluidos en el estudio. Sin embargo, la comprensión del proceso de los

**LIVIA ANTOLA—  
EVERETT M. ROGERS**

*El ensayo tiene como objetivo determinar los patrones actuales de flujos de programas de televisión en las Américas y comprender mejor como funciona en realidad este proceso.*

flujos de TV en las Américas que aquí proporcionamos, es más profunda y actualizada que cualquier otra que se haya presentado hasta ahora. Nuestra recolección de datos se vió facilitada por el hecho de que uno de los actuales investigadores (Antola) había trabajado anteriormente en la televisión peruana, por lo que, conocía personalmente a funcionarios de la industria de la televisión en varias naciones latinoamericanas. Afortunadamente, el sistema de televisión de América Latina es una red relativamente estrecha, y una vez que los investigadores de comunicación son aceptados en una nación, la relación personal entre los ejecutivos de la televisión contribuye a su aceptación en otras naciones. La presente investigación se centra en cuatro preguntas—guías:

1. ¿Cómo ha cambiado la dirección en los flujos de programas de televisión en los últimos diez años?
2. ¿Cómo fluyen los programas de televisión desde Estados Unidos hacia América Latina?
3. ¿Cómo fluyen los programas de TV desde América Latina hacia Estados Unidos?
4. ¿Cuáles son las direcciones de los flujos de TV dentro de América Latina?

#### ¿COMO HA CAMBIADO LA DIRECCION EN LOS FLUJOS DE PROGRAMAS DE TV EN LOS ULTIMOS DIEZ AÑOS?

Nordenstreng y Varis (1974) constataron que la televisión latinoamericana estaba dominada por los Estados Unidos. Varias naciones importaban desde un 10 hasta un 84 por ciento de sus programaciones totales de televisión. Alrededor de un 80 por ciento de las importaciones provenían de Estados Unidos, correspondiendo el 20 por ciento restante a Europa Occidental y a otros países latinoamericanos, especialmente México y Argentina.

En 1972, la programación de televisión se orientaba principalmente hacia el entretenimiento. Una tercera parte de esta programación consistía en seriales y películas importadas, en su mayoría de Estados Unidos. Nueve años más tarde, encontramos en América Latina una tendencia a producir más y a importar menos. Brasil bajó las importaciones de sus programas de televisión de un 60 por ciento a un 39 por ciento; Venezuela disminuyó sus programas importados de un 50 por ciento a un 33 por ciento; y Chile bajó de un 56 por ciento a un 44 por ciento (Figura 1). Sin embargo, Perú y Argentina mostraron una tendencia

opuesta, por razones que explicaremos posteriormente en este artículo. En conjunto, las seis naciones que figuran en el gráfico 1 bajaron sus importaciones de TV en un 29 por ciento durante esta década.

Estados Unidos sigue siendo el mayor exportador hacia los países latinoamericanos; sin embargo, algunos espacios que una vez fueron ocupados por series norteamericanas están siendo ahora llenados por **telenovelas** y comedias latinoamericanas. Los dibujos animados norteamericanos, en un tiempo una de las importaciones más fuertes en América Latina, están siendo reemplazados en la actualidad por dibujos animados japoneses. México produce un 17% del total de programas importados en Chile y Perú, e incluso en naciones productoras de TV tan importantes como Argentina y Brasil, las importaciones mexicanas representan, respectivamente, 3 por ciento y 8 por ciento del total de horas de programación de TV.

Insistimos en el hecho de que los datos sobre importaciones/exportaciones que se presentan en este artículo corresponden solamente a las seis naciones latinoamericanas estudiadas en 1982. Otros países más pequeños de América Latina son todavía grandes importadores de programas televisivos extranjeros; ciertas naciones importan casi toda su programación diaria, a excepción de las noticias. La mayoría de las importaciones provienen de Estados Unidos, México, Brasil, y, en menor escala, de Venezuela, Argentina y Puerto Rico.

Las **telenovelas** constituyen el mayor renglón en las exportaciones latinoamericanas de TV, representando el 70 por ciento del total de las exportaciones de México, Brasil, Venezuela y Argentina; 18 por ciento son shows cómicos y 12 por ciento son musicales, películas y programas de variedades. Los programas de entretenimiento en América Latina, aunque originalmente conservaron el patrón de los programas de televisión norteamericanos, se han alejado tanto de este modelo inicial que se han convertido en un género con derecho propio. Un ejemplo de ello son los "shows de auditorio" locales (shows de variedades dirigidos por una celebridad local). Los shows cómicos y las **telenovelas** son producidos localmente o bien importados de otros países latinoamericanos. Las películas, las series dramáticas y los programas infantiles representan un 38 por ciento de la programación de TV; la mayoría de estos programas son importados principalmente de Estados Unidos.

#### CONSIDERACIONES A PARTIR DE LOS RATINGS DE TELEVISION: "HORAS DE SINTONIA"

En su influyente estudio, Nordenstreng y Varis (1974) pusieron índices para las importaciones versus producción de TV nacional así como al número de horas de programas de TV. Una medida más exacta tomaría también en cuenta no solamente las horas de programación que se transmiten, sino también el nivel de sintonía para cada

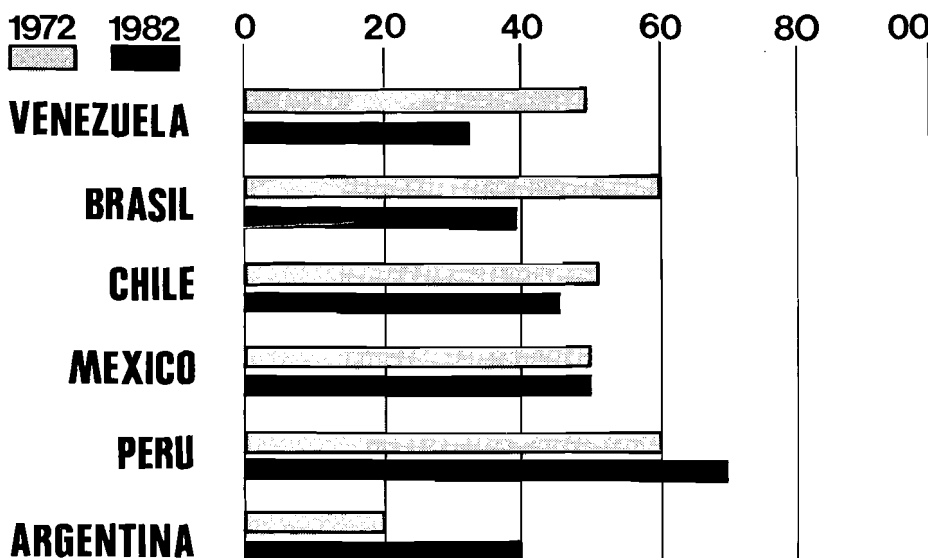


Figura 1.- Porcentaje de Programas de TV. importados (en horas de transmisión) en 1973 y 1982 para seis Países Latinoamericanos.

Fuente: Los datos de 1972 provienen de Nordenstreng y Varis (1974) y los

de 1982 provienen de nuestro análisis de guías de programas semanales (funcionarios de TV en cada nación estudiada nos ayudaron a identificar la nación que producía cada programa de televisión).



programa. Afortunadamente, pudimos obtener ratings de sintonía de la mayoría de los sistemas de TV que estudiamos en cinco naciones latinoamericanas.

Uno puede imaginar un programa nacional de una hora transmitido en las horas de mayor sintonía con un rating de 30. Otro programa importado transmitido a media-noche sólo alcanza un rating de sintonía de 2. Si uno sólo cuenta las horas de programa como medida para la importación versus producción nacional interna, ambos programas serían equivalentes. Si uno también considera el nivel de sintonía, el programa nacional representa 15 veces más televidentes que el programa importado (1).

Incorporamos ratings de sintonía para medir los programas importados versus los de la televisión nacional para obtener una medida de "horas-audiencia". El resultado ofrece un cuadro diferente de programación extranjera importada, particularmente en México (tabla 1). Aunque los programas americanos representan un 50 por ciento del total de horas de transmisión en los cuatro canales operados por Televisa de México, estos programas importados sólo representan un 33 por ciento de las "horas-audiencia" de sintonía. En nuestras otras cuatro naciones latinoamericanas estudiadas, las diferencias entre horas-programas y horas-audiencia como medida son menores. México es un caso especial en otro sentido: dos de los cuatro canales de Televisa (5 y 8) tienen una proporción muy alta de programas norteamericanos (98 y 95 por ciento), mientras que los otros dos canales (2 y 4) tienen principalmente producciones mexicanas (alrededor de un 98 por ciento) (Tabla 1). Las noticias, **telenovelas** y comedias, sobre todo las del Canal 2 de Televisa, son exportadas a las audiencias norteamericanas a través de la Red Internacional Hispana (SIN). /2 Las estaciones de TV latinoamericanas estudiadas indicaron una tendencia general hacia las preferencias de sus telespectadores por: 1) programas producidos localmente; 2) programas importados de otros países latinoamericanos, y 3) finalmente, por programas importados de Estados Unidos. En las cinco naciones latinoamericanas estudiadas, la mayoría de los diez primeros programas de TV de mayor sintonía durante una semana, son producidos localmente. Sólo 4 de los 50 programas de mayor sintonía son importados de Estados Unidos; ninguno de estos sobrepasa el séptimo puesto entre los diez primeros.

Tabla 1.- Horas—Audiencia de Sintonía de T.V. en cuatro Naciones Latinoamericanas.\*

HORAS DE SINTONIA DE TV					
PAIS	Importados			Nacional	Totales
	Estados Unidos	Latino Americano	Otros		
1. Argentina 4 canales	28 <sup>o</sup> /o	9 <sup>o</sup> /o	0	63 <sup>o</sup> /o	100 <sup>o</sup> /o
2. Brasil	19 <sup>o</sup> /o	2 <sup>o</sup> /o	1 <sup>o</sup> /o	78 <sup>o</sup> /o	100 <sup>o</sup> /o
TV Globo	20 <sup>o</sup> /o	0	0	80 <sup>o</sup> /o	100 <sup>o</sup> /o
Bandeirantes	45 <sup>o</sup> /o	0	0	55 <sup>o</sup> /o	100 <sup>o</sup> /o
TVS—Silvio Santos	20 <sup>o</sup> /o	10 <sup>o</sup> /o	0	70 <sup>o</sup> /o	100 <sup>o</sup> /o
3. México	33 <sup>o</sup> /o	1 <sup>o</sup> /o	0	66 <sup>o</sup> /o	100 <sup>o</sup> /o
Canal 2	0	2 <sup>o</sup> /o	0	98 <sup>o</sup> /o	100 <sup>o</sup> /o
Canal 4	0	0	0	100 <sup>o</sup> /o	100 <sup>o</sup> /o
Canal 5	98 <sup>o</sup> /o	0	0	2 <sup>o</sup> /o	100 <sup>o</sup> /o
Canal 8	95 <sup>o</sup> /o	0	0	5 <sup>o</sup> /o	100 <sup>o</sup> /o
4. Perú** 2 canales	33 <sup>o</sup> /o	25 <sup>o</sup> /o	8 <sup>o</sup> /o	34 <sup>o</sup> /o	100 <sup>o</sup> /o

\* Venezuela y Chile no están incluidos en esta tabla porque no pudimos obtener datos completos sobre sus ratings para programas de TV importados versus programas de TV nacionales.

\*\* La información aquí presentada está basada en los 159 programas que alcanzaron ratings de sintonía más elevados entre unos 300 programas en total transmitidos semanalmente.

LLEGAR A MAYORES AUDIENCIAS PARA LOGRAR MAYORES GANANCIAS

La fuerza motora primaria de los cambios en los flujos de la televisión latinoamericana es la búsqueda de ganancia por los canales comerciales de TV. Tales ganancias provienen de la captación de audiencias más amplias, tanto dentro como fuera del país. Así, Brasil ha promovido exportaciones a Portugal, España e Italia, mientras la televisión mexicana vende a Italia y Estados Unidos. Un gran número de consumidores domésticos pobres pueden también sumarse a un mercado rentable. En las últimas décadas, el número de receptores de TV ha aumentado en alrededor de un 40 por ciento en América Latina, y la población hispana en Estados Unidos representa hoy aproximadamente 22 millones de personas, haciendo de Estados Unidos la quinta nación de habla hispana en el mundo.

En 1977, las ganancias netas de éxitos arrasadores tales como los 500 episodios de la **telenovela** "Simplemente María" llegaron a 20 millones de dólares. Según los procedimientos de contabilidad de la mayoría de los sistemas de televisión, los costos de producción y distribución de una serie son cubiertos por las entradas registradas en el país de

producción; cualquier exportación significa ganancias extras. Aunque los programas norteamericanos vendidos a América Latina quizás representen tan solo un 5 por ciento de sus ventas totales, tal exportación es muy valiosa por ser considerada pura ganancia. Este sistema de contabilidad explica en parte por qué los sistemas de televisión nacional en América Latina tratan desesperadamente de exportar sus series de programas a otras naciones. Tanto en el flujo desde los Estados Unidos hacia América Latina, como en el de América Latina hacia Estados Unidos, México juega el papel de receptorista. Comentaba un funcionario de televisión: "*México es la cintura en el reloj de arena de los flujos de programas de televisión entre los Estados Unidos y América Latina*".

¿COMO FLUYEN LOS PROGRAMAS DE TV DESDE ESTADOS UNIDOS HACIA AMERICA LATINA?

Cada año en Los Angeles, durante dos semanas en Mayo, los productores de televisión norteamericanos celebran una importante sesión de proyección privada. En ella presentan los programas piloto que habrán de salir al aire en Estados Unidos en el próximo otoño. Ejecutivos de televisión de América Latina asisten a esta sesión para ver

los programas piloto y decidir si comprar o no una determinada serie de televisión (Figura 2). Los programas son vendidos individualmente o en "paquetes", (por ejemplo, un programa popular y solicitado como "Dinastía" puede venderse en un paquete junto con un reestreno de 1968 de "Yo quiero a Lucy").

### EL PAPEL CRUCIAL DEL DOBLAJE AL ESPAÑOL EN CIUDAD MEXICO

Cuando un cierto número de redes de televisión ha decidido comprar determinadas series de programas, el productor norteamericano puede decidir si los vende o no, dependiendo si las compras incluyen el costo del doblaje. Este costo es por lo general de 2.500 a 3.000 dólares la hora. Si sólo una nación pequeña quiere comprar la serie, el productor no la venderá, ya que no obtendría el costo del doblaje al español. Pero si una de las grandes redes latinoamericanas (como Televisa de México) compra el programa, éste será doblado. Por lo tanto, los más grandes sistemas de TV tienen mayor influencia sobre los programas que son exportados desde Estados Unidos a América Latina.

Por lo general, los distribuidores de programas americanos venden los derechos de sus series de programas a Televisa de México por aproximadamente el costo del doblaje de las series al español. Por lo tanto, las series norteamericanas de TV (y las provenientes de otros países) no son transmitidas en otras naciones latinoamericanas hasta que México no las compra. Debido a su poder económico (dada la dimensión de su mercado) y su estratégica posición geográfica, México es el ujier de los flujos de televisión desde Estados Unidos hacia América Latina. /3 México ha tenido esta posición crucial desde finales de los años 50 cuando se suspendió el doblaje en Cuba. México tenía la capacidad para la realización de doblajes y la infraestructura necesaria gracias a su industria cinematográfica. Se ha tratado de hacer doblajes en Puerto Rico, Venezuela y Colombia, pero con poco éxito en la competencia con México. Una de las razones de esto es que México no compra series de televisión a menos que estén dobladas en México, ya que los funcionarios de la televisión mexicana afirman que su audiencia no ve programas de televisión transmitidos en un acento español que no sea mexicano. Los estudios de doblaje en Ciudad de México tratan de utilizar un acento español neutro, con pocas características regionales o expresiones idiomáticas identificables.

En los últimos 25 años, los televidentes latinoamericanos hispano-hablantes se han acostumbrado a este acento "neutral" mexicano. Sin embargo, en los últimos dos años se han abierto estudios de doblaje en la ciudad de Los Angeles, que obviamente tiene una posición ventajosa al ser el principal centro productor de series de televisión norteamericanas, ahorrándose así el costo de las aduanas de México y Estados Unidos, y acelerando el proceso de doblaje. El doblaje en Ciudad de México es más lento, necesitándose de uno a dos meses para doblar los 10 primeros capítulos de una serie de TV (debido a que los estudios están recargados de trabajo). De manera que la dirección de los flujos de televisión provenientes de Estados Unidos hacia América Latina puede cambiar en el futuro. /4 Aunque Ciudad de México es la capital del doblaje al español, en América Latina, Sao Paulo es también importante. Según la ley brasileña, todo doblaje al portugués debe ser realizado en Brasil. Además, muchas de las exportaciones de televisión brasileñas son dobladas al español (u otras lenguas) en Sao Paulo antes de ser exportadas. Otras son dobladas del portugués al español en Ciudad de México.

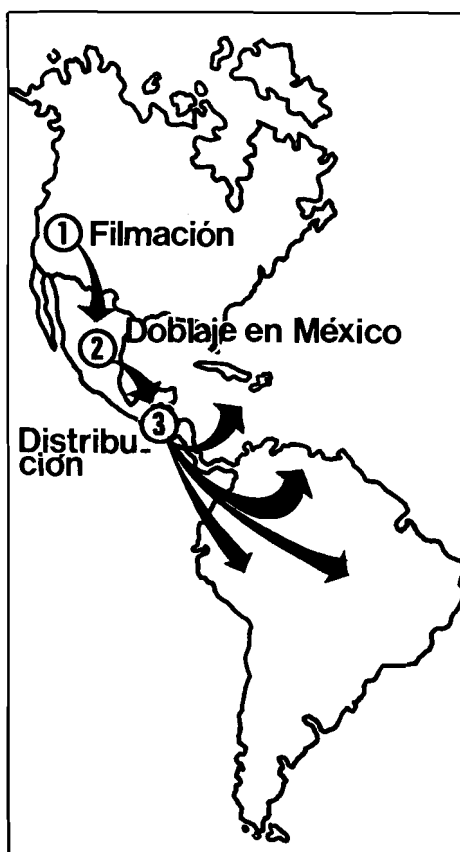


Figura 2. El proceso de Flujos de Programas de TV. desde Estados Unidos hacia América Latina.

### EL CASO DE "DALLAS"

Para una mejor comprensión de los flujos de televisión entre los Estados Unidos y las naciones latinoamericanas, escogimos nueve programas de televisión que representan a las naciones productoras más importantes y que han sido exhibidas ampliamente en América Latina en los últimos años. Nuestra lista incluye "Dallas" y "Los Investigadores" de Estados Unidos, "Los Ricos También Lloran" y "Chespirito" de México, "O Ben Amado" y "Escrava Isaura" de Brasil, "Emilia" de Venezuela, "Rosa. . . de Lejos" de Argentina y "Plaza Sésamo", co-producido por Televisa de México como una adaptación del Taller de Televisión para Niños "Sesame Street" de Estados Unidos. Consideramos el ejemplo de "Dallas", una serie que alcanzó los más altos ratings en Estados Unidos y que fue transmitida en las seis naciones latinoamericanas de nuestro estudio "Dallas" no siguió el flujo usual de otros programas de TV norteamericanos, ya que Televisa de México no la compró en parte porque los funcionarios de Televisa consideraron que ya tenían suficientes telenovelas producidas localmente en las horas de mayor audiencia y por lo tanto no necesitaban "Dallas". Sin embargo, la serie fue doblada en Ciudad de México; el distribuidor (Mundovisión) decidió doblar "Dallas" porque varias redes de TV más pequeñas en América Latina compraron la serie. México compró "Dallas" hace sólo dos años. Entonces fue transmitida en un espacio en el horario de la noche (11:30 PM a 12:30 después de media noche) en México, donde evidentemente alcanzaba bajos ratings. /5

Cuando "Dallas" fue introducida en Perú, la serie fue colocada en horas de mayor sintonía y alcanzó altos ratings, hasta que un canal de TV de la competencia lanzó un show de comedia popular local a la misma hora y prácticamente arrasó con la importación norteamericana. En Brasil, "Dallas" no tuvo mucha promoción y fue transmitida solamente después que el gobierno brasileño censuró una serie brasileña que debía ir en ese espacio en particular. Cuando "Dallas" fue introducida en Argentina en 1980 no alcanzó altos ratings y fue discontinuada.

Por el contrario, "Los Ricos También Lloran" de Televisa de México obtuvo los ratings más elevados de todos los programas durante casi todas las semanas en la mayoría de las seis naciones estudiadas. La trama es más o menos la típica de las telenovelas latinoamericana-

nas: una pobre pero bella muchacha va a la ciudad y es adoptada por una familia rica, se enamora del hijo de la casa y, después de muchos problemas, se casa con él. Esta **telenovela** tuvo mucho éxito en México donde alcanzó un rating de sintonía de 40.0; en Perú alcanzó un rating de 42.3, y en Argentina de 22.7. En Brasil, esta novela alcanzó un promedio de 16 puntos de rating al ser transmitida por TVS—Salvio Santos, aún teniendo la fuerte competencia de una de las **telenovelas** de TV Globo. Una vez más vemos el patrón general mencionado anteriormente, según el cual por un lado, los programas de TV latinoamericanos importados (sobre todo las **telenovelas**) superan a las series de TV norteamericanas importadas, y por otro, ambos son superados en ratings de sintonía por programas de televisión de producción nacional. (Rogers y Antola, 1983).

### ¿COMO FLUYEN LOS PROGRAMAS DE TV DESDE AMERICA LATINA HACIA ESTADOS UNIDOS?

**E**l intenso flujo de programas de televisión desde Estados Unidos hacia América Latina no está contrarrestado por un flujo similar en el sentido inverso. La Red Internacional Hispana y otras estaciones de TV de habla hispana en los Estados Unidos sólo pueden transmitir a los 22 millones de hispanohablantes que representan alrededor de un 10 por ciento de la población norteamericana.

Por regla general, los que toman decisiones en el campo de la televisión en Estados Unidos no compran programas de TV que deban ser doblados al inglés, ya que sostienen que las audiencias norteamericanas no los verán. Sólo algunos programas europeos excepcionales (sobre todo de la BBC) son transmitidos; jamás redes tales como la ABC, NBC, o CBS han comprado ningún programa latinoamericano. Sin embargo, esta situación puede estar cambiando debido a la creciente capacidad del sistema de cable de TV para alcanzar a audiencias cada vez más extensas (en la actualidad alrededor de un 30 por ciento de los hogares norteamericanos tienen acceso al cable). Actualmente los productores de Televisión en Perú y Venezuela están creando programas en sus estudios con directores locales y actores tanto locales como norteamericanos; la producción se hace en inglés y luego se dobla al "inglés norteamericano" ya que las voces pertenecen a actores locales. Estas series de producción latinoamericana, **telenovelas** en su mayoría, serán vendidas

posteriormente a los sistemas de cable norteamericanos.

Pero en la actualidad, a excepción de la SIN (Red Internacional Hispana), existe muy poco flujo de series de TV latinoamericanas hacia los Estados Unidos. La SIN tiene más afiliados que la NBC: Cinco estaciones operadas por los mismos propietarios, más 33 estaciones UHF de baja potencia y 168 estaciones de habla hispana a medio tiempo (Bagamery, 1982). La SIN controla un 77 por ciento de la audiencia hispanohablante en Estados Unidos. Compra el 65 por ciento de su programación a Televisa de México, en su mayoría shows de variedades y **telenovelas** que se transmiten por el canal 2 de Televisa en México. /6 El resto de la programación consiste en noticias producidas localmente en (USA) y shows hablados (30 por ciento), en **telenovelas**, películas y musicales comprados a España (4 por ciento) y a productores latinoamericanos como Argentina (10 por ciento), Puerto Rico (6 por ciento) y Venezuela (menos del 1 por ciento). /7

### ¿CUALES SON LAS DIRECCIONES DE LOS FLUJOS DE TV DENTRO DE AMERICA LATINA?

México, Brasil, Venezuela y Argentina son los cuatro productores y exportadores más importantes de programas de TV; casi la totalidad de sus importaciones proviene de Estados Unidos. La mayor parte de las otras naciones de América Latina importan programas de televisión de otros países latinoamericanos y de Estados Unidos. ¿Qué es lo que permite a los cuatro exportadores prin-

*El intenso flujo de programas desde Estados Unidos hacia América Latina no está contrarrestado por un flujo similar en el sentido inverso.*

cipales mantener su posición en América Latina?

Existen una serie de condiciones estructurales que deben ser cumplidas antes de que un sistema de televisión de un país pueda convertirse en exportador de programas de televisión a otras naciones 1) una audiencia para las importaciones; 2) disponer de la tecnología receptora necesaria; 3) los medios de apoyo para los flujos de TV, y 4) el clima legal/reglamentario debe permitir el flujo. Además, también son importantes factores

catalíticos tales como una conciencia del potencial para exportación de TV y una decisión para hacerlo, más los recursos necesarios para exportar. Entre los últimos recursos, por ejemplo, están una infraestructura para producción de televisión, y un mercado interno lo suficientemente grande como para justificarlo. Debe también disponerse de accesorios tales como equipo, cámaras, estudios, editores, etc., y talentos tales como escritores, actores y directores. Cuando se introdujo la televisión por primera vez, países como México, Argentina y Brasil, que contaban con una industria cinematográfica, tuvieron la ventaja del talento y el equipo. Para que una nación productora de TV se convierta en exportadora, lo que se produce en materia de TV debe tener calidad de exportación (una imagen clara y una buena actuación, lo cual muchas veces representa una inversión mucho mayor que cuando el programa de TV es producido sólo para la audiencia local). El tema del programa no debe ser demasiado local, porque la audiencia de los países importadores no se identificará con el programa y no podrá entenderlo. Por ejemplo, en 1976 Brasil trató de exportar "El Bem Amado", una **telenovela** que había tenido muchísimo éxito en Brasil pero que no lo tuvo en la mayoría de los países latinoamericanos que la importaron, ya que el tema era demasiado local. Cinco años más tarde, en 1981, Brasil entró en el mercado hispano nuevamente con la **telenovela** titulada "La Esclava Isaura". El tema, aunque de origen brasileño, era común a otros países latinoamericanos y esta producción fue bastante exitosa. En la actualidad Televisa de México tiene dos **telenovelas** muy populares: "Los Ricos También Lloran", y "El Derecho de Nacer". En general, las **telenovelas** constituyen la exportación más popular entre las naciones latinoamericanas, y México y Brasil dominan la producción de las mismas (Rogers y Antola, 1983). El tema de estas **telenovelas** debe adecuarse a las necesidades de sus vecinos importadores, o no tendrán éxito. Desde que se introdujo la industria de transmisión de televisión en América Latina, los flujos dentro de la misma han tenido que enfrentar diversos obstáculos: censura del gobierno, opiniones y prejuicios de aquellos que toman las decisiones en televisión y problemas técnicos. Nordenstreng y Varis (1974) constataron que Argentina producía 80 por ciento de sus horas de transmisión de televisión e importaba sólo 20 por ciento. Argentina tenía un amplio grupo de actores y artistas con talento gracias a su industria

cinematográfica, lo cual estimuló la producción de TV local. Aunque tanto Argentina como México eran importantes productores de TV, sólo México era un gran exportador. ¿Por qué? Porque Argentina tiene un sistema de televisión diferente al sistema norteamericano y al del resto de América Latina. Por lo tanto, los programas de televisión argentinos implicaban un costo más elevado debido a la transcodificación; hasta hace poco este proceso era muy costoso. Así, la tecnología de televisión de las naciones exportadoras e importadoras debe o deberá acoplarse. Lo mismo se aplica a la lengua, gran desventaja para la exportación de programas de TV brasileños a la América Latina hispanohablante. Sin embargo, Brasil dobla actualmente muchos de sus programas de TV al español (y a otras lenguas) en Brasil.

Los datos aquí presentados muestran que Argentina ha bajado su programación de televisión doméstica a 60 por ciento, y ahora importa un 40 por ciento de sus horas de programas. De la misma manera, Perú importaba un 60 por ciento de sus horas de programas de TV en 1972, y ahora importa un 70 por ciento. En ambas naciones, el sistema de televisión pasó a ser controlado por el gobierno y los funcionarios del gobierno dirigían los canales de televisión. La mayoría de estos funcionarios no tenían experiencia en televisión y por lo general sólo conservaban su posición durante un año o menos. Tal discontinuidad significó una pérdida de contactos de distribución en otros países. Como resultado, la exportación de programas de TV desde Argentina y Perú ha disminuido en los últimos años, y ambas naciones están importando más horas de programas de la programación total de TV. Sus gobiernos imponen límites a los salarios de actores de TV, y muchos actores de talento han salido de Argentina y Perú para instalarse en México, Puerto Rico o Venezuela.

La censura y las regulaciones gubernamentales, que varían según el país, también afectan los flujos de importación/exportación en América Latina. Por lo general, estas regulaciones inhiben las importaciones de otros países latinoamericanos y estimulan las importaciones norteamericanas. Por ejemplo, en Chile sólo se asigna una hora diaria por canal para la presentación de programas extranjeros de México, Brasil o Venezuela, mientras que los programas norteamericanos no tienen tantas limitaciones. En Argentina, dos telenovelas mexicanas que eran transmitidas en ho-

ras de la tarde fueron censuradas y cambiadas a espacios nocturnos después de las 10PM. Las telenovelas venezolanas y puertorriqueñas fueron censuradas y ya no están siendo transmitidas. Aquí vemos cómo el ambiente legal/reglamentario afecta la importación y exportación de televisión. Durante los últimos 10 años, se han disipado ciertos obstáculos que antes bloqueaban los flujos de TV dentro de América Latina. Los ejecutivos de TV de Brasil y Perú han propuesto una especie de sistema cooperativo de

*La censura y las reglamentaciones gubernamentales, que varían según el país, también afectan los flujos de importación/exportación en América Latina.*

trueque, según el cual cinco sistemas de televisión invertirían cada una \$20.000 en la elaboración de un programa de una hora. Cada una haría cinco copias del programa y enviaría una a cada uno de los otros cuatro países. En un sistema de trueque como éste los fondos no cambiarían de dueño. Así, la dependencia de importaciones de TV norteamericana podría verse reducida aún más en América Latina.

#### DISCUSION Y CONCLUSIONES

En base a nuestra investigación llegamos a la conclusión que las direcciones de los flujos de televisión en las Américas están cambiando en relación a la década anterior.

—Las importaciones de Estados Unidos son aún importantes en la televisión latinoamericana, aunque en menor grado que a principios de los años 70. Atraen, en promedio, ratings de sintonía más bajos que programas de TV importados de otras naciones latinoamericanas (como las telenovelas), o que los programas de producción nacional, especialmente.

—México sigue siendo el principal ujier en los flujos de programas desde Estados Unidos a América Latina, así como también en sentido inverso, debido a su posición geográfica y dada la concentración de estudios de doblaje en Ciudad de México. Pero este papel crucial de México está empezando a cambiar.

—Brasil y México son los más grandes exportadores de programas de televisión a otras naciones latinoamericanas, aunque Argentina y Venezuela han ganado importancia recientemente, y Perú y

Chile se están convirtiendo en exportadores.

—México domina el flujo de programas de TV en español hacia Estados Unidos a través de la SIN (Spanish International Network) que está controlada por el monopolio de TV mexicano, Televisa.

A otro nivel, independientemente de los flujos de programas de televisión, la televisión norteamericana tiene aún una gran influencia sobre América Latina debido en parte a razones históricas.

La estructura de la industria de la televisión en América Latina guarda el estilo norteamericano. En Brasil, TV Globo comenzó a través de una asociación con la Compañía Time-Life, y en Perú, NBC y la CBS poseían originalmente 20 por ciento de las acciones en los dos canales de televisión.

La transferencia inicial de equipos creó una demanda continua de más tecnología y de programas de TV de tipo norteamericano. Esta primera influencia norteamericana aún se refleja en la programación de la televisión latinoamericana, en la administración y en la comercialización. Hace unos 15 años las redes norteamericanas vendían sus acciones en Brasil y Perú a intereses nacionales, pero dejaban detrás un patrón de valores comerciales y profesionales evidentemente norteamericano. La "Latinización" de la televisión latinoamericana es aún vaga, pero las telenovelas latinoamericanas están reemplazando gradualmente las series de TV norteamericanas de mayor audiencia, películas norteamericanas y programas de acción y aventuras.

El modelo de transmisión continúa en la televisión latinoamericana significa que en una nación con tres canales de TV y 15 horas de programación diarias, los funcionarios de televisión se enfrentan por lo menos con 100 horas de tiempo de programa a llenar cada semana o 16.000 horas anuales por país. Así, las importaciones son especialmente atractivas para las estaciones de televisión en los países latinoamericanos más pequeños. Por ejemplo, el costo de producción por hora para series de telenovelas (uno de los tipos de producción de televisión menos costosos) es de \$3.000 a \$10.000 dólares según el país. Para llenar un promedio de 100 horas por semana, una estación de televisión necesitaría un presupuesto de \$16 a 52 millones de dólares por año, solamente por costos de producción (y este es un cálculo bastante conservador). Pocos sistemas de televisión en América Latina podrían afrontar tal inversión y por lo



tanto importan. Una vez que han aceptado la idea de llenar cada día con programación de televisión, se ven comprometidos a la gran importación de programas extranjeros.

El precio de programas importados se establece en base al número de receptores de televisión por país. En Perú, con 900.000 receptores de TV, el precio de "Dallas" por capítulo es de 1.000 dólares (incluyendo el derecho a transmitir cada capítulo dos veces). El costo de una hora de producción local en Perú (para los programas más baratos) es de 3.000 a 5.000 dólares.

Ciertamente, es necesario realizar una investigación más profunda sobre la naturaleza de los flujos de programas de televisión en las Américas. Sugerimos que se tracen los esbozos de dicho estu-

dio futuro tal como se hizo con la presente investigación, como "investigación de proceso" en vez de la más frecuente "investigación de variación" (Mohr, 1982). Es decir, un investigador de comunicación a menudo desea conocer la secuencia extra de eventos que constituyen un proceso (aquí tratamos de comprender el proceso de los flujos de TV desde Estados Unidos hacia América Latina y viceversa). La investigación de variación busca principalmente analizar las co-variaciones entre un gran número de variables que se unen en un punto a tiempo; nosotros hubiéramos podido seguir tal diseño tipo-variación si hubiéramos correlacionado variables independientes -tales como tamaño y país, número de receptores de TV, cantidad de anuncios, grado de control del gobierno,

etc.- con la variable dependiente de cantidad de programas importados. Dado el estado exploratorio de la investigación de la comunicación sobre flujos de TV en América Latina, sentimos que un enfoque de investigación de proceso era más adecuado en el presente estudio. Nótese que la investigación de proceso no significa que uno deba basarse sólo en datos cualitativos. El presente estudio ha cumplido con sus objetivos si contribuye a futuros estudios sobre la identificación de las variables más importantes en el flujo de programas de TV en América Latina, que puedan ser ulteriormente incorporadas a investigaciones de tipo variación para probar hipótesis específicas.



## NOTAS

1. Generalmente, obtuvimos ratings de audiencia de varios programas de TV en cada uno de los países estudiados gracias a funcionarios de TV. Puede que estos ratings no sean completamente exactos en ciertas naciones latinoamericanas; sin embargo, son utilizados por los funcionarios de TV como base para sus decisiones y para determinar las tasas de publicidad.
2. Estas ventas de programas de TV realizadas por Televisa de México a SIN en Estados Unidos representaron cerca de 2.500 horas en 1981; éste fue el mayor volumen de ventas extranjeras para Televisa, a excepción de la venta de 3.400 horas de programas al Ecuador.
3. Los estudios de doblaje en Ciudad de México también actúan como una especie de censor de los materiales que doblan, al cortar contenidos de programas de TV que tengan que ver con raptos (dos episodios de "Dallas" fueron eliminados porque trataban del intento de J.R. de raptar a su hijo de su madre), guerrillas, y ciertas conductas sexuales. Además, algunas palabras en inglés están censuradas en su traducción al español; por ejemplo, la expresión "SOB" en inglés ("hijo de. . .") no puede ser traducida.
4. Además, el doblaje al Español de los programas brasileños de TV se hace en Brasil antes de exportarlos a otras naciones latinoamericanas. A medida que Brasil se va convirtiendo en un país exportador cada vez más importante, también se convierte en un importante centro de doblaje al español.
5. De este modo vemos en qué medida pueden ser afectados los ratings de audiencia según la colocación de un programa en el horario de televisión.
6. Las compras de programas mexicanos de Televisa por la SIN proporciona dólares que Televisa utiliza para comprar series norteamericanas, satélites, equipos de

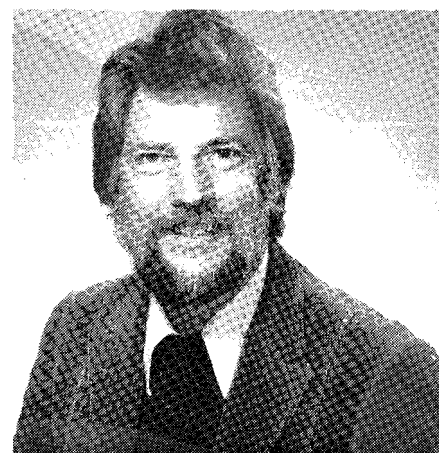
edición computarizados y otras tecnologías.

7. Estos datos están basados en la muestra de una semana de programación de SIN en Octubre de 1982.

## REFERENCIAS CITADAS

1. Anne Bagamery (22 de Noviembre de 1982), "SIN, The Original", Forbes.
2. Elihu Katz y George Wedell (1977), *Broadcasting in the Third World: Promise and Performance*, Cambridge, Massachusetts, Prensa de la Universidad de Harvard.
3. Lawrence B. Mohr (1982), *Explaining Organizational Behavior: The Limits and Possibilities of Theory and Research*, San Francisco, Jossey-Bass.
4. Kaarle Nordenstreng y Tapio Varis (1974), *Television Traffic: A One-Way Street?*, Paris, Informe de la UNESCO.
5. Ithiel de Sola Pool (1980), "The New Structure of International Communication: The Role of Research", trabajo presentado en la Asociación Internacional para la Investigación de Medios de Comunicación, Caracas.
6. Everett M. Rogers y Livia Antola (1983), "Telenovelas in Latin America" trabajo presentado en la Asociación de Comunicación Internacional, Dallas.
7. Tapio Varis (1982), "Peace and Communication: An Approach to Flow Studies", *Journal of Peace Research*, 19:241-250.

**LIVIA ANTOLA** realiza actualmente estudios de Maestría en el Instituto de Investigación de la Comunicación de la Universidad de Stanford, donde el Dr. Rogers es Profesor. Los autores desean expresar su reconocimiento al Centro de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Stanford por la ayuda financiera y a los funcionarios de TV entrevistados para este trabajo.



**EVERETT M. ROGERS**, norteamericano, doctorado en 1957 en Iowa, es uno de las más prestigiosas e influyentes figuras estadounidenses en investigación de la comunicación. Desde 1975 es académico del Institute for Communication Research de la Universidad de Stanford, California. Antes lo fue en las Universidades de los Estados de Iowa, Ohio y Michigan (10 años) y de la Universidad de Michigan. Presidente de la International Communication Association (ICA) durante 1980-81, y acreedor a variadas menciones honoríficas. Autor prolífico, cuenta a su haber casi una veintena de libros y centenares de artículos, varios en coautoría. Vinculado a América Latina, ha sido maestro formador de una cantidad de comunicadores de la región. Dirección: Institute for Communication Research, Stanford University, California 94305, U.S.A.

---

---

# PUBLICIDAD Y GOBIERNO EN LA TELEVISION BRASILEÑA

---

---

**E**l Gobierno y la publicidad -tanto interna como transnacional- han ejercido una creciente influencia, (en diversas formas), sobre el desarrollo de la televisión brasileña. Sin embargo, lo que no está muy claro es cómo deben ser consideradas estas influencias sobre el desarrollo de la televisión brasileña. ¿Demuestran acaso un imperialismo de los medios/teoría de dependencia, o apoyan la difusión/teoría del ciclo de vida del producto? ¿Cuáles son las implicaciones de tales interpretaciones respecto a políticas nacionales e internacionales?

En el presente artículo presentamos algunas de las influencias más relevantes del gobierno y la publicidad en el surgimiento de la televisión brasileña. Proponemos la tesis de que estas influencias se comprenden mejor dentro de un contexto nacional, y no dentro de un contexto internacional. Este artículo estudia el desarrollo histórico de la televisión brasileña, presentando el impacto de la publicidad y la influencia del gobierno brasileño en este desarrollo.

## ANTECEDENTES DE LA TELEVISION BRASILEÑA

¿Cuál ha sido el desarrollo histórico de la televisión brasileña, sobre todo de TV Globo, la red brasileña que se ha convertido en la cuarta red más importante del mundo, "igualada en magnitud solamente por las tres gigantes norteamericanas" (Gugliotta 1981)?

La industria de televisión se estableció en Brasil en 1950 y se basó directamente en el modelo comercial norteamericano. Es primeramente una activi-

dad privada, orientada hacia el medio urbano, y que depende de ingresos publicitarios. En última instancia, los servicios de radio y televisión son propiedad legal del gobierno federal, con licencias para canales de televisión garantizadas por 15 años. Además, el gobierno federal se reserva el derecho, cuando esté justificado, de modificar los reglamentos y estatutos, así como también los términos de concesiones individuales (Camargo, 1975, p. 25; Mattos, 1982b, pp 51-55).

En 1981 había en Brasil 103 estaciones de TV operando: 94 estaciones privadas y 9 estaciones educativas. Las anteriores pertenecen a cinco redes de televisión. La más importante es TV Globo con 42 estaciones de su propiedad y afiliadas. En la actualidad, se están instalando 22 nuevas estaciones de TV: 20 comerciales y 2 educativas.

Durante las tres últimas décadas, la televisión brasileña pasó por diferentes fases de desarrollo. La primera fase tuvo lugar en los años 50, cuando la televisión era elitista y considerada como un lujo que sólo los ricos podían afrontar. Todos los programas eran producidos localmente. La segunda fase tuvo lugar en los años 60 cuando la televisión era considerada una prueba de modernidad; los programas importados eran más baratos que los producidos localmente, no ocasionaban problemas políticos con el régimen establecido en 1964, y se pensaba que eran de mayor "calidad" que las producciones nacionales. Los "enlatados" de TV, series norteamericanas en su mayoría, llegaron a Brasil en esta época de gran influencia de Estados Unidos (después de la revolución de 1964).

**SERGIO MATTOS**

*Este artículo estudia el desarrollo histórico de la televisión brasileña, presentando el impacto de la publicidad y la influencia del gobierno del Brasil en este desarrollo.*

La tercera etapa se produjo en los años 70 cuando la televisión brasileña -estimulada por el gobierno- empezó a producir programas localmente y más tarde a exportarlos. Hoy en día, TV Globo está produciendo desde un 70 hasta un 95 por ciento de su programación para horas de gran sintonía. Además, la red de TV Globo exporta sus programas a 90 países (Red de TV Globo, 1979; Mattos, 1982a y 1982b). Y TV Globo no es la única red brasileña que exporta programas; también hay otras redes de TV que exportan los suyos, principalmente a otros países Latinoamericanos.

El crecimiento de la televisión brasileña puede ser medido a través del número de hogares que cuentan con receptores de TV. El censo realizado en Brasil en 1970 demostró que un 55 por ciento de los hogares (de un total de 26.4. millones) tenían aparatos de TV. El aumento en el número de hogares con receptores de TV entre 1960 y 1980 fue de 1.272 por ciento. Alrededor de un 68 por ciento de la población brasileña vive en las áreas urbanas, y 73 por ciento de las residencias urbanas poseen aparatos de TV.

En Brasil, las redes de televisión están asociadas por lo general con diarios u otras organizaciones de comunicación masiva. El mejor ejemplo de estas empresas de multi-medios en Brasil es TV Globo (canal 4) creado en 1965 por el periodista Roberto Marinho como parte de su conglomerado de prensa y estación de radio (1).

Tunstall (1977:182) dijo que "TV Globo se creó con dinero y personal de

cía técnica de TV Globo y la firma norteamericana Time-Life fue firmado en 1961. El contrato "permitía la participación de Time-Life en un 45 por ciento de las ganancias y fue establecido en una forma legal en el estricto sentido de la palabra. Pero el convenio pareció contradecir el espíritu del Artículo 160 de la Constitución de 1964" (Dulles, 1980, p. 290). La ley brasileña no permite que compañías extranjeras tengan derecho de propiedad sobre los medios masivos. Joao Calmon, Presidente de la Asociación Brasileña de Empresas de Radio y TV (ABERT) en esa época, dice que debido al contrato con Time-Life, TV Globo era la estación de TV más rica de Brasil.

Hacia finales de los años 60, TV Globo concentró sus programas hacia los estratos socio-económicos más bajo de la población y ganó en audiencia. TV Globo mantuvo su política de dirigir sus programas hacia las clases más bajas hasta 1973, consistiendo su programación entonces en telenovelas, programas de concursos y películas importadas de Estados Unidos (que eran más baratas que las películas producidas en Brasil). La consolidación de TV Globo como red nacional comenzó en 1969, cuando sus programas comenzaron a ser transmitidos simultáneamente en varias ciudades a través de micro-ondas. Un folleto promocional publicado por TV Globo dice: "Mientras Globo aprendía las técnicas esenciales y creaba el estilo propio de la televisión brasileña, se proporcionaba a sí misma los más modernos equipos existentes. La transición a un 100 por ciento de producción y transmisión a color se produjo en un período de cinco años, entre 1972 y 1977. . . Consciente de la necesidad de mantener estrechos lazos con la cultura brasileña y de expresar esa cultura en video, la red de Globo nacionalizó su programación a tal punto que, en la actualidad, de los 10 programas de mayor ratings de sintonía, sólo dos son producidos en el extranjero. Los otros ocho fueron creados y producidos en Brasil por la Red de Globo" (Red de TV Globo, 1979).

En 1976, TV Globo produjo 75 por ciento de sus propios programas y obtuvo aproximadamente un 18 por ciento del total de los gastos de publicidad nacional. En 1977, la red de TV Globo hizo su debut en Cannes, Francia, al presentar una muestra de sus programas a presuntos compradores. Al haber logrado controlar su mercado interno, la Red de TV Globo comenzó a abrirse camino en el mercado internacional. En 1979, la Academia Nacional de Artes y Ciencia

de la Televisión (Estados Unidos) otorgó el premio "Salute" a TV Globo. En cierto sentido, este hecho marcó la entrada definitiva de TV Globo a la escena del mercado internacional.

## PUBLICIDAD Y DESARROLLO DE LA TELEVISION

Recientes estudios realizados sobre cómo el desarrollo de la publicidad multi-nacional afecta a los medios del Tercer Mundo (Fejes, 1979;

*La influencia de la publicidad multinacional en los medios de las naciones del Tercer Mundo fue ignorada hasta hace poco.*

Janus y Roncagliolo, 1979; y Janus, 1980 y 1981) esbozan los siguientes aspectos: 1) la transnacionalización de la industria de la publicidad, y 2) las maneras en que la publicidad multinacional moldea la forma y contenido de los medios masivos del Tercer Mundo (particularmente en América Latina). Estos estudios mantienen:

1. Que la publicidad está directamente ligada a la expansión del sector manufacturero, no solamente en Estados Unidos sino también en los países del Tercer Mundo.
2. Que el crecimiento de las industrias y de la publicidad locales en los países del Tercer Mundo está asociado directamente con la llegada tanto de las compañías como de las agencias de publicidad multi-transnacionales.
3. Que el desarrollo de los sistemas de medios está relacionado con el desarrollo de la publicidad multinacional en muchos países del Tercer Mundo, sobre todo en América Latina.

La influencia de la publicidad multinacional en los medios de las naciones del Tercer Mundo fue ignorada hasta hace poco, debido a que la investigación de la comunicación sobre publicidad en Estados Unidos estaba limitada, en gran parte, al estudio de los efectos de la publicidad en los consumidores/compradores (particularmente niños), un tipo de estudio valioso para la comunidad comercial (Schultze, 1981, p. 371). Una investigación más crítica sobre la publicidad, tuvo un desarrollo lento en Estados Unidos, y la investigación en el Ter-

*La investigación sobre publicidad en el Tercer Mundo tendía a carecer de un enfoque empírico.*

Time-Life de Estados Unidos. Posteriormente se prescindió de la participación directa de Estados Unidos, pero sólo después de que Globo sacó ventaja del dinero y de la experiencia en administración de Estados Unidos hasta alcanzar una extraordinaria importancia para una única compañía comercial de televisión en un país como Brasil. El Convenio de empresa colectiva y asisten-

cer Mundo tendía a carecer de un enfoque empírico. Por lo tanto, la investigación sobre publicidad pasó de una perspectiva reducida y técnica que consideraba los anuncios publicitarios como mensajes de venta y trataba de explicar sus influencias en la conducta del consumidor, a un enfoque más de conjunto y crítico, que considera la industria publicitaria como un fuerte lazo entre los intereses económicos y los medios masivos.

El impacto de las corporaciones y de la publicidad multinacionales en el desarrollo de los medios masivos en países del Tercer Mundo no puede ser estudiado solamente dentro de un marco global, ya que se omiten factores que sólo son válidos en una nación. Por ejemplo, las investigaciones pasadas pocas veces consideraban cómo un país puede crear legislación específica, o adoptar políticas proteccionistas específicas para enfrentar la influencia extranjera sobre sus medios masivos y sus industrias publicitarias. Tal es el caso de Brasil, cuyos sistemas de medios de comunicación

masiva han sufrido una gran influencia extranjera. Pero a través de críticas, amonestaciones, recomendaciones, sugerencias, regulaciones específicas y políticas proteccionistas, estas intromisiones extranjeras fueron reducidas (Mattos, 1982a). Por ejemplo, de las diez agencias publicitarias más importantes de Brasil, siete son nacionales gracias a una política del gobierno que concede contratos publicitarios sólo a agencias nacionales.

Brasil alcanzó un importante desarrollo económico durante los últimos 18 años, y esto afectó directa e indirectamente a los medios masivos y a las industrias de publicidad que se benefician de las políticas sociales y económicas adoptadas por el régimen militar desde 1964. Existe una estrecha relación entre el desarrollo de los medios masivos y de las industrias publicitarias y el desarrollo económico del país. Los medios masivos, brasileños en su mayoría, tienen su base en zonas urbanas, están orientados hacia la obtención de ganancias y son operados dentro de una filo-

sofía de libre-empresa bajo regulación gubernamental. Por lo tanto, si hay un desarrollo en la economía, tanto los medios masivos como la publicidad crecen también.

Las políticas de desarrollo económico de Brasil se centran en la rápida industrialización basada en tecnología y capital extranjeros. Estas políticas han llevado a un notable aumento en los gastos publicitarios y a un desarrollo de los medios masivos, sobre todo de la televisión. Brasil es hoy en día uno de los únicos diez países en el mundo que gasta más de un billón de dólares al año en publicidad a través de los medios. Los gastos publicitarios a través de agencias publicitarias (2) en Brasil alcanzaron la cantidad de 105.353 millones de cruzeiros (1.920 millones de dólares) en 1980 (Tabla 1). En la tabla 2 aparece la distribución de gastos publicitarios para cada medio a través de agencias en Brasil, entre 1962 y 1980. La televisión es la primera en atraer anunciantes.

En Brasil, el gobierno se ha convertido en el único anunciante individual del país a nivel federal, estatal y municipal. El grupo de anunciantes más importantes es el de las corporaciones multinacionales, que asigna entre 60 y 95 por ciento de sus gastos publicitarios a la televisión (Meio y Mensagem, 1980; Mattos, 1982b).

De los ocho anunciantes más importantes de la televisión brasileña en 1980, seis son corporaciones multinacionales como Gessy Lever, Nestlé y Johnson y Johnson; una es un banco propiedad del gobierno; y dos son compañías privadas del Brasil.

La televisión se convirtió en el medio favorito de las agencias publicitarias de Brasil, debido a que alcanza a una gran audiencia tanto alfabetizada como analfabeta. La Televisión comenzó a convertirse en un medio publicitario más poderoso sólo en los años 60, cuando adaptó su programación para aumentar la magnitud de su audiencia al dirigirse a las clases más bajas, y satisfacer las necesidades de las agencias de publicidad y sus clientes, sobre todo corporaciones multinacionales. La televisión brasileña recibe la mayor parte de los gastos en publicidad, debido en parte, a su organización en redes nacionales (lo cual facilita el trabajo de las agencias publicitarias).

Con la intensificación de la inversión extranjera y la mayor producción de bienes en Brasil, las corporaciones multinacionales se convirtieron en la mayor fuente de ingresos publicitarios de la televisión (Mattos, 1982a). Entre 1976 y 1979, Brasil llegó a ocupar el cuarto

TABLA 1.

AUMENTO DE LOS GASTOS PUBLICITARIOS EN BRASIL

Año	Gastos Publicitarios (mil. cruzeiros)	Tasa de Inflación (°/o)	Aumento Real en Gastos Publicitarios (°/o)	PNB (mil. cruzeiros)	Gastos Publicitarios del PNB (°/o)
1965	280	34.5	—	43,000	0.64
1966	440	38.7	18.4	63,200	0.70
1967	650	24.3	23.4	85,400	0.76
1968	960	25.4	22.3	121,500	0.79
1969	1,310	20.2	16.3	160,700	0.82
1970	1,840	19.2	21.3	206,500	0.89
1971	2,500	19.8	16.1	274,300	0.91
1972	3,460	15.5	22.9	359,900	0.96
1973	4,500	15.7	14.4	493,800	0.91
1974	6,300	34.5	5.5	713,300	0.88
1975	8,200	29.2	1.0	995,400	0.82
1976	13,650	46.3	20.2	1,535,400	0.89
1977	22,675	38.7	27.4	2,312,600	0.98
1978	33,813	40.8	8.3	3,386,300	1.00
1979	55,037	77.2	-14.4	5,619,406	0.98
1980	105,353	110.2	-18.8	12,142,931	0.87

"Um Mercado das Elites", *Administracao e Servicos*, p.p. 101-17.

\* Nótese que estos datos son corregidos sólo por inflación. Los niveles de gastos publicitarios pueden haber sido afectados por otros factores tales como un cambio a medios más costosos (por ejemplo la T.V.), la creciente

competencia en varias industrias y gastos del gobierno o de instituciones para activar el desarrollo en un sector industrial específico y otros.

Fuentes: Fundación Getúlio Vargas; *Meio & Mensagem* (Junio, 1981); ABAP (1981) *Anuario 1981* Vol. 1, 296; y Tom Camargo (1979).



TABLA 2

## PORCENTAJE DE GASTOS PUBLICITARIOS POR MEDIO

Año	T.V. (%)	Diarios (%)	Revistas (%)	Radio (%)	Otros cine, anuncios publicitarios	TOTAL (%)
1962	24.7	18.1	27.1	23.6	6.5	100 <sup>o</sup> /o
1963	32.9	16.6	21.9	23.0	5.6	100 <sup>o</sup> /o
1964	36.0	16.4	19.5	23.4	4.7	100 <sup>o</sup> /o
1965	32.8	18.4	25.6	19.5	3.7	100 <sup>o</sup> /o
1966	39.5	15.7	23.3	17.5	4.0	100 <sup>o</sup> /o
1967	43.0	14.5	22.0	15.5	5.0	100 <sup>o</sup> /o
1968	44.5	15.8	20.2	14.6	4.9	100 <sup>o</sup> /o
1969	43.1	15.9	22.9	13.6	4.5	100 <sup>o</sup> /o
1970	39.6	21.0	21.9	13.2	4.3	100 <sup>o</sup> /o
1971	39.3	24.8	17.0	12.7	6.2	100 <sup>o</sup> /o
1972	46.1	21.8	16.3	9.4	6.4	100 <sup>o</sup> /o
1973	46.6	20.9	15.6	10.4	6.5	100 <sup>o</sup> /o
1974	51.1	18.5	16.0	9.4	5.0	100 <sup>o</sup> /o
1975	53.9	19.8	14.1	8.8	3.4	100 <sup>o</sup> /o
1976	51.9	21.1	13.7	9.8	3.5	100 <sup>o</sup> /o
1977	55.8	20.2	12.4	8.6	3.0	100 <sup>o</sup> /o
1978	56.2	20.2	12.4	8.0	3.2	100 <sup>o</sup> /o
1979	55.9	20.1	13.0	8.5	2.5	100 <sup>o</sup> /o
1980	57.8	16.2	14.0	8.1	3.9	100 <sup>o</sup> /o

Fuentes: *Propaganda*, Julio-Agosto 26, 1981-4; y *Meio & Mensagem* (Junio 1981) 31. Los datos de esta tabla sobre gastos pu-

blicitarios fueron obtenidos de agencias de publicidad.

puesto en gastos publicitarios de televisión (detrás de Estados Unidos, Japón y el Reino Unido). El aumento de gastos publicitarios de TV contribuyó al desarrollo de la industria brasileña de Televisión, pero creó a la vez una dependencia en la publicidad, en los anunciantes (corporaciones multinacionales, empresas privadas nacionales y el gobierno brasileño) y en las agencias de Publicidad.

Straubhaar (1981) afirma que tanto los anunciantes multinacionales como las agencias de publicidad multinacionales tuvieron una gran influencia en el desarrollo de la televisión brasileña (hasta finales de los años 60). Los anunciantes multinacionales auspiciaron y "también estimularon la importación de programas norteamericanos"; por ejemplo, la Colgate-Palmolive contrató escritores brasileños para adaptar programas norteamericanos específicos que deseaban auspiciar en Brasil a principios de los años 60. Hasta finales de los 60, "los anunciantes a veces pagaban técnicos y actores cuando las estaciones de televisión no lo hacían o no podían hacerlo" (Straubhaar, 1981, p. 264).

Desde entonces, la influencia directa del anunciante en la televisión brasileña

se ha visto reducida en gran medida. Pero la influencia directa del anunciante puede haberse hecho más indirecta (McAnany, 1982). Mi estudio sobre el desarrollo de la publicidad y los medios masivos en Brasil sugiere que, incluso sin insinuar directamente el tipo de programa que desean, los anunciantes y agencias publicitarias pueden tener aún una considerable influencia en las decisiones sobre programación de televisión.

*La televisión es el medio favorito de las agencias publicitarias de Brasil, porque alcanza a una gran audiencia tanto alfabeto como analfabeto.*

Por ejemplo, las redes de TV brasileñas invitan todos los años a los profesionales en publicidad para que vean en sesión privada sus nuevos shows. Las redes utilizan a estos expertos en publicidad como barómetro, haciendo uso de sus reacciones y sugerencias para decidir

qué programas transmitir, a qué hora, y para saber qué programas serán más fáciles de vender a un auspiciante publicitario. Este trabajo de las fuerzas de mercado es una influencia indirecta de los anunciantes y agencias publicitarias sobre las decisiones respecto al contenido de programas de TV.

Además de la influencia que ejercen los anunciantes y las agencias de publicidad sobre los medios masivos, los productos anunciados en la televisión brasileña tienden a influir en los patrones de consumo al estimular el consumo masivo. En Brasil, así como en otros países del Tercer Mundo, la publicidad, (sobre todo la publicidad transnacional) se concentra en comida, salud y bienes de consumo. La televisión absorbe la mayor parte de los gastos publicitarios para los productores más anunciados en Brasil, que incluyen (por orden) artículos de tocador, legumbres, ahorro y préstamos, drogas, cigarrillos, banca, autos, alcohol, zapatos y productos de limpieza. Al estimular el consumo masivo (y al proporcionar entretenimiento) la televisión brasileña refleja las políticas nacionales de desarrollo económico adoptadas desde 1964. Estas políticas son en sí una contradicción: la generación de consumo masivo y de bienestar social simultáneamente.

#### INFLUENCIAS DEL GOBIERNO EN LA TELEVISION BRASILEÑA

La influencia política más poderosa sobre el desarrollo de la televisión brasileña tuvo lugar en 1964, cuando el Presidente Joao Goulart fue derrocado por un golpe de estado. El golpe afectó a la televisión directamente, ya que el sistema político y la situación socio-económica de Brasil habían sido totalmente modificados por la adopción de un modelo de desarrollo económico. El desarrollo económico del país, estimulado por la rápida industrialización basada en tecnología y capital extranjeros, contribuyó al desarrollo de la televisión brasileña como el principal anunciante de los bienes producidos en el país. Después de 1964, las industrias electrónicas produjeron un gran número de aparatos de TV para el creciente mercado interno. La venta de televisores en blanco y negro en Brasil aumentó 24.1 por ciento entre 1967 y 1979, y la venta de televisores a colores aumentó 1.479 por ciento entre 1972 y 1979 (Mattos, 1982a, p. 144). En 1968 el gobierno brasileño introdujo una política de crédito en el país que permitía adquirir un televisor en 12, 24 o 36 meses. Así aumentó el número de televi-

dentes brasileños mientras que la televisión se convirtió a la vez en el medio nacional publicitario a través del cual las industrias podían anunciar sus bienes de consumo.

Los gobiernos brasileños posteriores al de 1964 promovieron el rápido desarrollo económico basado en lo que ellos calificaron "el trípode" de la economía brasileña: empresas del Estado, compañías privadas nacionales y corporaciones multinacionales. En 1980, el gobierno poseía 82 de las 200 empresas no-finan-

*Las redes de televisión fueron continuamente obligadas a recordar sus responsabilidades con el desarrollo y la cultura nacional.*

cieras más importantes del país; por otra parte, desde principios de los años 70, el gobierno es el mayor anunciante individual. De esta manera, el gobierno brasileño cuenta con una importante palanca para influenciar los medios masivos, (sobre todo la televisión) a través de presiones económicas, así como también controles legales.

Los esfuerzos realizados por Brasil para atraer inversiones privadas extranjeras desde 1964 contribuyeron a acelerar la producción industrial del país. Sin embargo, esta política también aumentó la deuda externa del país y su dependencia de tecnología extranjera. Esta política gubernamental aumentó la dependencia de la televisión de anunciantes extranjeros, debido a que las corporaciones multinacionales que invertían en Brasil se convirtieron en las anunciantes más importantes.

Al estudiar la televisión a la luz de las políticas gubernamentales posteriores a 1964 para la promoción de la modernización nacional, llegamos a la conclusión de que el crecimiento de la televisión presentó las mismas características del desarrollo dependiente del país en su totalidad (Mattos, 1982a).

Los gobiernos brasileños posteriores al de 1964 introdujeron cambios en el sector de las telecomunicaciones que contribuyeron al desarrollo de los medios masivos en general y de los medios de transmisión en particular. Estos cambios van desde el establecimiento de agencias reguladoras y leyes,

hasta adelantos técnicos en el sistema nacional de telecomunicaciones. Se establecieron estaciones terrestres de satélites y se ampliaron el sistema telefónico y las líneas principales de microondas, haciendo así posible una óptima transmisión de programas de TV en todo el territorio nacional (Mattos, 1982b).

El régimen militar de 1964 creó el Ministerio de Comunicaciones, el cual contribuyó a la reducción de poder de algunas agencias reguladoras de transmisión, agencias a las cuales habían tenido acceso anteriormente las empresas de transmisión. Así se redujo la influencia de los transmisores sobre las agencias reguladoras del gobierno (Mattos, 1982b). Después de 1964, el régimen militar creó la Ley de Prensa y el Código Nacional de Telecomunicaciones, que, junto con la Constitución nacional y las Actas Institucionales, jugó un importante papel en el control de los medios masivos. Entre 1968 y 1979, los medios masivos brasileños operaron bajo las restricciones del Acta Institucional No. 5, que garantizaba al Consejo Ejecutivo Federal el poder de censura sobre los medios. Irónicamente, el desarrollo de la televisión brasileña (principalmente TV Globo) se produjo durante este período de mayor restricción gubernamental. Además del control a través de concesiones de licencias de transmisión, asignación de frecuencias y censura, el gobierno brasileño hace recomendaciones directas e indirectas respecto al contenido de los programas. Los gobiernos del Presidente Médici (1969-74) y del Presidente Geisel (1974-79) expresaron vehemente desaprobación a la violencia y falta de "patrones culturales" en televisión. Las redes de televisión fueron continuamente obligadas a recordar sus responsabilidades con el desarrollo y la cultura nacional. El resultado para TV Globo y otras redes de televisión fue la reducción de programas extranjeros importados.

Los mecanismos más importantes utilizados por el gobierno brasileño para controlar los medios son las presiones políticas y económicas. El control sobre las finanzas de los medios es un poderoso vehículo de control del Estado, ya que todos los bancos son dirigidos o supervisados por el gobierno. Las licencias para la importación de equipo y la provisión de subsidios del gobierno para la realización de tales importaciones favorecen a los medios que apoyan las políticas gubernamentales (Mattos, 1982a). Los medios de comunicación que conservan buenas relaciones con el gobierno como TV Globo, parecen recibir beneficios de préstamos, subsidios,

exoneración de impuestos y compras de publicidad por el gobierno.

También son factibles las represalias; por ejemplo, TV Excelsior fue una red poderosa durante el gobierno de Goulart (1961-64). Perdió su licencia en 1970, supuestamente, según Dentel (la agencia reguladora) debido a la insolvencia financiera de Excelsior (Almeida, 1971, p. 58). La caída de TV Excelsior (entre 1964 y 1970) coincidió con el auge de TV Globo, que se benefició directamente de la Revolución de 1964 (Mattos, 1982b).

## CONCLUSIONES

Concluimos que tanto la publicidad como el gobierno han influido en diversas formas en el desarrollo de la televisión brasileña. El medio publicitario más importante en Brasil es la televisión y las corporaciones multinacionales son los mayores anunciantes en ella. Uno de los resultados de la dependencia de la televisión del apoyo publicitario multinacional es que su desarrollo y contenidos han sido directa e indirectamente influenciados.

Sin embargo, el gobierno es la fuerza motriz más importante detrás del desarrollo de la industria de la televisión brasileña, especialmente de TV Globo (creada después de la revolución de 1964). Al crear facilidades en telecomunicaciones tales como la red de microondas, el cable coaxial, los satélites y la televisión a color, el régimen militar bra-

*El crecimiento de la televisión presentó las mismas características del desarrollo dependiente del país en su totalidad.*

sileño logró lo siguiente: contribuir al desarrollo técnico de la televisión, y utilizar la televisión para promover ideas del régimen (Mattos 1982b). Los gobiernos posteriores a 1964 también afectaron la industria publicitaria, y en consecuencia también a la televisión con sus políticas proteccionistas.

Finalmente, llegamos a la conclusión de que las condiciones internas de Brasil han tenido una influencia mucho mayor en el desarrollo de la televisión que los factores externos. La televisión brasile-

ña y las industrias publicitarias reflejan no solamente la forma particular de desarrollo dependiente del país, sino también los intereses políticos del régimen militar. El caso de Brasil obliga a un replanteamiento de la suposición de teorías respecto a la publicidad y la televisión en los países del Tercer Mundo. Sugerimos que el diseño de investigación

más fructífero para la comprensión del desarrollo de los medios masivos, puede ser el de los casos de estudios nacionales y no enfoques que sigan una perspectiva global.



**SERGIO AUGUSTO SOARES**

**MATTOS**, brasileño, Ph. D. en comunicación obtenido en el College of Communication de la University of Texas en Austin, USA. Es autor de numerosos artículos sobre medios de comunicación en América Latina. Autor de "The Development of Communication Policies Under the Peruvian Military Government" (1981), así como los libros de poesía "El tiempo es Centinela" y "Ya no canto más, lloro".

Dirección: Secretaria da Educacao e Cultura - SEC.- Instituto de Radio-difusão Educativa da Bahia.- Rua Pedro Gama, 413/E, Alto do Sobradinho-Federacão.- CEP: 40.000 SALVADOR - BAHIA BRASIL.

#### NOTAS

1. Además del período O Globo, la organización está constituida por el Sistema de Radio Globo (17 estaciones), Rio Grafica Editora S.A. (Rio Graphics Publishing Company, Inc.); SIGLS (Sistema de Grabación Audio-visual de Globo, Ltd.); Telcom (una industria de telecomunicaciones), Vaglo (una empresa de promociones para el entretenimiento); La Galería de Arte Global (Global Art Gallery); TVC (televisión cable); La Fundación Roberto Marinho; y la red de Televisión Globo, compuesta por 42 estaciones de TV.
2. Además de la publicidad colocada en los medios masivos de Brasil a través de las

agencias publicitarias, la publicidad también es comprada directamente en los medios por el anunciante. Las asociaciones de publicidad brasileñas, los especialistas en publicidad y por las revistas publicitarias, estiman que los gastos publicitarios que no pasan a través de las agencias representan entre el 40 y el 50 por ciento del total de gastos publicitarios en Brasil (Propaganda, 1981). El "Grupo de Mídia" de Sao Paulo, por ejemplo calcula que los gastos publicitarios directos es de 42 por ciento del total en 1980 (Meio y Mensagem, Junio 1981). Por lo tanto los datos de la Tabla 1 constituyen una declaración exageradamente modesta.

## BIBLIOGRAFIA COMENTADA

*SOBRE COMUNICACION POPULAR*

Le interesaría conocer las experiencias, metodologías, avances teóricos y prácticos desarrollados en AMERICA LATINA sobre Comunicación popular?

Ayúdenos a preparar una bibliografía enviándonos todo el material producido en su país a nivel institucional o personal.

CIESPAL está elaborándola y requiere toda la información necesaria para que sea completa y pueda servir en mejor forma a los investigadores, comunicadores y grupos populares que trabajan en este campo.

CIESPAL cubrirá los costos de fotocopias de los materiales existentes y del envío por correo aéreo hasta Quito.

**CIESPAL**

Por favor remitir cualquier información a:  
**CIESPAL**  
Departamento de Investigación  
Apartado 584  
Quito, Ecuador.

---

---

# COBERTURA NOTICIOSA CENTROAMERICANA

---

---

**L**a discusión sobre cuáles eventos internacionales son reportados y por qué razones data de muchos años. De las deliberaciones han surgido numerosos hallazgos, no siempre consistentes, unas pocas soluciones y muchas acusaciones.

Uno de los puntos que se enfatiza regularmente es el elaborado por Carl Hartman quien dice que Estados Unidos *"obtiene menos noticias internacionales de las que necesita -menos aún de las que desea"* (1). Hartman citó encuestas realizadas en los años 60 y 70 que mostraban que los diarios y redes de televisión norteamericanos consagraban menos espacio a las noticias internacionales que los medios de otros países. Según Hartman, un estudio realizado en 1977 sobre 60 diarios en nueve países, colocó a Estados Unidos en el último lugar en tiempo dedicado a noticias internacionales, y mostró que la prensa norteamericana imprimía menos de la mitad de noticias internacionales que sus contrapartes de Europa Occidental. Sin embargo, las cadenas de TV en Estados Unidos probablemente consideran que están dando grandes cantidades de noticias internacionales. En un análisis de las tres redes, realizado durante tres se-

manas alternas entre 1968 a 1980, Master reportó que 37 por ciento de todos los artículos noticiosos y alrededor de 50 por ciento del tiempo total de difusión, estaban dedicados a las noticias internacionales en los espacios noticiosos de la noche.

Otra de las quejas es que cuando los norteamericanos se enteran de eventos internacionales por lo general se sorprenden de sus ramificaciones. Según Alfred Balk, esto sucede porque la definición norteamericana (y Occidental) de noticia es *"periodismo de excepción"*, el cual enfatiza el conflicto y la crisis (2). Dos estudios realizados recientemente están parcialmente de acuerdo con este punto (3 y 4). En Centro América los periodistas dan una cierta cantidad de ejemplos en los que los hechos fueron tergiversados por la prensa norteamericana y europea para obtener un *"número más caliente"* -para crear una crisis donde pudo no haber existido-.

Según Balk, Estados Unidos también sufre de un mal de *"amnesia periodística"*, en la que se producen una continuidad, elaboración e interpretación limitadas de las noticias (5). Otros han mostrado cómo países enteros desaparecen del mapa de noticias por falta de seguimiento periodístico. Russel Baker escribió en una columna de un New York Times de 1981:

*"Miren a El Salvador. O mejor dicho, traten simplemente de encontrar a El Salvador para mirarlo. ¿Cuánto tiempo ha pasado desde que este país surgió inesperadamente del océano para convertirse en la nueva y absolutamente vital zona de guerra donde el Comunismo debía ser definitivamente*

**JOHN A. LENT**

***El trabajo estudia la labor de los corresponsales extranjeros poniendo énfasis en la actual problemática Centroamericana.***

---

Versión original preparada para el Panel sobre "Prejuicio en las Noticias: Impacto de la Política Exterior norteamericana en Centro América", auspiciado por el Washington Institute for Social Research and Union for Democratic Communications, National Press Club, Washington, D.C., Mayo 18 de 1983. El artículo de CHASQUI ha sido reducido en su extensión.



te detenido?...

*Hasta donde yo puedo percibir, El Salvador ha desaparecido. Se volvió a hundir en el océano después de que la gente de Reagan aconsejó a la industria noticiosa que revisara su libro de geografía. Me dicen que la gente de Reagan puede hacer volver a El Salvador cuando estén listos para ello, pero que por el momento no es conveniente.*

*La inconveniencia es una de las razones principales por la que los países desaparecen”(6).*

¿Qué o quién debe ser culpado por el estado del reportaje internacional? Indudablemente, la cobertura y uso de las noticias internacionales están a menudo determinados por consideraciones de diplomacia internacional, políticas militares y de los gobiernos nacionales y herencia histórico-cultural (7). Los medios se han convertido en una tercera presencia en la diplomacia internacional, haciendo que gobernantes, diplomáticos y terroristas dirijan sus palabras y acciones a las cámaras, en lo que se ha llamado “diplomacia de televisión”.

***Las leyes de censura aplicadas a los corresponsales extranjeros se han vuelto más estrictas en muchos países.***

Existe abundante evidencia para indicar que los militares norteamericanos, la C.I.A. y otras organizaciones han determinado cómo era cubierta la actividad norteamericana en tiempos de guerra -con Vietnam como caso ligeramente diferente-. Definitivamente, el periodismo ha estado atado a la política internacional a pesar de las personalidades separadas de ambos campos, tal como lo describió Reston:

*“El periodismo y la política exterior en USA son aún más difíciles de reconciliar. El Secretario de Estado debe pensar en generaciones y continentes, pero el reportero piensa en ‘historias’, en ‘minutos’ y a menudo en ‘fragmentos’. Una profesión es callada, la otra es ruidosa; una es lenta, la otra rápida; una precisa, la otra imprecisa. Lo que hace a esta relación aún más difícil es que el periodismo no puede deshacerse de la política exterior y viceversa” (8).*

En Centro América, la burocracia, la inteligencia y el ejército norteamericano realizaron campañas de propaganda para convencer a los corresponsales y audiencias norteamericanas de que El Salvador representaba un “caso clásico de agresión armada indirecta por parte de fuerzas comunistas” a través de Cuba. El primer ataque en esta ofensiva, según Maslow y Arana, provino de historias publicadas en el *Washington Star* y en el *New York Times* que afirmaban que las armas llegaban a El Salvador desde la URSS y Cuba. A pesar de ciertas dudas expresadas por el corresponsal del *Times* de Londres, los medios norteamericanos siguieron informando que las armas provenían de Europa Oriental o de Cuba, corriendo el rumor, en el proceso, que Reagan estaba lanzando una nueva doctrina para el Caribe al advertir a Cuba a través de los medios. Maslow y Arana informaron que si los reporteros hubiesen mirado más allá de las fuentes oficiales hacia los informes que provenían de Centro América y Europa, habrían comenzado a sospechar de la línea que el Departamento de Estado les presentaba. Estas historias mostraron que las armas provenían de Costa Rica, Florida y Panamá, partes de un próspero mercado negro de armas. Maslow y Arana añadieron:

*El despliegue de información presentado en TV y en las primeras planas proporcionó al final el complemento de la escalada de ayuda militar del gobierno de Reagan a la junta de Duarte. Los medios noticiosos, con ciertas excepciones, dieron un salto de fe de la “evidencia” a la “masiva” intervención soviético-cubana. Pero la prensa no tendría la satisfacción de ser alabada por su actuación patriótica. Apenas fueron despachados los helicópteros y asesores a El Salvador, un malagradecido alto funcionario del Departamento de Estado atacó a la prensa por “haber hecho de este suceso algo tan grande” (9).*

a cobertura de eventos internacionales se ha visto también obstaculizada por la censura y otras políticas restrictivas de los gobiernos, así como por el cuidado de su imagen pública y las actividades de agencias de prensa. Las leyes de censura aplicadas a los corresponsales extranjeros se han vuelto más estrictas en muchos casos, y los arrestos, detenciones, expulsiones, intimidaciones y amenazas han acechado a los reporteros extranjeros. Centro América ha sido muy dura con los periodistas internacionales; un informe afirma que 90 por ciento de todos los corres-

pensales extranjeros en El Salvador utilizaban chalecos anti-balas durante la cobertura de protestas públicas dando crédito a la afirmación de Sean MacBride de que el periodismo es la profesión más peligrosa.

Entre principios de 1980 y la primavera de 1981, cinco periodistas fueron asesinados en El Salvador, dos desaparecieron, cuatro fueron heridos, 11 encarcelados y ocho expulsados. Poco antes de las elecciones de Marzo de 1982, cua-

***Los arrestos, detenciones, expulsiones intimidaciones y amenazas han acechado a los reporteros extranjeros.***

tro periodistas holandeses fueron asesinados por soldados; en otro momento se publicó una lista de personas fallecidas en la que figuraban 34 reporteros y un funcionario de prensa de la Embajada norteamericana. Massing escribió que “a pesar de todo lo que habíamos oído y leído antes de venir, ninguno de nosotros estaba preparado para la gran aversión contra el cuerpo de prensa extranjera en El Salvador” (10). Reporteros han sido hostilizados para que cambien sus reportajes para que abandonen el país y los edificios de la prensa han sido ametrallados, entre otras intimidaciones, mientras el gobierno de Duarte hacía callar al personal de prensa local e internacional (11). Guatemala es también un país difícil de reportar donde ha habido muchos asesinatos, raptos y bombas, todo lo cual impresiona a los reporteros extranjeros que observan estos hechos. Los guatemaltecos han negado que los corresponsales enfrenten una situación peligrosa allí. Un asesor legal de una estación de televisión dijo que a pesar de lo que escriba la prensa europea, las operaciones militares guerrillas y las masacres no existen en Guatemala. Coincidió con un empresario local en que los reportajes de la prensa extranjera eran desastrosos para el turismo (12). Una fuente gubernamental fijó en 18 el número de reporteros asesinados entre 1978 y Marzo de 1982, cuando el actual gobierno asumió el poder.

Un ejemplo de gobierno tratando de crear una imagen internacional favora-

ble a través de la prensa extranjera fue el de Somoza en Nicaragua. Después de que Alan Riding, corresponsal del *New York Times*, sacó a la luz pública la corrupción en el gobierno de Somoza, el dictador, a través de sus consultores norteamericanos de relaciones públicas trató de convencer a Riding y a otros corresponsales de que todo estaba bien en el país. Al no funcionar esta medida, trataron de desacreditar a Riding y a sus colegas acusándoles de ser colaboradores de las guerrillas, afirmando que la prensa extranjera estaba confabulada con los comunistas. El siguiente paso fue recurrir a amenazas e intimidaciones (13).

La cobertura de noticias internacionales también se ha visto afectada por el decreciente número de corresponsales en el exterior debidamente preparados y, dentro del país, por editores presionados y a veces culturalmente insensibles, plagados por prioridades de noticias locales y de puntos de vista miopes. Una de las explicaciones que se dan a los pocos corresponsales que representan a los Estados Unidos en el exterior es la crisis económica y los grandes gastos que implica el mantener a un reportero en el lugar de los hechos. Como resultado, los corresponsales han tenido que encargarse de regiones más vastas, lo cual impide aprender las diversas lenguas y culturas de la región, obligándoles a depender de la elaboración de reportes "apagafuegos", yendo de un lugar de crisis al otro.

*A veces los corresponsales se convierten en expertos en un tema y se aferra a él hasta el extremo de excluir otros.*

Algunos periodistas centroamericanos consideran que la región ha sido sometida a "un ataque de medios extranjeros" producidos por corresponsales que actúan como si fueran superiores a los centroamericanos y por manejos comunistas de las prensas estadounidenses y europea. Un abogado guatemalteco que asesora la televisión dijo: "Los corresponsales norteamericanos se sienten superiores a nosotros y quieren que seamos como ellos. Somos diferentes, pero ellos no quieren comprendernos; tienen

*mentes cerradas"*(14).

Un columnista de *Prensa Libre* en Guatemala estuvo de acuerdo en que esta tergiversación es parte de un complot comunista, añadiendo que cualquier país "que se encuentre bajo ataque tendrá mala prensa porque los comunistas así lo desean". Hizo la siguiente pregunta retórica: "¿Por qué esta esparcida por todo el mundo esta tergiversación, y por qué está tan bien orquestada?" (15). El Ministerio de Información de Honduras consideró que su país era "calumniado y difamado" por la prensa extranjera para deteriorar las relaciones y arruinar su reputación internacional.

Nigel Cross, al escribir sobre la prensa internacional en Nicaragua, informa que cuando *La Prensa* fue cerrada por quinta vez, diarios norteamericanos tales como el *New York Times*, el *Washington Post* y el *Wall Street Journal* presentaron su apoyo editorial, habiendo incluso algunos reportes que indicaba que si *La Prensa* se perdía, entonces Nicaragua estaría perdida a las fuerzas de Castro. Cross dijo que eso no era tan simple y que había una gran cantidad de informaciones incorrectas sobre *La Prensa*, no tanto por una conspiración sino por una apremiante reacción de los periodistas tratando de proteger a colegas acosados. Cross indica que todos los grandes medios occidentales presentaban a *La Prensa* como un diario distinguido; sin embargo, en la realidad, éste se concentra en "historias criminales horriblemente detalladas" yuxtapuestas con "ataques contra los sandinistas"(16).

**E**n la reunión de la Sociedad Interamericana de Prensa de 1982, Elliot Abrams, un Asistente del Secretario de Estado, habló sobre un importante problema en el reportaje internacional, a saber, prejuicio por omisión antes que por comisión. Criticó a los corresponsales extranjeros en Centro América, afirmando que no daban suficiente información sobre Nicaragua y que "algunas historias nicaragüenses prácticamente no son cubiertas hoy en día... porque todavía nos estamos concentrando en lo que fue crucial hace un año". Abrams añadió que a veces los corresponsales se convierten en expertos en un tema y se aferran a él hasta el extremo de excluir otros. (17) Por otro lado, Eric Sevareid al escribir en 1953 atribuía el prejuicio en la cobertura internacional a la tendencia de los reporteros a abarrotar sus historias de cargos no confirmados. Según él:

*Nuestra rígida fórmula de la así lla-*

*El prejuicio de la cobertura internacional se atribuye a la tendencia de los reporteros a abarrotar sus historias de cargos no confirmados.*

*mada objetividad... ha dado a la mentira la misma prominencia e impacto que a la verdad; ha elevado la influencia de los tontos a la de los sabios; al ignorante al nivel del instruido; a lo malo al nivel de lo bueno* (18).

Aunque la prensa ha logrado grandes adelantos en la conquista de este problema, éste aún juega un papel en el reportaje internacional.

Debe recordarse que por lo general no hay carencia de noticias internacionales despachadas sobre la mayoría de las regiones del mundo. Los servicios de teletipo proporcionan mucho más artículos de los que pueden ser utilizados. El problema es encontrar editores que los utilicen. Según Reston el problema tenía que ver con la saturación de noticias disponibles, indicando que un editor de noticias en un diario grande no puede leer el millón de palabras que pasa diariamente por su oficina. No se inclinó a culpar a editores que son presionados por reporteros de la ciudad para utilizar noticias locales y por consultores de medios que dicen que el público no está interesado en noticias extranjeras. (19). Hartman considera que los editores carecen de confianza en las noticias internacionales; no están seguros de la geografía y factores relacionados e ignoran hechos.

Quizás algunas conclusiones de una reciente conferencia sobre la cobertura internacional quepa aquí, no tanto como una manera de sintetizar lo anterior, sino más como una manera de enfatizar la diversidad de opiniones sobre lo que constituye una preparación adecuada para la elaboración de reportajes internacionales. Un grupo de reporteros de la Guerra Civil China (1937-1949) que se reunieron 40 años más tarde en la Universidad de Arizona discutieron con historiadores si habían captado la historia de la manera correcta. Las conclusiones fueron que los periodistas norteamericanos:

1.- Eran escépticos de la información del

- gobierno y estaban muy conscientes de los esfuerzos de ambos lados para manipularlos;
2. Tienden a simpatizar con los rebeldes y las víctimas, que lucen más progresistas y menos represivas que el régimen en vigencia;
  3. Tienen intereses o compromisos ideológicos mínimos;
  4. Están mejor equipados cuando poseen talentos periodísticos instintivos en vez de tener simplemente experiencia lingüística, y
  5. Confían en una variedad de fuentes no-oficiales.
- Hay un dilema que los reporteros de

China enfrentaron entonces y que se aplica hoy en Centro América y en cualquier otra parte: “¿Cómo informar lo bueno acerca de los comunistas sin aparecer como pro-comunista ante un lector norteamericano que era anti-Comunista?” Un ‘ardid’ posible era negar que los comunistas chinos fuesen ‘verdaderos comunistas’” (20).

Los corresponsales internacionales están en una situación poco envidiable. Como portadores de malas noticias están sujetos a la ira de los gobiernos extranjeros y de los suyos propios, así como también de sus audiencias. Funcionarios gubernamentales han culpado a

los periodistas de perjudicar la reputación de sus naciones. También en su país el corresponsal extranjero es acusado de provocar las malas noticias que reporta en tanto el público trata de encontrar un chivo expiatorio para los problemas causados por el gran gobierno. Tal como dijo Morley Safer recientemente acerca de la Guerra de Vietnam, “un intento no demasiado sutil de re-escribir la historia y de achacar la culpa a los mensajeros de esa guerra. Justificar las mentiras oficiales de Vietnam” (21).



#### REFERENCIAS CITADAS

- 1.- Carl Hartman, “There’s a Lot of There out There,” *The Quill*, December 1982, pp. 14–20.
- 2.- Alfred Balk, “The World of World News,” *The Quill*, May 1981, p. 15.
- 3.- Daniel Riffe and Eugene F. Shaw, “Conflict and Consonance: Coverage of Third World in Two U.S. Papers,” *Journalism Quarterly*, Winter 1982, pp. 617–626.
- 4.- Marta M. Master, “A Content Analysis of Network Television’s International News Coverage: The World View from 1968 to 1980”, MA thesis, Temple University, 1982.  
Interview, Antonio Najera Saravia, chief of news, Prensa Libre, Guatemala City, Guatemala, June 12, 1983.
- 5.- Balk, op cit.
- 6.- Russell Baker, *New York Times*, June 24, 1981.
- 7.- John A. Lent, “Foreign News in America Media”, *Journal of Communication*, Winter 1977, pp. 46–51.
- 8.- James Reston, *The Artillery of the Press*, New York: Harper and Row, 1967. Reston op. cit.
- 9.- Jonathan Evan Maslow and Ana Arana, “Operation El Salvador”, *Columbia Journalism Review*, May–June 1981, pp. 52–58.
- 10.- Michael Massing, “Central America: A Tale of Three Countries”, *Columbia Journalism Review*, July–August 1982, pp. 47–52.
- 11.- Maslow and Arana, op cit., p. 56.
- 12.- Interview, Oscar Comparini, legal advisor, Channel 7, Guatemala City, Guatemala, June 12, 1983.
- 13.- John Spicer Nichols, “Riding High”, *The Quill*, May 1981, pp. 25–26.
- 14.- Interview, Comparini, op. cit.
- 15.- Interview, Najera Saravia, chief of news, Prensa Libre, Guatemala City, Guatemala, June 12, 1983.
- 16.- Nigel Cross, “Revolution and the Press in Nicaragua”, *Index on Censorship*, February 1982, pp. 38–40.
- 17.- “State Dept. Says Reporting of Nicaragua Affairs Stinks”, *Editor & Publisher*, October, 9, 1982. p. 18.
- 18.- Reston, op. cit., p. 17.
- 19.- Ibid.
- 20.- James Thomson, “Mao’s Revolution 40 years Later: Did the U.S. Press Get It Right?”, *Christian Science Monitor*, 1983, p. 13.
- 21.- Perry Deane Young, “From Saigon to Salvador: Revisionism Reconsidered”, *The Quill*, 1983, p. 7.

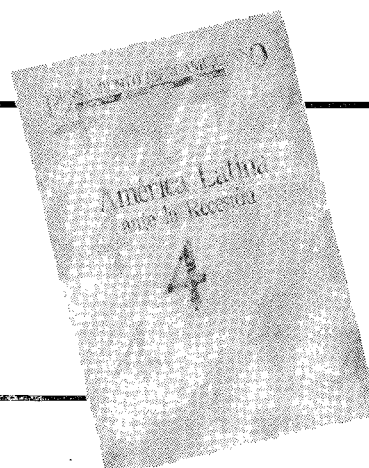


**JOHN A. LENT**, norteamericano, es profesor en la Escuela de Comunicación y Teatro de la Temple University en Philadelphia, USA. En los últimos 20 años ha escrito ampliamente sobre aspectos de comunicación internacional y sistemas extranjeros de comunicación. Sus 26 libros y más de 200 artículos de prensa han sido calificados como trabajos pioneros y trascendentales. Ha realizado investigaciones en Malasia, Filipinas, Corea del Sur, Laos, Japón y últimamente en casi todas las naciones del Caribe.

Dirección: Department of Journalism School of Communication and Theater Temple University Philadelphia, Pennsylvania 19122 U.S.A.

#### Solicitud de suscripciones e información:

“Pensamiento Iberoamericano. Revista de Economía Política”.  
Dirección de Cooperación Económica  
Instituto de Cooperación Iberoamericana.  
Avenida Reyes Católicos,  
4 Madrid - 3



---

---

# HACIA UNA DEFINICION DE LA RADIO EDUCATIVA

---

---

**ANTONIO CABEZAS**

*Este trabajo es una parte de las notas que reciben los alumnos de los cursos de larga duración dictados en Quito por CIESPAL-RNTC para radialistas, guionistas, profesores y productores de América Latina.*

No se trata aquí de dar una definición técnica con toda su jerga de palabras, apta para las aulas académicas. Orientaremos nuestra definición hacia una descripción fenomenológica de las características que dan un entorno único a la radio. Para la universidad dejaremos la definición que da Angel Faus Belau: *"Así pues podemos decir que la radio es un medio de comunicación de ideas-realidades (entornos, hechos, acontecimientos), campos sonoros (reconstrucciones en sentido amplio) e ideaciones culturales, cuya finalidad es facilitar al oyente un contacto personal y permanente con la realidad circundante por medio de su recreación verosímil. Dicha recreación se efectúa a través de la sucesión de productos sonoros radiofónicos elaborados a partir de señales fónicas deformadas pero repetibles (señales en vivo) enviándolas a distancia por medio de ondas con lo que unas y otras son irrepetibles, redundantes en su actuación, deformadas o transformadas, simultáneas, fugaces, multiplicadas por un factor externo al medio y al productor (oyente), materializadas por el mismo, sólo aprensibles a través del oído, en presente y a distancia (no presencia) en unas determinadas condiciones de recepción y dirigidas a un público indiscriminado"* (1).

---

1.) Faus Belau, Angel: LaRadio; Editorial Latina; Madrid 1981; pag 171.

Bien, dejemos estas elucubraciones heideggerianas, para los amantes de las brumas nórdicas y para los que quieren atrapar en palabras una realidad que sobrepasa toda concretización. A nosotros lo que nos interesa como personas de radio, es espumar la sustancia que aparece en este cocido tan hirviendo como es la radio.

## LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACION

Si la radio es algo, es comunicación. La radiofonía fue una exigencia del hombre por estar en comunicación. Recordemos a los barcos en alta mar. Teníamos el teléfono por el que podíamos escuchar la voz, pero el teléfono exigía un hilo, y por consiguiente estábamos muy atados a unos kilómetros de cinta, que como un fideo se podía romper muy fácilmente antes de llegar a nuestro paladar. Teníamos también el telégrafo que podía enviar las señales de morse, sin hilos pero también sin palabra. Hacía falta pues, un invento que recogiera la voz del teléfono y la libertad sin hilos del telégrafo. La radio nace pues, como algo muy buscado para comunicarnos los seres humanos, para hacer partícipes a los otros que estamos a la deriva y nos hundimos.

Debido a la misma realidad de las ondas, —la palabra se transmite instantáneamente—, podemos estar juntos



participando de nuestros hallazgos en fracciones de segundos. La apoteosis de la radio a nivel mundial fue la CRISIS DE MUNICH (1938), fue el primer festival de la comunicación instantánea. Hablaba Hitler en Munich, y a través del sistema **Multiplex**, los comentaristas de Londres, París, Viena y Roma, nos participaban de las reacciones de los gobiernos implicados. La radio que comenzó como una ampliación de las salas de música, poco a poco ha ido buscando su sitio en las noticias, como su razón de ser, su deseo de comunicar el acontecer de nuestras vidas. Cuando apareció la televisión por los años 50, a los radiodifusores se les engrifaron los pelos. Creían que la radio tenía sus días contados. Nada más erróneo. Mientras en el mundo en el año 1976 había 385 millones de televisores, los receptores de radio llegaban a 953 millones. En los Estados Unidos hay más de dos receptores de radio por habitante. En otro estudio realizado en 1959, y recogido por Schramm, de los diez programas más oídos de la radio, ocho eran informativos (2). En cambio, los diez programas más vistos de Televisión, eran todos espectáculos de variedades y películas. La Televisión no tenía entre sus diez mejores programas ningún espacio noticioso. Qué quiere decir esto? Que la radio tiene un puesto todavía de prima donna, en cuanto a comunicación de noticias. Esta misma idea se refuerza con las estadísticas de la CBS sobre la evolución de sus programas.

Lo que podemos concluir de estas estadísticas, es que la radio se siente como pez en el agua, allí donde de una manera instantánea, veraz y eficaz, informa sobre nuestros problemas.

Habría que dar un paso más adelante. Esta comunicación todavía se hace más atractiva, cuando al oyente, no solamente se le comunica lo que está sucediendo en otras partes, sino que además se le da la oportunidad de comunicar también su verdad. Esta intuición básica de comunicación participativa, fue expresada por los clásicos de la radio, como Bertold Brecht en 1932: *“La radio deja de ser un medio de distribución para convertirse en medio de comunicación. Sería el medio de comunicación más maravilloso imaginable en la vida pública, una inmensa red, y lo sería si fuera capaz no solamente de emitir sino también de recibir, de permitir al oyente oír y también hablar y*

*así, en lugar de aislarse, le facilitará el contacto”* (3).

Para la finalidad de este artículo es altamente importante, el conocer que la radio como medio de comunicación, alcanza su grado máximo de comunicabilidad, cuando se hace bidireccional y participativa. Cómo el público, y en nuestro caso, los grupos populares, pueden participar en la programación de una emisora, exige de técnicas muy precisas que cada día se estudian más. Por decir un listado y a manera de demostración enumeraré algunas:

a) **La unidad Móvil:** La más importante de este diminuto trasmisor es la disponibilidad que tiene la emisora para trasladar sus estudios a los más apartados lugares de una región y allí transmitir sistemáticamente. La llegada de la unidad móvil, se debe preparar, hay que

guen las noticias que conforman el entorno sociopolítico de los oyentes. El noticiero popular es el lugar a donde recurren los líderes sindicales, los cooperativistas, los extensionistas de campo, los trabajadores sociales, en fin todo el que está impactando en la región a nivel popular. Para el tema de nuestro seminario, es sumamente importante este noticiero, como un canal de comunicación de la organización popular.

c) **El Drama Vivo:** Se llama drama vivo, al seguimiento, de un problema personal o colectivo donde participan los mismos protagonistas. Es esencial del drama vivo, seguir un caso real, inesperado, que no tenga ya un fin preestudiado, por la sencilla razón de que toda la emisora y sus oyentes, están involucrados en la búsqueda de una solución. El Drama Vivo puede ser dramático y emotivo, como la búsqueda de

EVOLUCION DE LOS PROGRAMAS DE LA CBS			
	1933	1939	1944
Música Clásica	26.9	14.1	12.1
Música de Baile	40.4	43.1	20.5
Dramas (novelas)	11.2	20.1	26.4
Noticias	2.0	3.8	20.4
Variedades (Conc.)	2.6	2.9	14.0
Coloquios	7.0	9.6	2.4
Deportes	1.0	1.2	1.1
Prog. Niños	3.6	2.9	0.4
Gimnasia Radio	2.3	—	—
TOTALES	100 <sup>o</sup> /o	100 <sup>o</sup> /o	100 <sup>o</sup> /o

entrenar al personal local, convocar a las fuerzas vivas, al floklore a los grupos de teatro. Esta fiel compañera, acompaña la región en su quehacer diario. No solamente se traslada en fechas especiales, sino que está lista a zarpar en cualquier momento en que las aguas turbulentas de la región así lo requieran.

b) **El Noticiero Popular:** Frente a los grandes noticieros nacionales, con una carga de noticias poco significativas para la región, el noticiero popular da cabida a los problemas estructurales de la región, a las noticias nacionales e internacionales relacionadas con la vida local. Estos noticieros, necesitan de una pedagogía muy estricta. Se trata de entrenar en largos períodos a personas aptas de la región, para que de una manera organizada y sistemática, recojan e investi-

una señorita de 18 años que desapareció de su casa, o más estructural y serio, como la invasión de tierra hecha por toda una comunidad. Cuando se comienza, nadie sabe si la comunidad tendrá confrontaciones, incluso muertes. Desconocemos si los líderes terminarán en la cárcel y serán torturados. Debemos investigar si los móviles son legítimos o están los agricultores y sus familias manipulados por agentes externos a la comunidad.

d) **El Sociodrama:** Es la representación teatral de un tema hecho en la mis-

2.) Schramm, W.; Mass Communications; Urbana; 1960; pag 414  
3.) Bertold Brecht; Teoría de la Radio; Gesammelte Werke, tomo VIII; 1932; pag. 129

ma comunidad, y transmitido por la emisora directamente o bien en diferido. Lo importante de esta participación es que la comunidad que hace el sociodrama, se convierte en la comunidad profesora. En vez de predicar desde la emisora sobre la maldad de la usura, la comunidad confecciona un sociodrama en que el usurero es el villano de la película. Después se discute sobre el tema, los mismos actores nos dicen por qué actuaron así. Al pasarse por la emisora, otros grupos también pueden opinar. Se pueden hacer paneles de discusión, entrevistas, etc. La emisora deja de dar una lectio magna, para convertirse en fiel servidora de un pueblo que expresa sus sentimientos sobre la usura.

**e) Concursos Populares:** Esta técnica muy socorrida por todas las emisoras comerciales, tiene un enfoque muy particular en la emisora popular. No se trata de hacer un concurso para despertar el interés de los oyentes mediante el ofrecimiento de un premio, sino la posibilidad de que una mayoría de oyentes participen en acciones que les puedan ser útiles para la vida. Por ejemplo, en una región con alta producción de maíz, pero que no lo usa convenientemente, el montar un concurso con todas las implicaciones puede ser una escuela sin muros, de gran efectividad.

**f) Las Campañas:** Esta técnica ha sido mal usada en los años 60 por programas desarrollistas, con el fin de obtener resultados muy concretos: uso de fertilizantes, consumo de harina de trigo, etc. A nosotros nos interesa como técnica para que los oyentes puedan participar en parte de la programación de la emisora. Los líderes, los agrónomos, el hombre organizado del pueblo, puede a través de una campaña movilizar a los oyentes con el fin de reflexionar y solucionar en parte o en su totalidad un problema que se les presenta. El objeto de una campaña va desde sembrar árboles, hasta la alfabetización. Lo importante es que se movilice al mayor número de oyentes posible, a todos los niveles. En la preparación de los slogans, la confección y colocación de afiches, en la estructuración, distribución y estudio de las cartillas explicativas, en el incentivo de implementar una acción concreta, en el participar en los programas radiofónicos de modo que su voz o la de su grupo, salga por la radio. En fin, una campaña popular, que aglutine, anime, y produzca efectos muy concretos. Así la radio se convertirá en un centro de distribución de esfuerzo, de

verdadera comunicación participativa.

**g) Festival Educativo:** Se trata de exponer toda la riqueza cultural de una comunidad dada, mediante la organización de un festival que dura todo un día. La emisora se traslada a la comunidad. Se instala en medio de la plaza y es testigo de las danzas, desfiles de trajes típicos, canciones, sociodramas, concursos, cuentos, almuerzo comunitario, presentación de las figuras más populares, y en fin de todo aquello que constituye el patrimonio de la comunidad. Esta modalidad ha sido usada en Bolivia en el programa ECORA.

Esta y otras técnicas que usan ya las emisoras con garra popular, no hacen más que expresar lo que la radio es: un medio de COMUNICACION entre personas, comunidades y países. Esta realidad hace que en los andamios de la construcción de nuestras ciudades los albañiles tengan colgados sus transistores, los indios pondrán a lomo de su mulo el pequeño transistor, y hasta el estudioso que oye una clase en la universidad tenía su auricular para gritar gol cuando Italia se lo endilgó inesperadamente a los brasileños en el último campeonato mundial de España 82.

#### EL ESTILO PROPIO DE LA RADIO

**E**studiando la evolución de los estilos radiofónicos, nos damos cuenta que la radio nació sin estilo propio. Imaginemos una emisora en 1925. El estudio y la sala de transmisores era una sola unidad. Allí estaba el violinista que tocaba, y cuando se cansaba venía el lector que leía el periódico e incluso se leían novelas enteras: el Quijote en España y Shakespeare en Inglaterra. Los anuncios se leían mientras descansaba el narrador. En aquellos días a nadie se le ocurrió escribir una novela para la radio. Por eso las radios de entonces consistían casi exclusivamente en música y lecturas. Aunque luego hablaremos más detalladamente, pero nuestras emisoras populares de hoy no se parecen mucho a aquellos tropezones de los años 20? Parece que no han pasado 60 años de progreso. ¿No es común oír la lectura de páginas enrevesadas de la Biblia? ¿No es más común todavía, el oír disco tras disco sin ninguna coherencia? ¿Cuántas emisoras tienen estudio de grabación, que es algo así como el horno donde se amasan los programas que luego devorarán los oyentes? ¿Han conocido una panadería sin horno? Pues

yo conozco emisoras sin estudio de grabación.

A los balbuceos de los años 20, siguieron los inventos que poco a poco fueron independizando los estudios de locución de la sala de máquinas. Con la aparición de discos blandos, en 1933, se facilitaba el poder registrar con anticipación algún programa. Ya no había que hacerlo todo en el momento. Cuando apareció el disco, se mejoró la calidad y se quedó sin trabajo el violinista de turno.

*La radio es  
un medio de Comunicación  
entre personas,  
comunidades y países.*

La consola facilitó las mezclas y se pudo comenzar el montaje. Cuando Orson Wells hizo el libreto de la INVASION FROM MARS, ya usó todos los elementos. Con la llegada del magnetófono en 1939, se pudieron hacer montajes perfectos, que sólo por lo insólito de las cosas que se empataban se pudo saber que había aparecido un nuevo sistema de registro. Los alemanes lo usaron en sus alocuciones de Goebbels, y los ingleses se dieron cuenta que había allí un trucaje, pero solamente cuando acabó la guerra supieron de lo que se trataba. Con la unidad móvil se puede transmitir desde el lugar de los hechos. Todos estos elementos hacen del género radiofónico, un género muy especial, que hay que conocer y para el que hay que escribir. Así mismo surgen también los distintos roles: El control de la consola, el montador, el técnico de efectos sonoros, los libretistas, los periodistas y los locutores profesionales.

No hay cosa peor que un literato hablando por la radio. Las palabras enrevesadas, las frases largas, las florituras del lenguaje, harán que el oyente dé vuelta al botón y se ponga a escuchar otra emisora. El lenguaje radiofónico, es corto, sencillo, claro, atractivo e intrigante. No se puede leer por la radio una página literaria tal cual es. O mejor, se

podrá leer pero no respondemos que alguien la escuche. Hay que escribir expresamente para la radio, teniendo en cuenta que con la escritura no termina allí todo el quehacer. La escritura radiofónica conlleva el uso de la música, de los efectos sonoros, de los trucajes, de la composición de escenas. La radio puede traer la voz de un político, con las palabras precisas. Gracias a las tijeras, de todo un galimatías, podremos entresacar lo interesante. Podremos acompañar los sentimientos con música suave que nos enternezca a niveles entrañables. Cuando comenzó la Televisión en Inglaterra, la BBC hizo una encuesta para probar lo que ya se sabía: las ventajas de la televisión sobre la radio. Cuando a un niño le preguntaron, qué le gustaba más la radio o la televisión, contestó: *"Me gusta más la radio por que sus escenarios son más bonitos"*. Lo que se puede hacer con el lenguaje radiofónico, no tiene límites. Se necesitan por una parte genios que descubran técnicas, pero a su vez, los que no lo somos, podemos aprender todo ese lenguaje. El uso de la radio con todas sus posibilidades, fue lo que hizo exclamar a Orson Wells a quien le alababa en demasía la Televisión: *"Ah, pero en la radio la pantalla es mucho más amplia"*. Debemos escribir para la radio sabiendo que es *"un arte visual"*. La imaginación enriquecida por el mundo del sonido, nos hace ver un mundo infinitamente más rico que el fáctico que nos da la vista física.

*Debemos escribir  
para la radio  
sabiendo que  
es "un arte visual".*

No tratamos aquí de dar una clase de estilo radiofónico. Solamente abrir un horizonte. Dejar en claro que la radio tiene su estilo propio, su lenguaje propio, su comunicación propia. Cuando hablamos de educación a través de la radio pensamos en trasladar al micrófono lo que hacemos en el aula. La conclusión es que los programas culturales o educativos son los más aburridos. Lo primero que se le ocurre a un

nuevo director de emisora cultural es enchorizar una serie de programas culturales. Así contrata al agrónomo para que, desde las cinco de la madrugada, bombardee al agricultor con sanas enseñanzas. A las nueve, ya está la trabajadora social dando lecciones al ama de casa. A las diez el médico para que las mamás sepan como cuidar a sus hijos. En fin, el mazacote que sale por esa emisora es todo un ladrillazo que, más que educar, nos amedrenta y nos aparta de toda enseñanza magistral. Mirando nuestras instituciones, cuántos directores al encargar un programa educativo a un profesional, se han tomado la molestia de introducirle sistemáticamente en el lenguaje radiofónico? Puesto de otra manera, cuántos directores piensan que el responsable del programa cultural tiene que ser un hombre de radio profesional, que sea "asistido" por un profesional en la materia?

**T**ratamos de dar la vuelta a la tortilla. Hasta ahora, la radio cultural-popular de nuestra América Latina, ha estado en manos de educadores, para quienes la educación era tan atractiva en sí misma, que con sólo lanzarla al aire buscaría la presa como si fuera un galgo amaestrado. Nada más lejos de la realidad. Ahora tratamos de que personas de radio, tengan dimensiones educativas, y usen el medio en favor de las organizaciones populares. Por otra parte, concebir la educación como una mera enseñanza de materias muy concretas, por más sistemáticamente que se hagan es tener una idea muy estrecha de lo que es la educación de un pueblo. Tener a un grupo social debidamente informado, tanto de sus problemas como de los acontecimientos nacionales e internacionales, es un gran paso en la educación popular. Conocer su música, su folklore, sus tradiciones su historia es otro paso que configura la vida de un pueblo. Proporcionar elementos de juicio para tener una idea política de la coyuntura del momento del país, es un paso gigante en la marcha del pueblo.

Saber que, en la radio, hay un micrófono, que con su cablecito, es un cordón umbilical que me une a mi grupo y a mi nación, es otra lectio magna de humanidades. Sentir el poder de presión de la radio como medio de comunicación social, capaz de hacer cambiar decisiones políticas que hieren los intereses del pueblo, es conocer y manejar mucho los mecanismos de poder.

La radio educativa no se agota con la hora de clase. Sin embargo el primer intento de una emisora popular que comienza, es abrirla por un par de horas que se aprovecharán para verter en ella la esencia de la educación. Una emisora necesita el máximo de horas de estar en el aire, para que realmente sea un medio de comunicación masiva, tal como se entiende en una pequeña región o localidad. La radio es como la droga, una vez que el oyente se intoxica ya no la cambia por nada. Si dejamos nuestra frecuencia muda, nuestro "educando" buscará la emisora comercial que lo drogará de una manera más agradable.

*Si dejamos nuestra  
frecuencia muda,  
nuestro "educando" buscará  
la emisora comercial  
que lo drogará de  
una manera más agradable.*

Tal vez una emisora popular, con ánimo de servir realmente a la organización popular necesite de mucho personal cualificado. No es para menos. Esta clase de emisora, es la moderna universidad del hijo del pueblo. A nadie se le ocurrirá fundar una universidad con una sola persona para que haga de rector, profesor, administrador, portero y barrendero. Como que el status de una universidad exige de por sí, un elenco de personas cualificadas. Pues, bien, la radio, podría ser la universidad abierta para el pueblo. El centro donde la región puede aprender toda clase de conocimientos, discutir toda clase de teorías, una verdadera universidad, en ciencias de la vida.

#### LA FLEXIBILIDAD DE LA RADIO

**P**or su bajo costo y su versatilidad, la radio es el medio de penetración más masivo del mundo. Lo que a primera vista podría ser un punto negativo, su carácter unisensorial, es su más preciado valor. Gracias a que la radio solamente puede usar el sonido, podemos escucharla desde que nos estamos afeitando por la mañana, cocinando al medio día o conduciendo nuestro automóvil mientras nos trasladamos a nuestro trabajo.

Los receptores, de todo tamaño y para todo gusto, están al alcance de nuestros dedos. Podemos entrar a cualquier hora a escuchar un programa y si nos aburre lo podemos dejar con la misma tranquilidad de conciencia, nadie se va a dar cuenta. Bajo este capítulo de flexibilidad podemos aglutinar toda una serie de cualidades, que le dan su toque peculiar:

**Variedad de Programas:** Si recorremos el dial de las emisoras de cualquier ciudad del mundo nos daremos cuenta de la gran multiplicidad de los programas. Los hay de todos los tipos, para todos los gustos, para todas las ocasiones. Hay programas extraños pero de gran audiencia. La **Noche Caliente**, con música al oído, que dirige una locutora de Madrid de una a cinco de la madrugada para hombres que no pueden dormir con sus esposas. Una voz sexy, una música insinuante. En fin, es un hecho que todo el mundo adulto conoce a esta muchachita que se mete entre las sábanas de tantos que sufren de insomnio, Noches Calientes es como llevar a la cama una película pornográfica. En Estados Unidos, los camioneros que transportan containers de costa a costa, tienen programas durante toda la noche, conocen a sus locutores, les llaman por teléfono en la primera parada, les echan chistes y dejan recados. En la radio hay música clásica, semiclásica, popular, rock, de orquesta y de recital. Tenemos programas dramáticos, de noticias, de chistes, para niños y para amas de casa. Hasta hay programas de gimnasia por radio, se puede enseñar a leer y escribir sin la ayuda del maestro, solamente siguiendo las instrucciones de sabios pedagogos radiofónicos. En la radio se reza y se ríe,

*Los programas de la radio son tan variados como son variadas las actividades del hombre.*

se canta y se cuentan narraciones, se dan noticias y se dan avisos. En fin los programas de la radio son tan variados como son variadas las actividades del hombre.

**Variedad de Géneros Periodísticos.** Usando únicamente el sonido, es increíble la cantidad de géneros radiofónicos



En la variedad de programas participan variadas personas.

que tiene la radio. El **periodismo** radiofónico, nos pone al día de los acontecimientos más importantes, no importa donde se produzcan. Su estilo es claro, objetivo, a veces explicativo. El **comentario**, interpreta los hechos y nos da su visión del por qué de los acontecimientos. Analiza, se atreve a predecir una tendencia política, se supone que tiene fuentes especiales. La **charla** es una narración sutil dirigida a un público que parece tomarse de las manos. Puede ser un monólogo puede ilustrar con algunas entrevistas, etc. La **entrevista** consulta a personajes, que son los actores de los hechos, a que tienen conocimientos especiales. La entrevista puede disponer de varios entrevistados con posiciones distintas. Se puede más tarde montar y así aparecerá más claramente la diversidad de opiniones. El **reportaje** contempla la entrevista, los sonidos locales, la narración, la descripción. La **mesa redonda** y el **debate** reúne a varias personas con posiciones diferentes para tratar un tema determinado. El director sabrá coordinar el grupo, evitar divagaciones, encauzar el tema, cortar a tiempo a un panelista aburrido. La **tertulia** (Talk show) es un programa generalmente llevado por dos personas, mejor si es un hombre y una mujer. En él se comenta una variedad infinita de temas, trayendo personajes invitados, leyendo el periódico, repitiendo grabaciones interesantes. La **revista radial**, es un género que se usa mucho en las emisoras culturales. Como en una revista escrita, consta de muchas secciones y tiene una salida periódica. El público encuentra en este mosaico radiofónico una cantidad de temas actuales que despiertan el interés diario. El **documental**,

es un programa estelar de la radio. En el se toca en profundidad un tema. Generalmente no es un programa diario sino semanal. En el se hace gala de todas las técnicas radiofónicas, desde la entrevista en lugares remotos, hasta el descubrimiento de hallazgos increíbles. Con las **dramatizaciones** llegamos a un punto climático y difícil para la radio.

**The invasión from mars**, es el punto más álgido de este género, no sólo atrajo el interés del público sino que le motivó a tomar acciones muy concretas.

**Horas o Sitios:** La Radio puede funcionar las 24 horas del día, en los sitios más inverosímiles, y haciendo cualquier tipo de actividad. No siempre la atención será, igual, pero este poder cambiar de intensidad de atención, posibilita a la radio estar presente mientras estudiamos, mientras conducimos un automóvil o mientras nos disponemos a dormir. Cuántas veces no hemos entrado a una habitación vacía, pero que sin embargo está el radio puesto porque su dueño se olvidó apagarlo. Antiguamente, en las fábricas de tabaco de Cuba, había un leccionario desde donde un lector leía las novelas más interesantes. Con la llegada de la radio, se hizo imprescindible, escuchar a los **Tres Mosqueteros**, o **El Derecho de Nacer**. La radio se puede escuchar en privado o en público, como actividad primaria o como música de fondo que ambienta nuestro quehacer. Con la aparición de las baterías primero y luego con los transistores, la radio salió de las salas y comedores, para corretear por nuestras calles, encaramarse por las montañas en los cinturones de los alpinistas y correr

veloces en las delanteras de nuestros automóviles. Los casi mil millones de receptores, toman otras tantas formas, ubicados en todos los confines de la tierra. Su fabricación barata, hace que esté al alcance del más humilde ciudadano.

**La Radio es un Sistema Abierto:** Por su naturaleza, la radio está abierta por los cuatro costados de modo que no puede atrapar a nadie en una frecuencia determinada. Es como si quisiéramos que todos miráramos para el mismo sitio mientras caminamos. A golpe de nuestros dedos cambiamos de emisora con la misma facilidad con que respiramos. Es tan grande la tentación de saber que en este mismo instante hay unas 30 emisoras ofreciendo infinidad de cosas, que al menor signo de aburrimiento, allí estamos cambiando de programa, poniendo los cuernos a quien debería ser nuestra compañera de por vida. Alguna secreta atracción debe tener eso de cambiar de emisora. Resulta ser que en Colombia, Radio Sutatenza, distribuyó cientos de receptores con frecuencia cautiva. Sólo se podía escuchar "La Voz del Campesino". A pesar de esta limitación física, los humildes agricultores descubrieron cómo liberar su frecuencia, y era el primer rito sacramental, destripar el radio y dejar libre de frecuencias como

los pájaros del cielo. En las múltiples evaluaciones hechas del sistema educativo de Radio Sutatenza, tal vez el elemento más negativo que se encontró fue precisamente éste, la de querer amordazar al dial, para que no hablara más de un voz.

## CONCLUSION

La radio, ha llegado a nuestros días, como un medio masivo sin igual, con una movilidad increíble y una clientela cada vez mayor. Como medio de masas, crea movimientos de opinión pública con una incidencia significativa en la vida política de los países. Los grupos populares, tienen la posibilidad de usar el medio, siempre y cuando se trate de instituciones poco costosas, fáciles de manejar y con carácter muy local. Pasada la euforia de las grandes emisoras de ámbito nacional, la tendencia hoy día es la de concentrarse en lo local, haciendo federaciones para ciertos servicios, como las noticias internacionales y las nacionales que se originan en los centros de decisión.

Bajo el punto de vista educativo, la radio ha sido usada, no como radio, sino como altavoz que da más fuerza a la cátedra del aula. La radio tiene su estilo propio. Los educadores deben "educarse radifonómicamente" porque

son analfabetos de las más elementales normas radiofónicas.



**ANTONIO CABEZAS ESTEBAN**, español, experto en comunicación participativa, se graduó en "Social Leadership" en Antigonish, Canadá. Por diez años fue Director de Radio Santa María en la República Dominicana. En la actualidad es uno de los expertos que Radio Nederland tiene en CIESPAL para la implementación del proyecto de cooperación técnica entre los gobiernos del Ecuador y del Reino de los Países Bajos. Dirección: CIESPAL Apartado 584 Quito - Ecuador.



(4 números —

1 año):

Venezuela . . . . .	Bs 90.00 (aéreo)
América Latina . . . . .	\$ 26.00 (aéreo)
Estados Unidos . . . . .	\$ 26.00 (aéreo)
Europa, Canadá . . . . .	\$ 29,75 (aéreo)
Africa . . . . .	\$ 32.00 (aéreo)
Asia y Oceanía . . . . .	\$ 34.50 (aéreo)

**Bs 20,00**

Los pedidos de ejemplares, suscripciones, etc. al igual que cheques de Gerencia o giros postales deben enviarse a:  
Boletín "Comunicación"  
Apartado 20133 — Telf.: 42.40.01  
CARACAS (1020) - VENEZUELA



# ¿UNESCO SIN EE.UU.?

## LA UNESCO NO ES GUIA

Por Barbara Tuchman

Los Estados Unidos tuvieron razón al anunciar su intención de retirarse de la UNESCO. Suponer que nosotros participaríamos, para no hablar de apoyo activamente, de las regulaciones propuestas en la Conferencia de Comunicaciones de París sobre el control de la distribución de noticias, es esperar que escupiesemos en nuestra sopa, si me excusan tal vulgaridad, y estoy contenta y orgullosa que no lo hayamos hecho.

Los estudiantes y aprendices de periodistas y otros que aquí vienen a través de intercambios internacionales a estudiar y trabajar quedan alborozados al apreciar un sistema político no autoritario y la libertad de expresión que encuentran. La dificultad surge cuando vuelven a su patria y hallan restricciones a la libertad de opinión y medidas para controlar el pensamiento en vez de las libertades de que gozaron en sus roles aquí. (. . .).

Desde el punto de vista de un ciudadano norteamericano, que al nacer tiene garantizada por la constitución la libertad de opinión y de prensa, esta tendencia hacia el totalitarismo en países del Tercer Mundo es triste, desagradable y no está dentro del interés norteamericano, ni creo que sea interés de ellos tampoco. Ni así piensan, se me ha dicho, muchos de sus propios compatriotas. Si apoyásemos el programa de la UNESCO para controlar a los periodistas, estaríamos cediendo a demandas de países que recién logran la independencia nacional para violar nuestras proleves de la libertad de prensa (. . .).

Si comprender (los problemas de los países del Tercer Mundo) significa aceptar medidas que violan nuestros principios básicos, entonces la respuesta es No. Una vez que se le permite a un Estado el derecho para controlar las mentes de sus ciudadanos, no hay nada que lo detenga hasta controlar sus cuerpos, sus vidas y las libertades individuales.

Sin duda, la libertad de expresión y

(La autora presentó estas opiniones, adaptadas aquí, en las Naciones Unidas el jueves 19, en la ceremonia conmemorativa del Bicentenario de la State University of New York (nota del NYT). CHASQUI presenta fragmentos del artículo publicado en el New York Times el 22 de enero de 1984).

de prensa tiene sus usos, y Norteamérica no va a abandonar estos principios. Cualesquiera sean nuestras limitaciones en este campo, los Estados Unidos siguen siendo el país de mayor libertad individual y política del mundo (. . .).

Los países del Tercer Mundo pueden justificar las regulaciones propuestas sobre la base que la obligación del periodista es servir al Estado y por tanto deben tener el derecho para determinar qué periodistas son aceptables dentro de sus fronteras. Escuché el mismo argumento en China respecto a historiadores que estaban siendo formados, se me dijo, para escribir la historia en una versión que sirviese los intereses del pueblo. Como historiadora sentía que se me helaba la sangre. El deber principal de un historiador es servir los intereses de la verdad -contar como fue verdaderamente (. . .).

**NEW YORK TIMES, CARTAS AL EDITOR, 31, I, 84.**

**Leonard R. Sussman**

**Director Ejecutivo de Freedom House.**

Al Editor:

La resonante defensa de la libertad de prensa que hace Barbara Tuchman es admirable, pero su premisa inicial es simplemente falsa. Ella basa toda su argumentación para el retiro de los Estados Unidos de la UNESCO en "las regulaciones propuestas en la conferencia de París sobre comunicaciones para el control de la distribución de noticias".

Escribo quizás como el mayor crítico norteamericano en los últimos 8 años de los programas de comunicación de la UNESCO. Más aún como miembro de la delegación de Estados Unidos a la Conferencia de París negocié varias de las cuestiones de comunicaciones.

Para que no se me vea como alguien con prejuicios hacia o en contra del resultado de esas negociaciones, debiera notarse que el Comité Mundial de Libertad de Prensa, la revista *Editor and Publisher*, varios editorialistas de periódicos y las columnas noticiosas del Times reportan que por primera vez en años estas negociaciones de comunicaciones favorecieron en general la posición de la prensa libre occidental.

En efecto las supuestas "regulaciones propuestas" de la Sra. Tuchman fueron los borradores de la Unión Soviética, y

no de la UNESCO y sin duda alguna no fueron las del Tercer Mundo. Ella parece culpar a los países en desarrollo por los intentos de la Unión Soviética de explotar su deseo a favor de mejores facilidades comunicativas y flujos de información. Las "regulaciones" soviéticas fueron dejadas de lado con la ayuda activa de países del Tercer Mundo y del Secretario de la UNESCO (presumiblemente bajo instrucciones del Director General M' Bow.).

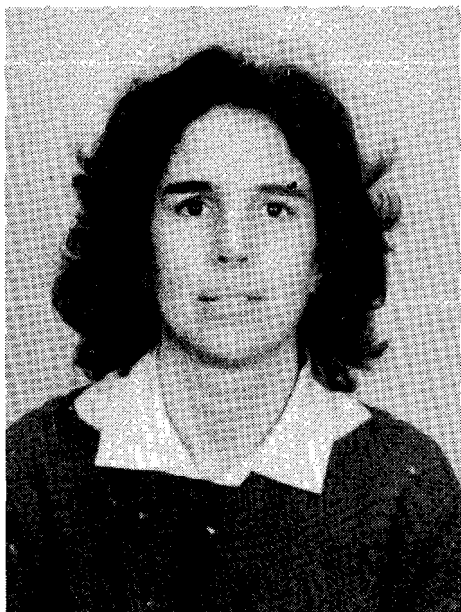
Hubo 49 Resoluciones de Comunicaciones (no "regulaciones" como dice la Sra. Tuchman; la diferencia es crucial porque las resoluciones de UNESCO no tienen el poder coercitivo que la palabra "regulación" implica). De estas 49 resoluciones 33 (incluyendo aquellas de los Estados Unidos y países amigos) no eran objetables a los defensores de la libertad de prensa. De los 16 restantes las peores introducidas por la Unión Soviética y los alemanes orientales - fueron retiradas sin que siquiera llegasen al debate.

Desde el punto de vista positivo, es la primera vez en una década que la Conferencia General Bianual no fue una "conferencia de comunicaciones" como plantea la Sra. Tuchman ya que aprobó programas para estudiar el rol "guardián" de la prensa, examinar la censura gubernamental y tratar el controvertido "Nuevo Orden Mundial de la Información" como un proceso en evolución más que una serie de "regulaciones" que de algún modo la Sra. Tuchman invoca. Cada uno de esos programas representa una ganancia para los que apoyan la libertad de prensa.

Al terminar la Conferencia, el Comité Mundial de Libertad de Prensa escribió: "Si alguien está buscando en esta conferencia un asalto a los medios suficientemente serios como para justificar un retiro de los Estados Unidos de la UNESCO, no lo encontrarán".

Estoy de acuerdo. Ni el Comité Mundial de Libertad de Prensa ni Freedom House creen que la lucha por las comunicaciones ha terminado en la UNESCO o en el mundo externo. Pero esa lucha es mejor que se conduzca sobre la base de realidades. La Sra. Tuchman es una historiadora muy respetada como para unirse a la compañía de aquellos que se retirarían de la UNESCO sobre la base de información falsa o engañosa.

( Ver Sección Noticias)



## LA TEL UTOPIAS Y

*Las diferentes opiniones sobre el tema televisión con sus múltiples cuestionamientos sobre para quién, cómo, cuánto, desde dónde, etc. siguen ocupando tanto a investigadores de la comunicación como a los personeros de los diferentes canales y empresas que diariamente ofrecen su programación a millones de televidentes.*

*Las posiciones son divergentes en muchos aspectos y esto hace que el debate se enriquezca permanentemente, más aún con la nueva problemática que ahora representa la introducción paulatina pero constante de nuevos equipos, sistemas televisivos*

### ELIZABETH FOX

**A** cabo de asistir en Buenos Aires, a un concurrido encuentro\* de investigadores latinoamericanos de la comunicación, en la que durante cuatro días y medio de discusiones, nadie dijo una sola palabra acerca del flujo internacional de programas televisivos en la región, provenientes de Estados Unidos o, (para el caso), de cualquier otro país. Quizás asistí a la reunión equivocada si quería escuchar más y examinar los nuevos índices que trazan la evolución de la dependencia cultural en América Latina, un área y un tema en los cuales se ha basado la mayor parte de mi propia investigación. Tenía curiosidad por saber qué había pasado con el imperialismo cultural y por qué este punto parece haberse convertido en la preocupación exclusiva de los investigadores del Norte. Sin embargo, considero más interesante preguntar aquí por qué un grupo de grandes especialistas en comunicación habría dejado a un lado los temas de dependencia cultural, y, específicamente,

el del flujo de televisión internacional.

Durante los últimos diez años, el debate internacional sobre comunicación se ha centrado en dos temas, a saber: el nuevo orden internacional de la información, sus corolarios y reputaciones; y las políticas nacionales de comunicación. Los artículos presentados en este número de CHASQUI consideran diferentes aspectos de la programación de televisión en la región. Algunos dicen que el flujo sigue igual con variantes, otros dicen que no hay que culpar al flujo, sino que hay que analizar las condiciones internas de cada país. Sin poner en discusión la existencia de programas norteamericanos de televisión en la región, me gustaría hacer una reflexión sobre por qué este punto ha dejado de ser un tema candente entre los investigadores latinoamericanos de la comunicación, cuáles son esos puntos candentes, y, finalmente, cómo puede el estudio detallado de éstos últimos contribuir a nuestra mejor comisión del flujo televisivo internacional.

Los medios han dejado de ser el centro de atención dentro del campo de investigación de la comunicación en Amé-

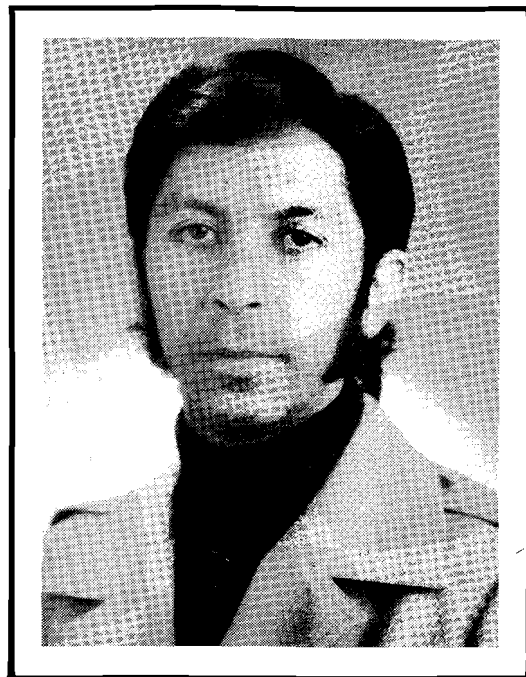
rica Latina. Hay un distanciamiento del análisis mecánico de los medios, su historia y su tecnología, fuera de contexto, hacia el estudio del campo más amplio: el de la cultura, sobre todo la cultura popular y los medios de comunicación como una parte de ella. Hay un cambio de dirección dentro de la investigación. En un principio, el campo de la comunicación estaba guiado por teorías controvertidas, conflictivas y no siempre claramente definidas. Los medios eran analizados en función de su rol en alcanzar educación o modernización, o en su rol de causa de alienación o imperialismo cultural. Hoy en día, la comunicación y los procesos culturales son analizados dentro de los movimientos y organizaciones sociales. El punto central radica en el proceso de recepción y en el contexto dentro del cual se produce la comunicación. El análisis político y social precede el grado de transferencia de información; la dimensión política de la democracia o de la participación prevalece sobre las de modernización y

pasa a la 36

# TELEVISION: REALIDADES

y tecnologías.

*Por eso, en esta sección de CHASQUI presentamos los puntos de vista de dos expertos que trabajan esos temas desde hace años: Elizabeth Fox en la investigación de esta temática y Lolo Echeverría en el ajetreo diario de un canal de televisión ecuatoriano. Sus opiniones son divergentes en muchos aspectos por lo que logramos de esta manera una verdadera Controversia que despertará, seguramente, el interés hacia nuevos campos de investigación y análisis.*



## LOLO ANTONIO ECHEVERRÍA

**E**n el ámbito de las comunicaciones y particularmente en la televisión se ha llegado al divorcio de la teoría y la práctica. Veamos muy ligeramente cómo ha ocurrido y a dónde nos lleva esta desgracia.

Las teorías no pueden pasearse entre las cosas, son ideas que intentan explicar provisionalmente el orden de los fenómenos. El teórico debe ubicarse a cierta distancia para obtener una determinada perspectiva. Esto es comprensible y aceptable, pero colocado el teórico a distancias siderales pierde sentido por doble partida. Primero se ubica a la ignorancia del diario quehacer al cual trata de darle una explicación y segundo porque sus teorías se convierten en soles fríos cuya luz y calor no llegan al mundo real.

Esta terrible ineficacia de las teorías de las comunicaciones queda en evidencia cuando vemos pasar de moda teorías que ni siquiera llegaron a inquietar a los que abajo pugnan con las realidades.

De pronto, como expresa Elizabeth Fox, los especialistas dejan de hablar de los temas que venían tratando obsesivamente y que habían consagrado como los temas candentes de la época. En cualquier congreso o simposio se decide que ha llegado la hora de cambiar el objeto de los estudios y muchas teorías se encuentran sin destino. Los que habían basado gran parte de sus investigaciones en hipótesis nunca comprobadas o resultados parciales de teorías que ya no volverán, no encuentran otro camino que comenzar de nuevo y acudir con urgencia a nuevos simposios y congresos para "ponerse al día".

A decir verdad esto no ocurre al azar, con frecuencia el peso aplastante de la realidad revienta teorías anémicas o simplemente les niega a los especialistas el tiempo que requiere la formulación de una teoría coherente y general. Es el precio que obliga a pagar el mundo vertiginoso de la televisión. A 50 años de su nacimiento se ha convertido en un monstruo que amenaza con devorarse a sí mismo.

La inexorable marcha del progreso técnico ha descontrolado al mundo en-

tero, esto que ocurre allí donde se generan los inventos ocurre con más rigor en América Latina.

Sin entender lo que está pasando en el ámbito de la tecnología es inútil, creo yo, tratar de explicar lo que ocurre con las teorías y finalmente en la gestión concreta de los medios.

**L**a técnica ha inventado máquinas prodigiosas que nos hacía creer, cada vez, que asistíamos a la hora más gloriosa de la era y disponíamos ya del medio efectivo para captar el poder total. En el mismo momento de su triunfo, la tecnología lanza al mercado un nuevo invento que deja en desuso el anterior. Así ocurrió y así sigue ocurriendo. Han sido 50 años de marchas forzadas en los que literalmente no hubo tiempo para mirar atrás.

Esta sencilla descripción del progreso técnico esconde toda una gama de problemas, éstos sí temas candentes para teóricos, profesionales, empresarios y usuarios.

pasa a la 37



dependencia.

En general, tal como lo observó Jesús Martín (1), hay un distanciamiento de la tendencia a definir el campo de la comunicación a partir de una teoría general, y la comprensión de que la comunicación debe ser definida a partir de las mismas prácticas sociales de comunicación. Estas prácticas sociales de comunicación en América Latina van más allá de los medios y penetran en el terreno de los procesos políticos, religiosos y creativos. Es a través de estas prácticas que las clases más populares hacen resistencia y responden a la cultura dominante.

**A** primera vista parece haber una vuelta a la investigación del lado de la recepción dentro del paradigma clásico de comunicación. Sin embargo, lo que ha ocurrido es mucho más que un simple examen de un receptor no-pasivo o de los usos y gratificaciones del receptor de comunicaciones. La investigación estudia la interacción de los procesos de comunicación con los otros procesos sociales a los cuales está expuesto el individuo, y la decodificación que se produce a nivel individual con la recepción de mensajes.

Algunas de las primeras investigaciones están siendo cambiadas por completo. En vez de estudiar, por ejemplo, los "efectos" de las novelas en las actitudes de los emigrantes rurales que llegan a Lima, los investigadores estudian el impacto de la cultura popular de los barrios marginales de Lima en la producción de novelas en los medios masivos. Se analiza la asimilación de la cultura popular y de los mitos y memorias de sectores históricos de la sociedad peruana, por parte de los medios masivos. Finalmente, en términos del receptor, en vez de estudiar cómo los medios masivos influyen en las costumbres, hábitos y creencias de las masas, los investigadores se preguntan a sí mismos cómo las masas utilizan los medios masivos con fines distintos a los propuestos por sus autores o propietarios.

rios.

La mayor parte de la discusión sobre el flujo de comunicación a nivel regional o internacional—así como también la discusión sobre las políticas nacionales de comunicación—está basada en un concepto estático e incuestionable de la nación o del estado. Tal como en el caso de otras ramas de las ciencias sociales en América Latina, durante los últimos diez años el estado y el concepto de nación y nacionalidad han sido puestos en tela de juicio.

Con el cambio del objeto de los estudios de comunicación, de los medios al receptor y los procesos de formación de cultura popular, el concepto estático de nación ha cambiado. La olvidada heterogeneidad cultural de los países, o la conflictiva y a veces autoritaria y no-representativa naturaleza del estado que forman parte hoy en la investigación, en la comunicación, haciendo imposible el

*"Los investigadores se preguntan a sí mismos cómo las masas utilizan los medios masivos con fines distintos a los propuestos por sus autores o propietarios".*

considerar los conceptos de nacional y no-nacional como categorías significativas.

Los estudios sobre la historia y la economía de los medios en América Latina realizados hasta ahora han examinado, en su mayoría, los aspectos mecánicos y externos de la historia. Han calculado el aumento de receptores. Dichos estudios han elaborado listas de inversiones e ingresos publicitarios. Pocos estudios han intentado analizar las relaciones existentes entre el desarrollo de los medios en sí, y la evolución y mutaciones de los movimientos y organizaciones sociales en un país o contexto particular. La investigación en la comunicación se está orientando hacia este análisis. Las políticas de comunicación están siendo estudiadas dentro de aquellos procesos de centralización política de países y sociedades en los que culturas precedentes son homogeneizadas en una

cultura masiva, y en los que se desintegran culturas populares.

Los investigadores se están dedicando a estudiar las raíces de las experiencias populistas en América Latina, y el uso y orígenes de los diferentes procesos de comunicación en estos regímenes.

**E**n resumen, el objeto de los investigadores de la comunicación—a los que se han unido historiadores, antropólogos y estudiantes de cultura—es comprender la cultura masiva y un producto de los cambios sociales y económicos de los países de la región, y como un campo en el que se desarrollan los diferentes movimientos políticos y conflictos sociales.

Uno podría preguntarse qué tiene esto que ver con el simple problema del flujo de programas enlatados de T.V. de un país a otro, o más específicamente, de los Estados Unidos a América Latina. Básicamente esto complica la cuestión. Ya no se trata de cuantificar el flujo y de regocijarse si el nivel baja o sube según la fuente o el país. El contenido de los medios masivos se convierte en un factor, en una consideración que hay que tomar en cuenta en la rica y variada "sopa" de cultura popular. Es también una sopa que cae diferente según quién la tome y lo que tenga ya en el estómago.

Las etiquetas están mal puestas. ¿Qué significa hecho en México, hecho en Brasil o hecho en USA, en términos de la compleja interacción de conflictos sociales, intereses e historia cultural que se refleja en el contenido de cada programa enlatado o vendido, o en su recepción?

En Argentina o en Chile, durante los días de dura represión, ciertos programas de televisión norteamericanos fueron prohibidos por subversivos. En otros países estos mismos programas fueron considerados imperialistas. ¿Son los programas de hecho diferentes, o acaso los procesos sociales y políticos donde llegan los perciben de forma distinta?

En el análisis realizado actualmente sobre el flujo televisivo, es imposible saber si uno debería desesperarse o regocijarse ante las estadísticas que señalan una creciente penetración de dibujos animados japoneses en la televisión latinoamericana. En realidad, los parámetros de nacional o extranjero dicen muy poco acerca de autonomía cultural y menos aún sobre democracia. De la misma manera resulta difícil determinar el significado de el predominio mejicano en el flujo de programas de televisión la-

\* II Reunión Comisión de Comunicación de CLASCO, Buenos Aires, Sept. 12-16, 1983.

(1) Jesús Martín, "Comunicación, Pueblo y Cultura en el Tiempo de las Transnacionales" presentado en la II Reunión de la Comisión de Comunicaciones de la CLASCO, Buenos Aires, Sept. 12-16, 1983.

tinoamericanos que penetra en el mercado norteamericano, o el eventual impacto que se produce en los 20 millones de hispanos en Estados Unidos al ver programas de países extranjeros. Estos cambios sólo pueden ser evaluados dentro de una conceptualización más amplia de cultura y en conjunción con una comprensión de las organizaciones sociales y políticas de los televidentes. Por ejemplo, Antola y Rogers señalan que Argentina y Perú han experimentado un creciente aumento en el nivel de importaciones de programas de televisión de Estados Unidos desde 1973. Esta amplia afirmación ignora los procesos

que se produjeron en esos dos países durante los últimos diez años. Argentina fue testigo de la gradual destrucción de una industria de cultura nacional y de la imposición de una severa dictadura militar. Perú, por su parte, fue testigo de una vuelta a un régimen democrático y de una gradual anulación de muchas medidas nacionalistas impuestas en los medios bajo el régimen militar anterior. Sin embargo, ambos países mostraron aumentos en contenidos extranjeros. Como investigadores de la comunicación esto era todo lo que nos preocupaba hasta ahora.

Hoy en día, tal como observa Martín,

los investigadores de la comunicación, con menos seguridad y más dudas, están cuestionando las categorías anteriores y están buscando junto con sus colegas de las ciencias sociales definiciones más complejas del campo de la comunicación que reflejen su pluralismo, sus procesos no siempre lineales, su diversidad de razas, religión, sexo, edad, así como también territorio, su variedad de escenario y su multiplicidad de medios.



viene de la 35

Los nuevos sistemas de comunicación que van apareciendo vienen con la aureola mágica de ser la respuesta a las distintas y contradictorias aspiraciones.

El cable quiere responder a las inquietudes de la ciudad moderna a la que le llegan todos los servicios a domicilio, el videocassette es la culminación de las aspiraciones del ciudadano ultramoderno capaz de elegir en su videoteca personal lo que quiere ver.

El satélite es sin duda el más discutido y contradictorio. Los estados sospechan por la violación de su espacio de el éter, los ricos verán como un lujo que traerá políglotas informaciones de todos los puntos del planeta, las masas pobres pensarán que es la panacea, y la UNESCO descubrirá aquí su función armonizadora de los flujos de comunicación.

Al usuario las máquinas proporcionadas por la tecnología enseguida le son familiares pero solo superficialmente. Sabe en el fondo que son apenas terminales de un complicado sistema que desconoce y cuyo misterio nunca le será revelado.

Los profesionales de los medios se encuentran, en cambio, en el centro del sistema, en sus mandos y controles. Allí suenan unos con la libre expresión de todos sus talentos y con el dominio y el poder otros.

En América Latina el drama del actual desarrollo técnico es inquietante y aun aterrador. Sistemas implementados a medias con personal a duras penas familiarizado con sus equipos intentan

elaborar los fundamentales contenidos propuestos por los teóricos y esperados por las masas. Cuando se cree haber aplanado un sistema, he aquí que un mundo nuevo se presenta, nuevos sistemas, diversos aparatos y mayores expectativas dislocan lo establecido. Tratando de tomar el tren en marcha todo en Latinoamérica va rezagado, sólo el progreso no se detiene.

*"Tratando de tomar  
el tren en marcha  
todo en Latinoamérica  
va rezagado, sólo  
el progreso se detiene".*

Cómo fue posible, en estas circunstancias formular una teoría general de las comunicaciones? Cuando los expertos estaban tratando de auscultar el significado, los alcances, la influencia, el lenguaje y los efectos de una técnica, ya que ella había pasado a ser obsoleta. Mientras los especialistas filosofaban sobre un sistema, los profesionales se debatían tratando de manejar otro. El divorcio entre la teoría y la práctica se hizo insalvable.

Teorías desligadas de la realidad y asentadas en caprichosas corrientes de opinión, era natural que perecieran.

Lo más grave es un clima de derrotismo, casi nadie se atreve a emprender una teoría general de las comunicaciones. Esto es lo que realmente necesitamos para distinguir lo circunstancial de lo esencial.

Durante más de 10 años ha sido la moda entre los investigadores el tema de la dependencia cultural. A este mal se le achacaron todos los vicios de los medios, desde el retraso técnico, pasado por la mediocridad de los contenidos, hasta la incapacidad del usuario para digerir contenidos valiosos. Se hicieron profundos estudios y se publicaron estadísticas acerca de los flujos internacionales de televisión. El nuevo orden internacional de información nació como la reivindicación lógica y el rescate del Tercer Mundo.

Seguían hablando del tema cuando América Latina ya era productora y exportadora de programas. México, Argentina, Brasil, Venezuela, Colombia, Perú, Chile y otros países exportan programas haciendo complejo y dinámico el flujo internacional de televisión. Los expertos tuvieron que admitir que el imperialismo cultural no es la caja pandora de donde se puede extraer la explicación de todos los problemas.

Los medios han dejado de ser el centro de la atención, los especialistas han cambiado la dirección de su camino. El ejército de investigadores decide emprender una aventura más profunda y marcha al interior de la selva cultural. En adelante se interesarán en los procesos políticos, religiosos y creativos.



En causa común con los historiadores, antropólogos, sociólogos, etc, se interesan en la verdadera naturaleza del estado y la democracia, la cultura popular, las raíces del populismo y los conflictos sociales.

*"Los medios, como todas las demás instituciones, cargan los defectos y los vicios del mundo en que nacen y al que sirven".*

Interesante dirán los profesionales con escepticismo, quizás hasta se pierdan en la selva o tal vez salgan con estudios de historia, sociología o antropología. O tal vez con bandos políticos. Como sea, se habrán percatado de que los medios sólo son parte de algo más grande y complejo y que nadie, ni con los milagrosos instrumentos de la técnica, está en capacidad de manipular. Los medios, como todas las demás instituciones cargan los defectos y los vicios del mundo en que nacen y al que sirven. Los temas candentes se han enfriado. Pero hay otros temas que deberíamos estudiar para que la televisión que proporciona como se ha dicho, cultura fragmentada, no se deshaga ella misma en fragmentos.

**S**i hemos tenido toneladas de estudios teóricos sobre la comunicación social es por la fascinación que nos provocan los nuevos medios, particularmente la televisión. Han ejercido en nosotros una influencia incuestionable, han cambiado conductas individuales y sociales, han alterado el mundo. Vemos, por otra parte, su inmenso potencial que a veces parece ilimitado y no siempre atractivo. El desarrollo tecnológico alimenta continuamente nuestra fascinación por la novedad.

Creo que es necesario matizar estas consideraciones poco discutidas hasta ahora. Los medios que llamamos nuevos ya no lo son en realidad. Para los ancianos todas estas cosas son nuevas, pero para los jóvenes que nacieron cuando estas técnicas sofisticadas ya estaban

allí, esto es lo de siempre. De allí nace la paradoja del viejo que se comporta ante la televisión como un maniático traga imágenes pero al mismo tiempo la crítica con extrema dureza pensando en el daño que hace a los jóvenes. En realidad los jóvenes ya no se entusiasman por la televisión, para ellos es apenas algo más que un mueble de la casa.

Nadie puede negar el poder transformador de los medios. Hemos visto transformarse el mundo ante nuestros ojos. Pero los expertos han llevado a estereotipos falsos de los medios exagerando su rol y caricaturizando sus efectos.

El consumidor pasivo de imágenes no existe. Todo ser humano se comporta como receptor, transformador y transmisor de informaciones. Las posibilidades del ser humano han sido planteadas en forma negativa por eso se considera despersonalizante el rol de los medios al atosigar con informaciones al receptor sin darle tiempo ni medios para digerirlas. Aquí cabe plantear la pregunta: ¿Cuándo el ser humano está más manipulado, a través de la incultura y la ignorancia o a través de los conocimientos? En otras épocas se ha manipulado a través de la ignorancia para evitar precisamente que el receptor piense. Desde el manejo diario de la información televisada he llegado a la persuasión de que ningún medio ha logrado como la televisión desarrollar la capacidad de análisis crítico. Los hechos presentados desde distintos ángulos por distintos medios en competencia sumado al rol de la prensa y la radio han colocado al receptor en una posición independiente y analítica. La visión de las imágenes se comenta en el grupo familiar y cada uno se hace su juicio sobre los acontecimientos. Aquí tiene su explicación más sencilla la variación que se ha producido en el campo político, cultural y en la organización y participación social. El ser humano ha ganado en capacidad de integrar con coherencia el desarrollo de su propia personalidad.

Esto contrasta con lo que dicen los especialistas. Si nos tomáramos el trabajo de juntar todas las características negativas de acuerdo con el diagnóstico de los especialistas y tratamos de averiguar cuál es el receptor que le corresponde a ese emisor alienante, manipulador, impositivo, etc. etc. . . . . Dios Santo, esa masa yerta, condicionada ignorante . . . . . eso somos nosotros! porque todos nosotros somos ese receptor.

Parece evidente que se ha exagerado al considerar a la era de la televisión como la causa primaria y suficiente de toda una serie de consecuencias sociales que todos desaprobamos. Los profesionales no nos sentimos culpables pero tomamos en serio las opiniones y recomendaciones de los especialistas y hemos tratado de imaginar, por ejemplo, esa televisión utópica que está implícitamente contenida en la crítica. Si juntamos todas las características sugeridas por los expertos en una organización, viene a resultar una tiranía protectora de la audiencia pero no un instrumento de ningún tipo de cultura.

Otro tema digno de reflexión es el poder de los medios de comunicación y las inquietantes potencialidades futuras. Cuando sicólogos y comunicólogos proyectan sus espantables predicciones acerca de un mundo dominado por las redes de comunicaciones manipuladas, los profesionales se paralizan pensando en la responsabilidad que les corresponde. Por suerte, la realidad más discreta que las pesadillas retiene al profesional en el ámbito del sentido común.

*"Los adelantos técnicos no se acumulan, aunque cambian y se transforman no necesariamente se incrementan."*

La estructura y la historia de los sistemas de comunicación coinciden con los del mundo. Nuestra civilización se perfecciona y se transforma atropelladamente y donde se instala el poder se manifiesta también la fragilidad y la crisis sigue siendo la alternativa del desarrollo. El futuro no será tan espantable como se imaginan los que le temen ni tendrá el poderío que suponen los que esperan con ansia utilizarlo a su favor. Los adelantos técnicos no se acumulan, aunque cambian y se transforman no necesariamente se incrementan.

La tecnología puede seguir creando aparatos pero cada vez serán menos entendidos, menos utilizados y antes de

llegar al divorcio total entre la técnica y su entorno, el misterio de la libertad humana o el determinismo de la historia, habrán encontrado otros caminos. El progreso de los medios técnicos conduce al deterioro de los contenidos, este es el cáncer de los actuales sistemas, por eso es utópico proyectar indefinidamente el progreso hacia el futuro. Los sistemas de comunicación afrontan los mismos problemas que afrontan todos los sistemas que ha creado el mundo actual. No es el caos ni la gloria su destino. Es el humilde proceso de transformaciones hacia metas que todavía no podemos definir con claridad.

Muchos de los problemas que discuten los teóricos sólo son condiciones impuestas por las contradictorias cualidades y talentos que exige el mundo de la televisión. Hay tres grupos fundamentales que han puesto en marcha y llevan adelante el mundo de la televisión.

En el primer grupo están los especialistas y teóricos de todas las ramas de las comunicaciones dedicados al examen minucioso de los medios y sus contenidos. Desde la altura de los mundos teóricos han hecho la disección de los procesos y han pasado juicio acerca de las tareas de los demás. Casi nunca se contaminan con la realidad. Son los sabios del qué pero ignorantes del cómo.

En el segundo grupo están los creativos, los soñadores, los empresarios idealistas que luchan por mejorar el mundo. Entre manos tienen libretos, medios técnicos, talentos, cultura, son

los que tienen esa capacidad para determinar problemas que pasan desapercibidos para los demás y se encuentran los medios necesarios para resolverlos. En este grupo está el profesional que tiene un cabal conocimiento de los medios de difusión y plena conciencia de las limitaciones. El profesionalismo incluye también la capacidad de percibir la función que ejerce en el seno de la comunidad, su relación con la audiencia y con los otros medios.

*"Los especialistas y teóricos son los sabios del qué pero ignorantes del cómo".*

En el tercer grupo están los mercaderes que han logrado marcar el precio a cada uno de los ingredientes de su mundo, el mercachifle enemigo de los cambios no rentables. Al mercachifle no le importa el teórico, su mercancía no vale nada y tampoco le teme porque sabe que nunca hará nada tangible. En cambio invierte gran esfuerzo en domesticar al creativo.

Aunque pareciera imposible la convivencia de estos talentos tan diversos, ella se da porque se necesitan mutuamente. El creativo es capaz de

identificar los problemas antes que los demás, es el que se adelanta a los tiempos, esa es su angustia y su privilegio, pero ello no supone necesariamente la capacidad de enunciarlo con precisión y analizarlo a fondo, esta es la tarea del teórico. Los sueños y utopías del creativo son financiadas por el mercachifle que aporta con la capacidad de hacer rentables y posibles las ideas y proyectos que de otro modo quedarían para charlas de café o como temas para las noches de bohemia.

Un análisis detenido de las oposiciones y acercamientos de estos tres modos de ver el mundo y vivir la vida nos darían mucha claridad acerca del complejo mundo de la televisión. Así formulado tan escuetamente resulta casi caricaturesco.



#### ACLARACION

Por un lamentable error de imprenta en la Controversia del No. 8 de CHASQUI sobre la Prensa Alternativa en Brasil se omitió aclarar que "El texto transcrito fue parte de un panel realizado durante el VI Congreso de la Asociación Brasileña de Ensino y Pesquisa de la Comunicación (ABEPEC, julio 1982, Belo Horizonte). La transcripción estuvo a cargo de Bernardo Carvalho, Giselle Dupin y José Mendonça".

**ELIZABETH FOX**, norteamericana, estudio Ciencia Política y Periodismo y es M.A. en comunicaciones de la Universidad de Pennsylvania. Trabajó como investigadora de comunicación en Colombia y Venezuela. Desde 1975 trabaja en el CIID actualmente, con sede en Buenos Aires, como representante para el Cono Sur y encargada del área de investigación en comunicaciones. Ha publicado *Comunicación Dominada: Los Estados Unidos en los Medios de Comunicación en América Latina*, con Luis Ramiro Beltrán y *Comunicación y Democracia*.

*Dirección: CIID*

*Casilla 141 Suc. 48 (B)*

*1448 Buenos Aires - Argentina*

**LOLO ANTONIO ECHEVERRIA** nació en Riobamba (Ecuador) en 1946. Estudió Filosofía y Letras en la Universidad Católica de Quito y Arquitectura en la Universidad Central del Ecuador. Posteriormente cursó Producción de Radio y Televisión en Madrid (España). Trabajó en la revista Mensajero y desde 1971 está vinculado con el Canal 4 de televisión como Jefe de Producción y Programación y a partir de 1974 como Director del Departamento de Noticias. *Dirección: Canal 4 de TV. Av. América y Diguja. Quito Ecuador.*

## MODULO DE EDUCACION PARA TV •Ceneca•

---

VALERIO FUENZALIDA

---

Los esfuerzos de Educación para una recepción activa y crítica de la televisión se están desarrollando en muchos países de Europa, USA y Canadá. La masividad de la presencia de la TV en los hogares ha provocado temor ante los contenidos, a menudo inapropiados o tendenciosos para los niños. La recepción crítica pretendería formar receptores más selectivos ante la programación televisiva, enseñando a decodificar este nuevo lenguaje audiovisual. En otros casos se desea reforzar ciertos valores considerados positivos y enseñar a decodificar concientemente contenidos que transmiten valores indeseables.

En la actualidad, Chile está masivamente expuesto a la TV. La red de 108 estaciones de Televisión Nacional de Chile cubre todo el territorio del país; la segunda red importante, la Corporación de TV de la Universidad Católica de Chile cubre el 70 por ciento de la población chilena.

El 90 por ciento de los hogares chilenos dispone al menos de un televisor, porcentaje que sube al 95 por ciento en las zonas urbanas centrales. La oferta de programación televisiva (a través de 4 redes que cubren las regiones centrales de Chile) alcanza aproximadamente a unas 35 horas diarias, cifra algo menor a los años anteriores debido al impacto de la recesión económica.

Desde el punto de vista de la recep-

ción, en las regiones centrales del país se ve como promedio 28 horas semanales de TV, es decir, unas cuatro horas diarias, cifra que aumenta a unas 5 horas diarias (35 hrs. semanales) en niños y preadolescentes (1).

Por otra parte, el Gobierno Militar chileno, a través de la intervención de las Universidades y los cambios introducidos en Televisión Nacional de Chile ha terminado con el carácter pluralista y la influencia social en las estaciones de TV de Chile, transformándolos en el hecho en redes gubernamentales. La TV ha ido adquiriendo el carácter de medio de persuasión ideológica.

Todos estos antecedentes han ido generando una creciente inquietud ante la influencia de la TV. De ahí, entonces, la iniciativa de CENECA para emprender un Programa de Educación para la TV.

### EL PROGRAMA DE EDUCACION PARA LA TV

La acción de Educación para la TV se inscribe al interior de una línea ya desarrollada por CENECA: la activi-

dad de capacitación y formación en diversos medios, tales como Teatro y Cine.

El programa de Educación para la TV de CENECA comenzó en Abril de 1982. Los primeros cursos han alcanzado a unos 400 destinatarios multiplicadores: profesores de escuelas y colegios, padres de familia, animadores culturales y religiosos.

Los cursos han tenido una duración variable entre 20-40 horas de trabajo, en diversas modalidades: sesiones semanales, seminarios intensivos durante fines de semana, etc. Han combinado de manera variable, de acuerdo a las necesidades, dos grandes tipos de contenido: información sobre la TV y actividades o juegos para realizar grupalmente en cursos escolares, en la familia o en grupos juveniles.

La información sobre la TV ha incluido temas tales como influencia de la TV, su organización, evolución de la legislación y programación de la TV chilena, análisis de ingredientes programáticos, estrategias para responsabilizarse de la TV. Los ejercicios pretendían proporcionar actividades grupales que fuesen fáciles, entretenidas, sin necesidad de equipamiento tecnológico y encaminados a despertar un sentido activo, reflexivo y crítico ante la TV.

Paralelamente a los Cursos y en gran medida provocados por ellos, se emprendió la elaboración de materiales. Primero se elaboró el folleto "Educación para la TV", síntesis de 75 páginas del primer curso impartido. Luego se complementaron los cursos con grabaciones de

---

(\*) CENECA es una corporación privada, sin fines de lucro, creada en 1977 en Chile y dedicada a investigación y docencia en Comunicación y Cultura.

programas y comerciales televisivos editados muy primariamente para ser usados como ejercicios durante los cursos.

La experiencia de 1982 condujo a la elaboración del **Módulo de Educación para la TV (METV)**. Este intenta constituirse en un apoyo autosuficiente para quien desee trabajar en esta materia. Se orienta a crear una actitud activa y crítica ante la TV y por ello se ha disminuido la información acerca de la TV y sólo se entrega en tanto sea necesaria para realizar las actividades propuestas. El METV ha acentuado y perfeccionado el trabajo grupal, proporcionando al guía grupal los antecedentes necesarios para este trabajo. Pero la situación de aprendizaje es la realización de las actividades grupales, y no se ha considerado al guía como un experto en TV que traspare su conocimiento al grupo.

El METV ha cristalizado la experiencia y la permanente evaluación de los cursos de Educación para la TV. Ha incorporado también la experiencia de expertos en la elaboración de unidades autónomas de aprendizaje grupal.

**E**n la actualidad, además, el METV está siendo sistemáticamente aplicado en 4 cursos de 2 diferentes establecimientos educacionales de Santiago con jóvenes y niños de edades entre 10-16 años. Esta aplicación está siendo evaluada, con tests antes—después para verificar si el METV acumulativamente provoca un cambio en la actitud ante la TV. Mas allá de esa evaluación independiente, se está sistematizando toda retroalimentación sobre uso, bondades y defectos del METV para perfeccionar futuras ediciones.

El Módulo, del cual presentamos a continuación algunas características generales y una parte de la Unidad 6 (*Viendo la Telenovela*) a modo de ilustración, ha sido elaborado por Valerio Fuenzalida y Paula Edwards, con la asesoría pedagógica de Fernando Lara.

### ¿QUE SE PROPONE EL MODULO DE EDUCACION PARA LA TV ?

**E**l objetivo general de las actividades que se incluyen en el módulo es provocar una actitud de observación crítica ante los diferentes tipos de mensajes que se exhiben por televisión. No es nuestra prioridad entregar nociones teóricas sobre TV.

La experiencia nos ha señalado que la formación de una actitud crítica ante la TV es la base de cualquier conducta activa y selectiva frente a los mensajes televisivos.

Se entrega información en la medida

necesaria para realizar los juegos presentados. Estas actividades grupales han mostrado que, como consecuencia de ellas, los participantes son capaces de inducir ciertas características de la TV y sus programas; los juegos propuestos desarrollan, pues, un sentido crítico ante la TV.

Brevemente habría que señalar que el cultivo de una actitud de recepción activa es una de las actividades que se inscriben en la línea que hemos llamado Estrategia de Atenuación de la Influencia de la TV. Complementariamente a esas actividades, se ha señalado la necesidad de emprender acciones que se inscriban en la Estrategia del Control Social de la TV. La Estrategia de Atenuación aprovecha la efectividad de ciertas actividades grupales, en el momento de la recepción de la Comunicación televisiva. La estrategia complementaria del Control Social busca que la sociedad organizadamente participe y se responsabilice también de la emisión y la programación en la TV.

### ¿POR QUE UN TRABAJO GRUPAL?

El Módulo se compone de 11 cartillas o Unidades temáticas. Cada Unidad presenta uno o varios juegos que se desarrollan en grupos de 4—6 personas. Un curso escolar, pues, se subdividirá en grupos más pequeños para desarrollar las actividades. En una familia es posible realizar estos juegos con los hijos.

A través de estas actividades grupales los participantes se capacitan acumulativamente para comprender y analizar diferentes aspectos de la TV.

El grupo necesita constituirse en torno a un monitor o animador (profesores, padres de familia, etc.) El monitor no necesita ser un experto en TV: cada unidad proporciona las indicaciones y conocimientos mínimos requeridos para realizar las actividades.

El trabajo grupal genera dinámica de intercambio, experiencias, y comprensión, cada vez relativamente diferentes. Por lo tanto, las actividades, que se proponen no tienen respuestas unívocas u obligatorias. Así, cada sesión será algo distinta de la anterior; y en este sentido el monitor aprenderá junto con el grupo.

No se pretende, entonces, que el monitor enseñe al grupo, sino que el grupo sea quien aprenda en la medida que participa en las actividades.

El monitor es un GUIA que motiva y estimula la participación, ayuda a organizar las actividades, facilita la síntesis del aprendizaje logrado durante la sesión.

### ¿COMO SE TRABAJA CON ESTE MODULO?

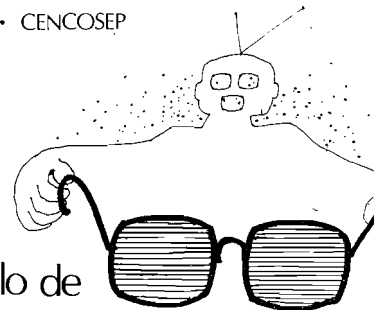
Este Módulo se compone de 11 unidades temáticas:

1. Hablando con imágenes.
2. Descubriendo los códigos.
3. Elaborando la Noticia.
4. Programando musicales para Radio y TV.
5. Produciendo imágenes para Cine y TV.
6. Viendo la telenovela.
7. Viendo la Teleserie.
8. ¿Qué es la información por TV?
9. Una pausa comercial.
10. Programas infantiles y juveniles por TV.
11. Programando la TV.

Además de los objetivos generales y específicos para las sesiones, cada Unidad trae instrucciones para ayudar al monitor a preparar la sesión y una revisión de los principales conceptos que se van a manejar. Luego, las actividades grupales así como los juegos, se explican detalladamente. Se incluyen además, ejercicios que pretenden reforzar y sintetizar el aprendizaje propuesto para la Unidad. Finalmente se entregan sugerencias evaluativas.

El material que se presenta en este Módulo se puede adaptar, simplificar o enriquecer. Es una proposición flexible que el monitor puede modificar y que debe utilizar creativamente.

CENCA • CENCOSEP



## Módulo de EDUCACIÓN PARA LA TV

VALERIO FUENZALIDA E. PAULA EDWARDS R.  
con la asesoría pedagógica de Fernando Lara

Santiago 1983

### UNIDAD 6: VIENDO LA TELENOVELA (FRAGMENTOS)

#### OBJETIVOS

##### GENERAL:

Se espera que al culminar esta unidad los participantes sean capaces de ver activamente una telenovela.

##### ESPECIFICOS:

Se espera que al final de la segunda sesión los participantes puedan:

RECONOCER las características de la Telenovela como género.

CONOCER el concepto de estereotipo.

APLICAR el concepto de estereotipo a la telenovela.



### CONCEPTOS PRINCIPALES DE ESTA UNIDAD

1. La Telenovela generalmente se exhibe cada día, de lunes a viernes, y dura algunos meses. Junto a los protagonistas principales hay múltiples personajes secundarios.

Es una lenta narración de un problema que jamás termina de presentar aspectos insólitos y complejos, y las reacciones, principalmente emocionales, de los personajes.

En general, hay poca acción para resolver el problema.

Recientemente han surgido algunas variaciones: telenovelas cortas (10, 12 capítulos) que se emiten una vez por semana y otras, también de periodicidad semanal, pero en donde cada capítulo es completo, resolviendo el conflicto inicial, al interior de una narración general que tiene progreso y continuidad de un episodio a otro.

2. Las telenovelas tienden a producir estereotipos. Por estereotipo entendemos la presentación de una persona o fenómeno social que en la realidad se caracteriza por su complejidad, y

que, en la ficción del género, su comprensión es reducida a sólo algunos de sus rasgos: por ejemplo, la mujer casi siempre tiene entre 30 y 40 años y su actividad fundamental es ser dueña de casa; los malvados generalmente son extranjeros o negros, pobres o enfermos mentales.

### SEIS PAUTAS DE OBSERVACION

1. Describa una jornada de la protagonista de la telenovela, observando los siguientes aspectos:

- a) —qué actividades realiza, qué profesión tiene.  
—en qué espacio físico habita y se mueve.  
—cuáles son sus amigos; qué actividades realizan.  
—qué temas conversan  
—cómo son físicamente.

- b) Compare esa jornada con una de su madre.

- c) ¿Qué puede concluir de la comparación entre ambas jornadas?

2. Describa una jornada del (o los) hombre (s) protagonista (s):

- a) —dónde trabaja; qué problemas tiene en el trabajo.  
—cuáles son sus preocupaciones  
—cuáles son sus amigos; qué conversan  
—cómo es físicamente.

- b) Compare esta jornada con una jornada de su padre.

- c) ¿Qué conclusiones saca de la comparación entre ambas jornadas?

3. a) Anote los tres problemas o preocupaciones más importantes de los principales protagonistas de la telenovela.

- b) Converse con sus padres - o padres de amigos suyos- y descubra cuáles son las tres preocupaciones o problemas que más les inquietan.

- c) ¿Qué tienen en común las preocupaciones de los protagonistas de la telenovela con las de sus padres?

4. a) Describa las casas, el mobiliario y la ropa de los personajes más importantes de la telenovela.

- b) Calcule el valor de esos elementos y cuál sería el ingreso mensual que necesitarían para vivir esas personas en la vida real.

- c) Compare la situación económica de los personajes de la telenovela con la de su familia.

5. a) Describa la concepción del amor, sexo, matrimonio y familia que presenta la telenovela.

- b) Converse con sus padres y discuta con ellos su concepción de amor, sexo y familia.

- c) Compare la concepción que usted puede descubrir al interior de su familia con la de la telenovela.

- d) A este respecto ¿qué muestra y qué omite la telenovela?

6. a) Describa "los malvados" que presenta la telenovela y los delitos o maldades que cometen.

- b) Converse con amigos y familiares para ver qué piensan ellos acerca de quienes serían "los malos", delitos y maldades más importantes en Chile o América Latina.

- c) Compare el mal tal como se presenta en la telenovela con su propia idea de él en la vida real.



**VALERIO FUENZALIDA F**, chileno, es licenciado en Filosofía con Postgrado en Ciencias Bíblicas en Roma y estudios de Cine, TV y Comunicación en la Escuela de Artes de la U. Católica de Chile. Actualmente es investigador en el CENECA. Autor de diversos estudios sobre Radio y TV chilena, ha publicado los siguientes libros: *Estudios sobre la TV chilena, 1981*, *Transformaciones en la Estructura de la TV chilena, 1983*, *Módulo de Educación para la TV (segunda edición) 1984* y esta en prensa *TV - padres - hijos*.

Dirección: CENECA  
Santa Beatriz 160  
Santiago de Chile

La evaluación experimental efectuada por la Escuela de Psicología de la Universidad Católica en dos colegios de Santiago demostró que tras un período de trabajo con las actividades propuestas en el METV, efectivamente fué posible constatar un significativo cambio de actitud ante la TV. Los alumnos que eran pasivos y conformistas se volvieron más críticos, activos y selectivos. Pero también quienes eran hipercríticos emocionales se volvieron críticos racionales ante la TV, disminu-

yendo rechazos emocionales y prejuiciosos a la TV y haciendo gustar más aquellos programas seleccionados como adecuados.

A comienzos de 1984 apareció la segunda edición del METV, la cual pudo contar con el patrocinio de la Oficina Regional para América Latina de UNESCO. Esta segunda edición introdujo algunos cambios de contenido y básicamente una mejoría en la calidad de la edición.



# FESTIVAL ANUAL DEL NUEVO CINE LATINOAMERICANO

---

CONSUELO CARRANZA

---

*"Hay letras que son expresión, cuando hay esencia que expresar en ella".*

*José Martí*

**E**l Nuevo Cine Latinoamericano surgió como necesaria e inevitable expresión de las ansias libertarias de nuestros pueblos y el encuentro con la nueva cultura, la nueva poesía y el pueblo.

Emergió de una Latinoamérica estremeada por la necesidad de redescubrir países, hombres, mujeres, procesos culturales y políticos, a través de la imagen. Apareció en forma aislada en cada país forjándose día tras día, fotograma tras fotograma; y las experiencias de Santa Fé, La Habana y Río de Janeiro dieron lugar a la organización de los festivales del nuevo cine latinoamericano. El nuevo cine existe y su grado de madurez política y coherencia artística se expande ininterrumpidamente a pesar de las diversas formas de represión que lo acosan.

Sorteando las fuerzas e intereses políticos, militares y económicos que enfrentan los países latinoamericanos, y que muchas veces parecen insuperables, el nuevo cine da a luz su realidad y encuentra desde 1979 techo en el Festival

de La Habana, en donde cada año, el cine de cada país sale fortalecido, aunque no todo el mundo quisiera aceptarlo, especialmente aquellos que tienen en sus manos los monopolios de la distribución.

Falta mucho por hacer porque todavía Fernando Birri, Santiago Alvarez, Tomás Gutiérrez Alea, Glauber Rocha, Nelson Pereira Dos Santos, Jorge Sanjinés, entre otros, no tienen el puesto que les corresponde en la mente de la gente que va al cine.

## ¿QUE ES EL NUEVO CINE LATINO-AMERICANO?

El Nuevo Cine Latinoamericano es parte integral del movimiento de profundización cultural e ideológica, por ello su futuro rebasa el marco de lo estrictamente cinematográfico para insertarse en la gran historia de la cultura de Nuestra América.

Se caracteriza fundamentalmente por producir y difundir un cine auténtico, que rescata, reafirma y desarrolla la identidad cultural de los pueblos de América Latina y el Caribe, participando en sus luchas de liberación nacional y social, y respondiendo a la ofensiva desculturizante de los medios masivos de comunicación del imperialismo y sus colaboradores.

Sus obras, cuya fuente principal de inspiración es la inagotable riqueza espiritual y material de los pueblos, expresan los rasgos comunes de una verdadera identidad continental. La eficacia artística y política del verdadero cine latinoamericano ha quedado demostrada en la batalla ideológico-cultural que libra contra el enemigo principal, que no ha escatimado esfuerzos para asfixiar o neutralizar de sus objetivos liberadores, a aquellos movimientos o cineastas comprometidos con las luchas de los pueblos, y que dentro de sus países o fuera de ellos, obligados en ocasiones a diseminarse por el mundo producto de la represión interna, representan en su totalidad al cine nuevo. La búsqueda de nuevas formas y su constante renovación, lo inscriben dentro de las corrientes más avanzadas de la cinematografía contemporánea.

Armando Hart Dávalos, Ministro de Cultura de Cuba, definió al Nuevo Cine Latinoamericano así: *"La significación del movimiento del Nuevo Cine Latinoamericano reside justamente en que es una expresión esencial de nuestros pueblos. De ahí su profunda diversidad estilística, su riqueza de contenidos y de búsquedas, e incluso sus diferentes niveles de desarrollo; de ahí también*

LOS FESTIVALES EN NUMEROS

FESTIVALES	INAUGURACION	ASISTENTES	No. FILMES	No. PAISES
I	4.12.79	565	200	16
II	11.11.80	440	124	13
III	6.12.81	330	160	36
IV	3.12.82	348	228	35
V	10.12.83	700	260	25

PELICULAS ECUATORIANAS EN LOS FESTIVALES	
TITULOS	AUTORES
<b>I FESTIVAL</b>	
"El Grito Sublime"	Jaime Cuesta, Alfonso Naranjo, Teodoro Gómez de la Torre
"Arte Colonial, Escuela Quiteña"	Alvaro Paredes y José Corral
"Nuestra Primera Historia"	Freddy Elhers
<b>II FESTIVAL</b>	
"Por qué Guayasamín"	Gabriel Fernández
"Los Hieleros del Chimborazo"	Gustavo Guayasamín
(Primera Mención Documental)	Ulises Estrella
"Cartas al Ecuador"	
(Seleccionada para el Festival de Oberhausen)	
<b>III FESTIVAL</b>	
"Daquilema"	Edgar Cevallos
"Don Eloy"	Camilo Luzuriaga
"Sinfonía"	José Corral
"Quito país de la mitad"	José Corral
<b>IV FESTIVAL</b>	
"Montonera" (Segunda Mención Documental)	Gustavo Corral
"Caminos de Piedra"	Jaime Cuesta
"Nuestro Mar"	José Corral
"Boca de Lobo"	Raul Khalifé
"Chacón Maravilla"	Camilo Luzuriaga y Jorge Vivanco
"Una araña en el Rincón"	Edgar Numa Cevallos
"Los Colorados"	José Corral
"Un ataúd abandonado"	Edgar Numa Cevallos
"Las Alcabalas"	Teodoro Gómez de la Torre
<b>V FESTIVAL</b>	
"Camilo Egas el Pintor de Nuestro Tiempo"	Mónica Vásquez
"Luto Eterno"	Edgar Cevallos
"Así Pensamos" (Seleccionada para el festival de Oberhausen)	Camilo Luzuriaga
"El último Auca"	César Carmigniani
"Madre Tierra" (Premio CINED)	Mónica Vásquez
"Creo en la Vida"	Gustavo Corral

FILMES GANADORES EN LOS FESTIVALES	
PREMIO	PELICULAS Y DIRECTORES
<b>FICCION:</b>	
Gran Premio Coral	<b>I FESTIVAL</b>
Premio Especial	"El Coronel Delmiro Gouveia" de Geraldo Sarno (Brasil)
Primer Premio Coral	"Maluala" de Sergio Giral (Cuba)
Segundo Premio Coral	"País Portátil" de Ivan Feo y Antonio Llerandi (Venezuela)
	"Prisioneros Desaparecidos" de Sergio Castilla (Chile)
	"Compañeros de Viaje" de Clemente de la Cerda (Venezuela).
	"Bandera Rota" de Gabriel Retes (México)
Tercer Premio Coral	
<b>DOCUMENTALES Y ANIMACION:</b>	
Primer Premio Coral	"La Batalla de Chile" de Patricio Guzmán (Chile)
Segundo Premio Coral	"Primera Retrospectiva del cine Chicano" Conjunto de filmes del Cono Sur.
	"Elpidio Valdez" de Juan Padrón (Cuba)
Tercer Premio Coral	"El cuatro de hojalata" de Alberto Montegudo (Venezuela)
Premio Coral Animación	"La persecución de Pancho Villa" del Grupo Cine Sur (México).
	A la primera obra surgida en el combate por la liberación de Nicaragua.
Premio Saul Yelín	"Raíces de Sangre" de Jesús Treviño (Chicano)
Premio Caracol	"En la selva queda mucho por hacer" de Walter Tournier de (Uruguay).
Premio Unión de Pioneros de Cuba	
<b>FICCION:</b>	
Gran Premio Coral	<b>II FESTIVAL</b>
Premio Especial del Jurado	"Gajín Caminos de Libertad" de Tisuka Yamasaki (Brasil)
Primer Premio Coral	"Bye Bye Brasil" de Carlos Diegues (Brasil)
Segundo Premio Coral	"Los Pequeños Privilegios" de Julián Pastor (México)
Tercer Premio Coral	"Dios los cría" de Jacobo Morales (Puerto Rico)
	"Muerte al amanecer" de Francisco Lombardi (Perú - Venezuela)
<b>DOCUMENTAL:</b>	
Gran Premio Coral	"El Salvador, el pueblo vencerá" de Diego de la Tejera (El Salvador)"
Premio Especial del Jurado	
Premio Especial del Jurado	"En tierra de Sandino" de Jesús Díaz (Cuba)
Primer Premio Coral	"Morazán" del Colectivo Cero a la Izquierda (El Salvador)
Segundo Premio Coral	"Los dueños del río y Madera" de Daniel Díaz Torres (Cuba)
	"Victoria de un pueblo en armas" de INCINE (Nicaragua)
Tercer Premio Coral	"Canto Libre" de Sapiain (resistencia chilena)
<b>ANIMACION:</b>	
Gran Premio Coral	"El Cóndor y el zorro" de Walter Tournier (Perú)
Primer Premio Coral	"El compa Clodomiro y la Economía" del Grupo Cine Sur y Grupo Cine de la Base
Premio Saul Yelín	"El Salvador, el pueblo vencerá" de Diego de la Tejera

los constantes enlaces que lo hacen uno y nuestro. El cine, arte de síntesis, se ha desarrollado en Latinoamérica en un diálogo permanente y vital con otras expresiones de nuestra cultura artística popular, la literatura, la plástica, la danza, la música, el teatro. Esta comunicación múltiple les ha permitido expresar juntas, cada vez con mayor verdad y belleza, el modo de actuar de los pueblos latinoamericanos. Es en ese ejercicio específico de su tarea cultural y en los innumerables lazos que por definición lo unen a las más profundas aspiraciones populares, donde se fundamenta el creciente prestigio político de los intelectuales del continente".

Fernando Birri, cineasta argentino y uno de los fundadores del Nuevo Cine Latinoamericano lo define de esta manera: "Es la culminación surgida de la necesidad de mostrar nuestra imagen que es denuncia; todo el transfondo de nuestro trabajo ha sido y es el enfrentamiento, el reconocimiento, el análisis y la expresión de esta realidad a través de la imagen como uno de los elementos que contribuyen al proceso de transformación de nuestros pueblos y en efecto esta nueva cinematografía está unida en una poética de transformación de la realidad que de alguna manera nos identifica. Yo pienso que nuestro trabajo cultural mediante la imagen es un proceso de liberación".

### EVOLUCION DEL NUEVO CINE

En 1967, en Viña del Mar, Chile, se reúnen por primera vez los cineastas latinoamericanos. Las películas presentadas, las ponencias e intercambios de ideas y experiencias con relación al trabajo, permitió profundizar colectivamente, por primera vez, en el ordenamiento y coherencia de puntos comunes y de objetivos a alcanzar.

Se superó entonces una etapa en la que había predominado el desconocimiento de los esfuerzos por crear un cine auténticamente nacional en cada uno de los países.

De esta manera se gestó una cinematografía de verdadera identidad continental, primera en el mundo con estas características, debido a la estrecha relación existente entre los cineastas y los rasgos comunes de nuestra historia y cultura.

Allí en Viña del Mar, en 1967, se marcó la primera reunión de muchas más y de cuyo seno nace la Comisión de Cineastas de América Latina.

La escuela documental de Santa Fé impulsada por Fernando Birri, el Cinema Novo que contó con el impulso de

Premio Pioneros Premio Catimán Barbudo Premio Caracol	Elpidio Valdés contra la cañonera" de Juan Padrón (Cuba) "El Salvador, el pueblo vencerá" "Gracias a la vida" de Angelina Vásquez (resistencia chilena)
<b>FICCIÓN:</b> Gran Premio Coral Primer Premio Coral	<b>III FESTIVAL</b> "Los que no usan Smoking" de León Hirszman (Brasil) "El mar del tiempo perdido" de Solveig Hoogesteijn (Venezuela) "Anita" de Rassoul Labuchin (Haití)
<b>DOCUMENTALES:</b> Segundo Premio Coral Tercer Premio Coral <b>DOCUMENTALES:</b> Gran Premio Coral	"Así es Vietnam" de Jorge Fons (México) "Pedro Cero por ciento" de Luis Felipe Bernaza (Cuba)  "La decisión de vencer" del Colectivo Cero a la Izquierda (El Salvador)  "Ledesma, el caso Mamera" de Luis Correa (Venezuela)  "El Alambrista" de Robert Young (EE.UU.)  "El Salvador: otro Vietnam" de Glenn Silver y Teté Vasconcelos (EE.UU.).
Premio Especial del Jurado Gran Premio Coral al filme de autor no latinoamericano Gran Premio Coral a documental autor no latinoamericano	
<b>FICCIÓN:</b> Gran Premio Coral Primer Premio Coral Segundo Premio Coral Premio Especial	<b>IV FESTIVAL</b> "Tiempo de Revancha" de Adolfo Aristarain (Argentina) "La Boda" de Thaelman Urgellés (Venezuela) "Polvo Rojo" de Jesús Díaz (Cuba) "Alcino y el Cóndor" (Cuba, Nicaragua, México y Costa Rica).
<b>DOCUMENTALES:</b>  Gran Premio Coral  Primer Premio Coral	"Carta de Morazán" del Sistema de Radio Venceremos (El Salvador) "Ciertas Palabras con Chico Buarque" de Mauricio Berú (Argentina) "Algo más que una medalla" de Rogelio París (Cuba) "La Operación" de Ana María García (Puerto Rico) "Con el Corazón en la Tierra" de Constante Diego (Cuba)
Segundo Premio Coral Tercer Premio Coral Premio Especial del Jurado <b>ANIMACION:</b> Gran Premio Coral	"Crónicas del Caribe" del Taller de Animación dirige Paco López (México y Puerto Rico) "Viva Papi" de Juan Padrón (Cuba) "M. Low" de Marcos Magalhães (Brasil) "Tango" de Jorge Cedrón (Argentina) "Volver" de David Lipszic (Argentina)
Segundo Premio Coral Tercer Premio Coral Premio Saul Yelín Premio Caracol	
<b>FICCIÓN:</b> Gran Premio Coral Segundo Premio Coral Tercer Premio Coral Premio Saul Yelín <b>ANIMACION:</b> Segundo Premio Coral	<b>V FESTIVAL</b> "Hasta cierto Punto" de Tomás Gutiérrez Alea (Cuba) "Inocencia" de Walter Lima, hijo (Brasil) "El Arreglo" de Fernando Ayala (Argentina) "Vamos Patria a Caminar" (Guatemala)
Tercer Premio Coral <b>DOCUMENTALES:</b> Gran Premio Coral	"Elpidio Valdés contra dólar y cañón" de Juan Padrón (Cuba) "Cristóbal Colón" de Rogelio Loredó (Colombia)
Segundo Premio Coral Tercer Premio Coral	"Tiempos de Audacia" del Colectivo Radio Venceremos (El Salvador) "Las banderas del Amanecer" de Jorge Sanjinés (Bolivia) "Radio Belén" de Gianfranco Arencibia (Perú) "Chile, no invocó tu nombre en vano" del Colectivo Cine Ojo "Granada, despliegue de un sueño" de Rigoberto López (Cuba) "Las Malvinas, Historia de Traiciones" de Jorge Méndez (México). "Cuando las Montañas tiemblan" de Pablo Yates y John Siguel (EE.UU.) "Mujer ante el espejo" de Marisol Trujillo (Cuba) "Madre Tierra" de Mónica Vásquez (Ecuador)
Premio Especial del Jurado  Premio a un realizador no latinoamericano  Premio Cine Clubes Premio CINED	

**ACLARATORIO:** Estos datos han sido recogidos de revistas, periódicos, boletines y más publicaciones, sin haber podido lograr una estadística realmente completa y además se debe haber repetido errores en los nombres ya que están escritos tal y como fueron encontrados. Estos y otros errores serán rectificados en una futura investigación que realizaré en los archivos del ICAIC en Cuba.

Nelson Pereira Dos Santos y Glauber Rocha, el trabajo de Santiago Alvarez, Julio García Espinoza y Tomás Gutiérrez Alea en Cuba, y las reuniones de cineastas, fueron los pasos que condujeron a la organización de los festivales del Nuevo Cine Latinoamericano de la Ciudad de la Habana.

## LOS FESTIVALES

**E**n diciembre de 1979 se realiza el primer festival y desde este momento cada año la ciudad de La Habana recibe la expresión del Nuevo Cine. Cinco festivales se han realizado hasta el momento, en los que se ha constatado la

etapa de desarrollo en la que entró el Nuevo Cine, tomó impulso en el intercambio y lucha cada vez por su crecimiento cuantitativo y cualitativo. Consciente del control que ejercen en la producción, distribución y exhibición cinematográfica las transnacionales y las subsidiarias nacionales.

En cada uno de los festivales se plantea la urgente necesidad de desarrollar mecanismos que aseguren la más amplia e intensa distribución de los filmes latinoamericanos y caribeños, en todo el mundo.

Lo que para muchos durante años pareció un sueño, se convirtió en una hermosa realidad. Los festivales de La Habana se convirtieron en un foro continental en los que además de ver y confrontar las obras de los cineastas, se discute y elabora programas de trabajo, puntos de partida, se establecen metas, y se materializa la unidad de los cineastas progresistas y revolucionarios del continente.

Se hace necesario la elaboración de una historia del Nuevo Cine Latinoamericano porque cada festival es una verdadera escuela de arte cinematográfico, para tener una idea cabal de lo que es, qué significa y qué se hace en cada uno de los festivales.



**CONSUELO CARRANZA GANDARA,** ecuatoriana, pedagoga y estudiante de tercer año de Ciencias de la Información en la Universidad Central de Quito. Pertenece al Taller de Crítica Cinematográfica, asistió al V Festival del Nuevo Cine Latinoamericano en la Habana, Cuba, representando al cine club colegial. Trabaja en la Sección "Hoy en la Educación" del diario Hoy y en la Unidad de Producción de TV del Centro de Comunicación del Colegio Juan Montalvo. Últimamente ha realizado seminarios de producción y guión cinematográfico y ha publicado varios artículos sobre cine. Dirección: Remigio Romero y Cordero 221 y Capitán Ramón Borja, Ciudadela Kennedy, Quito, Ecuador.

# ALEMANIA FEDERAL Y LA COMUNICACION DEL TERCER MUNDO

**E**l Seminario "La presencia de Alemania Federal en los Medios de Comunicación del Tercer Mundo" se desarrolló en la ciudad de Bonn, Alemania Occidental, del 20 al 22 de febrero, bajo los auspicios de la Comisión Alemana para UNESCO, la Fundación Friedrich Ebert y la Cadena de Radio y Televisión de Colonia (WDR).

La dinámica del seminario se basó en la presentación de los resultados de las investigaciones realizadas en la República Federal de Alemania por Will Teichert del Instituto Hans Bredow de la Universidad de Hamburgo; en Kenia por Joseph Nbindyo de la escuela de periodismo de la Universidad de Nairobi; en Malasia por Vincent Lowe de la Escuela de Humanidades de la Universidad de Saius Malasia y en México por Beatriz Solis y Sergio Caletti, con un trabajo encomendado por CIESPAL.

Las investigaciones expuestas fueron financiadas por la Fundación Friedrich Ebert y parten de los mismos principios metodológicos sugeridos por la Comisión Alemana para la UNESCO, con el objeto de encontrar puntos comunes de evaluación, algunas diferencias presentadas en la realización se deben básicamente a las características y dificultades particulares encontrados en cada uno de los países analizados.

Estas diferencias en el análisis son: En Alemania Federal el seguimiento informativo fué de un año completo, contemplando únicamente televisión; en Kenia y Malasia el período abarcó un mes y el análisis se hizo en Radio, Prensa y Televisión y México abarcando los tres medios, evaluó la información en una semana.

Es interesante hacer notar que las diferencias en cuanto al tiempo de análisis en los casos de México, Malasia y Kenia, no representaron diferencias fundamentales en los resultados globales, pues los porcentajes demuestran tendencias semejantes en el tratamiento informativo de los países analizados.

Algunos de los datos significativos que podríamos sintetizar en esta reseña son:

En Kenia la información nacional ocupó el 49 por ciento, 43.6 por ciento y 76.6 por ciento para Radio, Televisión y Prensa respectivamente, del porcentaje restante ocupado por la información extranjera la República Federal de Alema-

## BEATRIZ SOLIS

nia ocupa el 3.1 por ciento (R), 2.1 por ciento (TV) y 1.8 por ciento (Prensa).

Los temas más sobresalientes de la información en el análisis de la RFA en Kenia resultaron ser el militarismo, economía, desastres y accidentes (TV); militarismo, política y economía (radio); deportes, economía, política y militarismo (prensa).

En el caso de Malasia, la información sobre Alemania Federal, ocupa el 2.57 por ciento del total de la información extranjera y el 0.62 por ciento del total de información. Los temas más frecuentes son: política, deportes y derecho.

**E**l estudio de México, por su parte, encontró que la información sobre la R.F.A., ocupa el 3.86 por ciento de la información extranjera en prensa, el 0.95 por ciento de radio y el 0.71 por ciento en T.V., los temas abordados por los medios mexicanos en cuanto a la R. F.A. son política, economía, sociedad y deportes.

El estudio Alemán sobre la información de los países del Tercer Mundo seleccionados, mostró que, tomando estos países como totalidad, México ocupa el mayor espacio informativo 51.9 por ciento, Kenia y Malasia 40 por ciento y 8.4 por ciento respectivamente, los temas relevantes son, para México, la política, economía y cultura, para Kenia y Malasia la política.

La interesante comunicación entre investigadores de la Comunicación y responsables de medios y agencias de información permitió que la discusión fuera lo suficientemente equilibrada como para poder señalar algunas conclusiones propositivas tanto para acciones concretas, como para avanzar en el proceso de investigación sobre aspectos cualitativos y de diagnóstico de situaciones no abordadas aún.

Los resultados de la investigaciones presentadas en el seminario pusieron en discusión una serie de interrogantes que sugieren como tarea importante la continuación de líneas de investigación que permitan encontrar algunas medidas de acción que corrijan las tendencias encontradas.

Entre las interrogantes señalamos so-

lo algunas de ellas: —La necesidad de evaluar el tratamiento informativo y la selección de las noticias a partir de dos criterios paralelos: la política de las agencias informativas internacionales tanto en la concepción particular de noticia como el uso discriminatorio de la información de algunos países; el segundo criterio a profundizar en el análisis, es el de las políticas informativas de los medios locales que influyen en la selección de las noticias de cada medio. Avanzar sobre estas líneas, permitirá dilucidar las condiciones y mecanismos que determinan las características tendenciales encontradas actualmente en el flujo internacional de noticias.

**U**n punto que encontró un alto grado de consenso entre los asistentes al seminario fué el de la necesidad de investigar el trabajo de los gate-keepers que determinan el manejo de la información. Así como también la necesidad de incrementar el trabajo de las corresponsalías a partir de convenios bilaterales que contemplen una posibilidad de capacitación técnica y conocimiento profundo de las realidades de los países a través de un permanente intercambio de experiencias trans-culturales.

El punto de vista latinoamericano sobre esta cuestión subrayó la necesidad de no circunscribir las soluciones para un nuevo orden informativo a respuestas meramente técnicas ofrecidas por los países centrales ya que el desequilibrio informativo es parte integrante de las relaciones desiguales entre los países y la alteración de los modelos comunicativos dependerán tanto de la modificación de las relaciones más globales entre los países involucrados, como de las soluciones que puedan encontrarse en cuanto a las tareas de democratización y racionalidad de los modelos comunicativos nacionales y que hoy, América Latina enfrenta el reto de responder con acciones concretas la tarea de fortalecimiento de sus sistemas informativos, se señalaron los casos de las agencias informativas IPS, ALASEI, ASIN, como alguna de ellas.

**BEATRIZ SOLIS**, mexicana, docente e investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana de Xochimilco.

Ciencias Sociales y Humanidades.  
Calzada del Hueso 1100 - México.

# "ASIN" SIRVE A LATINOAMERICA

El más alto instrumental tecnológico al servicio de la mejor información sobre América Latina está comenzando a operar desde la Central Regional de Edición de Acción de Sistemas Informativos Nacionales (ASIN) e Inter Press Service (IPS) en San José de Costa Rica.

Dos computadores para comunicación van a permitir distribuir el tráfico informativo entre los países de América Latina en forma autónoma y conectar al continente con otros centros de edición en el mundo, distribuidos en Africa, Asia, Europa y Estados Unidos sin que la edición y elaboración del contenido informativo dependa de un centro metropolitano extracontinental. Es decir América Latina va a elaborar su propia información y decidir como se presenta entre otros países industrializados o del Tercer Mundo. Va a contar también con un banco de datos que le permitirá no solo un procesamiento de la información de muy alta calidad, sino prestar otros servicios paralelos.

Este es el paso más trascendental que se está dando en el mundo de las comunicaciones en Latinoamérica. Para llevarlo a cabo han sido necesarios muchos años de esfuerzo y práctica no solo a niveles profesional, científico y técnico sino también político, diplomático y cultural.

Para su pleno desarrollo se han venido realizando varias iniciativas. En mayo próximo, por tercera vez consecutiva, se efectuará en Roma, bajo los auspicios de Inter Press Service y el patrocinio del gobierno italiano, un curso de entrenamiento sobre "periodismo para el desarrollo". Veinte periodistas de América Latina y del Caribe se familiarizarán durante dos meses con los temas, las técnicas y las condiciones profesionales y científicas de un periodismo propio para los países atrasados y dependientes.

En julio próximo tendrá lugar en

## JAVIER SOLIS

San José de Costa Rica un Seminario sobre intercambio de noticieros y programas de televisión a nivel regional e internacional en el cual participarán los organismos de radio y televisión de servicio público de América Latina y el Caribe. Un primer paso a la integración informativa y cultural de los países participantes dirigida y alimentada por ellos mismos, sin pasar por las condiciones comerciales que caracterizan a la industria cultural.

Azuzados por IPS, los países de América Latina y del Caribe están empeñados en este esfuerzo de integración desde hace seis años, cuando siete de ellos constituyeron Acción de Sistemas Informativos Nacionales (ASIN), que opera a través de un convenio multilateral con esa misma agencia. Las agencias nacionales o los servicios informativos de cada gobierno elaboran un boletín diario, de hasta mil quinientas palabras, que es distribuidos entre los países miembros, para que cuenten con información directa y al día de lo que piensan o sucede a sus colegas miembros de ASIN.

Para fortalecer esa corriente informativa y elevarla a niveles de alta calidad, IPS presentó en 1981 a la Dirección de Cooperación para el Desarrollo del Ministerio de Relaciones Exteriores de Italia, un proyecto para realizar un curso de entrenamiento anual para periodistas de Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guyana, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Perú, República Dominicana, Suriname y Venezuela miembros de ASIN y que estén vinculados con su funcionamiento. El primer curso se realizó en 1981 y el segundo en 1982, durante dos meses los periodistas se familiarizarán con el análisis de la comunicación en los países de América Latina, los objetivos y el funcionamiento de ASIN y las condiciones y metas del Nuevo Orden Mundial de la

Información. El curso se desarrolla en la central de edición de IPS, con la participación de profesionales y científicos de América Latina. Luego se complementó con giras y visitas a otros centros europeos de interés profesional.

Por otra parte, el Seminario sobre Intercambio de Noticieros y Programas de Televisión será el punto de partida para hacer realidad una vieja aspiración no solo de los países de América Latina y las Antillas, sino de la UNESCO y otros organismos internacionales interesados en promover la autonomía cultural del continente y en descomercializar sus instrumentos. Cuenta con el apoyo de la Sociedad Carl Duisberg y el Centro para la Formación Profesional para Televisión. Ambas entidades de la República Federal de Alemania. Lo mínimo que se piensa lograr es el intercambio de los programas producidos en los países de la región para ser transmitidos por sus mismos socios. La iniciativa partió de ASIN e IPS, pero se ha abierto a todos los organismos de radio y televisión de servicio público, tanto estatales como universitarios o religiosos, que funcionan sin fines de lucro.

La integración latinoamericana es primero que todo informativa. Hay motivos para ser optimistas.

**JAVIER SOLIS**, costarricense, fue profesor y Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica. Periodista activo por más de 20 años. Ha publicado varios estudios sobre la incidencia política de la Iglesia en Costa Rica y Centroamérica, y sobre la enseñanza del periodismo en América Latina. Actualmente es Secretario Ejecutivo de Acción de Sistemas Informativos Nacionales (ASIN), con sede en San José, Costa Rica.

Dirección: ASIN  
San José - COSTA RICA.



## América Latina y LA "COMPUNICACION"

### 1ª Parte

PETER SCHENKEL

De acuerdo con una encuesta realizada en la República Federal de Alemania en 1983, la actitud de la población alemana respecto al papel de la computadora para la economía, la sociedad y el individuo es extraordinariamente ambivalente. La mayoría cree que entre otros aspectos, la computadora hará la economía más competitiva y que ayudará a la ciencia a combatir mejor las enfermedades, pero que, por otra parte, agudizará el desempleo y permitirá un mayor control corporativo y estatal sobre el individuo. (1). Un estudio realizado por la IBM en 1982 en la República Federal de Alemania, Gran Bretaña, Francia e Italia sobre "Cual es la opinión mayoritaria de las personas sobre la computadora en sus respectivos países", corrobora esta ambivalencia, como se desprende de los siguientes resultados:

	A favor	en contra	sin opinión
Rep. Fed. Alemania	27°/o	36°/o	37°/o
Francia	48°/o	30°/o	22°/o
Gran Bretaña	54°/o	25°/o	20°/o
Italia	74°/o	8°/o	18°/o

Más allá de las marcadas diferencias de opinión entre los países, estos resultados respecto a la computadora reflejan la actitud que prevalece en las cuatro naciones más grandes de la Comuni-

dad Europea frente a todos los nuevos medios y sistemas de comunicación y son muy reveladores. (2) Demuestran que en los propios países desarrollados, donde estas nuevas tecnologías ya se van imponiendo a pasos acelerados, existe una sorprendente diversidad de criterios, de dudas y de desorientación. Y esto a pesar del hecho que la vanguardia de estas nuevas tecnologías de comunicación e informática, la TV por cable y por satélite, la videgrabadora y el videotexto, la computadora, las fibras ópticas, los bancos de datos computarizados, los robots industriales y las máquinas de procesamiento y reproducción de textos interconectados han sido durante las últimas dos décadas un tópico predilecto de los medios masivos de comunicación. Sin mencionar las especulaciones sobre la nueva generación de adelantos aún más espectaculares, como el periódico, el libro y correo electrónicos, el teléfono plurifuncional, las cajas robotizadas y las fábricas totalmente automatizadas.

Sin duda el significado de la revolución electrónica y sobre todo de la revolución microelectrónica de hoy en día y del masivo desarrollo de todo un ejército de aparatos sofisticados de **compunicación**, (así llamadas por haber surgido de la convergencia de dos vertientes, la computación y las (tele)comunicaciones) ha merecido gran atención por parte de técnicos, empresarios, sociólogos,

comunicólogos, psiquiatras, escritores y hasta por los políticos, y ha suscitado por parte de los públicos de las naciones altamente industrializadas una atención y un interés muy superiores, al de cualquier otro campo tecnológico.

Y sin embargo, la opinión pública en estos países, incluyendo la de los Estados Unidos y en menor grado la del Japón, parece caracterizarse como lo demuestran las encuestas antes citadas por un grado considerable de confusión y desconcierto.

Este estado de ánimo, desde luego, no es sino el fiel reflejo de una conmoción científico-técnica que hoy sacude los mismos cimientos de las economías de los países occidentales más avanzados, y de la cual aún no se sabe a ciencia cierta a dónde nos lleva y si es para nuestro bien o mal.

Por otra parte, es preciso reconocer que la literatura especializada ha sido lenta y poco exitosa en dilucidar el verdadero significado de esta conmoción de sísmicas proporciones y en disipar tanto los espejismos super-eufóricos como los en extremo pesimistas que ésta ha creado en amplios sectores. Lamentablemente, los especialistas y los cuasi peritos se han dividido por doquier en dos campos opuestos.

Mientras los unos sueñan con que los descubrimientos milagrosos de la revolución microelectrónica, el microprocesador, la computadora, el robot, etc. se-

rán la panacea para buena parte de los males de la humanidad, los otros no ven en ellos sino una pérdida estratégica de las odiosas empresas transnacionales para conquistar nuevos mercados y maximizar ganancias. Mientras unos investigadores destacan su papel para elevar la eficiencia empresarial y del trabajo y para liberar al hombre de labores monótonas y físicamente pesadas y peligrosas, otros se escandalizan por su desocupación que su empleo ocasiona, y por el supuesto aislamiento de la persona y por la progresiva atomización de la sociedad y de la vida familiar que promueven.

Los alarmistas advierten que se incrementará peligrosamente el poderío de los grandes consorcios electrónicos y la centralización de las decisiones; temen también al espectro de una "sociedad alámbrica" y "telesupervisada" descrita por Orwell. En tanto, los abogados de la euforia electrónica confían que la progresiva computarización y robotización creará nuevas ocupaciones y lugares de trabajo, que los nuevos medios facilitarán un insospechado aumento del acceso a la información de una democratización cada vez más amplia de la sociedad.

Respecto a 19 países en desarrollo, que es el tema que aquí más nos interesa, Jean-Jacques Servan-Schreiber sostiene que la instalación de "infraestructuras computarizadas permitiría al Tercer Mundo saltarse varias etapas de desarrollo": (3) En cambio, la investigadora chilena, Raquel Salinas afirma que "la revo-

lución de las tecnologías de información augura (para los países en desarrollo) nuevas amenazas que aumentan los obstáculos para salir del subdesarrollo" (4).

En América Latina es fácil observar respecto a los nuevos aparatos y sistemas de comunicación una dicotomía muy sui géneris, que corta -generalizando un poco- por el terreno de la práctica y la teoría. Basta, por ejemplo, una mirada a los documentos de la Conferencia de Autoridades Latinoamericanas de Informática, CALAI, para darse cuenta que, independientemente de los esfuerzos de la empresa privada, numerosos gobiernos de la región impulsan la introducción y aplicación más diversa de estas nuevas tecnologías, convencidos de su valor y utilidad.

En cambio la opinión mayoritaria de los expertos latinoamericanos de las ciencias sociales ha sido más bien crítica y adversa a los adelantos de la electrónica digital y a su introducción masiva en la región. Esta posición exacerbada a menudo por conocimientos demasiado epidérmicos y tesis muy ideologizantes que están generalmente enraizada, a) en el rechazo de las arbitrarias políticas comerciales de las transnacionales y b) en el temor de que estos nuevos medios de comunicación, como una armada de caballos de Troya, facilitarían la definitiva rendición de América Latina en materia cultural.

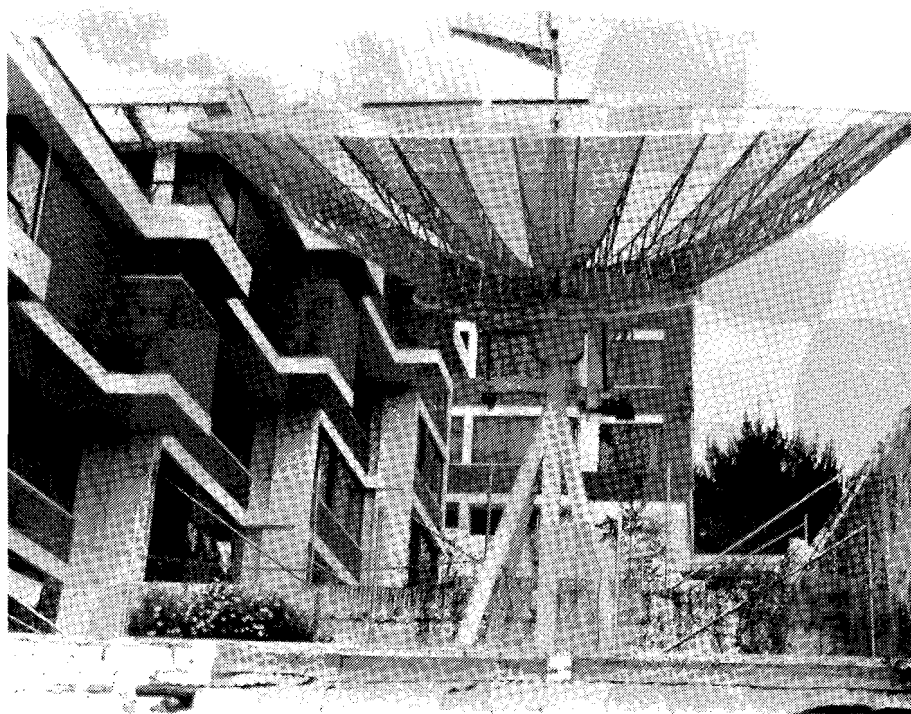
Sólo últimamente, sin embargo, parece ganar terreno tanto en el ámbito internacional como regional una corrien-

te consciente de la necesidad de objetivar el análisis y de replantear las problemáticas básicas. Con esto no quiero insinuar que de repente se haya descubierto en las intenciones transnacionales de "compunificar" la región un genuino afán filantrópico, o que haya disminuido la susceptibilidad frente al peligro transculturizante y para la soberanía nacional que representan los nuevos sistemas y redes de información. Ni que ahora, en medio del estancado diálogo Norte-Sur y una calamitosa y obstinada crisis económica mundial, existan mayores ilusiones sobre la generosidad de los países ricos, o que los sectores dominantes en los países latinoamericanos, apoyadas en tecnocracias institucionalizadas, hubiesen accedido a la instalación de satélites, sistemas de datos transfrontera, computadoras y las demás maravillas electrónicas por amor a los pobres y desamparados en sus respectivos países.

Nada de eso. Lo que aparentemente comienza a vislumbrarse en una visión más polivalente de todo el fenómeno de la comunicación, de que todos los nuevos medios y tecnologías son necesariamente reprochables por el solo hecho de haber sido desarrollados por una transnacional de Estados Unidos o Japón y que, ante la aparente irreversibilidad de la revolución microelectrónica, resulta impostergable reexaminar los conceptos teóricos y adaptarlos a las realidades cambiantes.

Sobre todo parece cobrar fuerza una tendencia opuesta a esquematismos demasiados rígidos, afincados en estrategias de cambios estructurales radicales. Los propulsores de esta tendencia están convencidos que ya no hay más tiempo que perder, que es perentorio enfrentar la nueva realidad telemática y todas sus complejidades en forma abierta y constructiva, ya no con el fin exclusivo de una denuncia poco efectiva, sino también para presionar para que su implantación responda al verdadero interés y necesidad de un desarrollo dinámico y democrático en la región.

En esta línea de ideas resulta particularmente trascendental la aclaración de Armand Mattelart y Héctor Schmucler en América Latina en la Encrucijada Telemática que "no todos los aparatos de comunicación nacen necesariamente como máquinas reproductoras de la hegemonía de los sectores dominantes" y sus observaciones críticas respecto a ciertas posiciones "económistas" e "ideologicistas" en las ciencias sociales de la región (5). Juan F. Rada,



En el futuro muchos hogares contarán con este tipo de antenas.

profesor en el **International Management Institute** en Ginebra, advierte enfáticamente que *"el Tercer Mundo ya no puede permanecer como un observador pasivo de cambios que fueron previstos, dirigidos y transformados en política en los países desarrollados antes que el Sur se diera cuenta de su existencia e impacto en los niveles correspondientes"*. (6) Finalmente, vale citar a **Raquel Salinas**, quien recientemente hizo la siguiente y muy justificativa admisión: *"Estar a favor o en contra de estos cambios es inútil. No cambia nada, no ayuda nada. La cuestión, creo, consiste más bien en examinar el nuevo panorama, identificar las piezas fundamentales. . . y tratar de determinar qué movimientos podrían realizar nuestros países para reducir los daños y maximizar los posibles beneficios"*. (7) Es siguiendo este tren de razonamientos en donde se inscriben los breves y muy sintetizados apuntes que siguen. Su propósito no es sino hacer resaltar algunos aspectos de la revolución microelectrónica que a mi modo de ver requieren un examen más descarnado, pero también más ecuánime en lo que a su significado para el Tercer Mundo y especialmente América Latina se refiere. El ánimo es principalmente ayudar a despejar algunas ambigüedades que me parece siguen mermando la fecundidad del debate regional sobre esta apasionada temática y que empañan la visión sobre la contribución constructiva de las ciencias sociales al enorme desafío que la explosión telemática plantea a la región.

## SIGNIFICADO DE LA EXPLOSION COMUNICACIONAL

Durante mucho tiempo existía en el mundo y particularmente en Latinoamérica una comprensión muy parcial y superficial de la fiebre electrónica que se había apoderado sobre todo de países como Japón y los Estados Unidos a comienzos de la última década. Se pensaba que el desarrollo de los nuevos medios y sistemas de información y comunicación sólo respondía a otro eslabón en la cadena de las sucesivas innovaciones tecnológicas y desarrollo de nuevos productos y procesos que mantienen en operación a la máquina del sistema capitalista. Hasta los tres grandes de Detroit (General Motors, Ford y Chrysler) y naciones enteras (como p. ej., Alemania Federal) no comprendieron el signo de los tiempos en el momento preciso y perdieron el tren y con ello el alcance a

tecnologías de punta en el mundo. Recién hoy se sabe que la introducción de sistemas digitales de transmisión de gráficos, audio y video cada vez más sofisticados, miniaturizados y eficientes, marca algo mucho más profundo: una etapa nueva y cualitativamente diferente de la revolución industrial. De acuerdo con **Alexander King** *"la primera revolución industrial descansaba principalmente en la sustitución de la fuerza muscular (del hombre), primero por la máquina a vapor y luego por máquinas accionadas por la fuerza eléctrica; la segunda revolución industrial estriba en la incorporación de información e inteligencia computarizada a máquinas y sistemas de producción"* (8).

Al igual que la primera revolución industrial condujo a una verdadera explosión de las potencialidades físicas del hombre, la segunda revolución industrial permitirá un incremento casi inimaginable de nuestras capacidades intelectuales. La información se convierte en un recurso y una en la mercancía más codiciada, surge en los países occidentales más avanzados un nuevo modelo de sociedad: la sociedad de información.

Esta segunda revolución industrial -como se sabe hoy- ha generado en los grandes países occidentales una tendencia a profundas transformaciones estructurales que tiende a afectar y a cambiar drásticamente hasta el orden jerárquico de sus ramas industriales más importantes. En su muy comentado libro **El Mundo después del Petróleo**, **Bruce Nussbaum** hace hincapié en el hecho que en la primera revolución industrial las industrias más dinámicas, la siderur-

gia, la automotriz y la química, son industrias con un alto consumo energético y cuyo rendimiento depende del aprovechamiento de las economías de escala y la producción en series. En cambio, escribe **Nussbaum**, *"las nuevas industrias del siglo XXI -computadoras, biotecnología, electrónica- sólo usan una fracción de la energía consumida por las viejas industrias"* (9). Estas industrias de alta tecnología son las industrias locomotoras del mañana, y arrastran consigo no sólo a la mayor parte de las industrias metal-mecánica, textil y alimenticia, sino también a partes de la industria química y del sector terciario.

Paralelamente, también cambia profundamente la composición de la fuerza activa de trabajo. Según **Marvin J. Cetron**, Presidente de Forecasting International Inc., el número de personas empleados en la manufactura en los EE. UU. en el año 2.000 en relación con 1980 bajará del 28 por ciento al 11 por ciento, en tanto que la agricultura registrará una reducción del 4 por ciento al 3 por ciento. En cambio, estima que el número de empleados en el sector de servicios crecerá del 68 por ciento en 1980 al 86 por ciento en el año 2.000. Y de estos últimos, la mitad estará ocupada en elaboración, procesamiento y difusión de información. (10)

Estos datos ilustran la magnitud de los cambios que se avecinan y que ya están en marcha en los Estados Unidos. Similares y quizá aún más impresionantes cambios se están operando en el Japón, gracias a la dinámica introducción de la microelectrónica, el robot y la computadora en la vida económica y el



Estación repetidora intermedia de microondas de 2 KHz en los Andes bolivianos.

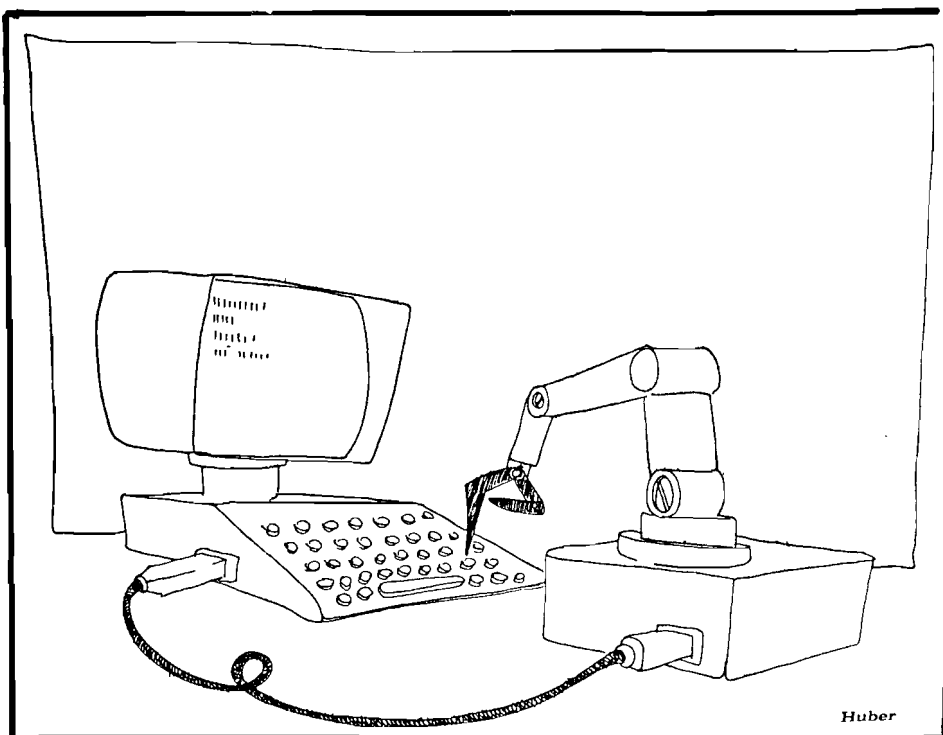
sector social de este país. Europa Occidental, donde ha cundido la alarma, está realizando ingentes esfuerzos con el fin de dar alcance al Japón y a Estados Unidos, países que se han situado en los primeros puestos en la nueva revolución industrial.

Nos encontramos en fin -que nadie lo dude- en el umbral de una fantástica nueva era industrial, que recién ha comenzado y que probablemente no alcanzará su pleno auge sino en 30 a 50 años. Esta nueva era -producto de la triunfante comunicación promete generar transformaciones y causar efectos extraordinariamente profundos tanto en las economías y sociedades de los países desarrollados como los países en desarrollo; a cambiar sus estructuras productivas y hasta los lugares que ocupan en el mundo, como también sus estilos de vida y culturas.

Sería ingenuo pensar o aspirar que la rueda de este proceso colosal pudiera o debiera ser detenido. Lo que sí debe preocuparnos es que esta rueda no pase de los anhelos de las amplias mayorías de las propias naciones ricas para una vida cada vez más próspera, digna y libre, y que no viole tampoco los legítimos derechos de los países del Tercer Mundo al uso de las nuevas tecnologías en función de la superación de las brechas y desigualdades que caracterizan a sus sociedades y a sus relaciones con los países industrializados.

## EL DETONADOR DE LA REVOLUCION MICROELECTRONICA

Para comprender las profundas causas que coadyuvieron al advenimiento de la revolución microelectrónica creo que es oportuno echar por la borda las explicaciones simplistas de corte estrictamente comercial o coyuntural. Las dramáticas transformaciones que están en marcha en Japón, Estados Unidos y en Europa Occidental, y que pronto se harán sentir también en muchos países en desarrollo, incluida América Latina, difícilmente podrían explicarse solo como secuelas de estrategias arbitrarias de algunas poderosas empresas transnacionales para una repartición más lucrativa del poder mundial o como consecuencias de la antagónica y ruin confrontación Este-Oeste. No pretendo sostener que estos factores y procesos no hayan contribuido a su desencadenamiento. Pero creo que una aproximación diferente a esta importante interrogante nos acercará más a la verdad de lo que ocurre.

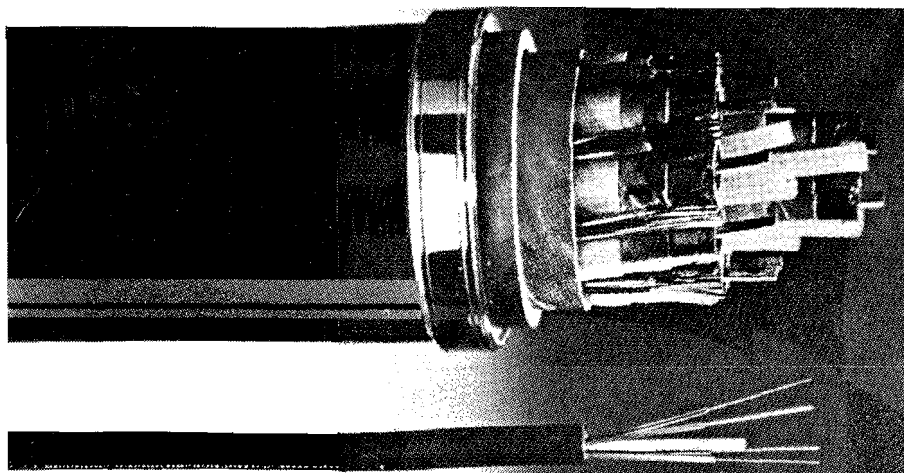


Quizá el ejemplo sea atrevido, pero noto cierto paralelismo entre el surgimiento de un nuevo paradigma científico (descrito en el ahora ya clásico libro **La estructura de las Revoluciones Científicas** de Thomas Kuhn) y la evolución de la segunda revolución industrial. Según la teoría de Kuhn, una teoría se mantiene vigente mientras explique una mayoría de fenómenos y haya esperanzas de explicar los enigmas que quedan con el instrumental que ella ha permitido desarrollar. Solo cuando un fenómeno contradice la teoría y al presentarse un nuevo atisbo teórico que logra explicar satisfactoriamente al enigma anterior, surge - a un nivel superior- un nuevo paradigma. "*La teoría Nueva*", dice, "*parece una respuesta directa a la crisis*". (11)

El desenlace de la primera revolución industrial se debe posiblemente a un proceso semejante. A pesar de la Segunda Guerra Mundial, su modelo basado en el perfeccionamiento de tecnologías desarrolladas fundamentalmente en el Siglo XIX- siguió funcionando, gracias principalmente a una mecánica muy especial: el dinamismo inherente en el sistema capitalista, que a través de la competencia y el afán de lucro obliga a las empresas a la introducción constante de nuevos productos y procesos, al desarrollo de innovaciones tecnológicas que

permitan la obtención temporal de márgenes superiores de ganancias, hasta que los competidores hayan logrado nivelarse. He aquí el ciclo sin fin de generaciones y generaciones de nuevos productos con los cuales las empresas más fuertes y dinámicas inundan los mercados, y la hilera sin fin de nuevas y más sofisticadas tecnologías que permite la producción de nuevos productos o mejorar y abaratar los existentes.

Según **B. Nussbaum**, el detonante -y a la vez el golpe de gracia- para este modelo de la primera revolución industrial fue el drástico incremento de los precios de los recursos energéticos no-renovables a principios de los años setenta. El enorme aumento del precio del petróleo, de 2.10 a 34 dólares por barril en 10 años produjo los monstruosos déficits en las balanzas de pago de los grandes países occidentales y los gigantescos superávits de los mayores exportadores de petróleo; precipitó a la mayoría de los países en desarrollo -importadores netos de energéticos conjuntamente con los países desarrollados- a una crisis de la cual el mundo aún no se recupera. Pero, sobretodo asestó casi de la noche a la mañana un golpe mortal a las grandes industrias siderúrgica, automotriz, química, textil y otras, todas fuertes consumidores de este energético que rápidamente cayeron en crisis. Así surgen los lla-



Cable coaxial y fibra óptica con la misma capacidad de transmisión.

mados al ahorro de combustibles y el apoyo al desarrollo de fuentes energéticas alternativas. Vuelven a ser competitivas viejas fuentes como el carbón y el gas.

Pero, ante todo, surgen ahora con un vigor inusitado dos nuevas ramas industriales de bajos insumos energéticos, la microelectrónica y la ingeniería biogenética, casi en forma imperceptible primero, adquiriendo después un dinamismo propio sin precedente, para de pronto abrirse camino a pasos agigantados, dando al traste con el modelo anterior y desencadenando una nueva revolución industrial que cambia todas las reglas y estructuras y augura un nuevo tipo de sociedad para el siglo XXI.

El hecho de que los conocimientos científicos básicos para el despegue de la comunicación ya estaban disponibles en los Estados Unidos y Japón seguramente fue una condicionante importante. Recuérdese que el primer prototipo de la computadora el famoso ENIAC-verdadero dinosaurio en comparación con las computadoras de la cuarta generación de hoy, diez mil veces más eficientes e increíblemente más pequeñas y económicas- fue construido en los años 50, y el primer robot se remonta a los años 1920. El billonario financiamiento para impulsar los respectivos proyectos de investigación y desarrollo a través del Pentágono y la NASA en los Estados Unidos y el Ministerio para el Comercio Internacional y la Industria (MITI) en Japón fue otro elemento importante. Pero el factor más decisivo, el detonante definitivo de la marcha victoriosa de la microelectrónica fue hoy probablemente la crisis energética provocada por la OPEP.

De entre todos los países occidentales, Japón fue el país más afectado por el embargo decretado y la galopante al-

za de los precios energéticos, debido a su alta dependencia del petróleo importado del Golfo Pérsico, y fue el primer país en reaccionar. Destacando la amplia visión de la élite de los empresarios japoneses, Nussbaum revela que *"el Japón sabía quizás cinco años antes de los Estados Unidos que . . . el aumento de los precios del petróleo crearía enormes mercados globales para productos de alta tecnología y eficiencia energética"* (12) Con una inyección de 80 mil millones de dólares en 10 años para el desarrollo de las tecnologías más avanzadas, empresas como Sony y Matsushita lograron predominar en el mercado mundial de los aparatos electrónicos domésticos, mientras otras como Hitachi, Fugitsu y Mitsubishi ocuparon primeros lugares en áreas tan estratégicas como semiconductores, robots y fibras ópticas. Mientras tanto, el proyecto japonés de desarrollar hacia 1990 una computadora con inteligencia artificial ya representa un serio reto a la primacía que IBM aún mantiene en materia de computación.

En relación con el mencionado proceso de innovaciones, aún cabe resaltar que se trata de un ciclo semi-automático, que hoy funciona respecto a la pujanza de la microelectrónica como funcionó en el siglo pasado en relación con la máquina a vapor y los motores eléctricos y de combustión. Es por esto que la actual revolución de los circuitos integrados, fibras ópticas, mini-computadoras y robots que abren las perspectivas a fabulosas economías y una insospechada potencialización de la capacidad intelectual del hombre, se va imponiendo con la misma lógica con la cual el telar mecánico desplazó la producción textil manual en los albores de siglo XIX; que condujo a la ruina la industria del salitre en Chile, debido al desarro-

llo de los fertilizantes químicos, y que precipitó a la prestigiada industria relojera suiza en una tremenda crisis, cuando el Japón logró superar el reloj mecánico con el reloj electrónico de cuarzo.

Con estos apuntes sólo se ha querido reforzar el criterio de que fuerzas muy poderosas confluyeron en el mundo para que la revolución microelectrónica y una nueva era industrial se hiciesen realidad. En cierta manera, fue la venganza de los países más desarrollados por los altos precios del petróleo fijados por los países árabes miembros de la OPEP. Amenazados por un cúmulo de crisis y restricciones, las transnacionales de la alta tecnología electrónica y sus respectivos países (Japón, Estados Unidos y los cuatro grandes de la Comunidad Europea) libran hoy una feroz competencia no sólo por nuevos mercados y mayores ganancias, sino para salvaguardar su propia supervivencia y la continua vitalidad y competitividad de sus economías.

Puede ser que desde el punto de vista de los países en desarrollo, el videotexto, la computadora personal y el robot no sean *"necesidades básicas"*. Pero los países industrializados representan una de las pocas perspectivas alentadoras para dinamizar sus economías y regenerar lo rancio de sus sociedades. De todos modos, no tienen alternativa. Como lo dijo un Ministro de la República Federal de Alemania: *"Para bien o mal, estamos obligados a impulsar a toda costa el desarrollo de las nuevas tecnologías en el país. No nos podemos permitir el lujo de quedarnos atrás, so pena de quedar eliminados de la primera fila de las naciones avanzadas"*.

## VENTAJAS Y BENEFICIOS DE LA COMUNICACION

Para poder evaluar en forma desapasionada el nuevo modelo de la revolución industrial que va emergiendo ante nuestros ojos, se requiere también claridad sobre su aporte al enriquecimiento material, intelectual y cultural de la sociedad y de la vida del ser humano. ¿Cuáles son, entonces, las ventajas y los beneficios principales que se derivan de la sorprendente avalancha de nuevos medios y sistemas de comunicación? La verdad es que son muchos y enormes.

*"En la era de energéticos de alto costo"*, dice B. Nussbaum, *"los robots significan productividad más alta, costos más bajos y hasta mejor calidad"* (13). Este juicio, ya ampliamente comprobado por las experiencias obtenidas en una docena de países, se aplica también a muchas de las demás máquinas e innova-



ciones tecnológicas de la revolución microelectrónica, para la computadora, las máquinas de almacenamiento, reproducción y procesamiento de datos y textos, la fibra óptica, los satélites, etc. Pero veamos este tema más de cerca.

Un robot industrial, empleado como soldador o pintor en una línea de ensamble de automóviles, trabaja 16 horas diarias y costaba (en 1980) un promedio de \$4,80 por hora, menos de la mitad de lo que ganaba un operario en los Estados Unidos. Su calidad de trabajo es constante y es por tanto mejor que del hombre; también produce hasta un 70 por ciento menos de desechos de material. Además, el robot no se enferma, ni se casa, no queda embarazado, ni bebe ni hace huelgas! Las ventajas son obvias. El respectivo ejemplo citado por Nussbaum es abrumador: Los japoneses, utilizando robots en sus líneas de ensamble, producían en 1980 el mismo número de automóviles que los Estados Unidos con un 30 por ciento menos de operarios y en un tiempo 30 por ciento menor. Las resultantes ventajas de precios -de mil a dos mil dólares menores por unidad permitieron a Japón conquistar el 27 por ciento del mercado norteamericano- precipitando a la industria de Detroit a una de sus peores crisis: de una producción de 13 millones de automóviles en 1978 a sólo 5 millones en 1982.

Las mismas ventajas económicas se dan en los demás renglones. En el citado informe al Club de Roma, Roy Curran y Susan Curran afirman: "Los productos controlados por dispositivos microelectrónicos se destacan por lo si-

guiente -son más fuertes, más duraderos y a menudo también más pequeños y económicos que sus predecesores". (14) En 1965 un satélite permitía sólo 240 conexiones telefónicas simultáneas con un costo anual de \$22.000 dólares, para cada una. En 1980 su capacidad aumentó a 12.000 circuitos a un costo de \$800 y se espera que ya en 1985 los satélites más sofisticados permitan 100.000 circuitos telefónicos a un costo anual de sólo \$30. Las máquinas de procesamiento de textos que imprimían de 5 a 100 líneas por minuto a principios de los años 1980 tienen ahora rivales que imprimen hasta 18.000 líneas por minuto. Las transferencias bancarias electrónicas abaratan los costos por operación de 50 a 7 centavos. La teleconferencia es 5 a 10 veces más barata que la conferencia tradicional que implica altos costos de viaje. De acuerdo con un estudio de la University of Southern California, el "tele-trabajo -desde la casa- implica ventajas en el consumo de energéticos en una relación de 29 a 1, considerando el uso del automóvil privado, y de 11 a 1 en el caso de medios de transporte colectivos normales". (15) La utilización de las fibras ópticas ya permite transmisiones de información diez mil veces superiores que las hechas a través de los antiguos cables de cobre. Un cable de 144 fibras ópticas, cada una tan fina como un pelo humano, sirve para la transmisión simultánea de 50.000 llamadas telefónicas bidireccionales; uno con sólo 12 filamentos puede transmitir 200 canales de televisión. Las primeras computadoras eran pesados monstruos, compuestos de miles

de tubos de vacío y millones de resistencias, llenando todo un cuarto. La generación actual pesa 300.000 veces menos y es 10.000 veces más eficiente, económica y confiable. Las primeras computadoras costaban millones. Las computadoras caseras más baratas de hoy día, una Apple, IBM, Atari o PET, pueden obtenerse hasta por un par de cientos de dólares.

Por otra parte, ¿quién quisiera poner en tela de juicio ya no sólo la eficacia de una computadora, sino su papel como instrumento que potencia enormemente la capacidad intelectual del hombre, ya sea para tener acceso a información en lejanos bancos de datos, para instruirse o para entretenerse con juegos electrónicos? La televisión por cable y por satélite, al igual que la videograbadora y el teletexto, amplían sin duda el acceso del hombre a una gama muy variada de programas, educativos y culturales, entre otros, facilitándole así un uso mucho más enriquecedor de la TV, sin siquiera tomar en cuenta las perspectivas que se abren con la TV de doble vía, la TV holográfica o la de alta definición. ¿Y quién se atrevería a sostener que el uso de la computadora casera o personal para un sinnúmero de labores domésticas y otras, tales como encargar compras en el supermercado, realizar transferencias y pagos o hacer reservaciones para viajes, no contribuiría a aliviar el trabajo del ama de casa y del hombre y significaría una mayor comodidad para la vida? Lo mismo se puede decir de muchos de los nuevos adelantos electrónicos, cuya introducción en los más avanzados países occidentales ya está a la vuelta de la esquina, como el teléfono transformado en fiel aparato recordatorio de citas o fechas de vencimiento de pólizas, el periódico electrónico, disponible a través de la pantalla de TV desde la cama antes del desayuno, el correo electrónico instantáneo, sin papel, estampillas ni carteros y hasta el libro electrónico del tamaño de una pequeña grabadora, que le 'leerá' su autor preferido.

La conclusión de los antes citados autores que "en todos los campos de la comunicación, la técnica de instrumentos y la automatización, y la microelectrónica conduce a sustanciales mejoras" no es por lo tanto gratuita. Por un lado, al propiciar considerables ahorros de costos de mano de obra, material y energía y facilitar además una calidad y servicios superiores, las nuevas tecnologías de la comunicación e informática permiten sorprendentes aumentos de produc-



Sala de switching en un servicio de intercambio telefónico automático internacional.

tividad y del valor agregado, lo que a su vez se traduce en considerables ventajas competitivas en los mercados y en pingües ganancias para las empresas que se saben aprovechar de las mismas. Por otra parte, permiten también un increíble incremento de los canales de comunicación, el acceso directo a las fuentes más especializadas de información y una enorme intensificación de la comunicación masiva e instantánea.

A pesar de estas evidentes ventajas y beneficios de los diferentes medios y tecnologías de la comunicación, no faltan las voces que centran sus críticas -y no sin razón- en el hecho que muchos de los nuevos productos e innovaciones tecnológicas invaden a los mercados, tanto de los países desarrollados como de los en desarrollo, sin estudios previos de sus posibles consecuencias negativas y sin los dispositivos legales necesarios para evitarlos. Esta crítica, proveniente principalmente de las ciencias sociales, me parece justa, pero -lamento decirlo- de poca eficacia. Al estigmatizar la "racionalidad mercantil" y estimar que "la civilización del tener triunfa sobre el ser", parafraseando un bestseller de Eric

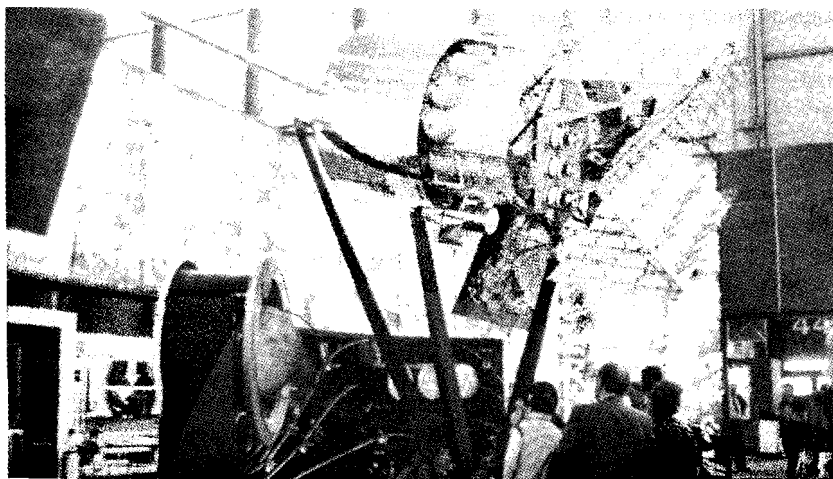
que una crítica de la tecnología que se fundamenta en concepciones éticas de un mundo "como debiera ser" se coloca fácilmente fuera de lo real. Aunque acarreen efectos sociales posiblemente inconvenientes, las grandes innovaciones tecnológicas suelen imponerse por la fría lógica de las reglas de juego que controlan la constante regeneración y supervivencia del sistema capitalista como tal. Los telares mecánicos provocaron serios problemas de desempleo en Inglaterra en el siglo pasado y estragos económicos en la India. Pero el dinamismo de la primera revolución industrial se encargó de las protestas fútiles de los Luditas. Cuando se desarrolló el automóvil, jamás se pensó que esta invención un día podría contaminar las ciudades y causar decenas de miles de accidentes mortales por año. Sin embargo, a nadie sino a soñadores empedernidos, se les ocurriría exigir su proscripción. De acuerdo con Ronald A. Brown, un editorial del *The Times* de 1887 estimaba que "las condiciones de vida eran casi imposibles debido al telégrafo" (17). Muchos ecólogos incurren hoy día en las mismas exageraciones.

que cuando estos problemas y dificultades ocurran sean para un buen propósito". En relación con la actual revolución microelectrónica existen dos alternativas fundamentales. Por un lado, los lamentos y las interpretaciones encontradas, recordatorios de los Luditas, pero de poca trascendencia práctica para el futuro. Por el otro, el reconocimiento de que las nuevas tecnologías de comunicación y procesamiento no son malas per se, que tienen indiscutibles ventajas y beneficios y que, empleadas adecuadamente, como dice **Gabriel Rodríguez** del ILET, "ofrecen hoy una oportunidad única para utilizarlas como herramientas al servicio del desarrollo, la democracia y la participación" (19). A mi modo de ver, la tarea más urgente es explorar estas oportunidades y promoverlas a toda costa.

## LOS EFECTOS DE LA COMUNICACION EN LOS PAISES DESARROLLADOS

No me referiré aquí sino a uno y al más grave efecto de la revolución de la microelectrónica en los países más desarrollados del mundo occidental -el desempleo. Se estima que el 1982 el número de desempleados en los países de la OCDE ascendía a cerca de 40 millones, una parte como consecuencia de las drásticas reducciones de la fuerza laboral en los sectores más afectados por esta revolución. Y según los pronósticos para 1990 y 2.000, este desempleo en parte estructural tiende a incrementarse.

Ya en la década del 70, se señala en el citado informe al Club de Roma, varias ramas industriales europeas, especialmente la de procesamiento de metales y de telecomunicaciones, procedieron al despido masivo de sus trabajadores debido al avance de la microelectrónica, y pese a continuos aumentos de la producción. En sólo siete años, p. ej., la industria británica procesadora de información redujo el número de sus ocupados en un 20 por ciento, una gran empresa sueca de telecomunicación prescindió de un tercio de sus trabajadores, en tanto que en Suiza 46.000 obreros de la industria de relojes perdieron su trabajo. (20) En la industria textil sucede algo semejante. Se han reportado casos de empresas que han reducido el número de sus trabajadores de 200 a 15. Una hilandería británica parcialmente automatizada produce ahora con sólo 95 trabajadores tanto como en tres fábricas obsoletas con 435 trabajadores. En los Estados Unidos, las decenas de miles de operarios de la industria automotriz que



Versión mejorada del satélite soviético Stationar-T.

Fromm, **Hector Schmucler** se pronuncia, p. ej., a favor de una planificación tecnológica basada en objetivos sociales y morales. (16) El que está posición haya sido considerada por una corriente de los asistentes a la conferencia de la AIERI en París en Sept. de 1982 como una especie de "voluntarismo social", opuesta a la línea abogada p. eje. por **Herbert Schiller** que preconiza una oposición política mucho más radical, me parece exagerar las cosas un poco. Pero conviene recordar, que si Carlos Marx tuvo algún acierto, era su tesis que el modo de producción determina las relaciones de producción y la superestructura y no viceversa. De esto se desprende

¿Qué es lo que cabe colegir de esto? **Julian L. Simon**, refiriéndose a las exacerbadas denuncias del deterioro del medio ambiente, señala una verdad -quizá fastidioso- pero no por eso menos real: "Cabe tener en cuenta que no es posible crear un mundo libre de tales riesgos". (18) El desarrollo científico-tecnológico y económico sin efectos colaterales perjudiciales en una u otra forma, sólo existe en la utopía. El gran autor y pensador británico **H.G. Wells**, un sagaz intérprete del dinamismo immanente en la evolución de la ciencia y tecnología, escribió: "El objetivo para mejorar la sociedad no debiera ser la eliminación de problemas y dificultades, sino asegurar



¿Les llegará también algo de las nuevas tecnologías?

han perdido sus fuentes de ingreso debido a la gran crisis en esta rama a principio de los años 80 y debido a la posterior introducción de robots, jamás recuperarán sus lugares de trabajo. La misma suerte corren miles de despedidos en la industria litográfica norteamericana y alemana. En un banco de los Estados Unidos la computarización de una buena parte de sus operaciones condujo a una drástica reducción de sus empleados. Del trabajo realizado antes por 430 empleados se encargan ahora 50 personas sentadas frente a las consolas de una computadora. Y todo esto sólo marca el comienzo.

Introduciendo robots, que en promedio sustituyen 4 a 5 operarios, la General Electric de Estados Unidos tiene programado reducir sus 37.000 operarios de ensamble a la mitad hasta 1990. La General Motors Corp., que proyecta para 1990 emplear 20.000 robots en sus líneas de soldadura, pintura y ensamble, prescindirá de los servicios adicionales de decenas de miles de sus trabajadores. Pero las perspectivas para el próximo futuro son aún más dramáticas. En un estudio de la Universidad Carnegie-Mellon sobre *"El impacto de la robótica en los ocupados y lugares de trabajo"* se afirma que en los años venideros alrededor de 7 millones de trabajadores, principalmente trabajadores calificados, podrán ser reemplazados por robots y que para el año 2.000 un número adicional de 21 millones de personas enfrentarán en los Estados Unidos la misma amenaza. Además, unos 38 millones de empleados de oficina verán afectada su estabilidad de trabajo por la automatización, aunque se estima que algunos podrán retener su empleo mediante la reubicación o después de intensivos cursos de capacitación. Todos estos datos de B. Nussbaum se refieren a una situación que ya existe y que existirá mañana con

una alta probabilidad, ya que nada hace pensar que las tendencias que se observan hoy podrían tomar otro curso. *"Los robots"*, resume Nussbaum, *"prometen establecer una era de riquezas sin paralelo en los últimos 50 años. Pero amenazan también con fomentar una moderna rebelión Ludita por un nuevo ejército del superlumpenproletariado, que se siente amagado por la marcha de las máquinas"* (21).

La situación no es menos agravante en otros países occidentales, como p. ej. en la Rep. Fed. de Alemania, donde según un estudio reciente, sólo en 10 años podrían ser desplazados 10 millones de trabajadores. Otro estudio realizado en 1977 descubrió que el 33 por ciento de los trabajadores masculinos y el 46 por ciento de las empleadas femeninas desempeñaban trabajos repetitivos, aptos para una progresiva automatización.

De acuerdo con una corriente, las altas tasas de crecimiento en las diferentes áreas de la comunicación, tales como producción de microprocesadores, computadoras, circuitos integrados, máquinas de reproducción y procesamiento de textos, robots, etc. y sus efectos secundarios, permitirán compensar el mencionado desempleo y absorber las nuevas masas cesantes lanzados a la calle por la revolución microelectrónica en los países industrializados. Esta esperanza quizá sea justificada a largo plazo; a corto plazo, sin embargo sólo parece ser un bello espejismo. Ciertamente, como señala Bruno Lamborghini, que *"en 1980 la demanda estadounidense para programadores en computación superó la oferta en por lo menos 50.000 personas"* (22). Según estudios realizados por el Instituto de Robótica de este país se necesitarían para el año 2.000 cerca de 1,5 millones de técnicos para atender los ejércitos de robots que abundarán

en las fábricas, minas, construcción, agricultura, en el fondo del mar y hasta en la exploración espacial. Marvin J. Cetrone preve que para el 2.000 se necesitarán más de 2,5 millones de expertos técnicos sólo para los campos de robótica y computarización. Pero aunque las ventas de las nuevas industrias de la comunicación, como se preve crezcan de 40.000 millones de dólares en 1980 a 160.000 millones en el año 2.000, difícilmente éstas podrán absorber toda la mano de obra ociosa, afectada por la marcha victoriosa de los aparatos y sistemas de la microelectrónica. Dependerá probablemente de otras industrias dinámicas, como la ingeniería genética y la producción de nuevos materiales, el que el nuevo proletariado encuentre empleo.

Estas perspectivas nada halagüeñas, acentuadas aun por el agravante destacado por Alexander King, *"que la automatización afecta a ambos sectores, al secundario y al terciario, simultáneamente"*, hacen pensar en la alta probabilidad de que los grandes países de la OCDE se enfrenten en la próxima década o dos a un creciente y quizá endémico desempleo, para el cual -al menos desde aquí- aún no se avizora una solución. (23) Y a esta lacerante problemática cabe, desde luego, sumar aún los demás efectos nocivos de tipo político, social y cultural relativos a problemas tales como la soberanía nacional, la concentración de poder, la atomización de la sociedad, la profundización de brechas entre los que dominan los nuevos medios y los que no los dominan y el mayor control del individuo, en los cuales aquí no se ha querido insistir.

Una interrogante llama poderosamente la atención. ¿Por qué, si un desempleo de alarmantes proporciones es la consecuencia ineludible de este proceso de la comunicación, afectando la recuperación económica y creando problemas sociales de casi imprevisibles proporciones, los países protagonistas de este proceso no desisten y desaceleran esta carrera que les impone un alto costo social? La pregunta es fácil de contestar - ¡no pueden!- Como ya se señaló antes, estos países, con Japón y Estados Unidos en la delantera y Europa Occidental tratando de acortar la brecha, y todos enfrascados entre sí en una cruenta lucha de competencia, no pueden dejar de participar en esta carrera. El precio es demasiado alto. *"Si no nos preocupamos o rechazamos la tecnología de los semiconductores como nación"*, dictaminó el Consejo Asesor para

la Investigación Aplicada y el Desarrollo de Gran Bretaña, *"este país engrosará las filas de los países subdesarrollados"*. (24) Este mismo criterio es ampliamente compartido por los círculos gubernamentales y empresariales más altos de Francia, la Rep. Fed. de Alemania, Italia y Holanda y, desde luego de los mismos Estados Unidos y Japón. De que en esta carrera también la confrontación Este/Oeste juega un papel importante es obvio, como se desprende p. ej. del discurso de Leonid Brezhnev en el 26 Congreso del PCUS en el cual destacó la intención de la Unión Soviética de producir 40.000 robots en los próximos cinco años. Pero aún más sintomática quizá es la posición asumida por los propios gremios sindicales en los países occidentales frente a las graves implicaciones de la invasión microelectrónica para la ocupación. El dilema que confronta a estas organizaciones fue claramente expresado a la revista *Spiegel* por un sindicalista alemán: *"Sabemos que el microprocesador destruye lugares de trabajo, pero si no lo aceptamos, no habrá puestos de trabajo para nadie"*.

La pregunta planteada entre otros por Armand Mattelart (25) -*"si la gente realmente necesita esta tecnología"*- es por lo tanto, preciso reconocerlo, irrelevante, porque parte de la premisa

irreal, como si el funcionamiento del sistema capitalista pudiera ponerse de cabeza, sujetándolo a las restrictivas y a menudo antojadizas visiones que pululan en aquellas ciencias sociales que se ciegan a la realidad. En Francia, donde se ha asignado a la investigación científica y al progreso tecnológico la misión quizás imposible *"de proveer las bases de otro modelo de desarrollo para la sociedad"*, el Estado intenta mitigar la problemática del desempleo estructural, consecuencia de la ofensiva microelectrónica, con una mayor dinamización del sector público. Otros países como Gran Bretaña, la Rep. Fed. de Alemania y los países escandinavos se esfuerzan por combatir el creciente dilema mediante convenios entre los gremios empresariales y sindicales. Estos convenios preven, p. ej., la participación de los sindicatos en las decisiones de las empresas respecto a la automatización y amplios programas para la reubicación y capacitación de la fuerza de trabajo que indefectiblemente resulta cesante. En la Rep. Fed. de Alemania se discuten también disyuntivas como la rebaja de la edad para los pensionados y la reducción de la semana laboral a 35 horas.

Es probable, sin embargo, que todas estas medidas no dejen de ser sino paliativos para un problema que no tiene remedio, como lo tiene una huelga ais-

lada o el catarro coyuntural de una economía, y para el cual sólo se encontrarán soluciones sobre la marcha misma del proceso de transición a la sociedad electrónica de información. La actual revolución industrial y sus efectos para los niveles de ocupación en los países industrializados occidentales son dos procesos indisolublemente amalgamados, pero con la diferencia que el primero funciona como punta de lanza del desarrollo y del proceso, en tanto que el segundo necesariamente cojea atrás, buscando los ajustes más convenientes para que el desarrollo y progreso técnico y económico no tengan un costo social demasiado elevado. La política platicada por las grandes empresas japonesas de *"estabilidad para sus trabajadores"* y de *"no despido"* es una particularidad muy sui generis del sistema japonés. Pero este modelo con características extraordinariamente patrimoniales no ha encontrado eco en los demás países miembros de la OCDE, ni se sabe si podría funcionar en ellos, ni siquiera si ésta podría ser una respuesta válida.



#### REFERENCIAS CITADAS

- Klaus Lange, "Entre Esperanzas y Temores". Bild der Wissenschaft, enero 1984, pág. 63.
- Ibid. op. cit. p. 71.
- Jean-Jacques Servan-Schreiber, The World Challenge, New York, Simon Schuster, 1980, pag. 268.
- Raquel Salinas, Comunicaciones Internacionales, Dilemas Nacionales, Documento preparado a petición de la Oficina del Consejero Regional de UNESCO para las Comunicaciones en América Latina y el Caribe, Quito, febrero 1984.
- Armand Mattelart y Héctor Schmucler, América Latina en la Encrucijada Telemática, México, Folios Ediciones ILRT, 1983, pág. 61 ss.
- Juan F. Rada, "The Microelectronics Revolution: Implications for the Third World", Development Dialogue, No. 2, 1983, p. 58.
- Raquel Salinas, op. cit. p. 3.
- Alexander King, "Introducción: Una nueva revolución industrial o solo una nueva tecnología" (mi traducción) en Auf Gedeih und Verderb, Mikroelektronik und Gesellschaft; Europaverlag, Informe para el Club de Roma, Günter Friedrichs y Adam Schaff editores, 1982, p. 18;
- Bruce Nussbaum, The World after oil, New York, Simon & Schuster, 1983, p. 66.
- Marvin J. Cetron, "Getting ready for jobs of the future" The Futurist, junio 1983, p. 15.
- Thomas S. Kuhn, La estructura de las revoluciones científicas. México, Fondo de Cultura Económica, 1975. p. 122 ss.
- Bruce Nussbaum, op. cit., p. 230.
- Bruce Nussbaum, op. cit. p. 21.
- Ray Curnow y Susan Curran, "Aplicación de la Tecnología", en Informe al Club de Roma, op. cit. p. 106.
- Peter F. Eder, "Telecommuting: The stay at home work force of the future, The Futurist, junio 1983, p. 30 - 31.
- Héctor Schmucler, "La Educación en la Sociedad Informada", CHASQUI No. 6, enero-junio 1983, p. 20.
- Ronald A. Brown, "New Technologies in Communication: A general Description", Media Development, 4/1983, p. 7.
- Julian C. Simon, The Ultimate Resource, Princeton University Press 1981, p. 143.
- Gabriel Rodríguez, "Nuevas Tecnologías de Información en América Latina: una herramienta para la democracia", Media Development, 4/1983, p. 23.
- Informe al Club de Roma, op. cit., p. 143/4.
- Bruce Nussbaum, op. cit., 35 y 270.
- Bruno Lamborghini, "Los efectos para la Empresa Informe al Club de Roma", p. 135.
- Alexander King "Introducción: una nueva revolución industrial o solo una nueva tecnología." Informe al Club de Roma, p. 41.
- Cita de Juan F. Rada, op. cit., 49.
- Armand Mattelart, "Communications in Socialist France or the Difficulties of articulating Technology and Democracy", documento presentado a la Conferencia de la AIERI en París en Sept. de 1982, p. 43.

El trabajo continuará  
en el próximo CHASQUI, misma sección.

## ¿ FERMENTO en el paradigma dominante ?

### 1º Parte

EDUARDO CONTRERAS BUDGE

"Fermento en el campo" es el título del volumen 33, número 3 del *Journal of Communication*, la más prestigiosa revista académica estadounidense en el campo de la investigación en comunicaciones. Su editor es George Gerbner, de la Universidad de Pennsylvania (3620 Walnut St., Philadelphia, PA 19104 - 3858, USA). Este es un número especial dedicado al tema "estudiosos de la comunicación plantean cuestiones críticas y tareas de investigación de la disciplina".

Hace ya 25 años que Bernard Berelson planteó el ocaso de la aún emergente investigación en comunicaciones: "Los innovadores han dejado o están dejando el campo, y no están emergiendo ideas de alcance y de poder generador comparables (...) las 'grandes ideas' que le dieron al campo de la investigación en comunicaciones tanta vitalidad hace diez y veinte años atrás, en buena medida ya se han desgastado (...) Estamos en una meseta del desarrollo investigativo, y lo hemos estado por algún tiempo" (1).

El fantasma de la oración fúnebre de Berelson ronda por los diversos ensayos de este número del *Journal* (2). Pero al igual que Schramm, Riesman y Bauer en ese momento, tampoco hoy se le cree que el campo "se está marchitando". En lo que hay un cierto consenso, sin embargo, es en esto del fermento.

La única excepción expresa en esta colección de ensayos es Ithiel de Sola Poole: *Desearía que hubiese algún fermento, pero no puedo encontrarlo (...) los nuevos enfoques para el estudio de las comunicaciones escasamente pueden ser honrados por el término 'fermento'. Hay una receta simple para esos ensayos: evite la medición, agregue compromiso moral, y eche algunos de estos términos...* (ECB: cita 22, entre los cuales capitalismo, ideología, paradigma, comercialismo, cooptación, hegemonía).

*No hay nada especialmente nuevo en estas críticas a la investigación empírica (...) Lo que se llamaba una crítica conservadora del empiricismo es hoy a menudo llamada una crítica radical del empiricismo* (3).

De Sola Poole aparte, los demás autores coinciden al menos en diagnosticar este fermento -cada cual a su manera. Y el debate indirecto que con estos materiales se arma es riquísimo. Hasta el punto del cuasi agotamiento mental de quien escribe estas líneas al tratar de obtener-vanamente, lo sabía -las ideas matrices subyacentes. En estos momentos circulan desordenadamente por mi cabeza una multiplicidad de nuevos aportes

y revelaciones de variada utilidad, pero todos ellos profundos y bien argumentados. Es un fermento difícil de aprehender, pero saludable.

No puedo pasar revista aquí a 35 ensayos, la mayoría **made in USA**, ni tampoco tiene sentido. En un intento por deslindar lo que está pasando en el 'communication research' del país del Norte -dada la influencia real y también ideológicamente magnificada que habría tenido en nuestra región- he debido excluir notas específicas sobre otros países, no así a otros autores que reflexionan sobre dicho paradigma dominante. (Aún así, recomendamos el artículo de A. Mattelart orientado hacia políticas francesas en tecnología, cultura y comunicación). Y naturalmente, he podido abordar (así por encima) sólo algunas de las problemáticas centrales evidenciadas en los artículos del *Journal*.

Estas no son un todo coherente, como tampoco lo son en ese debate. Más bien evidenciamos **diversos tipos** de fermentaciones en un período **inicial** de crisis paradigmática pero **sin** la claridad acerca de qué tipo de paradigma o paradigmas están emergiendo. Y lo que más se trasluce son esperanzas, utopías, inquietudes, zozobras, angustias, nuevas oportunidades y ya las primeras desilusiones.

¿Qué sentido tiene esta polémica para América Latina? A mi juicio, al menos tres: conocer el tipo de cuestiones

1. Berelson, Bernard. "The State of Communication Research". *Public Opinion Quarterly* 23 (1), Spring 1959, p. 1-6. Comentarios de réplica en el mismo número.

2. Por razones de espacio, no podremos poner aquí todas las referencias a los autores y artículos que citamos. Todas ellas corresponden a ensayos de este número: *Journal of Communication*, vol. 33, No. 3, Summer 1983. The Annenberg School Press, University of Pennsylvania, Philadelphia, USA.

3. "What Ferment?: A Challenge for Empirical Research", p. 258 y 260.





que hoy se debaten en torno al paradigma dominante y las nuevas o viejas ideas emergentes; contrastar ese tipo de inquietudes con las que hace tiempo vienen planteándose en nuestra región y, por último, dejar de patear caballos muertos. Lo primero lo esbozaremos aquí, lo segundo lo dejamos al lector, lo tercero requiere una explicación.

Acostumbrados a cierto facilismo intelectual, hemos fijado en nuestras mentes una caracterización groseramente simplista de lo que son la investigación y los modelos comunicativos que se manejan en la tradición dominante, fundamentalmente empirista. Ello se ha logrado por la repetición cada vez más disminuida en cantidad y calidad de títulos de uno que otro fragmento de críticas -estas sí bien fundadas- que se han hecho a dicha tradición. Se ha memorizado la epidermis ideologizada de la crítica original, sin darse el trabajo de adentrarse en el objeto de dicha crítica. Proclamamos la influencia clave -para no hablar ya de determinismos esquemáticos- del contexto social sobre el quehacer científico, pero no parecemos aplicar esa tesis para explicarnos qué y cómo se investiga por otros lares. Simplemente descalificamos. Y de una vez para siempre. De este modo, ya no necesitamos preocuparnos más.

Pero resulta que los avances teóricos e investigativos al interior del paradigma dominante y en las propuestas renovadoras -surgidas desde dentro y desde fuera de él- ya han sobrepasado de lejos lo que es una anquilosada e inútil críti-

ca. Porque criticamos algo que en buena medida ya no existe. A eso lo llamamos patear caballos muertos. Más elegantemente, es esto:

Investigador 1 chasquea sus dedos incesantemente.

Investigador 2 observa y decide investigar tal comportamiento, de profundas implicaciones teóricas potenciales. Pregunta participativamente: "*¿Por qué haces eso?*" (hemos eliminado el diseño de la investigación y el marco teórico. Las preguntas -son varias- las hemos reducido y traducido a la anterior.)

Transcripción de la respuesta: lo hace desde tiempo. Sus padres así le enseñaron. "*Es para espantar a los dinosaurios*", afirma.

Investigador 2 (desesperado, porque de su proyecto sólo quedará incólume el marco teórico, que es en sí muy publicable): "*¿Pero si aquí no existen -y quizás nunca hayan existido- los dinosaurios!*".

Investigador 1 (sin dejar de chasquear sus dedos): "*¿no ves que resulta, ah?*".

De entre la multitud de cuestiones en este **Journal**, nos limitaremos a cuatro: a) la delimitación del objeto de las comunicaciones; b) la crisis del paradigma dominante y del empirismo; c) el debate ciencia administrativa/ciencia crítica, y d) las promesas y problemas del paradigma emergente. En este número de **CHASQUI** abordaremos las tres prime-

ras. El resto del artículo irá en el próximo número.

## EL OBJETO NO DELIMITABLE: LA INSTITUCIONALIZACION DE LA FRAGMENTACION.

En lo que hay claro acuerdo es en que se acabó la era del oasis, según la metáfora del Schramm, en que la comunicación era un remanso en donde satisfacían su sed los viajeros que luego seguían su rumbo. Eran pocos, y por ello la delimitación del objeto era una cuestión de esos pocos que lo definían para sus intereses pasajeros. Más establecido el 'campo' (pocos hablan de la 'disciplina') y descubiertas sus múltiples dimensiones, comenzaron las que Jeremy Tunstall llama "*agonías de definición*". Todo campo las tiene, pero la comunicación tiene muchas más. "*Ya sea sólo 'medios masivos' o 'comunicación' cubriría una docena de disciplinas y plantearía mil problemas. . .*" (p. 92).

Pero así nació y se desarrolló por allá el campo, en la conquista empírica- o empiricista, mejor -de varios disímiles territorios vírgenes. La preocupación fue legalizar estas 'tomas de terreno', más que buscar cierta unidad teórica. En un diálogo entre Everett Rogers y Steven Chaffe, el primero rememora que el ir y venir inicial tenía que ver con "*la falta de una estructura institucionalizada*" (p. 21). Hoy las cosas han cambiado tanto que Lee Thayer sostiene que lo que hemos visto desde esa época (la de Berelson) "*es la cientifización, politización, burocratización, e industrialización de la investigación en comunicaciones*" (p. 81) (4).

Pero el crecimiento notable, agrega, "*no es atribuible a grandes logros, sino a una cada vez mayor fragmentación. 'Ganamos' conociendo más y más sobre menos y menos*" (p. 84). Y "*aún no hemos localizado eficazmente dónde está el centro teórico de los estudios de comunicación*" (Rogers, p. 23). Todo ello pese a que hay acuerdos generales sobre lo simplista de los hoy añejos modelos del proceso de comunicación. En palabras de Tim Haight, "*no hay consenso acerca de qué paradigma hemos venido o a cuál hemos llegado, más allá de un acuerdo general en criticar modelos teóricos mecanicistas, lineales, histórica-*

4. "On 'Doing' Research and 'Explaining' Things".

mente descontextualizados". (p. 228).

Dicho paradigma inicial -que hoy virtualmente nadie sostiene- sirvió como frágil ficción de unidad para un campo naciente que se dispersó, especializó e institucionalizó en múltiples direcciones. Y la crisis se deriva no sólo de la ruptura de esa ficción insostenible, donde no se ve "coherencia, sino competencia" (Thayer, p. 84), sino también de la duda básica sobre si es posible la coherencia: "puede que la 'coezón' por lo universal jamás pueda ser tratada exitosamente" (Gerald Miller, p. 36). O George Comstock: "no hay método predominante ni paradigma central" (p.42).

La perspectiva crítica en comunicaciones intenta esa búsqueda de coherencia y unidad pero, como veremos, hay muchas y diversas formas de criticidad, y tales intentos de delimitar el objeto, si bien prometen cierta coherencia -aún más ideológica que científica- en cuanto a vincular expresamente comunicaciones, sociedad, ideología y cultura, poder y dominación, simultáneamente sólo amplían la problemática de la delimitación y de la unidad del campo.

Y dada la importancia real (y creciente) que hoy reviste la comunicación, está "la tentación de imperialismo académico que el nuevo glamour del campo trae consigo" (Nicholas Garnham, p. 315). En efecto, "las puertas de la comunicación se abren casi sobre toda esquina del comportamiento humano. . . ésta es 'la perspectiva singular de la comunicación'. . . donde hay comunicación, podemos buscar una relación social de algún tipo" -y viceversa. (Schramm, p. 17). (5).

En suma, existen múltiples objetos y discursos de la comunicación, trozos fragmentarios del conocimiento de realidades comunicacionales también excesivamente diversas y de compleja integración. Ambos hechos generan deseos de una comprensión más global e insatisfacción con el actual estado de cosas. La crisis paradigmática en proceso refleja los retrasos y las progresivas insuficiencias teóricas para comprender realidades comunicacionales cada vez más complejas y cruciales. Y la búsqueda, quizá utópica, del eludible objeto específico de nuestro estudio.

## LA CRISIS DEL PARADIGMA DOMINANTE Y DEL EMPIRISMO

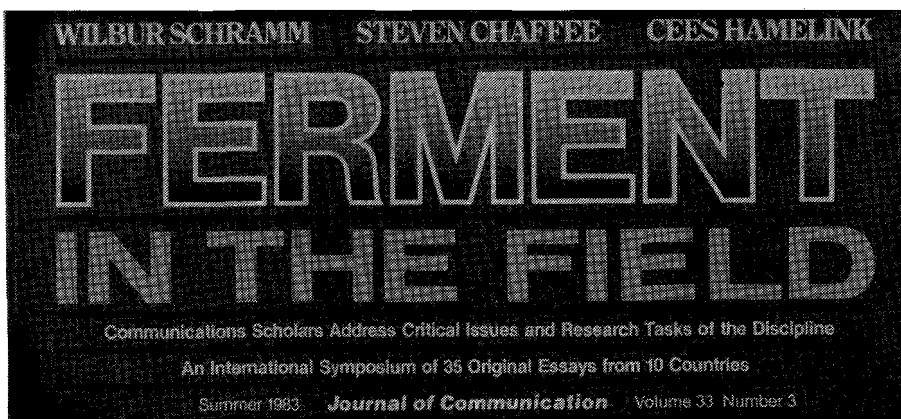
La crisis no es nueva, ni sólo de comunicaciones. Lo nuevo es la amplitud de la crítica, que se deriva no sólo del cuestionamiento epistemológico sino también de la experiencia histórica de los practicistas del empirismo. Pero no repetiremos aquí críticas de sobra conocidas. Varios autores también recuperan, en un afán de clarificar los simplismos ideológicos antiempiristas, el contexto histórico del surgimiento del empirismo. Vale la pena destacar, al respecto, una nota de Miller que cita a Hans Reichenbach: "la vieja controversia entre las escuelas racionalistas y empiristas se puede reducir a una diferencia clave: una visión elitista versus una igualitaria sobre la naturaleza del conocimiento. Los racionalistas sostienen que el conocimiento se obtiene mediante el discernimiento, intelecto e intuición superiores de unos pocos individuos supremamente dotados. Los empiristas, en cambio, al enfatizar datos sensoriales, confiabilidad intersubjetiva y sistemas metodológicos para la verificación pública, sostienen que el conocimiento es, en principio, libre de la autoridad" (p. 37) (6).

Parte del renovado debate sobre el empirismo lo continuaremos en la sección siguiente.

Pero recalquemos que no es que se hayan abandonado estrategias empíricas de obtención de información -cuestión en que casi todos los 'críticos' coinciden- sino que se han clarificado las connotaciones ideológicas y pragmaticistas del empirismo. "La dis-

tinción entre crítico y 'criticista' dicen Kurt y Gladys Lang (p. 132)- es tan pertinente como aquella entre empírico y 'empiricista' ". O al decir de Stuart Ewen: "que muchos estudios 'científicos' de la comunicación sean llamados 'empíricos' es algo como una farsa. Los estudios empiricistas no son necesariamente empíricos, en el significado original de la palabra", que tiene que ver con la experiencia humana; ésta allí se pierde, es una cifra utilitaria, un artefacto de poder (p.222).

Lo que hay también es un deseo de superar el 'cientificismo' ("la excelencia autoproclamada de la ciencia por sobre toda otra forma de conocimiento humano", Cees Hamelink, p. 75), y la mentalidad de los 'cientificadores', deificados del método, y distintos de los científicos (Thayer, 86 y 87). Hay también un retorno a lo que los Lang afirman fue la cuestión general que inicialmente atrajo a los investigadores al campo: "los efectos de las comunicaciones masivas sobre la vida política, intelectual y cultural de la sociedad moderna" (p. 129). Este renacer tiene como una causa interna "la creciente frustración de los investigadores de medios ante su aparente incapacidad para demostrar 'científicamente' la existencia de efectos sociales e institucionales de amplio alcance que el sentido común les decía que se



encontrarían" (Lang y Lang, p. 137) (7).

De allí que la tradición dominante -en tópicos, preguntas y métodos- se revele como insuficiente, y se dé paso a la "invasión por un conjunto más amplio de preocupaciones multidisciplinarias y particularmente la reunión de las ciencias sociales con las humanidades", cuestión que saluda Elihu Katz (p. 51), destacando en especial el retorno de la sociología. Otros postulan además un toque de poética, o que haya más arte que

5. "The Unique Perspective of Communication: A Retrospective View".

6. "Taking Stock of a Discipline". La obra referida de Reichenbach es *The Rise of Scientific Philosophy*, Berkeley, 1951.

7. "The 'New' Rhetoric of Mass Communication Research: A Longer View".

ciencia, como veremos.

Sin embargo, más que explicaciones psicologistas para la crisis paradigmática ("si sólo los teóricos resolviesen sus diferencias..."), como critican William Melody y Robin Mansell, p. 104), o netamente internas o epistemológicas, hay una clara tendencia a considerar que el ímpetu viene más de afuera, de los fundamentales cambios de las realidades comunicacionales, particularmente en el aspecto de las nuevas tecnologías de comunicación, a lo cual más de una docena de autores se refieren explícitamente en este *Journal*. Quizá quien mejor y más detalladamente plantea el asunto es Timothy Haight. El estima, en todo caso, que más que una revolución paradigmática, lo que se vive es "un cambio incremental en normas" (p. 230), para lo cual la internacionalización de los procesos de comunicación y el impacto social de las nuevas tecnologías de comunicación son los factores críticos. Estas nuevas problemáticas generan desplazamientos significativos para el área: en temas y metodologías, en énfasis en investigación relevante para políticas globales, en el paso a niveles sociales -y no individuales- de análisis, en ampliar o quebrar los límites de la disciplina (más conocimientos económicos, tecnológicos y legales). Agrega Haight que aunque el 'clima investigativo' se desplaza hacia una dirección más proclive a los investigadores críticos, muchos de ellos se sienten aún como parte de una minoría en batalla (p. 228-231) (8).

Para tratar de comprender hacia dónde va esta crisis paradigmática y qué puede sobrevenir de ella, es bueno detenerse algo en el debate actual entre las que se han dado en llamar 'ciencia administrativa' y 'ciencia crítica' (o escuelas empírica/crítica, o ciencia domesticadora/emancipadora). Con ello nos será posible avanzar en las múltiples promesas y esperanzas de algún supuesto nuevo paradigma, como asimismo en los problemas que tendrá que resolver si aspira a ser, en efecto, el nuevo paradigma dominante. Ambos asuntos nos competen como investigadores latinoamericanos de la comunicación, dados nuestros propios esfuerzos en ese ambiguo y generoso campo de 'lo alternativo'.

### CIENCIA ADMINISTRATIVA VERSUS CIENCIA CRÍTICA: ¿PROBLEMAS QUE SE ARREGLAN SOLOS Y PROBLEMAS QUE NO TIENEN SOLUCIÓN?

Sólo a los etiquetadores (y a los etiquetados masoquistas) les gustan las etiquetas feas. Es lo que se refleja en este debate: ¿quién quisiera ser llamado investigador administrativo, domesticador, o empírico en su sentido peyorativo y además, por implicación, ser tratado de acrítico? Los investigadores críticos no se sienten mal con su adjetivo pero resisten el agrupamiento fácil: son muy diversos gatos los que están en la bolsa de la criticidad. Y aunque los hay más especulativos, tampoco aceptan se les prive del recurso a lo empírico, como si ser crítico impidiese hacer investigación empírica.

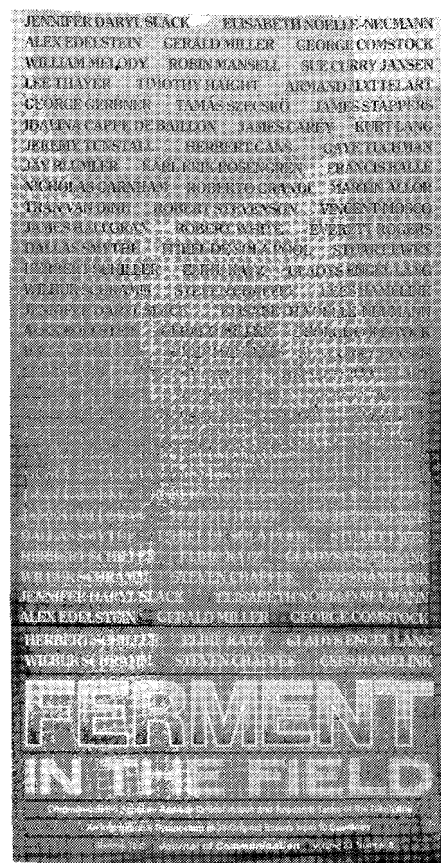
Postulamos que buena parte de la discusión sobre aspectos del paradigma dominante está ya gastada. Lo interesante es, precisamente, que se haya gastado, que lo que ayer muchos de sus miembros mantenían como premisas naturales, impensadas, hoy requiere de explicación, cuestionamiento, defensa racional, reformulación, apertura. Se ha ampliado el horizonte de lo posible y de lo pensable: 'otras' concepciones de ciencia, 'otros' métodos legítimos, 'otros' tipos de formular problemas investigables, 'otros' sentidos del investigar. En este sacar a luz ha residido, sin duda, el mayor aporte de esa minoría activa que son los investigadores críticos. Muchos investigadores al interior del paradigma dominante han debido preguntarse si han hecho (quizá sin saberlo) investigación administrativa, domesticadora. Han debido cuestionar la ideologización del enfoque empirista, y hasta los propios mitos que el proceder científico erige para su autojustificación.

La distinción entre el enfoque administrativo y el crítico proviene de Paul Lazarsfeld, allá por 1941. La propuesta 'escuelas empírica y crítica' es de Rogers en 1982; la de ciencia emancipatoria versus domesticadora es de Cees Hamelink (antes, en 1980, usó la palabra 'represiva'). Por comodidad seguiremos usando algunas de estas etiquetas, pero la verdad es que no son satisfactorias.

Etiquetas o no, hay efectivamente puntos críticos que diferencian a 'dos' tradiciones del hacer ciencia. Uno de ellos es el modo en que se asume (o no)

la relación ciencia, epistemología y sociedad, o más específicamente, su vinculación con factores económicos y políticos (Melody y Mansell, p. 104), con el poder social (Slack y Allor, p. 215), con la perspectiva ideológica (Smythe, p. 117).

Cees Hamelink se queda más a un nivel ontológico-epistemológico y postula una ciencia utópica de la comunicación, guiada por la visión de una sociedad aspirada y en que la realidad no se restringe a "manifestaciones factuales" sino que "incluye potencialidades aún a ser realizadas" (p. 74, 77).



Reconociendo que partes importantes del debate se dan respecto a la contextualización social de la ciencia y a posturas epistemológicas divergentes (aspectos también tratados aquí por otros autores), es importante rescatar el planteo de Melody y Mansell (9): "Las distinciones fundamentales no están en el ámbito de la teoría y la metodología abstracta. Están en la selección pragmática de problemas relevantes del mundo

8. "The Critical Researcher's Dilemma".

(9). "The Debate over Critical vs. Administrative Research: Circularity or Challenge".

*real y el uso subsecuente de técnicas de investigación para conducir el análisis. La base real para la dicotomía entre las tradiciones crítica y administrativa está en la lealtad de los investigadores hacia el status quo versus los cambios en las relaciones políticas y económicas de poder institucionalizadas existentes (. . .). Así, hay diferencias fundamentales (. . .) No son meras disputas teóricas que puedan resolverse mediante el debate académico". (p. 109-110).*

Porque respecto a disputas intrateóricas y metodológicas, varios autores detectan pseudo-problemas o etiquetas poco clarificadoras. Nos referiremos a tres: si hay tradiciones irreconciliables de investigación, el valor de la evidencia empírica, el sentido de ser crítico.

El afán por deshierbar el campo de las confrontaciones no puede llegar al extremo de eliminar contradicciones reales entre diversos modos de hacer ciencia. Pero resulta interesante el argumento de Karl-Erik Rosengren. Se basa en una tipología de Burrell y Morgan, cuyas dimensiones son 'orientación subjetiva/objetiva' y 'sociologías de la regulación/del cambio estructural', y cuyo cruce da origen a cuatro paradigmas principales: radical humanista y radical estructural, interpretativo y funcionalista. El último es el hoy dominante. La tipología permite a su vez clasificar con cierto sentido a diversas escuelas y tradiciones. El lector motivado tendrá que remitirse a los textos originales (10).

Rosengren expone esta paradoja, que ya ha ejemplificado: *"los tres paradigmas 'disidentes' han planteado cuestiones importantes pero, en general, no han podido dar respuestas, en tanto que el paradigma dominante podría responder a las preguntas pero, en general, no las ha planteado". (p. 188 y 201).* Por eso él cree que junto a conflictos reales y válidos hay también pseudoconflictos, y que los primeros no siempre deben verse como básicamente insolubles. Las líneas de demarcación no parecen ser tan rígidas. Que las preguntas se originen en una tradición y tengan respuestas en otra no debiera impedir que la comunidad de investigadores las enfrenten se-

riamente y con apertura mental, cuestión que reconoce es más fácil decirlo que hacerla. Pero de no hacerse algo, el riesgo existente es que dicha comunidad *"se disuelva y sea reemplazada por un número de sectas y sectarios batallantes". (p. 185 y 202).*

Lo cual nos lleva al asunto del valor de la evidencia empírica. Desde luego, uno no podría sino esperar que ésta fuese defendida por los empiristas. Pero también muchos críticos la defienden, intentando liberarse del calificativo de especulativos que a veces -a menudo- se les ha dado. Así, Vincent Mosco: es *"el compromiso resuelto con el valor de la emancipación humana, y no el apoyo o la oposición a la evidencia empírica lo que claramente distingue a una visión crítica de una positivista"* (p. 247). Melody y Mansell aportan que *"los problemas . . . no están en la evidencia empírica, sino en las decisiones sobre qué evidencia se buscará, cómo se obtendrá, y para qué será usada. . ."* (p. 106-7).

George Gerbner (11) parece reflejar el clima prevaleciente al plantear que *"cualquier recurso a procedimientos públicamente apreciables para probar ('testear') proposiciones significativas, más que sólo profesarlas, da poder legítimo contra la autoridad arbitraria"* (p. 362). Y antes anotaba: *"el hecho que las herramientas más efectivas eventualmente son apropiadas por aquellos en el poder debiera confirmar más que disminuir su utilidad"* (p. 359).

Y la crítica de Robert Stevenson a los críticos, luego de aceptar que datos sin buena teoría son 'intelectualmente estériles', es que *"la teoría, a menos que se la someta a prueba empírica rigurosa y de amplio alcance, es meramente polémica"*. (p. 269).

El pseudo conflicto de recurrir o no a la evidencia empírica -que en nuestra región ha adquirido particulares deformaciones- nos parece provocado fundamentalmente por los excesos y trivialidades de las prácticas empiricistas y por las condiciones reales del ejercicio investigativo (allí incluídas las relaciones ciencia, poder e ideología, además de las mitologías autojustificadoras de un modo particular de hacer ciencia), más que por disputas filosóficas. Estas últimas sin duda existen y son a veces muy signi-

ficativas. Pero no son ni cotidianas ni de todos. Precisamente el valor de un paradigma está en sentar ciertas bases fundamentales que no sean el quebradero de cabeza diario y gracias a cuya 'estabilidad' se puede pasar a otras preocupaciones. Bases, por ejemplo, como que el universo gira alrededor de la tierra, que las condiciones materiales determinan las de conciencia, que  $E = mc^2$ , etc., etc.

Pero de pronto esas bases se cuestionan. Y todo el edificio se puede desmoronar. Y hay que desechar, rescatar, revalorar, utilizar, reestructurar diversos fragmentos mayores y menores de lo que se hizo a la sombra del paradigma. Pero parte importante de la emergencia de un paradigma alternativo se da también en el cuestionamiento de alto nivel de las ya decadentes premisas dominantes. Es, por ende, más teórico, más especulativo, porque tiene que sentar nuevas bases, y hacer patentes las condiciones materiales e ideológicas en que se sustenta el modo privilegiado de hacer ciencia. Siempre el 'deber ser' será más especulativo, en tanto que la fuerza del paradigma que 'es' estriberá precisamente en su operatividad.

La preocupación de los 'críticos' por lo empírico refleja un estado superior en su avance hacia un paradigma emergente. Porque de las críticas y las propuestas se estaría pasando a la operatividad del nuevo enfoque. Es lo que lúcidamente plantea Tim Haight: *"El resultado depende a la larga de si los críticos. . . pueden establecer el poderío de su enfoque mediante demostraciones de cómo sus métodos producen resultados empíricos, aunque no empiricistas, persuasivos. Hemos establecido una crítica teórica y propuesto algunos métodos. Ahora debemos aplicar esas teorías y métodos y producir resultados"* (p. 234).

¿Se distinguen entonces los 'críticos' por ser críticos? Aquí también hay que hilar más fino. Dentro de la así llamada 'escuela crítica' hay una gran diversidad. Pero además muchos investigadores que no adhieren a 'algo' de ella plantean la criticidad inherente de su labor.

Respecto a lo segundo, los Lang sostienen que *"la actitud escéptica. . . es la norma dentro de la comunidad científica, en donde todo está abierto al cuestionamiento y hay prescripciones contra la aceptación ciega y sin mayor indagación del saber convencional. . ."* (p.

10. "Communication Research: One Paradigm, or Four?" Su referencia es una tipología de G. Burrell y G. Morgan, en *Sociological Paradigms and Organizational Analysis*, Londres, 1979.

11. "The Importance of Being Critical - In One's Own Fashion".

131). Más explícitamente, Gerbner en su Epílogo "*La Importancia de Ser Crítico -a Su Propio Modo-*", sostiene que "*cualquier indagación académica que reconoce explícitamente estas estructuras y armazones (ECB: las sociales y simbólicas) es inherentemente crítica*". La disputa principal, agrega, "*es entre diferentes aproximaciones a las funciones fundamentalmente críticas del trabajo académico*" y el subsecuente diálogo "*es sobre modos de ejercer la misión crítica de la disciplina*" (p. 356).

Pero dicho diálogo será muchas veces áspero, porque se da al calor de postulados ideológicos y políticos -más explícitos en la 'escuela' crítica que en otras- y en la pragmática del quehacer investigativo. Y será confuso además: si los 'empiristas' o 'administrativos' ni creen ni aceptan ser parte de una 'escuela', tampoco es muy así con los 'críticos'. Bien lo retratan Smythe y Van Dinh: "*la teoría crítica en comunicaciones tiene el alcance transdisciplinario de las ciencias sociales, las humanidades y las artes. Fluctúa entre polémicas espasmódicas*

*contra el status quo mediante el 'criticismo'. . . de tipo individualista liberal o hasta anarquista, hasta agudos análisis críticos de fenómenos de comunicación en su contexto sistémico . . . es en este segundo polo donde está su filo. . .*" (p. 123).

El sentido más profundo del ser investigador crítico, entonces, iría bastante más allá del criticismo subjetivista: pasaría primero por aquella criticidad inherente -aunque no siempre ejercida- al real quehacer científico. Pero más allá de eso, demandaría también generar condiciones de **objetivación** de la actitud crítica ante las comunicaciones en un contexto social histórico. Objetivación que tendría que tomar cuerpo en los postulados, en los dispositivos metodológicos, en las prácticas de investigación.

A su vez, la crítica a los modos concretos en que se haga dicha objetivación hará que la disputa, el debate y el diálogo entre tendencias tenga también un componente científico, y no sólo uno

ideológico-político. Porque la postura crítica se cultiva al interior de la formación y la práctica investigativa, pero también más allá de ellas.

Quizá nuestro error histórico, en lo que a desarrollo de investigación en comunicaciones se refiere, haya sido prestar sólo atención a lo último, menoscabando lo primero: cómo ejercer, en tanto investigadores, y en nuestra práctica investigativa, aquella criticidad que bien tenemos (o creemos tener) en otros ámbitos. Y es que ésta se cultiva y se ejerce no sólo **reactivamente** (la crítica a) sino también y sobre todo activamente, como propuestas alternativas en acción.

(concluirá en el próximo número)



# Comunicación y cultura 10

A LA COMUNICACIÓN MASIVA EN EL PRIMER PAÍS DEL MUNDO

*Cultura(s) popular(es)  
la herencia de Gramsci  
y lo "elementalmente humano"*

*Los juegos infantiles*

*Nuevos rumbos para investigar  
la comunicación*

*Memoria narrativa e industria cultural/  
Bibliohemerografía acerca de culturas  
populares/Pública voz y fama: notas,  
bibliografía, etc.*

## Interrogantes sobre lo popular

**Cultura(s) popular(es) hoy**  
Jorge González

**Cultura popular, cultura obrera  
y lo "elementalmente humano"**  
Alberto M. Cirese

**Memoria narrativa e industria cultural**  
Jesús Martín

**Hegemonía, sentido común y lenguaje**  
Antonio Paoli

**Bibliohemerografía**  
Silvano H. Rosales

**El discurso de la televisión y los juegos infantiles**  
Margarita Zires

**La inscripción de los poderes en el juego infantil**  
Carmen de la Peza

**Tecnología, comunicación y cultura**  
Armand Mattelart

**Reflexiones sobre teoría y cambio social**  
Rubén Sergio Caletti

## DE VENTA EN LAS PRINCIPALES LIBRERÍAS

Correspondencia y suscripciones:

Comunicación y Cultura

Calzada del Hueso 1100, México 04960 D.F.

Tel. 594-78-33, ext. 169



## Comunicación y cultura : DE LOS PRODUCTOS A LOS PROCESOS

DANIEL PRIETO CASTILLO

La educación ha estado signada durante años, y lo están aún, por dos enfoques diferentes que determinan hasta en los más mínimos detalles la concepción de la enseñanza y del aprendizaje. De un lado son tomados en consideración los productos, de otro los procesos.

El enfoque de productos centra el éxito en la respuesta acertada. Un niño ha aprendido cuando manifiesta lo que de él esperan tanto el maestro como el sistema escolar. Las respuestas, los productos, son tipificados, cuantificados, registrados, premiados o castigados. No importa si a las respuestas esperadas se llega a través de alegrías o angustias, de impulsos o inhibiciones, de solidaridad o competencia. Si va quedando algo en el camino (creatividad, espontaneidad, imaginación) no es mayor problema; los productos demuestran que se conforma año a año un integrante dócil de la sociedad.

El enfoque de procesos se pregunta, en cambio, por la manera en que el educando llega a la respuesta. ¿Cuál es el modo de apropiación de los conocimientos? ¿Cómo se manifiesta la afectividad durante esta o aquella tarea? ¿De qué forma se van adquiriendo destrezas sensorio-motrices?

Ambas tendencias parten de supuestos irreconciliables. Una lo hace de un saber monolítico, de que todo está construido de antemano. Toca al niño, de respuesta en respuesta, adaptarse. La otra concibe la educación como un esfuerzo de descubrimiento, como una permanente indagación del propio entorno. Aprender es construir la realidad y no sumarse a algo ya hecho.

El enfoque de productos, propio de la educación verbalista tradicional, llegó a su paroxismo en la tecnología educativa. Esta rama del conductismo contemporáneo se presentó a sí misma como el camino soñado por todos los inspectores escolares del mundo. *"Si la razón de ser del aprendizaje es la respuesta, planifiquemos cada paso, cada minuto, para que nada quede fuera de lo previsible. A respuestas acertadas corresponde por necesidad una escuela eficaz"*.

Para obtener el producto esperado es preciso controlar. Una obsesión por el control se abrió paso en los sistemas educativos de numerosos países latinoamericanos a partir de los años 60. Nada debía quedar fuera de lo previsible. Era necesario destruir para siempre el viejo fantasma de la incertidumbre.

Detrás de esa obsesión resonaban las sentencias del B.F. Skinner, el menos eufemista, el menos disimulado de cuanto conductista haya pisado la tierra. *"Un gobierno tolerante es el que deja los controles a instancias más sutiles"*. *"Debemos condicionar la conducta para que la gente no aspire a más de lo que la sociedad le puede dar"*. *"Ingenieros sociales"*, *"ingenieros de la cultura"*, se llaman a sí mismos Skinner y sus acólitos.

Mediante el control de la conducta, afirman, puede diseñarse una cultura. Gorda, satisfecha, sin molestos disidentes. Para eso es preciso superar las *"viejas y caducas"* filosofías de la libertad y de la dignidad. No interesa el hombre interior, interesan conductas visibles, clasificables, cuantificables, adaptativas. No hay procesos interiores, no hay mente, no hay estados de ánimo, no hay frustraciones, ansiedades, complejos, estructuras psicológicas; no hay nada que no pueda ser observado. Solo productos observables, el paroxismo del producto.

Trampa inmensa el producto, espejo confirmatorio de miradas ansiosas de superficie, opacidad en el fondo, puerta

cerrada a todo lo que día a día nos va constituyendo como seres.

Para controlar, dividir. Antigua máxima que muy bien se sabían los antiguos dueños del poder. Para controlar el acto educativo, dividir. División mediante, uno puede preverlo todo. Si no se desciende a las partes es muy difícil controlar la totalidad. A partir de la década de los sesenta la escuela se pobló de esquemas, de flechas que iban y venían, subían y bajaban. Los procesos se redujeron a esquemas, las flechas atravesaron de parte a parte la labor educativa, arreciaron los controles. . .

Todo fue en vano. Los sueños skinnerianos se hicieron y se hacen pedazos en nuestros países latinoamericanos. La realidad se ha empeinado siempre en ser más rica que los esquemas, un niño es mucho más que la suma de sus respuestas adecuadas. Han resistido los sistemas educativos a pesar de sus dirigentes, han resistido los maestros, han resistido los niños, han resistido, en suma, los procesos.

Sintetizamos. El enfoque que nos ocupa:

1. deshistoriza. Toda vez que son negados los procesos se niega la historia individual, grupal, social en general;
2. esquematiza. El esquema predilecto de esta tendencia es el de insumos y productos, el modelo de una fábrica eficiente vale para toda la sociedad;
3. privilegia. No cualquier producto es digno de los aplausos o los refuerzos;
4. reduce. Deshistorizando, esquematizando y privilegiando, este enfoque reduce la realidad a una pocas variables manejables;

5. niega la espontaneidad, la creatividad. Para lograr la respuesta adecuada hay que seguir tal procedimiento y no otro;
6. intenta domesticar el futuro. La sociedad debe ir en una dirección y no en otra, no hay peor riesgo para un sistema (grande o pequeño) que la incertidumbre;
7. asigna roles fijos. De un lado los controladores, de otro los controlados, de un lado el saber vigente, válido, de otro las respuestas acertadas;
8. glorifica la adaptación.

Durante años y años el enfoque de productos reinó en el ámbito de la comunicación. Solo que hace muy poco tiempo comenzamos a darnos cuenta de ello. El esquema mágico que todo lo resolvía era el de emisor—mensaje—receptor. Y por todas partes la obsesión por la respuesta.

Las respuestas daban la razón al esquema: los medios ofrecen mercancías y las mercancías se venden; difunden modas y la gente las sigue; echan a rodar estereotipos y nadie los rechaza.

La teoría de la comunicación nació signada por la lógica del producto. Los emisores esgrimían infinitos resultados, los receptores se multiplicaban, las respuestas esperadas crecían en cada rincón del planeta.

El esquema pasó a fetiche. Casi nadie deja hoy de definir la comunicación a partir de él. Fue tan grande el influjo que hasta los disidentes quedaron atrapados en sus redes. Los críticos de la comunicación dominante, de la manipulación de la respuesta, de la lógica de la eficacia, siguieron hablando de emisor y receptor, siguieron aceptando reglas de juego que no permitieron ver más allá de los límites del esquema. Los intentos de hacerlo más flexible, de ampliarlo, no solucionaron gran cosa.

Un ejemplo repetido hasta el agotamiento: el receptor es también emisor, por lo tanto, el emisor no tiene tanto poder. Entonces, para ilustrar un intento de ruptura, se lanzan flechas de vuelta, se habla de retroalimentación (palabra mágica que muchos consideran la esencia de la comunicación y que nació dentro del horizonte del control del medio ambiente; la retroalimentación fue definida originalmente como la información que el emisor recibe del medio ambiente para ajustar su mensaje con el fin de ejercer un control), se inventan sistemas para que el receptor

pueda acceder al control de la elaboración de mensajes.

En vano. Desde adentro el esquema es indestructible, no hay manera de escapar a su esencia, la lógica del producto.

Esta lógica atrapó a los teóricos y prácticos mejor intencionados. La solución era convertir al receptor en emisor. Si una comunidad, un grupo, elaboraban mensajes, todo estaba solucionado. “*Exprésate y serás libre*”, parecía la consigna. Estudiantes, profesores, trabajadores sociales, se lanzaron en todas direcciones con un solo objetivo: “*devolver la voz al pueblo*”. Se multiplicaron los periódicos artesanales, los programas en labios de campesinos, los audiovisuales elaborados por la comunidad.

De un lado la comunicación dominante se expresa en productos, de otros los intentos alternativos se lanzan por el mismo camino.

Simplifico, sin duda. Lo alternativo quiere rescatar los procesos, quiere promover objetivaciones distintas; pero cuando se busca forzar la elaboración de productos, el proceso pasa otra vez a segundo plano. Y eso ha ocurrido multitud de veces en nuestra América Latina. Incluso se llegó a la actitud de privilegiar todo lo que el pueblo tocara. Lo alternativo convertido en sinónimo de cualquier producto popular.

Defensores y enemigos tienen estas posturas. Citemos, entre los últimos, a Jean Baudrillard: “*Las masas se resisten escandalosamente al imperativo de la comunicación racional. Se les da sentido, quieren espectáculo . . . idolatran el juego de los signos y de los estereotipos, idolatran todos los contenidos mientras se resuelvan en una secuencia espectacular*”(1).

Otra vez aquí la trampa. Las masas definidas solo como receptoras, como parte del esquema, como eslabón de una endemoniada cadena.

Al igual que en la educación este enfoque, en el ámbito de la comunicación, desencadena las siguientes consecuencias:

1. un vaciamiento, en la interpretación y en muchos tipos de práctica, de procesos individuales, grupales y sociales en general;
2. una tendencia a la concentración de información, y por lo tanto de poder, en el polo emisor;
3. una deshistorización igual o mayor a la mencionada anteriormente (el esquema termina por funcionar en

- una especie de vacío social);
4. un privilegiamiento de ciertos tipos de respuesta (en el caso de la comunicación dominante aquella que adhiere a mercancías y a ofertas ideológicas; en el de la comunicación alternativa cualquier expresión que traiga el sello de lo popular);
5. un intento de adaptar a través de los mensajes, y otro de romper la adaptación confiando igualmente todo a los mensajes;
6. una suerte de imperialismo comunicacional. Todo puede resolverlo la comunicación. Hay guerras porque los guerreros no se comunican, hay pobreza porque el pueblo no se comunica con sus gobernantes.
7. la pretensión de reducir todo fenómeno cultural a fenómeno comunicacional, entendido este último de manera esquemática se tiende a reducir la riqueza y la diversidad de lo cultural.

Si embargo, a pesar de la creciente multiplicación de mensajes, de sistemas de difusión, de ofertas multicolores, el sueño de una sociedad controlada por los medios sigue siendo eso, un sueño. Resisten las culturas nacionales de nuestros países, resisten los diferentes grupos étnicos, resisten incluso los sectores sociales más sometidos a las andanadas de mensajes. Y lo hacen porque jamás estuvieron atrapados por el esquema con las manos vacías; porque jamás hubo una situación químicamente pura de emisor—mensaje—receptor: porque en el campo social no existió nunca el esquema de comunicación, sino que hubo y hay siempre situaciones culturales dentro de las cuales se desarrollan procesos de comunicación múltiples, complejos, riquísimos.

Así como en educación los productos ocultan los procesos y nada dejan ver de lo que realmente pasa en el niño, en el grupo escolar; así también en comunicación el enfoque de productos cierra el camino hacia la comprensión de los verdaderos procesos sociales, de lo que ocurre día a día en el seno de los diferentes sectores, de las relaciones vividas y no de las soñadas por algún teórico de la comunicación.

Digámoslo con palabras de Jesús Martín: “*Todas estas experiencias (de comunicación popular) apuntan en un sentido: repensar, no solo el uso de los medios, sino la estructura misma de la co-*

(1) A la sombra de las mayorías silenciosas. Ed. Kairos Barcelona. 1978 p. 13.

*municación, partiendo ya no de puros conceptos comunicativos, sino de modos de vivir, de modos de hacer, de modos de percibir la realidad, diferentes, impugnadores, cuestionadores, aún cuando esa impugnación y ese cuestionamiento no estén claros, no sean diáfanos, y estén atravesados por la ambigüedad, por el conflicto" (2).*

Es desde esos modos de vivir, hacer y percibir, desde ellos y de ningún otro ámbito, donde son recibidos los mensajes dominantes. No sabemos casi nada de la manera en que la gente se apropia de la oferta cultural, no sabemos de qué forma resemantiza estereotipos y conceptos, no sabemos si estamos frente a una dominación directa o si asistimos solo (y nada menos) a un juego de estrategias, a un uso en función de necesidades y de supervivencia.

No sabemos nada de eso porque los estudios del mal llamado receptor apenas si han comenzado en nuestros países latinoamericanos.

Pasar del enfoque de productos al enfoque de procesos en el ámbito de la comunicación costará todavía mucho tiempo. Reconocer la riqueza de lo cultural, trabajar en lo comunicacional con una dosis de humildad, dejando de lado los sueños hegemónicos (todo se explica desde la comunicación) será parte de un proceso que quizá nos lleve años.

Un ejemplo:

En una encuesta realizada recientemente por FELAFACS a 175 escuelas latinoamericanas pudo comprobarse la siguiente distribución de especializaciones (algunos establecimientos ofrecen más de una):

periodismo	66 escuelas
publicidad	52 escuelas
relaciones públicas	40 escuelas
propaganda	22 escuelas
radio	21 escuelas
televisión	20 escuelas
cine	15 escuelas
investigación	7 escuelas
planificación	4 escuelas

La casi totalidad, con la mínima excepción de las últimas, se orienta hacia el producto.

Cuando a nuestros estudiantes y egresados les toca enfrentar situaciones diferentes, cuando tienen la oportunidad de trabajar en forma directa con la población, las limitaciones propias del enfoque que nos ocupa saltan por todas par-

tes. De allí vienen los intentos de forzar la expresión a toda costa, de realizar diagnósticos superficiales, de andar a la caza de alguna narración excepcional o de algún objeto "artístico", surgidos de labios y manos del pueblo.

**T**odavía no está claro que la cultura cotidiana se nutre precisamente de lo cotidiano y no de lo excepcional. Que es eso lo que le confiere su riqueza y su pobreza, su capacidad de contradicción a lo dominante y a la vez su ambigüedad. La trama de lo cotidiano se juega en los detalles y no solo en los grandes momentos excepcionales, como la fiesta, por ejemplo.

Para reconocer tales detalles, para captar esa riquísima urdimbre, hacen falta tiempo, convivencia, investigación participativa.

¿Tiene algo que aportar la comunicación a la cultura, y muy especialmente a la cultura popular? Pregunta tramposa ésta, absolutamente inserta en la lógica del producto: la comunicación por un lado, la cultura por el otro.

¿Tiene algo que hacer un comunicador en las relaciones de comunicación ya existentes en el seno de diferentes procesos culturales latinoamericanos? Por aquí vamos un poco mejor. Tiene muchísimo que hacer, pero puede hacer muy poco porque, formado en el enfoque del producto; aparece ante lo cultural con las manos casi vacías.

¿Y si se lo formara de otra manera? ¿Y si hiciera el supremo esfuerzo de liberarse del esquema, de sumarse a los procesos por donde pasa (en medio de contradicciones, de avances y retrocesos, pero pasa) la posibilidad de transformación de la realidad latinoamericana? Entonces podría hacer mucho, en un acompañamiento, en una integración a la marcha de los sectores populares.

El lugar de los comunicadores en los procesos culturales ha sido ocupado desde hace largo tiempo por los educadores populares, surgidos de organizaciones civiles o religiosas. Hay innumerables ejemplos de una gran riqueza en opciones comunicacionales en las que no participó nadie de la especialidad y en las que no se utilizó para nada el esquema emisor-mensaje-receptor, y, sobre todo, en las que no se creyó que un producto equivale a una transformación radical de las relaciones vigentes.

La forma de acompañamiento de los procesos no es otra que la practicada por los educadores populares. En ellas se da más que en ninguna otra instancia la descentralización y la desconcentra-

ción del poder; los problemas se resuelven día a día, la planificación va creciendo a medida que crece la organización popular, los productos no se privilegian, como una artesanía valorada estéticamente, sino que son parte del proceso mismo, son sostenidos por el proceso y no surgen como lo excepcional que sintetizaría el ser de una comunidad.

A esa forma de acompañamiento los comunicadores tienen mucho que aportar, siempre que renuncien al enfoque del producto privilegiado. Pueden colaborar en la recuperación de la memoria histórica de una comunidad, en el fortalecimiento de las organizaciones, en el desarrollo de formas de expresión que se integren naturalmente a las relaciones cotidianas, en el trabajo, eterno trabajo, de lectura crítica de mensajes.

Quede claro: no estamos tirando por la borda los conocimientos y habilidades que se adquieren en las escuelas de comunicación. Estamos señalando que en general, ellos no son suficientes para abordar los problemas culturales. No descartamos que ciertos productos pueden ser útiles en determinados espacios sociales (el cine documental, por ejemplo). Pero, en el trabajo con sectores populares, es necesario replantear radicalmente la función del producto. Este depende del proceso, no tiene un valor en sí mismo, como se pretende con los mensajes masivos.

Si un proceso de democratización se funda en la diversidad cultural, todo lo que podemos hacer para cuestionar y cambiar el enfoque de productos constituirá un apoyo a ese proceso. Hace unos años no podíamos percibir esto porque, al menos desde la comunicación, no se había producido ni el más mínimo acercamiento a la cultura vivida por los sectores populares. Es ella la que ha permitido replantear el alcance de los viejos esquemas. Partir de los procesos significa una tarea mucho más ardua que la de recitar fórmulas huecas. Significa aceptar lo imprevisible, la incertidumbre, significa reconocer que en lo cultural no hay reglas, que lo que es útil aquí, bien puede no serlo allá, que un modelo rígido de comunicación no sirve para nada frente a la diversidad. Significa en suma, reconocer la existencia de procesos históricos, trabajar dentro de ellos y no en un vacío social y cultural.

(2) "Comunicación popular y los modelos transnacionales", entrevista en CHASQUI No. 8 p. 6.



# ACTIVIDADES DE CIESPAL

## PROGRAMAS RADIOFONICOS EDUCATIVOS PARA CAMPELINOS

Del 17 al 25 de febrero de 1984, en el Centro Nazareth de la ciudad de Latacunga, Ecuador, el equipo del Proyecto CIESPAL/OEA, con la asesoría de Radio Nederland, realizó un curso-taller para Producción de Programas Educativos Radiofónicos al cual asistieron 17 campesinos representantes de diversas organizaciones de segundo grado (casas campesinas), de Cotopaxi en las que se han instalado cabinas de grabaciones para producción de comunicación comunitaria.

Este curso está inscrito dentro de las acciones que CIESPAL viene realizando desde 1980, con varias comunidades campesinas del Ecuador, en su afán por democratizar la comunicación a través de medios alternativos que ayuden al fortalecimiento y autodesarrollo de los sectores populares.

Las cabinas de grabación se han organizado en respuesta a un proyecto de Radio Latacunga, emisora de la curia, que busca poner el medio al servicio tanto de la educación no formal, como de las orga-

nizaciones para que cuenten con un instrumento que viabilice la autogestión comunitaria y logre una organización acorde con su propio desarrollo. El proyecto cabinas cuenta en la actualidad con los auspicios de CIESPAL, Radio Latacunga, Instituto de Capacitación Campesina (INCCA) del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Desde hace aproximadamente ocho meses elabora revistas radiofónicas, sobre todo informativas y musicales.

El objetivo del curso-taller dictado en esta oportunidad fue el proporcionar los conocimientos teóricos y técnicos necesarios para que los campesinos que trabajan en las cabinas elaboren programas educativos y de autocapacitación, mediante charlas radiofónicas, partiendo de sus propias necesidades y problemas.

Los resultados fueron altamente significativos sobre todo en el aspecto cualitativo. Las charlas y revistas que hicieron los diferentes grupos de trabajo, demuestran por un lado la capacidad creadora y por otro la necesidad de hacer conocer sus problemas con un lenguaje sencillo y directo, propio del hombre del campo.

Al momento se establecen lineamientos entre CIESPAL

y el INCCA para llegar a un convenio interinstitucional que permita fortalecer el proyecto Cabinas, hasta lograr una total independencia por parte de los campesinos en cuanto al uso y manejo de este medio que sin duda se convertirá en un gran medio de intracomunicación entre los sectores campesinos de la provincia de Cotopaxi.



## SEMINARIO-TALLER DE COMUNICACION POPULAR EN BOLIVIA

Organizado por CIESPAL, la Fundación Friedrich Ebert y la Universidad Católica de Bolivia, Carrera de Ciencias de la Comunicación, se realizó del 17 al 22 de enero en La Paz, Bolivia, un seminario-taller de Comunicación Popular, el mismo que estuvo conducido por el Dr. Eduardo Contreras Budge.

También se contó con el auspicio de la Comisión Episcopal, Fe y Alegría. Este evento fue coordinado en La Paz por el Lic. Jaime Reyes, Director de la Carrera de Comunicación. El encuentro se destinó exclusivamente a agentes de base y mediadores que están trabajando en usos populares y educativos de la comunicación. Con todo, el entusiasmo generado fue tal que de un cupo previsto de 25 se llegó a aceptar a 73 participantes. Todos ellos prepararán y realizarán sendos proyectos en sus comunidades rurales y marginales urbanas, y se reencontrarán para un taller de evaluación a mediados del '84. En tanto, la Carrera de Comunicación les está prestando asesoramiento y acompañamiento.

El Seminario-Taller tuvo, por la propia naturaleza de los participantes y el efectivo acompañamiento de la Universidad, un carácter especial: se combinaron el trabajo teórico, conceptual y operativo de proyectos de comunicación popular con cuatro opciones de talleres prácticos (radio, prensa popular, títeres, expresión gráfica) conducidos por miembros de la Carrera. Cada taller aplicaba y contrastaba los elementos con su actividad. De entre los productos finales, hubo una evaluación del encuentro hecha por los títeres, un periódico que servirá de enlace entre los participantes, y un folleto sobre panaderías populares, ya impreso y distribuido en barrios de La Paz a los dos días de terminado el evento.

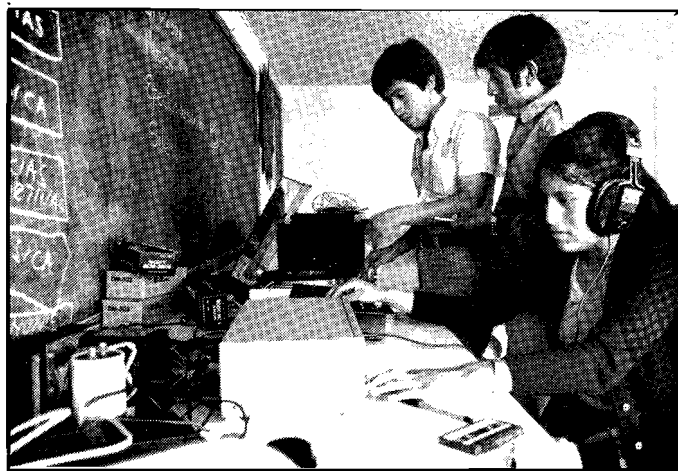
CIESPAL agradece de modo especial los esfuerzos de Jaime Reyes y su equipo por hacer efectiva esta instancia de formación popular y por el compromiso de seguimiento de la Carrera de Comunicación a los proyectos en curso.



## TALLER DE COMUNICACION Y EDUCACION

Del 13 al 17 de febrero se realizó en la sede de CIESPAL un taller sobre Comunicación y Educación, en el que participaron 25 especialistas nacionales en diseño curricular del Ministerio de Educación y Cultura.

El taller fue el primero en su tipo dictado dentro del programa de la Fundación Friedrich Ebert en CIESPAL tanto por la clase de destinatarios como por los temas tra-



Trabajando en las cabinas de grabación.

tados. Estos últimos reunieron en rica polémica cuestiones comunicacionales y educativas, apoyándose en autores provocadores tales como Francisco Gutiérrez, Guy de Rosnay, Skinner y Piaget. El personal del Ministerio no había recibido nunca un taller de esta naturaleza.

Se planteó como objetivo terminal que los participantes fueran capaces de reconocer los aportes de la comunicación a la educación y de evaluar distintas tendencias educativas de nuestro tiempo, tomando en cuenta variables comunicacionales.

Así, se pasó revista al proceso de comunicación, los aportes reales o potenciales de la comunicación a la educación y viceversa, teoría de sistemas para la educación, concepciones skinnerianas y piagetianas. Los participantes elaboraron informes de aplicabilidad de los temas e implicaciones para su trabajo cotidiano.

El taller fue conducido por los Dres. Daniel Prieto Castillo y Eduardo Contreras Budge de CIESPAL.



## **ASESORIA UNIVERSITARIA EN BOLIVIA**

CIESPAL y la Fundación Friedrich Ebert ofrecieron a la Carrera de Ciencias de Comunicación de la Universidad Católica de La Paz una asesoría los días 22 y 23 de enero. Representó a las instituciones el Dr. Eduardo Contreras Budge y el tema discutido fue el planeamiento curricular integral en función de la reestructuración del Plan de Estudios de Comunicación. El equipo de la Carrera integrado por su Director, Jaime Reyes, representantes de los profesores, egresados y centro de alumnos concluyó su labor en febrero.

Durante la Asesoría fue

posible precisar las necesidades comunicativas actuales y potenciales dentro del contexto boliviano -es la única escuela de comunicaciones del país- y efectuar un perfil del profesional egresado.

Se avanzó también en traducir lo anterior a diversos niveles y secuencias de objetivos terminales y de aprendizaje, y se proporcionaron esquemas orientadores para el trabajo pendiente de reestructuración.



## **SEGUIMIENTO AL CURSO DE CONTABILIDAD EN LAS EMISORAS POPULARES**

En el mes de diciembre del año pasado se dictó en CIESPAL un curso de contabilidad aplicada a las emisoras populares. Asistieron doce personas de ocho países: Chile, Bolivia, Ecuador, Panamá, Costa Rica, Honduras, Guatemala y República Dominicana. La particularidad del curso consistía en que las instituciones que enviaron sus contables, se comprometían a establecer un sistema administrativo profesional coherente, confiable y auditable. Dentro del plan de trabajo se preveía que el profesor del curso, visitaría al comenzar 1984 a los egresados para corregir en la práctica el sistema teórico y ponerlo a funcionar. Con esta finalidad comencé el 14 de enero un periplo de 39 días por América Central y Santo Domingo.

Panamá fue el primer país que me abrió sus puertas. En Santiago de Veraguas, Judith Batista de Pérez, contadora de la institución y asistente al curso de Quito, tenía preparada toda la tarea fijada. Fueron muy interesante las conversaciones con el director de Radio Veraguas, a fin de establecer un sistema de recibos de ingresos.

De Panamá saltamos en una hora a Costa Rica. El Instituto Costarricense de Educación Radiofónica (ICER) estaba de vacaciones. Nuestro buen José Arturo Valverde, no había podido cumplir con sus tareas porque, quedó tan cansado del curso en Quito, que no tuvo más remedio que tomarse unas merecidas vacaciones con el resto de la institución.

La experiencia de Honduras fué muy interesante. Héctor Robilio Romero, Director Propietario de Radio Majestad en Juticalpa (Olancho). Fue el único de una emisora comercial que asistió al curso. Robilio tenía todos los formularios impresos. Los cheques le quedaron muy artísticos y prácticos y los recibos de ingresos muy efectivos. Al primer día de su aplicación multiplicó por dos sus entradas.

Guatemala también estaba de vacaciones. Isabel de Corado había desbrozado el trabajo y para junio podremos hacer algo más en serio.

En República Dominicana tuvimos que hacer un largo viaje de unos 400 kilómetros hasta llegar a Radio Marién donde trabaja Luis Perdomo. La paciente y concienzuda labor de Luis es excelente. Fui sorprendido por un sistema perfectamente establecido en Radio Marién. Comprobantes, Recibos, Cheques, Libros, Diarios y Ficheros estaban impecablemente ordenados. Mereció la pena el largo viaje para hacer el inventario de Marién. Además, Luis está dando un curso de contabilidad aplicada a pequeños agricultores, en la Escuela Agrícola de Dajabón. El método es práctico. Los alumnos comienzan en la escuela de la finca una crianza de pollos, apuntan los gastos según el sistema al cabo de unos meses ven si hay ganancia o pérdida. Lo mismo harán con el arroz, las vacas y otros renglones comunes en la región. Una manera excelente de aplicar el curso de Quito a una situación agrícola. Uno siempre

tiene algo que aprender, y en esta ocasión fue en Dajabón donde se me aplicó el adagio. (Antonio Cabezas - Radio Nederland)



## **TALLER DE ANALISIS DE MENSAJES**

Con la participación de 25 representantes de la Unión Nacional de Periodistas y la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, se realizó en la sede de CIESPAL, del 27 al 29 de febrero, un Taller de Análisis de Mensajes.

El evento tuvo como objetivo lo siguiente:

Capacitar al participante para analizar mensajes verbales y visuales, mediante la aplicación de técnicas correspondientes a la retórica tradicional y a la semiótica contemporánea.

El análisis se orientó fundamentalmente a textos periodísticos. Debido al tipo especial de participantes fue posible realizar ejercicios de elaboración de mensajes, aplicando las mismas técnicas utilizadas para el análisis. De acuerdo con el tipo de trabajo de capacitación que viene desarrollando CIESPAL, el taller se orientó hacia la plena actividad de los asistentes, mediante ejercicios individuales y grupales.

El evento se realizó con el apoyo de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania Federal. La conducción estuvo a cargo del doctor Daniel Prieto Castillo.



## **VISITAS**

Una visita a CIESPAL realizaron los integrantes del comité ejecutivo de la Asociación Mundial de Comunicadores Cristiano, WACC, que estuvieron en Quito durante la primera semana de febrero





Periodistas profesionales que asistieron al Seminario sobre Análisis de Mensajes.

para delinear su reunión anual. El motivo fundamental de las sesiones de trabajo fue preparar la reunión mundial de la institución, que por primera vez tendrá lugar en un país del Tercer Mundo: San Pablo, Brasil, en septiembre próximo.

Por otra parte, fueron aprobados los proyectos de este año y planificadas las actividades de trabajo, investigación, cursos y publicaciones en general.

El comité está integrado por:

Hilmar Kannenberg, Brasil; Carlos Valle, Argentina; Hernán Stevenson, Puerto Rico; Fernando Ohsige, Perú; Ana María de Jara, México; Francisco Gutiérrez, por el área centroamericana; Rudolf Hings, por el Caribe inglés; Armando Piñeros, por los países andinos; Elvira Romera de Arcaut y Osvaldo Hirschmann, por la secretaria del Comité Central de Londres.



## VISITA A RADIO ESTRELLA

Amable Rosario, Técnico del equipo de RNTC-CIESPAL, visitó del 17 al 31 de enero de este año Radio Estrella del Mar, en Ancud, Chile.

Realizó varias sesiones de

trabajo con Monseñor Juan Luis Isern, Francisco Valiente, Director Ejecutivo de la Fundación para el Desarrollo de Chiloé (FUNDECHI) y Director de la Emisora, Roberto Manuel Wolff, Administrador, y el Padre Vicente Balaguer, Delegado Episcopal.

En las reuniones con el productor, programadores y locutores, se analizó el papel de la emisora regional para el desarrollo; la programación de la emisora; la visión del mundo que se transmite; la música y la responsabilidad del locutor en una emisora educativa y cultural. Por otra parte, se trabajó en la sistematización de lo que es una Radio Revista Educativa, apoyando la revista pastoral "Remando Juntos", y finalmente realizando un programa piloto infantil.

Se pudo establecer que Radio Estrella es una emisora bien organizada, y la profesionalización de su personal y el espíritu de trabajo que reina en ella se inscribe dentro de lo que se denomina la comunicación participativa.

Esta visita se realizó de acuerdo con el Convenio Básico de Cooperación Técnica en el Campo de las Ciencias de la Comunicación, firmado entre CIESPAL y Radio Nederland Training Centre, que contempla las asesorías in situ a aquellas instituciones radiofónicas que lo soliciten.

## CURSO DE PROGRAMAS RADIOFONICOS EDUCATIVOS

Del 27 de febrero al 9 de marzo del año en curso, en la ciudad de Quito y con el auspicio del Convenio de Cooperación Internacional CIESPAL-Radio Nederland, se efectuó el primer curso-taller sobre técnicas básicas de producción de programas radiofónicos educativos o culturales. Al curso-taller asistieron 16 delegados ecuatorianos y una participante del Brasil.

Los funcionarios del Ministerio de Educación que presentaron a las provincias del Azuay, Guayas, Cotopaxi, Napo, Tungurahua, Manabí, Pichincha, El Oro y Morona Santiago conjuntamente con los delegados del Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Salud, Consejo Provincial de Pichincha y Emisora Paz y Bien de la ciudad de Ambato, abordaron temas relacionados al medio radiofónico, estudio de los principios de comunicación educativa y el conocimiento e internalización de técnicas de producción de 6 géneros radiales entre los que se incluyeron la charla monologada, adaptación radiofónica, charla dialogada, producción de noticias, técnicas de la entrevista, y elaboración

de la revista radiofónica educativa.

La modalidad didáctica del curso-taller, además del tratamiento teórico-práctico de los contenidos establecidos en el diseño de capacitación, incluyó trabajo de campo para la aplicación de las entrevistas. Los participantes el día sábado 3 de marzo viajaron a la provincia del Cotopaxi para dar cumplimiento al trabajo previsto.

Como resultado del curso-taller se logró la producción de 17 charlas monologadas, 17 charlas dialogadas, 17 adaptaciones radiofónicas y 4 revistas radiofónicas educativas.



## CONVENIO CIESPAL-FACSO

CIESPAL y la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, FACSO, firmaron el 16 de enero de 1984 un convenio por medio del cual sus profesores tendrán derecho a participar en cursos, talleres y seminarios que imparta CIESPAL.

Estos serán considerados por la FACSO de post-gradó, comprometiéndose CIESPAL a extender los correspondientes certificados de asistencia o aprobación a quienes participen en ellos.

La FACSO refrendará estos diplomas. CIESPAL y la FACSO, pagarán a los participantes los gastos de viaje, estadía, alimentación y materiales a utilizarse en cada caso.

Además los expertos de CIESPAL brindarán asesorías a FACSO y esta a su vez se compromete a proporcionar aulas, apoyo logístico y otros equipos cuando se presenten actividades de CIESPAL en la ciudad de Guayaquil.





## **CURSOS SEMINARIOS**

### **POSTGRADO EN POLITICAS DE COMUNICACION Y TECNOLOGIA**

A fines de 1983, el Massachusetts Institute of Technology (MIT) admitió al primer grupo de estudiantes en postgrado en Políticas de Comunicación y Tecnología como parte de un nuevo programa ofrecido por el departamento de ciencias políticas. Los dos cursos básicos en el programa de masterado en comunicación son "Tecnologías de telecomunicación y políticas públicas" y "Tecnologías y políticas de los medios de comunicación". Otros cursos incluyen "La industria de la información", "Comunicación Internacional" y "Sistemas de comunicación". Mayor información pedir a: Research Program on Communication Policy MIT Cambridge, MA 02139 Estados Unidos de NA.



### **PROGRAMA SOBRE CULTURA Y TECNOLOGIA**

El programa McLuhan sobre cultura y tecnología de la Universidad de Toronto, Canadá, pretende mantener y ampliar el trabajo realizado por el fallecido Marshall McLuhan en el campo de la tecnología y la cultura. Dicho programa desea fomentar la

investigación interdisciplinaria en comunicación, cultura, sociedad y tecnología, proporcionando un foro para el intercambio de ideas entre la Universidad y otros grupos, y además ofrece un seminario de postgrado. Información adicional:

McLuhan Program Culture and Technology  
University of Toronto  
39A Queen's Park Circle  
Toronto M5S 1A1- Canadá



### **PROGRAMA DE SABATICOS EN ESPAÑA**

Con objeto de potenciar los contactos de la Comunidad Científica española con investigadores de reconocido prestigio, la Comisión Asesora de Investigación Científica y Técnica (CAICYT) convoca plazas para científicos extranjeros o españoles, residentes en el extranjero, en situación de excedencia o Año Sabático en sus instituciones de origen, que deseen incorporarse a un Centro de Investigación Español por un período de tiempo no superior a un año. La estancia podrá tener lugar en el intervalo de tiempo existente entre el 1º de Octubre de 1984 y el 31 de Julio de 1986. La dotación económica de estas plazas incluye un salario de cuantía variable según las condiciones de la excedencia y la categoría del solicitante y una asignación al laboratorio receptor en concepto de material fungible.

Los responsables de los grupos de investigación españoles que estén interesados en esta Convocatoria deberán ponerse directamente en contacto con los científicos resi-

dententes en el extranjero susceptibles de participar en el Programa y remitir al Secretario de la Comisión Asesora de Investigación Científica y Técnica, calle Rosario Pino, 14-16, Madrid 20 España antes del 1 de Junio de 1984 una propuesta en la que se especifiquen: (1) Nombre y dirección del responsable del grupo de investigación receptor; (2) resultados acreditados (con lista de publicaciones) del grupo español de investigación en los últimos cuatro años; (3) nombre y dirección del investigador invitado, (4) Curriculum vitae de este último, (5) Fracción del salario del investigador invitado que sería mantenida por la institución en la que ordinariamente preste sus servicios, y (6) Período de tiempo previsto para la estancia.

La Comisión Asesora notificará sus decisiones antes del 15 de Junio de 1984.



### **200.000 BECAS Y CURSOS EN EL MUNDO ENTERO**

La XXIVa edición de Estudios en el extranjero, corregida y actualizada, ofrece información detallada sobre posibilidades de estudios de nivel postsecundario y para postgraduados, becas y subvenciones de viajes, puestos auxiliares, cursos y seminarios en más de 100 países, para los cursos académicos 1983-84, 1984-85 y 1985-86.

Este volumen, redactado en español, inglés y francés, contiene información completa sobre todas las disciplinas académicas y profesionales. También figuran detalles

prácticos, tales como las condiciones de admisión en cada universidad, idiomas requeridos, costo de vida, publicaciones útiles relativas a cada materia, servicios de información y muchos otros datos de utilidad.

A sus 35 años de existencia, Estudios en el extranjero prosigue su objetivo inicial que es el de orientar a todos los estudiantes sobre las posibilidades existentes en materia de estudios y de formación superior en el mundo. ESTUDIOS EN EL EXTRANJERO tiene un valor de 55 francos franceses y se puede solicitar a:

UNESCO Despacho D. 064  
7, Place de Fontenoy  
75700 París-Francia.



### **POSTGRADO EN COMUNICACION SOCIAL**

Un diagnóstico realizado en noviembre pasado por la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela consideró que todavía no existen posibilidades de ofrecer a corto plazo cursos doctorales, sea por escasez de recursos humanos o financieros, en las especialidades de Artes, Bibliotecología, Museología y Fonología.

En cambio se han acumulado experiencias de cuarto nivel en las áreas de Educación, Filosofía, Historia, Psicología y últimamente Comunicación. Por segunda vez la Universidad Central está ofreciendo para el curso 1984 un curso de Postgrado en Comunicación bajo la coordinación del Profesor Oswaldo Capriles. La Maestría en Políticas

y Planificación de la Comunicación Social en América Latina comprende en la primera etapa cuatro créditos en "Realidad y conceptualizaciones del Estado en la historia económico-política, otros cuatro créditos sobre "Modelos teórico-metodológico en ciencias sociales", y tres créditos sobre "Tecnologías de la Comunicación y de la Información". Además sigue desarrollándose el curso avanzado de especialización en Comunicación Cultural, bajo la coordinación de la Profesora Olga Dracnig de Alvarez. (J.M.A.)



### **SIMPOSIO INTERNACIONAL SOBRE INFORMATICA Y EDUCACION**

El Centro Regional para la Enseñanza de la Informática, con sede en Madrid, organiza el Simposio Internacional sobre Informática y Educación, a realizarse en Tucumán, Argentina, entre el 30 de abril y el 4 de mayo de 1984.

El objetivo del evento es analizar la situación presente y futuro de la informática en la educación, en sus tres niveles, proponiendo estrategias viables y evaluables para su inserción progresiva.

Está dirigido a todos los niveles, personas vinculadas a la educación informática directa o indirectamente y funcionarios del sector educativo. Los temas a desarrollar serán: la justificación, los objetivos y las condiciones y requisitos de la educación informática en la enseñanza.

Más informes pueden solicitarse al Depto. de Graduados de la Universidad del Norte Sto. Tomás de Aquino; 9 de Julio 165, (4000) San Miguel de Tucumán, Argentina. (P.A.)



### **SEMANA DE HUMOR GRAFICO LATINOAMERICANO**

La I Semana de humor gráfico latinoamericano organizada por el Centro de Estudios Gabriel Alomar y la Radio Cadena Española, en Palma de Mallorca, España, reunió a más de 25 humoristas gráficos y contó con la presencia de Andrés Cascioli, director de la revista "Humor" (Buenos Aires); Ziraldo Alves Pinto, director de la revista "O Pasquin" (Río de Janeiro), Horacio Altuna, humorista argentino y Guillermo Mordillo, presidente de la Asociación Internacional de Autores de Comics y Cartoons, AIAC.

La muestra pretende ofrecer una panorámica de la actualidad del humor en los países de habla española. Presentó más de 250 dibujos originales expuestos por primera vez conjuntamente.

A la par con la exposición se inició un debate sobre la valoración del significado ac-

tual del humor en los países latinoamericanos y el impacto del mismo en los países sometidos a la censura y al control estricto de la libertad de expresión.

Se proyectarán varias series de dibujos animados para televisión de Quino y Mordillo como nueva posibilidad del humor gráfico en los medios audiovisuales.

Complementando la muestra se hizo el lanzamiento de los libros de humor editados por Nueva Imagen y Lumen de México y Barcelona respectivamente. (El País, 5/3/84)



### **CONFERENCIA INTERNACIONAL SOBRE TV**

El Instituto Británico de Film y el Instituto de Educación de la Universidad de Londres realizarán del 4 al 6 de julio de 1984 una conferencia internacional para estudiar diferentes aspectos relacionados con la problemática de la televisión.

Las personas interesadas en presentar una ponencia deberán enviar un resumen de 100 palabras y un pequeño curriculum a:

Ed. Buscombe

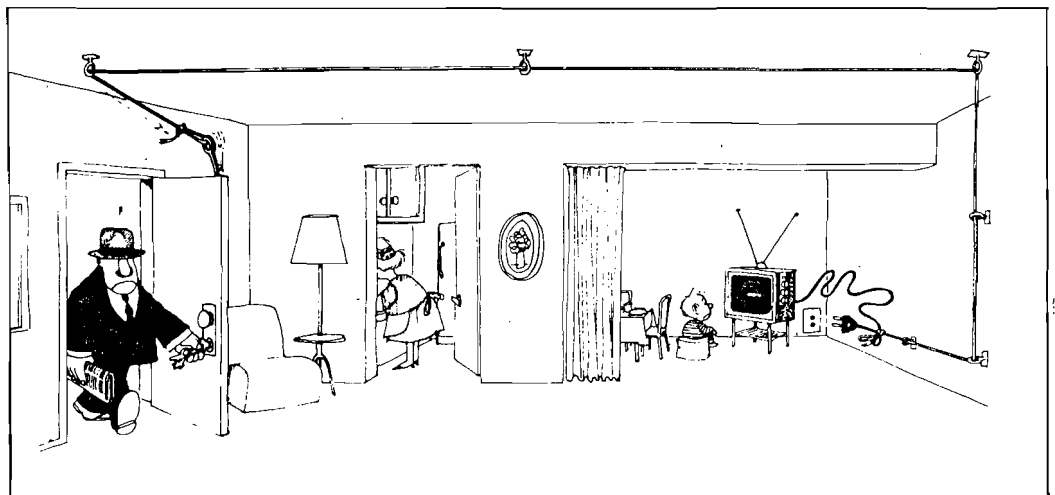
British Film Institute  
81 Dean Street  
London W1V 6AA  
Gran Bretaña



### **EL IMPACTO CULTURAL Y SOCIOECONOMICO DE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS DE COMUNICACION**

Del 12 al 16 de diciembre, y con la colaboración del Instituto de la Enciclopedia Italiana, la UNESCO realizó en Roma un simposio sobre el impacto cultural y socioeconómico de las nuevas tecnologías de comunicación con el cual buscaba no solo una reflexión sobre esa problemática sino la propuesta de objetos de investigación y de acción para el organismo internacional.

Las ponencias presentadas intentaron contextualizar el "impacto" de las N.T.C. desde los tres ámbitos señalados por el título. Y de esas ponencias resultaron especialmente relevantes la del filósofo alemán Karl Otto Apel sobre el "lugar" central que la comunicación ha comenzado a ocupar en la reflexión filosófica, no en cuanto "tema" sino como espacio



primordial para una re-fundación de la Ética. Y ello a partir de la ambivalencia de la tecnología y de las tres racionalidades con las que hoy es pensada: la de la manipulación, la de las estrategias de interacción y la del consenso recíproco. Relevante también la ponencia de W. Melody, canadiense, por la claridad y valentía en el señalamiento del conflicto entre las políticas de renovación tecnológica y la política social dado que los costos de esa renovación conducen a un endeudamiento peligrosísimo. Y si eso sucede en un país como Canadá, añadió Melody, que será entonces en el caso de los "países pobres"? Por último, a nivel de ponencias fué significativo constatar la diferencia radical de horizonte entre la cautelosa llamada de atención del lingüista italiano R. Simone sobre la incidencia de las tecnologías de computación en el campo del grafismo manual, en el del simbolismo de la escritura y su relación a la memoria cultural, y el optimismo radical del inglés D. Hawkrige sobre las posibilidades pedagógicas de la simulación generalizada!

De los trabajos en las dos comisiones -socioeconomía y cultura- resultaron una serie de propuestas de investigación y de acción para la UNESCO que permitieron ver el grado de "generalidad" que la problemática estudiada va adquiriendo y las diferencias profundas que esa generalidad cubre. Aún queda viva y operante una concepción hegemónica de la tecnología que se alimenta del evolucionismo difusionista así como un culturalismo humanista que impide seriamente pensar los conflictos que articula la cultura. Y la demarcación no pasa solamente entre países del "norte" y del "sur", hay entre los llamados del "tercer mundo" demarcaciones no solo culturales sino políticas que hacen difícil poner sobre la misma página los temas verdaderamente significativos y

los proyectos de acción.

Por América Latina participaron Luis Peirano, de Perú, representando a ALAIC, Marlos Nobre de Brasil, y Luis Ramiro Beltrán y Jesús Martín Barbero de Colombia. (J.M.B.)



## JORNADAS DEL AÑO MUNDIAL DE LAS COMUNICACIONES

Con motivo de la celebración del Año Mundial de las Comunicaciones el Ministerio venezolano de Transporte y Comunicaciones organizó en Caracas unas Jornadas entre el 8 y el 12 de noviembre de 1983 sobre los aspectos más relevantes de las modernas tecnologías y el Nuevo Orden de la Información y de la Comunicación.

En la primera jornada sobre el futuro de las comunicaciones (correo electrónico, telemática, red de telecomunicaciones. . . ) tuvo especial interés la ponencia del Profesor Marcelino Bisbal sobre "Las Nuevas Tecnologías y su Incidencia Social", ya que abordaba las implicaciones profesionales del periodismo electrónico.

El resto del evento continuó con varias exposiciones, cuyo énfasis principal se centró en los aspectos éticos, legislativos y políticos del Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación.

El evento concluyó con un foro sobre la "Circulación Internacional de Noticias", en la que participaron representantes de las Agencias Internacionales, de los Medios y de las Universidades Nacionales.

La participación selecta y restrictiva, si bien dió altura al evento, limitó su posible resonancia en la opinión pública. (J.M.A.)



## IPS BUSCA COORDINADOR DE PROYECTOS

La agencia de noticias Inter Press Service (IPS) desea contratar un coordinador de proyectos para una nueva red de periodistas relacionados con la iglesia. Este proyecto tendrá una duración de dos años a fin de:



— Generar un nuevo flujo de información a nivel mundial destacando el desarrollo social y la acción de las iglesias del Tercer Mundo.

— Proveer nuevos canales de comunicación entre las iglesias y los medios.

— Construir una nueva red para el intercambio de información existente entre las organizaciones eclesásticas.

El coordinador de proyectos deberá:

1. Echar a andar y manejar la nueva red. Trabajar con el personal del proyecto en Rio de Janeiro, Nairobi, Colombo y Roma y con otros colegas de la red internacional de IPS.
2. Editar el boletín semanal, para ser reproducido y distribuido y que será el producto principal del proyecto.

3. Trabajar junto e informar sobre las actividades de las organizaciones eclesásticas con sede en Ginebra, especialmente la WCC.
4. Dirigir el mercado y promover el trabajo para lograr que el proyecto tenga una base de autofinanciamiento.

El coordinador del proyecto estará los tres primeros meses en la sede central de la IPS

en Roma y después trabajará en Ginebra.

Los aspirantes deberán ser de algún país del Tercer Mundo, tener un record de aprovechamiento en el campo de las comunicaciones, demostrar habilidad en administración y un dominio perfecto del inglés. Es conveniente tener experiencia en una agencia de noticias y conocimientos de español.

El contrato será por dos años para comenzar a trabajar lo más pronto posible.

Los interesados deberán mandar su curriculum vitae detallado y tres referencias personales a:

Vic Sutton

Coordinador del Departamento de Proyectos de Comunicación

IPS Via Panisperna 207

00184, Roma, Italia.



## LA PRENSA MEXICANA EN CRISIS

Excelsior es una cooperativa conformada por más de mil empleados. Diario liberal de centro con una línea editorial poco definida y uno de los principales de México, entró en su segunda crisis grave. La primera fue el año 76 cuando se despidió a su Director General, Julio Scherer, actualmente director del Seminario Proceso.

En los años siguientes y a pesar del exceso de publicidad y el descenso de la calidad logró mantenerse como uno de los primeros. Nuevamente este año los cooperativistas han denunciado un "clima de inusitada violencia" y reclaman una investigación seria sobre la estafa cometida al diario. Han cesado las hostilidades pero según las últimas asambleas no se ha logrado completa estabilidad y solo sigue circulando porque agentes de gobierno están interesados en que sea así.

El segundo diario afectado

es **Unomásuno** creado en el 77 por varios excolaboradores de Excelsior. Es el más izquierdista de los diarios contemporáneos mexicanos ya que surgió en el momento de la *"reforma política"* cuando se legalizaron todos los partidos de la izquierda y llegaron a tener algunos escaños en el parlamento.

Por ser más analítico y publicar colaboraciones de prestigiosos políticos, críticos y escritores latinoamericanos logró ocupar un lugar preferencial entre universitarios e intelectuales.

Igual que Excelsior tiene problemas administrativos e internos y varios de sus directores renunciaron y con ellos cerca de 40 colaboradores externos suspendieron sus entregas. La justificación que dieron a su retiro es *"la no democratización del capital, los hostigamientos al sindicato y el cambio de línea política de los últimos meses"*.

Como consecuencia dolorosa la izquierda mexicana y también latinoamericana queda sin voz y el problema periodístico mexicano es solo un reflejo de la crisis económica y social del país. (El País, 5/3/84)



## **APROBADO REGLAMENTO DE RADIODIFUSION EN FM**

El día 28 de noviembre el Consejo de Ministros de Venezuela aprobó un decreto presentado por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones mediante el cual se dicta el Reglamento de Radiodifusión en Frecuencia Modulada.

Tal como lo señaló el Ministro de Información y Turismo Guido Díaz Peña, *"Venezuela tenía una especie de relativo retraso en el campo de la radiodifusión porque no existía un reglamento sobre la FM"*, que regula su uso.

El proyecto contiene los siguientes capítulos: I. Del espectro radioeléctrico asignado; II. Del régimen de concesiones; III. De las tarifas; IV. De las estaciones, de su clasificación y del servicio subsidiario, de su personal, de su registro y de las transmisiones; V. De los programas y la publicidad; VI. De las disposiciones técnicas; VII. De los impuestos; VIII. De las sanciones; IX. De las disposiciones transitorias; X. De las disposiciones finales. (J.M.A.)



## **BOLIVAR: EL PROGRAMA DE LAS LAS DIFICULTADES**

Después de cinco meses de anunciado, por fin, el lunes 19 de diciembre comenzó la transmisión del "Bolívar" de Betty Kaplan por Venezolana de Televisión (Canal 8 del Estado).

Un conjunto de razones, poco aclaradas al público, que lindaron entre las presiones de los censores, los efectos presupuestarios por la devaluación del bolívar, y los conflictos por el cambio de administración en el canal 8, mantuvieron en jaque a los espectadores venezolanos, ansiosos de contemplar una presentación controversial sobre El Libertador, cuyo Bicentenario estaba a punto de culminar.

La producción, realizada a un costo aproximado de catorce millones de bolívares (1.180.000 dólares) durante un año y dos meses en los escenarios históricos, ha sido considerada como la versión más fidedigna de la gesta bolivariana sin concesiones a las mitificaciones ilusorias pero a la vez, con un gran contenido didáctico.

Junto con la serie colombiana "Bolívar, el hombre de las dificultades" constituye el

esfuerzo más significativo realizado en los países bolivarianos para rescatar la figura del héroe. Está previsto enviar copias de los nueve capítulos a Ecuador, Perú y Colombia para su transmisión. (J.M.A.)



## **CRISIS DE LA INDUSTRIA MEXICANA EDITORIAL**

México con 80 millones de habitantes consume 2 millones de historietas cómicas del tipo de Kaliman y hombre increíble contra 3.000 ejemplares de literatura seria.

La UAM publica estos datos de un estudio que realizó y en donde comprueba que los hábitos de lectura de los mexicanos son bastante ligeros, con lo cual la industria editorial y los autores jóvenes están atravesando una crisis muy seria. (El País, 5/3/84)



## **TELEVISION PERUANA**

En América Latina generalmente los costos de producción para programas propios de TV exceden por mucho los costos para producciones importadas. Ahora en Perú parece darse una tendencia a la inversa.

El Canal-5, el de mayor cobertura nacional, produce hasta ahora el 35 por ciento de su programación e importa el 65 por ciento. De acuerdo con su Presidente, Héctor Delgado Parker, se plantea invertir esta relación y llegar para fines de 1984 a un 60 por ciento de programas propios con un 40 por ciento de importados. Los Canales 4 y 9 también planean un sustancial aumento de la producción propia.

La razón fundamental parece ser la devaluación en un

100 por ciento del Sol Peruano frente al dólar y la restringida liquidez en el país. De acuerdo con el gerente de uno de los canales, la hora de la producción nacional cuesta alrededor de \$700, -en tanto que una hora de programación importada de los Estados Unidos está en \$800- a 1.000,- las telenovelas de México, Venezuela, Argentina y Brasil también tienen precios altos, entre \$300 y \$800 la media hora.

Ojalá el auge de la producción nacional de TV en el Perú sea aprovechado para producciones de alta calidad. (World Broadcast News, Nov. 1983).



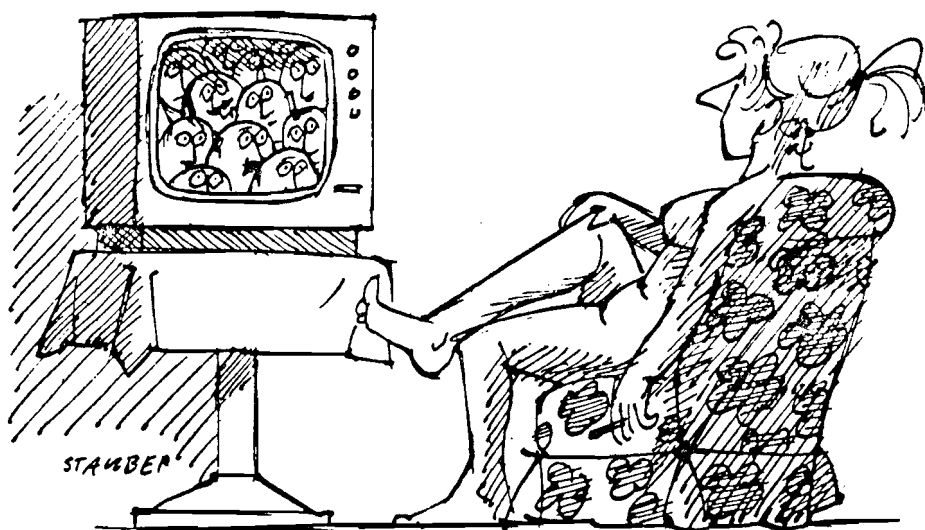
## **LA TELEVISION EN SIETE PAISES**

Con el apoyo de la Comisión francesa de la UNESCO se realizó en 1982/83 un estudio comparativo de la televisión en Bélgica, Bulgaria, Canadá, Francia, Italia, Japón y Hungría que dió por resultado datos muy interesantes.

Se descubrió, en primer lugar, que a pesar de las notables diferencias entre los países analizados, la oferta de la programación se asemeja: Un promedio de 17 por ciento para noticieros de TV, 12 por ciento para otros programas informativos, 14 por ciento para programas culturales, 31 por ciento para ficción y 18 por ciento para entretenimiento. La única excepción notoria es el Segundo Programa de Japón que es netamente educativo y que dedica el 93,4 por ciento a programas educativos y culturales. Estos programas desempeñan un modesto rol en Canadá, en tanto que en Francia y en Bulgaria van a la cabeza. A su vez Bélgica e Italia son los países con los mayores informativos. Hungría ocupa en todo un lugar medio.

Muy revelador es el hecho





Stauber

que la diferencia entre la oferta de la programación entre los diversos países es considerablemente mayor que su uso por parte de las teleaudiencias. La TV canadiense ofrece p. ej. un 41 por ciento de ficción, Francia solo el 22 por ciento, sin embargo el porcentaje de aprovechamiento por parte de las teleaudiencias en Canadá es 51 por ciento y en Francia 48 por ciento, solo 3 por ciento de diferencia. Por otra parte, Francia ofrece un 20 por ciento de programación cultural y Japón solo el 9 por ciento. Sin embargo, el aprovechamiento es muy semejante, 6 por ciento en Francia y 5 por ciento en Japón.

Según el estudio esto parece indicar una cierta homogeneidad en el comportamiento de los televidentes. Si se les ofrece mucha cultura, la aprovechan relativamente poco, como p. ej. en Francia. Si la oferta es menor, el grado de aprovechamiento es mayor, como p. ej. en Canadá. A pesar de la diferencia en la oferta, se pudo detectar algo como un patrón común en cuanto al uso y que oscila alrededor de las siguientes cifras: Entretenimiento 70 por ciento, Información 22 por ciento y Educación y Cultura 5 por ciento. En todos los casos pudo detectarse un "sobre-consumo" y una "sub-

oferta" de entretenimiento y un "sub-consumo" y una "sobre-oferta" de información, educación y cultura.

Interesante también la constatación de que para la ubicación de un programa en el tiempo AAA precisa aparentemente considerar dos explicaciones en un nexo causal: De acuerdo con su experiencia los programadores saben lo que les gusta a los televidentes y por lo tanto incluyen en el tiempo AAA aquellos programas capaces de captar la mayor sintonía. El otro caso es que la oferta determina la demanda, o sea que los televidentes ya condicionados por los programas y sus estructuras aceptan la programación preparada para ellos. Las consideraciones de la publicidad pagada fortalecen aún más la lógica tendencia de favorecer para el tiempo AAA tales programas que presumiblemente cautivan las mayores audiencias.

No deja de ser preocupante otro resultado del estudio que se refiere a la disponibilidad y el aprovechamiento de los programas culturales. Aun en los países que tienen la oferta más reducida al respecto como Italia, Canadá y Japón, el 10 por ciento del tiempo entre las 18 y 24 horas se dedica a la educación y cultura. Pero con la única excepción de los bulgaros, los

televidentes de los demás países analizados solo dedican el 4 hasta el 6 por ciento de su tiempo televisivo a tales programas.

Todo lo cual no deja de llamar poderosamente a la reflexión.

(Fuente: Media Perspektiven, sept. 83; "Drei Wochen Fernsehen"; Claude Geerts.)



## NUEVA LICITACION DE TELEVISION EN COLOMBIA

Después de toda la expectativa suscitada por los proyectos de renovación que el gobierno de Belisario Betancourt planteó en el campo de la Televisión, la "realidad" de la nueva programación viene a confirmar otra vez que mientras la concepción de televisión y las reglas de juego sigan siendo las mismas los buenos deseos e incluso la honradez y capacidad profesional de las directivas del Instituto Nacional de Radio y Televisión seguirán esterilizadas por la trama de contradicciones y la red de intereses que controlan verdaderamente la TV colombiana. Y como esas contradicciones e intereses no son únicamente colombianos

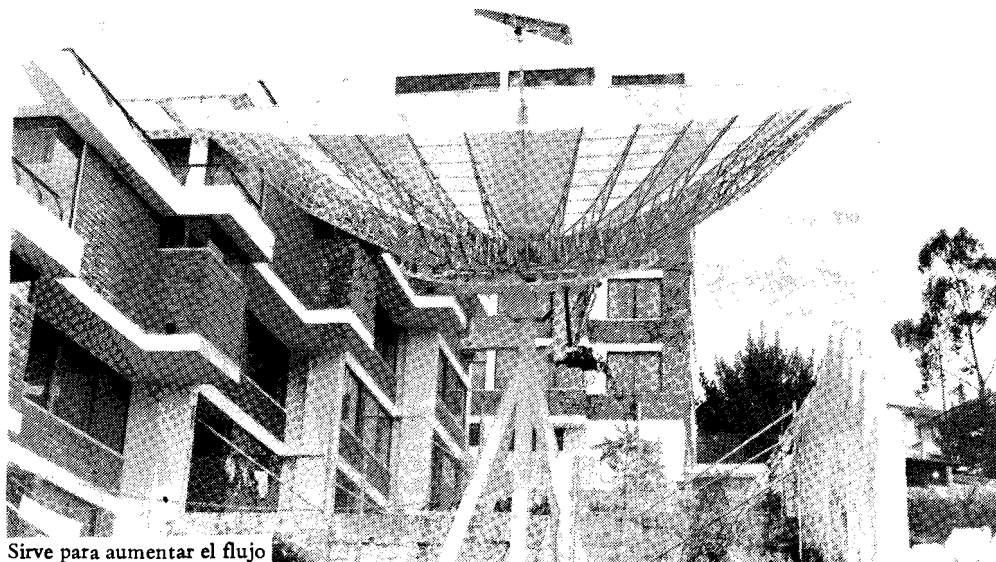
sino más bien representativos de una situación mucho más general en Latinoamérica -incluida la distancia entre los que estudian la TV y los que la hacen- creemos interesante analizar algunas claves de esa situación.

Una primera clave reside en esa fórmula mágica que aparentemente hace de la TV colombiana una especie rara: ni estatal como las europeas ni privada como la norteamericana. Resultado: ni tenemos un verdadero control público, esto es ejercido por los organismos representativos de los ciudadanos como el parlamento o los sindicatos, ni tenemos el control que ejercería la competencia entre canales privados. Vacio de poder solo aparente pues en últimas el verdadero poder lo ejerce el gobierno de turno y -más allá de las buenas intenciones de los funcionarios- las empresas privadas que se sirven de un servicio público para su negocio sin los riesgos de asumir la gestión global de una cadena o canal de TV.

Una segunda clave se sitúa en la ausencia de estudios serios sobre la relación entre "espacios" (así se denomina a las franjas horarias) y los géneros o tipo de programas. La clasificación comercial de los horarios en tiempos tipo A o B, o triple A, al someter a un criterio chatamente estadístico la organización social de la jornada impide tener mínimamente en cuenta las verdaderas diferencias de públicos, esas que tienen que ver con los diferentes tipos de jornada de trabajo y los diferentes modos de insertar la televisión en la vida. De otra parte la imitación caricaturesca de los géneros transnacionales impide pensar creativamente las posibilidades de la televisión. Y así los "espacios" se organizan desde una temporalidad comercial que se articula a una tipología de géneros tan elemental y chata que deja a INRAVISION completamente a merced de lo que las programadoras ten-

gan a bien presentar. Mientras las exigencias de programación por parte del Estado sigan a nivel de generalidades tan inocuas como "programas de interés cultural", cuando no de criterios con una carga de moralismo bien problemática "que no hieran los sentimientos y creencias de los ciudadanos", seguirá siendo imposible "cambiar la televisión". Mientras los organismos que tienen en sus manos la capacidad de orientar la TV no sepan qué televisión quieren, más allá de ese nivel de las fórmulas hechas y vacías, y no sean capaces de exigir y evaluar permanentemente un mínimo de creatividad y de riesgo por parte de los empresarios privados la "formula mágica" seguirá sumando los vicios de la TV estatal a los de la privada con casi ninguna de sus virtudes.

La ausencia de criterios sobre el tipo de televisión que se quiere y su traducción en una propuesta de programación clara y exigente ha intentado ser tapada esta vez con un discurso nacionalista y culturalista que no ha hecho sino añadir elementos a la frustración y al desconcierto. No vamos a entrar aquí en un debate que se sitúa hoy en el centro de las transformaciones que está sufriendo la investigación sobre medios de



Sirve para aumentar el flujo

comunicación en América Latina. Pero sí merece la pena apuntar que ni el desprecio clasista de los aristócratas de derecha o de izquierda -el pueblo nunca podrá apreciar un buen programa de música o de pintura-, ni el chantaje de los comerciantes -hay que dar a cada cual lo que le gusta-, ni la demagogia patrioter de los populistas -en el pueblo es que está el verdadero arte- permiten asomarse a la complejidad que hoy presenta "lo cultural" sea en relación a la televisión o lo que sea. Y mientras los que orientan la programación y los que hacen la televisión no salgan de una visión patrioter de lo nacional y divulgativa de lo cultu-

ral, y comiencen a asumir una concepción antropológica que permita abrirse a la pluralidad, a la heterogeneidad cultural de que está hecha la nación y ello tanto en lo que significa de **riqueza** como de **conflictividad**, los mejores esfuerzos seguirán resultando igualmente estériles. Tanto como los estudios y las denuncias que son incapaces de asumir las contradicciones que hoy y aquí atraviesan ese medio hegemónico en que se ha convertido la televisión. (J.M.B.)



## FLUJO DE PROGRAMAS Y NOTICIAS EN LA TELEVISION NORTEAMERICANA

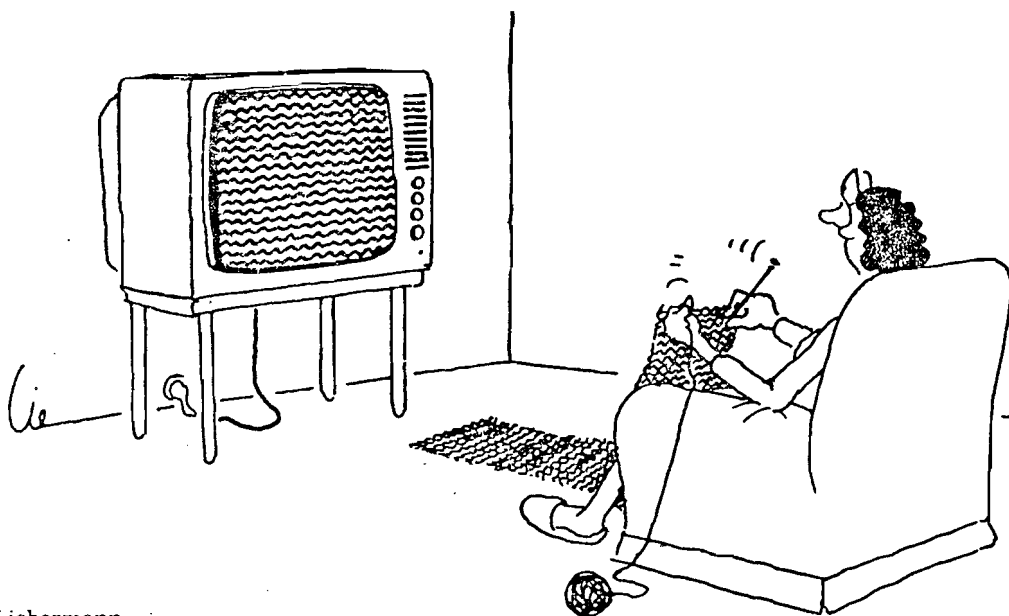
Dentro del estudio mundial de flujos de programas de televisión, auspiciado por UNESCO y dirigido por Tapio Varis, el Dr. Jack Lyle del East West Communication Institute, presenta el estudio sobre EE.UU. El documento original (en inglés) contiene, además de un resumen narrativo y numérico muy compacto, tablas informativas sobre diversas categorías de programas y su presencia horaria, además de una extensa bibliografía.

CHASQUI presenta aquí una traducción del propio resumen del autor.

**Historia:** La transmisión televisiva experimental comenzó en 1927; las primeras estaciones empezaron a operar en 1937 y los standards (NTSC) se fijaron en 1941. El servicio nacional se remonta a los inicios de los años 50.

**Gobierno:** El gobierno central regula el uso del espectro de frecuencias, pero no ejerce control sobre la programación.

**Propiedad:** Las estaciones de televisión son operadas por



grupos o individuos bajo licencia del gobierno central.

**Características del sistema:** Hay 1079 estaciones, 634 UHF, 445 VHF. De las estaciones 802 son entidades comerciales y 277 son estaciones "públicas" que usan canales reservados para "uso educativo no comercial". Hay 3 redes nacionales comerciales y una interconexión nacional de estaciones públicas. También existe la red SIN, (Spanish International Network) que provee distribución nacional de programas en español, la mayoría de los cuales son importados. Una comunidad típica está servida por cinco canales, pero los mercados mayores pueden tener hasta 18 o 20 y las comunidades más pequeñas sólo uno o dos canales.

**Financiamiento:** El sistema comercial gana casi US\$ 10,000,000 por año a través de la venta de tiempo para publicidad, generando una ganancia de US\$1.500,000. El presupuesto anual de US\$700.000.000 del sistema público proviene de una variedad de fuentes, incluyendo un 27 por ciento del gobierno central.

**Audiencia:** Más del 98 por ciento de los hogares tienen receptores de televisión, la mayoría a color. Dos tercios o más de los hogares ven televisión regularmente en el horario triple A. Las tres redes comerciales comandan la atención de alrededor de dos tercios de los teleespectadores.

**Contenido de programas:** El tiempo total de emisión de todas las estaciones supera a las 125 mil horas semanales, pero la programación en las comunidades es relativamente homogénea debido a las redes y a la sindicación. En un mercado típico, los teleespectadores tienen una opción semanal de 700 a 800 segmentos de programas individuales.

**Selección de programas:** La industria de televisión se autoregula con respecto a la programación. La selección de programas refleja un mercado libre, influido por el tamaño de la audiencia, base para fijar las tarifas que las estaciones pueden cobrar por publicidad. La publicidad está integrada a períodos de programa, como también entre programas. Los programas pueden ser auspiciados individualmente por firmas, pero la norma general es el coauspicio múltiple por varias empresas.

**Programas Importados:** Los programas importados representan aproximadamente un 2 por ciento del total de horas nacionales transmitidas cada semana. Hay estaciones en 21 mercados que reciben una programación consistente fundamentalmente en importaciones del servicio SIN. Algunas estaciones individuales también emiten programas importados. Se transmiten más de 250 programas importados por semana, y por lo menos un tercio de la población tiene la opción de sintonizar algunos de estos.

**Cable:** Más del 30 por ciento de los hogares se suscriben a servicios de televisión por cable. Algunos sistemas tienen una capacidad de 40 o más canales. Algunos servicios de cable distribuyen programas importados.

Fuente: **Flow of Television Programs and News, United States of America** (August 1983) Dr. Jack Lyle, East-West Communication Institute, Honolulu, Hawaii, 96848.



### PREMIO JUAN RULFO

Radio Francia Internacional y el Centro Cultural de



México en París convocan a un concurso de cuentos en homenaje al escritor mexicano Juan Rulfo, autor de "El llano en Llamas" y "Pedro Páramo".

Se puede participar con un solo relato inédito y original escrito en español y no mayor a veinticinco cuartillas tamaño carta, doble espacio.

El plazo para el envío se cierra el 31 de marzo de 1984. Y el fallo del jurado compuesto, entre otros, por Augusto Roa Bastos, Jorge Enrique Adoum y Alfredo Bryce Echenique, se dará a conocer el 15 de junio. El galardonado obtendrá 30.000 francos franceses y la obra premiada será publicada en español y francés.

Mayores informes se puede solicitar a:  
Radio Francia Internacional  
(Servicio América Latina)  
116 Av. Pr. Kennedy  
París 75016 - FRANCIA

### PREMIO BASILIO VIZAKIS DE LA UNION CULTURAL AMERICANA

La Unión Cultural Americana, con sede en Buenos Aires, ha convocado a un Concurso de Ensayos 1984 sobre el tema "Influencia de los Medios de Comunicación en la

Afirmación de la Confraternidad Americana".

La recepción de trabajos -de residentes en cualquier país de América-, se hará hasta el 30 de noviembre de 1984, en Alsina 2525, 3 A, Buenos Aires. Los ensayos, firmados con seudónimo -y adjuntando en sobre cerrado aparte los datos de identidad del autor-, deberán tener una extensión de 10 a 15 páginas, en tamaño carta, escritas a máquina, en doble espacio. (P.A.)



### SI, CORTEN EL PRESUPUESTO -PERO NO BOTEN A LA GUAGUA JUNTO CON EL AGUA DE LA BAÑERA

Por Walter Schwarz, desde París.

Como persona externa pero amiga de la UNESCO, con ocho años de experiencia trabajando en París y alrededor del mundo, la perspectiva de recortar su presupuesto en una cuarta parte, debido a la retención norteamericana de su aporte, me parece a primera vista una excelente idea...

Todos los seminarios y conferencias, salvo una excepción verbosa e inútil en Rumania, han valido la pena. . . Pero cada uno, sin excepción, se habría beneficiado enormemente con un recorte presupuestario del 25 por ciento. Cada seminario periodístico ha incluido un 25 por ciento de periodistas que nunca escribieron una línea. . . Todas las conferencias y seminarios que he ob-

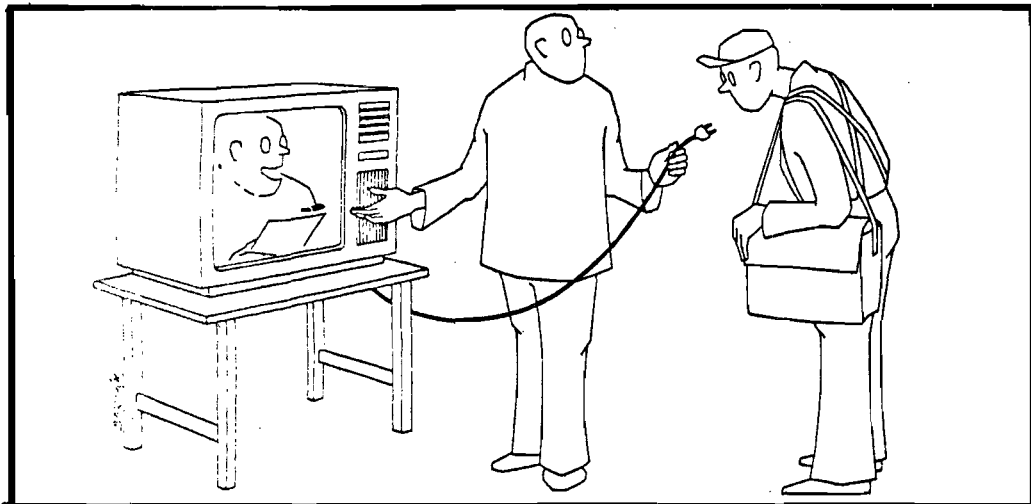


servado, eran por lo menos un 25 por ciento largas, tenían al menos un 25 por ciento de exceso, muchas palabras, transcripciones y traductores.

Pero el pecado mayor de la UNESCO, que podría expiarse con el recorte presupuestario, es que se habla mucho. De los 13 "proyectos principales" recién aprobados por el último Consejo General, al menos 6 tratan exclusivamente sobre palabras y los otros 7 fundamentalmente sobre acciones. Los programas de palabras van desde "Reflexiones sobre los Problemas mundiales y los estudios futuristas" hasta "la paz, la comprensión internacional, los Derechos Humanos y los Derechos de los Pueblos". Consumen el 47.5 por ciento del presupuesto.

Lo que hoy objetan los norteamericanos es la forma en que la mayoría constituida del Tercer Mundo lleva, en el mejor de los casos, a abusar de los EE.UU., y en el peor, al Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación que amenaza con justificar la censura de prensa...

Esta perspectiva es plenamente compartida por el gobierno británico, que paga el 4.6 por ciento del presupuesto. "Yo diría que el dinero se va por el sumidero exactamente porque, después de todo, nuestro propio Contralor General inspecciona las cuentas", dijo el Sr. Geoffrey Grabtree, del Consejo Nacional de la UNESCO. "Simplemente, nos gustaría ver que se usase mejor el dinero menos en hablar y más en hacer cosas". Y sin embargo, he conocido gente en Contonú y en Ahmedabad, y he sabido de gente de Kentish Town y Boulogne-Billancourt que puede leer y escribir gracias al programa de alfabetización de adultos de UNESCO. Miles de millones de árboles se han salvado del sacrificio en Latinoamérica; miles de millones más pueden salvarse en África, a través del programa "El Hombre y la Biosfera" de la



UNESCO. Muy poca gente ha oído de este programa. Aunque la UNESCO emplea a 2.700 personas a un costo de 265 millones de libras esterlinas. El programa de la Biosfera está tan escondido en lenguaje especializado como las verdades metafísicas del Oriente. Aun en el siniestro Nuevo Orden de la Información y la Comunicación que amenaza con justificar aún una mayor censura alrededor del mundo, ha significado que hoy día estén siendo entrenados como periodistas hombres y mujeres de países en donde todos los periodistas formados podrían caber en una salita del palacio presidencial...

Enfrentado al recorte del 25 por ciento, el Director General, Amadou Mahtar M' Bow ha reaccionado tercamente, diciendo que puede obtener un préstamo hasta que los norteamericanos recobren sus sentidos. Piensa que volverán, como lo hicieron luego de retener su dinero por un año en 1975-76 debido a la hostilidad de UNESCO hacia Israel, solo para retomar con todos los pagos atrasados más los intereses.

Esto me parece temerario porque los norteamericanos hablan en serio esta vez, como una grave advertencia ante los excesos y extravagancias de todo el arreglo de las Naciones Unidas. Mejor sería para UNESCO aceptar el gol-

pe. Apretarse el cinturón, recortar la cuarta parte de todo lo que se habla y lanzarse a hacer cosas.



### REACCIONES VENEZOLANAS ANTE EL RETIRO DE USA DE LA UNESCO

Una vez iniciado el debate de la UNESCO en noviembre de 1982 en París la prensa venezolana ha ido reflejando de acuerdo a las versiones de las agencias AP y UPI el deterioro creciente de las relaciones entre la mayoría de los países del Tercer Mundo y los representantes de unos 25 países occidentales opuestos a la redacción del Plan de la UNESCO respecto al Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación, ya que según estos últimos, el proyecto implicaría controles sobre la información.

En esas mismas fechas los diarios difundieron la noticia de la amenaza por parte de EE.UU. de retirar sus fondos a la UNESCO si su programa final retenía aspectos que se consideraran como limitaciones a la libertad de prensa. (En la segunda jornada de la tercera sesión del Consejo Intergubernamental, el representante venezolano Alejandro Alfonso se pronunció por

intensificar los proyectos regionales para América Latina, particularmente la acción de ASIN y de ALASEI en el sector informativo). Un año después se ha difundido la información sobre la decisión estadounidense de retirarse de la UNESCO, a través de su boletín informativo de la Embajada de los Estados Unidos según el cual "esta organización se ha desviado de sus fundamentos, al promover los derechos colectivos en lugar de los derechos humanos individuales" y ha abandonado "virtualmente el concepto de una libre diseminación de la información". Aunque los sectores oficiales no se han pronunciado ante esta decisión, intelectuales como Arturo Usler Pietri y Antonio Pasquali pertenecientes a espectros ideológicos distintos, han criticado la postura estadounidense. Usler Pietri califica de "ingenua" la postura de quienes alguna vez creyeron que la UNESCO no es un foro político, ya que "no puede ser sino un foro político; y es así, precisamente, como puede ser útil". Añade, además, que "los EE.UU., por la propia dimensión de su presencia mundial, deben formar parte de ese foro", y que "su ausencia empobrece el foro mundial y disminuye la presencia internacional de los EE.UU.". (El Nacional 15, I, 84). A su vez, Antonio Pasquali, en su carácter de subdirector general adjunto del sec-

tor comunicacional de la UNESCO, ha declarado que el Director General de la UNESCO, Amadou Mahtar M'Bow ha lamentado el retiro que trae como consecuencia la merma de la universalidad de las Naciones Unidas. Asimismo ha puntualizado que *"el problema no es entre el gobierno norteamericano y la persona del Director General, sino que es un problema de un Estado miembro ante los otros Estados miembros de la UNESCO"* (El Nacional, 30 I, 84). (J.M.A.)



## EE.UU. - UNESCO - REPERCUSIONES

La Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela hizo pública una declaración en la cual solicita al gobierno de los Estados Unidos rectificar su decisión de retirarse de la UNESCO a fines de este año.

La declaración del Consejo de la Escuela de Comunicación Social de la UCV en torno al retiro de los Estados Unidos de América de la UNESCO lleva la firma del director de la misma, el senador Juan Paez Avila.

Dice la Declaración:

1. El Consejo de la Escuela comparte el criterio expresado en varias oportunidades de que la UNESCO ha promovido la igualdad entre los países miembros y favorecido el equilibrio mundial en el intercambio de conocimientos entre las naciones.

2. Extraña en estos momentos la actitud asumida por el gobierno de los Estados Unidos de América de retirarse de la UNESCO, a pesar de contar con la oposición de diversos sectores importantes de la comunidad norteamericana, entre quienes se encuentran diversas comisiones del congreso de ese país.

3. Somos solidarios de la UNESCO como organización

adherida a los objetivos de la justicia social internacional y al desarrollo de las actividades de la educación, la ciencia, la cultura, la información y la comunicación.

4. Este Consejo deplora la decisión del gobierno de los Estados Unidos de América de retirarse de la UNESCO y formula votos por su rectificación.

5. Reiteramos nuestras intenciones de continuar trabajando en colaboración con la UNESCO para beneficio de Venezuela, de nuestra área de Comunicación e Información de la Profesión del Periodismo, la comunidad universitaria, nuestro país y la región de América Latina.



## UN AÑO DE FUNCIONAMIENTO DE FONCINE

A un año de funcionamiento del Fondo Cinematográfico los organismos participantes consideran que se han cubierto en buena parte las expectativas de los cineastas en lo que al modelo organizativo se refiere y en cuanto a los resultados relativos al progresivo afianzamiento de la industria cinematográfica venezolana. Autores (ANAC), Sindicalistas, Cineforistas (FEVEC), Críticos (AVCC), Industriales (CAVEPROL, CCV), así como representantes de los organismos públicos: Cinemateca Nacional, Conac, Corpindustria, Ministerio de Fomento, Ministerio de Información y Turismo, Relaciones Exteriores y el Congreso Nacional han logrado conciliar en esta primera etapa los diversos intereses industriales, comerciales y culturales, que inciden en la actividad cinematográfica. Sin embargo una ostensible descapitalización del Fondo, que actualmente cuenta con sólo cinco millones de bolívares (unos 400 mil dólares) para el

año 1984, ha obligado a redefinir las cuotas de participación de exhibidores y distribuidores, quienes exigen un aumento de las entradas entre 15 y 20 bolívares, con el objeto de incrementar sus aportes (J.M.A.)



## FEDERACION INTERNACIONAL DE ARCHIVOS DE TELEVISION

La Federación Internacional de Archivos de Televisión (FIAT) es una asociación profesional sin fines de lucro que agrupa a los encargados de los archivos de TV. La federación tiene como finalidad fomentar la cooperación entre sus miembros, promover el mejoramiento de la documentación sobre materiales audiovisuales y preservar las colecciones existentes. La FIAT publica un boletín informativo y también realiza seminarios de investigación sobre problemas relacionados con archivística. Mayor información pedir a:

Fernando Labrada  
Secretario General  
FIAT  
Centro de Documentación  
RTVE  
Edificio Somosagua  
Calle Saturno s/n  
Madrid 23 - ESPAÑA



## FUNDACION DE ABECOM

El pasado 23 de enero se fundó ABECOM, Associação Brasileira de Escolas de Comunicação Social, como una de las acciones del Encuentro Nacional de Facultades de Comunicación Social, celebrado en Brasilia. Suscribieron el acta de constitución 20 escuelas. Como presidente de la Junta Directiva se nombró

al Profesor Erasmo de Freitas Nuzzi.

Dirección: ABECOM,  
Sede Provisoria- Av. Paulista  
900, 5to. andar  
CEP 01310. Sao Paulo.



## EL INFORME MC.BRIDE-3

El Colegio Nacional de Periodistas de Venezuela en su serie "Cuadernos de Periodismo" ha publicado el título tercero sobre "El Informe MACBRIDE"/3 (núm. 9, 1983).

Esta tercera entrega, preparada por el periodista Iván Colmenares, completa los dos números anteriores que se habían dedicado a ofrecer la génesis y contenido de tan importante informe.

El estudio está orientado a desentrañar el eco informativo de los diarios venezolanos "El Nacional", "El Universal" y "El Diario de Caracas" sobre la Reunión de Belgrado (1980), ocasión en la que se presentó la versión definitiva de "Un Solo Mundo, Voces Múltiples: Comunicación e Información en Nuestro Tiempo".

Entre los resultados más destacados del estudio hay que señalar la confirmación del bloqueo de las agencias y servicios informativos del Tercer Mundo, cuyos mensajes son desechados en una proporción considerablemente mayor que los de las agencias transnacionales, y la campaña sistemática y hostil contra la UNESCO, reforzada por el Bloque de Prensa Venezolano y la Sociedad Interamericana de Prensa bajo el equívoco que asocia el Nuevo Orden con el totalitarismo informativo. (J.M.A.)





## L. BELTRAN AL RECIBIR PREMIO MCLUHAN • TELEGLOBE • CANADA

**P**areciera lógico esperar de un especialista en comunicación que pueda siempre expresar sus sentimientos con propiedad y soltura. Pero la lógica se detiene a las puertas del corazón, que es donde la gratitud y la dicha florecen. Y cuando estos sentimientos se desbordan, no encuentra una las palabras adecuadas para trasuntarlos. Sin embargo, espero poder comunicar a ustedes mi complacencia y reconocimiento por ser el primero laureado con el Premio McLuhan-Teleglobe Canadá.

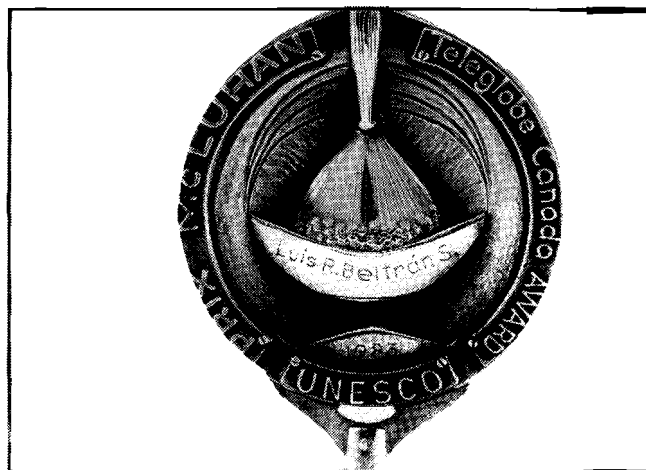
Es verdaderamente un gran honor recibir este premio de manos de Su Excelencia, el Gobernador General del Canadá. En nombre propio, en el de mi país —Bolivia— y en el de América Latina, deseo expresar mi más profundo agradecimiento a Su Excelencia y, por su intermedio, al gobierno y al pueblo de Canadá.

Aprecio plenamente la significación de este premio. Por una parte, él brinda invaluable culminación a mi carrera. Y por otra parte, en cambio, me impone la obligación de intentar nuevas empresas. Y es que aún queda mucho por hacer en el largo camino hacia la comunicación democrática.

Al celebrar el Año Mundial de las Comunicaciones, el premio ofrece un gran estímulo para los comunicadores en todos los países y confiere una nueva jerarquía a su profesión. Por tanto, además de agradecer a la Comisión Canadiense para la UNESCO, a Teleglobe Canadá y a la UNESCO, deseo congratularlas por su feliz iniciativa. Y ruego a los distinguidos miembros del Jurado de 1983 aceptar mis más sinceros agradecimientos por haberme escogido como al primer ganador de la competencia.

Nunca pensé que mis labores pudieran ganar otra recompensa que el sencillo placer de realizarlas. Tampoco imaginé que mi nombre pudiera resultar vinculado un día al de Marshall McLuhan. Me habría gustado conocer a este desconcertante pensador que según Henry Boyle, también fue un ser humano muy agradable. Siempre ingenioso, a veces contradictorio y frecuentemente crítico pese al lenguaje simple que usaba, el filósofo canadiense de la cultura y la tecnología fascinó al mundo. A menudo sus desusados aforismos no fueron entendidos y, cuando lo fueron, algunos de ellos resultaron duramente cuestionados. Pero nadie pudo desconocerlo ni dejar de admirar su fértil intelecto y su originalidad. Controvertido profeta del Siglo XXI, a McLuhan lo aplaudieron aun aquellos a quienes él criticara. Con su galáctica sonrisa, nos dejó —como lo hacen todos los buenos poetas— nuevos mitos y audaces visiones. Y, a diferencia de otros visionarios de este siglo, él mismo llegó a constituirse en un mito de la era encantada de la aldea global.

Admiro a la gente canadiense desde hace muchos años, especialmente desde que tuve el privilegio de conocer a Lester B. Pearson en un foro en 1947 en New York. No olvidaremos en el Tercer Mundo la lucidez con que él percibió el subdesarrollo y la firmeza con que luchó para ayudarnos a superarlo. Esa lucha continúa hoy bajo el liderazgo de instituciones canadienses como el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo, para el cual he tenido



el privilegio de trabajar en mi región por años. En efecto, fue estando al servicio del CIID que realicé varias de las tareas por las que hoy se me recompensa.

Canadá sobresale hoy como nación delantera en cuestiones internacionales. El segundo país más grande de la tierra tiene la humildad de optar por la paz, la integridad de defender la justicia y la sabiduría de propiciar la cooperación. Rodeada por los gigantes que pugnan por la hegemonía mundial al precio de poner en peligro la subsistencia de la especie humana, esta nación afirma su soberanía y se opone valerosamente a la carrera armamentista. En un mundo enajenado que gasta en armas más de un millón de dólares por minuto mientras 800 millones de personas apenas tiene qué comer, se escucha la voz del Canadá alzándose en contra del espectro del holocausto nuclear. Recientemente, en Guelph, el Primer Ministro, Pierre Trudeau, dijo: *"No puede infundirse en un día un nuevo clima de confianza entre el Este y el Oeste, ni la carrera armamentista puede ser detenida de la noche a la mañana. Pero, en la medida en que yo, y otros dirigentes que comparten este propósito, podamos actuar de consuno para forjar una auténtica confianza, yo les prometo que lo lograremos"*.

**L**a comunicación apoya este emprendimiento. Producida por la Junta Cinematográfica Nacional y distribuida por la Corporación Canadiense de Radiodifusión, la película *"Si Amamos Este Planeta"* y la serie televisiva *"Guerra"* dan evidencia del compromiso canadiense con la preservación de la especie humana. ¿Y no se podría decir que el Primer Ministro del Canadá está desempeñando, en este preciso instante, un crucial papel de comunicación para evitar la catástrofe?

Menos dramática pero no menos ominosa que la desavenencia entre el Este y el Oeste es la creciente confrontación entre el Norte y el Sur. Y menos divulgadas que esta confrontación pero no menos deplorables son las disparidades que prevalecen dentro de cada país del Tercer Mundo. La falta de equidad sólo puede contribuir a la violencia y a la guerra en el planeta. No puede haber paz donde no hay justicia.

Tanto entre países como dentro de cada uno de ellos la brecha que separa a los pocos ricos de los muchos pobres está aumentando en vez de disminuir. Las deidades de la época, la ciencia y la tecnología, no han traído consigo la justicia. Y para la mayoría de los seres humanos el desarrollo simplemente no ha ocurrido.

El Tercer Mundo está, en efecto, atravesando por su crisis más grave desde la depresión de 1930. Los términos del intercambio comercial con el mundo desarrollado han descendido a niveles alarmantes de deterioro. Muchos de los países en desarrollo están cayendo en un endeudamiento externo más profundo al pagar tasas de interés más altas y tener que cumplir plazos de pago más cortos a la vez que sufren la imposición del aumento de barreras contra la exportación de sus productos manufacturados. Por ejemplo, la deuda externa de América Latina creció de 67 billones de dólares en 1975 a casi 300 billones en 1982.

Tan injustas son las condiciones de la economía internacional que los países del Tercer Mundo proclamaron en las Naciones Unidas la voluntad de forjar un Nuevo Orden Internacional de la Economía y están lidiando para lograrlo sin que importe cuán lenta ni penosamente.

Las relaciones económicas intranacionales no son menos sesgadas en favor de los pocos poderosos que las internacionales. En América Latina, por ejemplo, las sociedades están en la mayoría de los casos gobernadas por élites tradicionalistas obstinadas en preservar sus privilegios al precio de la miseria y la opresión para las masas. En proporción tan exigua como un 10 por ciento familias privilegiadas concentran en sus manos cerca del 50 por ciento del ingreso total. Igualmente, 7 por ciento de la población agrícola posee 93 por ciento de las tierras bajo cultivo en tanto que el tercio más pobre de esta población tiene que arreglárselas con apenas el 1 por ciento de ese recurso.

Nunca había sido tan grave la situación económica de América Latina como lo es hoy. La tasa de crecimiento de su producto interno bruto se desplomó desde un promedio de 5.5 por ciento para el período 1950-1980 hasta menos 0.9 por ciento de 1982. Asolada por la inflación atormentada por altos precios y bajos salarios y angustiada por la falta de empleo para 40 millones de seres humanos, la región está padeciendo un peligroso aumento de las tensiones sociales y de la inestabilidad política. Nada más que en Centro América, la violencia ha cobrado un terrible precio: 100.000 personas muertas en cinco años.

Ahora es palmariamente claro que el modelo clásico de "modernización" constituye un oneroso fracaso en el Tercer Mundo. Aquel postula una visión deshumanizada del progreso que equipara el crecimiento material con el desarrollo humano y el tener más con el ser mejor. Más aún, el modelo no da lugar a la justicia social.

Inseparable de su entorno, la comunicación en los países del Tercer Mundo sigue estrechamente el patrón general de injusticia. No es más que otro privilegio de los pocos y actúa como instrumento para la perpetuación del status quo. Tómese Latinoamérica como ilustración de ello.

Los medios de comunicación masiva están concentrados en unas pocas ciudades grandes. Están considerablemente bien desarrollados. Sin embargo, sus mensajes alcanzan principalmente a minorías de las clases alta y media, educadas y económicamente acomodadas, mientras casi la mitad de los campesinos no tienen acceso siquiera a la radio. A menudo se considera trivial, mercantil y conservador el contenido de los medios de comunicación masiva, a la vez

que indiferente a las necesidades de la educación de las masas para el desarrollo. La propiedad de aquellos es casi totalmente privada y a veces oligopólica.

Alrededor del 50 por ciento de todas las películas de cine y de los programas de televisión provienen de los Estados Unidos. Como un 60 por ciento de todo el tráfico de noticias relativo a la región es manejado por la AP y la UPI, que dan al mundo una imagen fragmentaria y distorsionada de América Latina. Pero el factor decisivo es la publicidad. Dos tercios de los ingresos de la prensa latinoamericana proviene de 30 corporaciones transnacionales de negocios, en su mayoría originadas en Estados Unidos, en tanto que la cifra se acerca al 100 por ciento en el caso de la televisión. Los principales diarios dedican más de la mitad de su espacio a los avisos. Directamente o por medio de subsidiarias locales, el negocio publicitario está controlado en alrededor del 90 por ciento por nada más que 10 firmas de los Estados Unidos, cuyos gastos anuales exceden los 2.000 millones de dólares.

¿Podría no tener consecuencias una influencia semejante? No. En efecto, la situación parece ser la de dominación cultural añadida a la de dependencia económica y política. Y lo que sucede en Latinoamérica no es muy diferente de lo que ocurre en el resto del mundo subdesarrollado. Más aún, un problema semejante existe también en algunas partes del mundo desarrollado, tal como lo ilustra con claridad el caso de Canadá. Pearson mismo habló una vez de la "contaminación cultural" como una amenaza para la identidad de su nación.

¿Debería ser sorprendente para alguien el que exista un movimiento para reformar tal situación? El movimiento comenzó hace un cuarto de siglo en la América Latina, involucrando a académicos, a políticos y a los propios profesionales a cargo de los medios de comunicación. Ellos cuestionaron las nociones clásicas de "libertad de información" y "libre flujo de la información", que los ganadores de la Segunda Guerra Mundial había proclamado como principios de la Organización de las Naciones Unidas. Los argumentos fueron que la libertad de información sólo existía en favor de las minorías gobernantes y que el libre flujo de la información era un proceso de una sola vía que privilegiaba a las naciones industriales. Expertos canadienses que concurren a un encuentro internacional en Montreal en 1969 compartieron plenamente estos puntos de vista y recomendaron medidas correctivas.

Para mediados de los años 70 el movimiento había convertido a la comunicación en un crucial tema de debate público. Sin duda la década de 1970 será recordada como aquella en que, por primera vez en la historia, la comunicación llegó a constituirse en un candente escenario del juego internacional de poder.

En la búsqueda de mejoramientos, todo cayó entonces bajo escrutinio. Conceptos y técnicas tradicionales. La estructura y la financiación de las actividades de comunicación. Los papeles del Estado, de la empresa privada y de los profesionales en ella. Las existentes orientaciones de la producción, la enseñanza y la investigación. La moderna tecnología de comunicación y los computadores. Los derechos de comunicación. La naturaleza de las noticias. El uso de la órbita geoestacionaria.

Detrás de todo ello está la convicción de que, en la teoría y en la práctica, la comunicación no es actualmente democrática. Sentimos que lo que ocurre bajo tal rótulo es a menudo poco más que un monólogo persuasivo por el cual una poderosa "fuente" ejerce dominación sobre un

“receptor” pasivo. Para ser democráticas la transacción comunicativa debe tener lugar en condiciones de acceso, diálogo y participación libres e igualitarios. Además, el moldear el comportamiento de los demás no debe ser el propósito predominante de este intercambio puesto que los seres humanos se comunican con múltiples fines en función de sus diversas necesidades.

Similarmente, pensamos que la libertad de comunicación puede existir de verdad sólo cuando todos los seres humanos puedan tener efectivamente a su disposición irrestrictas opciones como emisores y como receptores de mensajes que portan información y opinión, y cuando tienen acceso sin cortapisas a las fuentes de información.

Alegamos que la comunicación no debe ser una herramienta para la irreverente manipulación de los seres humanos con el afán de satisfacer los intereses creados de unos pocos. Tampoco debe la comunicación emplearse para preservar una injusta estructura social; debe usársela para transformarla de manera que prevalezcan la justicia y la paz.

También sostenemos que el comportamiento no democrático en comunicación que hiere a la libertad y a la dignidad humana es claramente una característica de los regímenes autoritarios, sea que sigan una ideología u otra y sean ellos militares o civiles. Pero él es asimismo como una característica de sociedades aparentemente democráticas que defienden la libertad convencional a la vez que violan los derechos humanos, incluyendo los de comunicación. La coerción por medio del boicot de publicidad, por ejemplo, es un procedimiento tan condenable como el de la directa censura gubernamental de los medios de comunicación.

**G**uardan relación directa con ideas como éstas una serie de estrategias y técnicas para la comunicación democrática que va siendo puesta en práctica en muchas partes de América Latina como formatos alternativos o suplementarios, la “*prensa nanica*” del Brasil. La radiodifusión por campesinos aymaras y las emisoras de los sindicatos mineros de Bolivia. El caset-foro rural experimentado en Uruguay y Guatemala. Las escuelas radiofónicas de Colombia que se han regado por toda la región. Las películas producidas por obreros en Nicaragua. Los experimentos peruanos de videomóvil rural y de comunicación en las barriadas. Los grupos comunales de videocinta en Chile y Vene-

zuela. Las agencias cooperativas de noticias orientadas hacia el desarrollo, tales como la ASIN y la ALASEI y otras de este jaez.

En otra dimensión de la búsqueda de soluciones, Latinoamérica también ha sido precursora en proponer el establecimiento legal de políticas nacionales globales de comunicación basadas sobre la participación pluralista y el consenso. Auspiciada por la UNESCO, tuvo lugar en Costa Rica en 1976 una reunión intergubernamental con este fin. Fueron producto de ella una declaración que supone bases doctrinarias para la comunicación democrática y un conjunto de recomendaciones para la acción.

En aquel mismo año, por otra parte, el Movimiento de los Países No Alineados proclamó su convicción de que se requiere un Nuevo Orden Internacional de la Información como instrumento indispensable para alcanzar el ya avisado Nuevo Orden Internacional de la Economía. Prontamente apoyada en muchas partes del Tercer Mundo, esta propuesta encendió una agria controversia entre el Norte y el Sur.

Finalmente, entidades como la Comisión McBride de Comunicación respaldaron la iniciativa. Hoy el Nuevo Orden Internacional de la Información no puede ser tomado como una caprichosa invención de la UNESCO, como la meta de unos cuantos gobiernos totalitarios o como un siniestro complot de una secta radical. El es ahora un legítimo diseño para el cambio, un ideal abrazado por muchos, un movimiento abierto en favor de la genuina democracia en las relaciones interculturales. Hace apenas un mes, el Director General de la UNESCO, Amadou Mahtar M'Bow, se refirió a él como inevitable, evolutivo e irreversible.

Al recibir el Premio McLuhan—Teleglobe Canadá, permítaseme, para finalizar, expresar la esperanza de que los años venideros vean avances mayores en la evolución de la comunicación hacia la justicia y la paz.

En el umbral de 1984, hagamos votos de todo corazón porque el sueño de McLuhan de una fraterna “*aldea global*” prevalezca sobre la pesadilla de Orwell.

Ottawa, 7 de diciembre de 1983



---

## SEMINARIO “BOLIVAR Y EL PERIODISMO”

---

Los delegados de 17 países de América Latina reunidos con ocasión del Seminario “Bolívar y el Periodismo”, realizado en Caracas, Venezuela, del 22 al 24 de junio de 1983 en el Aniversario de la Batalla de Carabobo

### ACORDARON

El periodista latinoamericano apoyará los esfuerzos orientados a la creación de un Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación.

Favorecerá la multiplicación y diversificación de agencias informativas internacionales, especialmente los esfuerzos por crear y potenciar agencias noticiosas propias en el ámbito del tercer mundo y, más concretamente, en el ámbito re-

gional de América Latina.

Deberá ejercer presión y dará su aporte profesional a fin de que el estado democrático de los principios de la UNESCO, llegue a tener estructurado un Sistema Nacional de Comunicaciones y establezca políticas nacionales de comunicación.

Es función primaria de los Colegios Nacionales de Periodistas facilitar ORGANICAMENTE EL CONTINUO MEJORAMIENTO PROFESIONAL DE SUS MIEMBROS.

Los Colegios, Asociaciones y Sindicatos Nacionales de Periodismo deben mantenerse en contacto y ejercer legítima influencia sobre las Escuelas de Comunicación Social y/o de Periodismo, para que éstas no se alejen de la realidad gremial.

El periodista latinoamericano ayudará al desarrollo progresivo y paralelo de un genuino sistema de comunicación alternativa.

Debe reconocer y favorecer el derecho que tiene todo ciudadano y todo grupo social a ser emisor de sus propios mensajes y a participar activamente en el proceso de comunicación social.

Las organizaciones sindicales y gremiales de los periodistas deben estudiar la posibilidad de desarrollar proyectos de cooperativas editoras de diarios y en el campo de la radiodifusión.

Los periodistas latinoamericanos deben luchar por la efectiva democratización de los medios en que trabajan, lo que incluye:

- a. Su participación en la política editorial e informativa.
- b. Su derecho a la libre selección y tratamiento de las informaciones.
- c. Su libre acceso a las fuentes.

Debe denunciar todo lo que en nuestros países atenta contra los ideales bolivarianos.

El periodista latinoamericano debe adoptar medidas que conduzcan hacia el logro de la integración latinoamericana y a una praxis del pensamiento integracionista bolivariano.

- a. Debe participar activamente en todo lo que evidencia la voluntad de los periodistas de la región en la lucha integracionista.
- b. Propiciar, a través de las escuelas de comunicación social y asociaciones gremiales, reuniones entre periodistas latinoamericanos, especialmente los pertenecientes a países que presentan diferencias entre sí, a fin de evitar que se profundicen y contribuir a su solución pacífica. Entre estos conflictos merecerán especial atención los frontizos.
- c. Solicitar a la Federación Latinoamericana de Periodistas, FELAP, que gestione ante el SELA la publicación de una revista especializada en problemas de integración latinoamericana, capaz de crear conciencia al respecto.
- d. Recomendar a la Federación Latinoamericana de Facultades y Escuelas de Comunicación Social, FELAFACS,

crear en las Escuelas de Comunicación Social de América Latina, cátedras o seminarios orientados al estudio del pensamiento integracionista bolivariano y de la integración latinoamericana en general.

Solicitar del Parlamento Latinoamericano que declare el día 22 de Junio, fecha en que se realizó el Congreso Anfictiónico de Panamá, como Día de la Unidad de América Latina.

Que el Seminario "Bolívar y el Periodismo" recomiende al Colegio Nacional de Periodistas de Venezuela, inaugurar las actividades académicas de su recientemente fundado "Instituto de Mejoramiento Profesional del Periodista" con un Seminario de análisis e interpretación de las ideas de Simón Bolívar relacionadas con el periodismo.

Que el Seminario "Bolívar y el Periodismo" recomiende a las Escuelas de Comunicación Social o Periodismo de las Universidades Latinoamericanas incorporar en su pensum de estudio "Ideas bolivarianas en el periodismo", como tema del programa de Historia del Periodismo América Latina.

Que el Colegio Nacional de Periodistas, a petición del Seminario "Bolívar y el Periodismo", recomiende al Ministerio de Educación de Venezuela editar, en volumen especial, una recopilación de las ideas del Libertador relacionadas con el periodismo, hoy dispersas en su vasta obra y otras fuentes documentales.

Que el Seminario "Bolívar y el Periodismo" recomiende a la Comisión Bicameral Especial del Congreso de la República de Venezuela y a la Federación Latinoamericana de Periodistas, auspiciadores de este Seminario, abrir un Certamen de Ensayos sobre "Influencia de las ideas bolivarianas en el periodismo del siglo XX", y que sea abierta para los periodistas de todos los países de América Latina y el Caribe.

Caracas, 24 de junio de 1983



## SEMINARIO "PERSPECTIVAS DE ALASEI"

Reunido en la ciudad de Caracas, Venezuela, entre los días 19 y 20 de enero de 1984, el Seminario "Perspectivas de ALASEI", bajo el patrocinio de la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAI), la Federación Latinoamericana de Facultades y Escuelas de Comunicación Social (FELAFACS) y bajo los auspicios de la UNESCO, el Ministerio de Información y Turismo de Venezuela y la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (ALASEI), con participación de 60 personas en calidad de invitados, organizadores y observadores, se escucharon las exposiciones del Comité Directivo de la Agencia ALASEI en torno a las perspectivas de su puesta en funcionamiento, así como los distintos puntos de vista, inquietudes, observaciones, críticas y proposiciones expresados por los participantes, el Seminario "Perspectivas de ALASEI" emite la siguiente:

### DECLARACION FINAL

Saludar como un hecho altamente positivo e importante para el desarrollo económico y social de América Latina y para el mejoramiento del flujo informativo intrarregional y el intercambio cultural, la creación y puesta en marcha de la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (ALASEI).

Considerar los objetivos y la acción de la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información como una actividad que beneficia a los pueblos latinoamericanos, al perseguir el mejoramiento de los flujos informativos sobre temáticas escasamente tratadas por las grandes agencias internacionales de noticias y que están estrechamente vinculadas con las reivindicaciones que en el plano social, cultural, económico y político intentan los países de la región para conseguir un verdadero desarrollo autodependiente.

Expresar la importancia que debe jugar la Agencia en el proceso de rescate, consolidación y perfeccionamiento de

la democracia latinoamericana, en la búsqueda de la integración regional y en la defensa de su soberanía e identidad cultural.

Exhortar a las empresas propietarias de medios de comunicación a interesarse en ALASEI y solicitar a la sede de la agencia en México, la información requerida; y deplorar que no asistieran al evento algunos medios que han expresado su desacuerdo con la creación de esta empresa y que fueron expresamente invitados para que ofrecieran sus puntos de vista.

Destacar la participación de la Agencia Panafricana (PANA) que consideramos como un primer paso en el establecimiento de la colaboración necesaria entre los esfuerzos que se realizan en el Tercer Mundo en el campo de la comunicación social.

Hacer un conjunto de recomendaciones que se detallan a continuación, que haga posible la puesta en marcha de la Agencia ALASEI en un plazo inmediato:

**RECOMENDACIONES A LOS ORGANISMOS EJECUTIVOS DE LA AGENCIA:**

Diseñar una estrategia que haga posible la penetración de los servicios producidos por ALASEI en el ámbito de los medios de difusión masiva de América Latina, realizando una amplia y sistemática campaña de promoción reafirmando la concepción de agencia complementaria y alternativa.

Tomar en cuenta las innumerables expectativas que existen en torno a la Agencia y recomendar a la misma que acelere su proceso de organización y funcionamiento de manera que pueda ofrecer en un lapso relativamente breve sus servicios. En consecuencia, la agencia debe evitar el surgimiento de factores que retrasen dicho proceso o que afecten su eficiencia.

Reconocer como un factor altamente positivo la composición pluralista de los órganos de dirección de la Agencia, en los cuales tienen participación tanto los gobiernos firmantes como las organizaciones regionales representativas de las empresas, los periodistas, los trabajadores, los docentes, los investigadores y los usuarios; composición pluralista que puede contribuir a garantizar la independencia y autonomía de la agencia frente a los gobiernos y otros grupos de presión.

Valorar debidamente la existencia y desarrollo en la región de medianas y pequeñas empresas periodísticas, que por su orientación frente a los problemas nacionales y regionales, son potenciales usuarios de la agencia. En este sentido, es importante la búsqueda de mecanismos que permitan la participación de esos editores y radiodifusores en los organismos de dirección.

Tener en cuenta que solamente un servicio de alta calidad puede asegurar la penetración en el mercado periodístico de la región, lo cual será posible con un alto grado de profesionalismo asegurado a través de un riguroso proceso de selección y entrenamiento de los profesionales que laboren en la Agencia.

**RECOMENDACIONES A LOS PAISES MIEMBROS DE ALASEI**

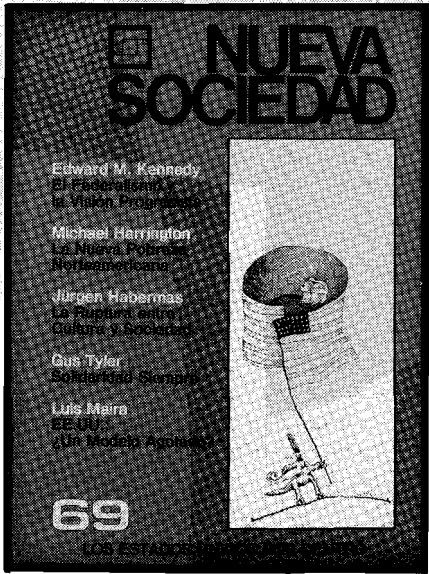
Reconocer la importancia del apoyo y la participación de los Estados en ALASEI y advertir que ello no debe significar el control de los mecanismos de dirección ni presiones en su política informativa.

Exhortar a los gobiernos de los países miembros de ALASEI a cumplir con los compromisos económicos contraídos con la Agencia, indispensable para el funcionamiento y desarrollo de la Agencia.

Recomendar a los gobiernos de los países no miembros de ALASEI que estudien la conveniencia de incorporarse a la Agencia.

El Seminario "Perspectivas de ALASEI" expresa su reconocimiento al Director General de la UNESCO, al Ministerio de Información y Turismo de Venezuela, a la Federación Latinoamericana de Periodistas, la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, la Federación Latinoamericana de Facultades y Escuelas de Comunicación Social y al Comité Directivo de ALASEI, por hacer posible la discusión de una temática tan importante en América Latina y por los esfuerzos realizados para el desarrollo y éxito de este evento.

Caracas, 20 de enero de 1984



**SUSCRIPCIONES (incluido flete aéreo)**

	<b>ANUAL (6 números)</b>	<b>BIENAL (12 números)</b>
América del Norte/Asia/Europa	US\$ 25	US\$ 45
Argentina/Brasil/Colombia/ Ecuador/México/Puerto Rico	US\$ 20	US\$ 35
Venezuela	Bs 110	Bs. 200
Resto del Mundo	US\$ 15	US\$ 25

**PAGOS:** Cheques en dólares a nombre de NUEVA SOCIEDAD  
Dirección: Apartado 61712 - Chacao - Caracas 1060 - A - Venezuela  
Rogamos no efectuar transferencias bancarias para cancelar suscripciones.



# Bibliografía

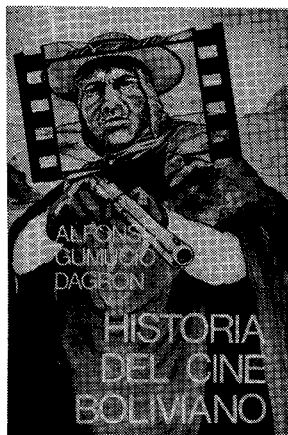
## HISTORIA DEL CINE BOLIVIANO

Alfonso Gumucio Dagron

Filmoteca de la UNAM

México 1983

327 págs. 1a Edición.



En nuestros países en los que la investigación histórica, en todos sus aspectos, recién está adquiriendo la importancia necesaria, ponerse a escribir sobre la historia del cine es realmente una tarea admirable, más aún si se trata de Bolivia donde, sensiblemente, cualquier día se produce una intervención o golpe militar que destruye archivos, asalta bibliotecas, periódicos o radioemisoras. Por eso, la labor de Alfonso Gumucio Dagron es meritoria, ya que para llegar a publicar su libro sobre la **"Historia del Cine Boliviano"** tuvo que correr riesgos, persecuciones y terminar en el exilio mexicano.

En su obra Gumucio Dagron utilizó tres tipos de fuentes: las escritas, los originales de las propias películas y los testimonios orales de quienes participaron en la producción de las películas. Las dos primeras fuentes, como dice el autor, *"son escasas ya que poco o nada se ha escrito sobre el cine boliviano y de la materia prima, los films, se conserva poco, aun de los periodos más recientes"*. Por eso una gran parte del libro se escribió en base a la fuente oral. Con el riesgo primero, de la fragilidad de la memoria y segundo de la posibilidad de ciertas contradicciones o diferentes interpretaciones, por ejemplo, cuando eran más de dos los cineastas entrevistados. Este problema lo fue salvando el autor al verificar la mayor parte de los datos.

El libro está dividido en dos grandes períodos, el primero que abarca desde la llegada del **"biógrafo a Bolivia"** (1940) hasta las postrimerias de la Guerra del Chaco o la realización de las últimas películas del cine mudo (1938) y el segundo va desde los primeros intentos de hacer cine profesional (1942) hasta *"los cimientos del cine que vendrá"* (1982) pasando previamente por una descripción pormenorizada del Instituto Cinematográfico Boliviano, la búsqueda de un cine popular, los principales cineastas nacionales y extranjeros que trabajaron en Bolivia, así como el exilio de Jorge Sanjines y las nuevas generaciones de cineastas.

La única falla, naturalmente por falta de información, podría referirse a las películas realizadas sobre Bolivia por más cineastas extranjeros de los mencionados.

Por lo demás, la obra es muy rica en datos, experiencias, anécdotas y especialmente en la recuperación de la memoria de personas que dedicaron, en muchos casos, toda una vida al cine y eran hasta ahora poco conocidas, pero que gracias al libro de Gumucio Dagron merecerán un mayor respeto por la labor que un día emprendieron. Es un libro que necesariamente tendrá que formar parte de las bibliotecas de los Comunicadores Sociales bolivianos y ser conocido por los interesados en cine latinoamericano. (Ronald Grebe López)



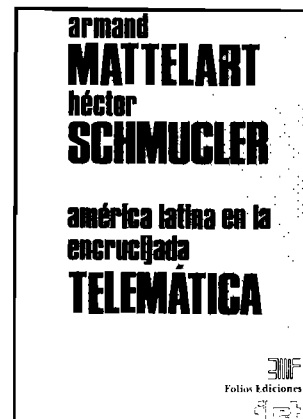
## "AMERICA LATINA EN LA ENCRUCIJADA TELEMÁTICA"

Armand Mattelart/Héctor Schmucler  
Folios Ediciones, México, 1983.

Esta publicación que resume los resultados de una investigación realizada por los autores en 1982, resulta muy aleccionadora por la cantidad de datos empíricos que aporta y por los interrogantes que plantea sobre el sugestivo tema de la telemática.

Habiendo recopilado abundante material en la región, Mattelart y Schmucler demuestran que el sorprendente desarrollo de los nuevos medios y sistemas de comunicación, caracterizados por el entrecruzamiento de dos vertientes, las

telecomunicaciones y la computarización, no es un proceso privativo de Japón, Estados Unidos y Europa Occidental, sino que también es algo que va marcha en América Latina. En la cresta de esta nueva ola de la revolución científico-técnica que va invadiendo al continente, avanza toda la gama de la así llamada **"comunicación"**, desde la video-grabadora, la TV por cable y la computadora hasta el tele-texto, la fibra óptica, los satélites, los bancos de datos y los sistemas de datos transfronteros. La única excepción es el robot, para el cual aún no parece existir demanda en la región. Según los autores esta invasión tecnológica obedece en primer lugar a las nuevas estrategias de las grandes transnacionales en la repartición del poder global y a su capacidad de penetración en América Latina. Pero destacan, por otra parte, el no menos decisivo rol de los gobiernos, especialmente de Brasil, pero también de México, Venezuela, Colombia, Chile y Perú, con la creciente introducción de estos sistemas por consideraciones de tipo administrativo, económico (zonas francas) y estratégico-militar.



En el plano evaluativo de los efectos político-culturales de esas tecnologías, el tenor del libro no se aparta de una tendencia muy en boga internacionalmente. Se fustiga su papel preponderantemente centralizador y atomizador. Se critica su potencial para robustecer las influencias transculturizantes y las múltiples amenazas que emanarían de estos sistemas para los derechos sacrosantos del hombre. Se admite, sin embargo, que *"no todos los aparatos de comunicación nacen necesariamente como máquinas reproductoras de la hegemonía"*

de los sectores dominantes" y se deja entrever que podría haber un uso alternativo para los mismos en terrenos como la educación, la salud, la nutrición y otros campos.

Al no dejarse cegar por posturas netamente negativistas de corte denunciativo, los autores abordan los problemas fundamentales con un pragmatismo que -si bien algo vago- me parece razonable y fecundo. La telemática está aquí para quedarse. Más que quejarse de sus efectos potencialmente nocivos, es preciso analizar sus posibles aportes positivos y cómo podría servir a auténticos procesos de democratización y desarrollo en la región!

Conscientes de la irreversibilidad del avance científico-tecnológico en este campo, Mattelart y Schmucler no dejan de advertir algo nuevo y de hacer un planteamiento novedoso, aun tratado con mucha delicadeza y a veces a espaldas de una gran parte de la literatura especializada latinoamericana. El desequilibrio del flujo informativo entre los países del Norte y del Sur, tan justa y acérrimamente atacado durante años especialmente por la UNESCO, no es el único problema y quizás ni siquiera el más importante que afecta las relaciones Norte-Sur en materia de comunicación. Los autores lo dejan allí y el lector se queda algo en suspenso.

Hilando este pensamiento no ortodoxo un poco más fino, podría intuirse una conclusión trascendental. ¿El nuevo orden informativo -podrá concebirse e implantarse al margen de las fantasías de la telemática? ¿No plantea esta realidad quizá el necesario traslado de los acentos y esfuerzos renovadores a través de medidas cosméticas de los flujos de información del Norte, a políticas conscientes y acciones concretas en el campo modular de la telemática en los propios países en desarrollo? He aquí interrogantes que el libro parece insinuar, pero que no concreta.

El tratamiento del tema omite cualquier referencia a las ventajas técnicas y económicas de los nuevos aparatos y sistemas de la telemática: aumento de productividad, reducción de costo, mejora de calidad, etc. que son en fin las razones de su implantación triunfante. Tampoco se alude mayormente a la amenaza del desempleo masivo, una consecuencia ineludible de la telemática, que ya golpea a millones en los países que marcan la pauta en esta materia. Aunque, cabe reconocerlo, los autores apuntan a este dilema por cierto sin puntualizar sus aún más ominosas consecuencias en paí-

ses como los de América Latina, al señalar muy escuetamente que la revolución telemática plantea al sindicato tradicional grandes desafíos, inclusive la necesidad "de replantearse la naturaleza de su función".

Lástima que en medio de la gran multitud de valiosa información y de datos empíricos, el mensaje fundamental se diluye y los valiosos atisbos analíticos más profundos solo se insinúan.

Para no perderlos, recomiendo al estudioso de esta intrigante materia una muy cuidadosa lectura. Porque más que en los datos aportados sobre los avances de la telemática en América Latina, el valor de esta publicación estriba en el atrevimiento de tocar tabus y de aludir a la conveniencia de repensar cuestiones fundamentales de la realidad comunicacional. Puede ser que no solo América Latina, sino la escuela latinoamericana de comunicación se encuentre ante una encrucijada respecto a su análisis tradicional sobre las nuevas tecnologías de comunicación. (Peter Schenkel)



#### LA INVESTIGACION EN COMUNICACION SOCIAL EN CHILE

Giselle Munizaga y Anny Rivera,  
CENECA.

Ediciones DESCO. Lima, Perú, 228 p.,  
Noviembre 1983

Continuando con una serie iniciada con el texto de Peirano y Kudo sobre Perú (ver Chasqui 6), este volumen presenta la panorámica para Chile en cuanto a investigación en comunicación. Se

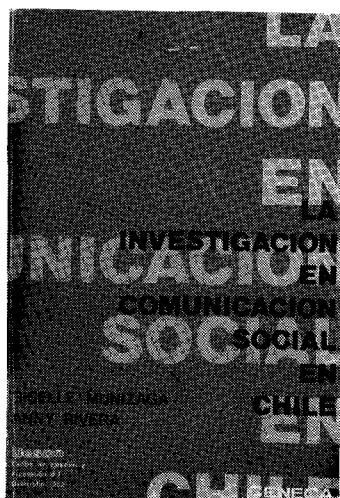
inscribe en un esfuerzo de ALAIC, con financiamiento del IDRC (CIID) de Canadá. Y aunque hay similitudes con el volumen peruano, el enfoque del libro de Munizaga y Rivera difiere, particularmente en cuanto a la recopilación y el tratamiento de los trabajos investigativos.

En efecto, la obra ficha sólo 108 trabajos de distintas épocas. Como señalan las autoras, se consignan trabajos que en su momento "han representado las tendencias predominantes. No se trata, pues, de un fichaje de la totalidad". Entre otras exclusiones, por ejemplo, está "gran parte de las memorias o seminarios de título". Acotan, sin embargo, que lo incluido presenta "un panorama general y certero del área". Hasta 1981, al menos, ya que allí se acaba el fichaje. De las 108 obras, 8 corresponden a 1946-69, 41 al período 70-73, sólo 16 al lapso 74-77, 22 a los años 78-80 y 21 al año 81 (el trabajo se cerró en enero 82, pero sólo sale de imprenta en noviembre 83).

Lo que se pierde en cantidad, y que opaca al trabajo como texto de inventario o de referencia, se gana en cambio en calidad, dado el prolijo detalle con que cada obra es analizada. Todas las "fichas" contienen una descripción general de la obra, su orientación teórica, el tipo de datos y su forma de recolección, la información temática sustantiva y las principales conclusiones del autor.

Hay así un riquísimo material (aunque no esté todo). Ojalá sirviera de base para algunos trabajos de tesis que fueran más allá de la primera parte de este libro (a la cual ya nos referiremos), indagando más a fondo aún sobre la naturaleza concreta del quehacer investigativo chileno en comunicaciones con enfoques tales como los de sociología del conocimiento, el análisis del mensaje 'científico', las relaciones ciencia/ideología, los presupuestos epistemológicos predominantes, etc.

No podemos dejar de mencionar, al respecto, un reciente artículo de Edmundo Fuenzalida sobre la recepción de la 'sociología científica' en Chile (*Latin American Research Review*, en 1983), que combina factores de tipo más 'macro' con una muy interesante cotidianeidad de los avatares de dicho desarrollo, recuperando también esa historia no escrita a través de entrevistas a prominentes sociólogos tales como Godoy Urzúa, Gyarmati, Hamuy, Sepúlveda y Urzúa. Nos gustaría ver una tarea similar para nuestra área.



En la primera parte del libro, las autoras inician esa labor y han dado un sólido primer paso. Así, se pasa revista al contexto sociopolítico, las grandes líneas problemáticas en investigación, bastante congruentes con lo anterior, al igual que los espacios institucionales para la investigación (con una breve descripción de cada uno). Por último, un capítulo redondea los principales aportes investigativos detectados a partir del fichaje.

En suma, es una obra de enorme utilidad, la primera en su género para Chile. Adolece de ciertas carencias —mencionemos, además, que no hay cuadros ni tablas clasificatorias como las del libro sobre Perú— pero es un esfuerzo serio, bien hecho, que da una panorámica acertada del tema y un trabajo muy logrado en las fichas. Es una labor, como señalan Munizaga y Rivera, “*que deberá ser continuada y profundizada*”. Lo importante es que se partió, y bien.

(Eduardo Contreras Budge)



## CULTURA. SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL ARTE

Raymond Williams,  
Paidós Comunicación  
4. Ed. Paidós

Barcelona—Buenos Aires, 1982.

Las necesidades prácticas e inmediatas de la sociedad han dado lugar en los últimos cincuenta años a multitud de trabajos sobre los fenómenos culturales, que se han realizado desde la óptica de diversas disciplinas (sociología, antropología, teoría de la comunicación, etc.).

En *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*, Raymond Williams plantea el problema a la inversa: una definición que delimite el objeto de estudio y cree su propia metodología a través de una nueva disciplina en formación, la sociología de la cultura. Tanto la evolución del significado del término “*cultura*”, como la dificultad de su definición aún en la actualidad son temas a los que el autor ya había dedicado anteriormente dos obras: *Cultura and Society* (1958) y *Keywords* (1976). Tal vez sea por esta razón que ahora aborda concisa y claramente las dos formas principales de entender la cultura hasta ahora: una posición idealista, que la analiza como generadora de una forma de vida social global; y una posición

materialista, que privilegia el orden social en el cual la cultura sería una resultante de otras actividades sociales.

Casi resulta evidente que esta misma incapacidad por establecer un mínimo acuerdo sobre la naturaleza y amplitud de los fenómenos a analizar ha obstaculizado la posibilidad de encuadrar el estudio de la Cultura en el marco de las ciencias sociales tal como se estructuran. R. Williams se plantea la necesidad de situar la sociología de la cultura como una rama dentro de la sociología general, pero en la que convergen todas aquellas ideas y metodologías que hasta ahora han abordado los fenómenos culturales por separado: la sociología observacional (el autor se refiere a la “*mass communication research*”, aunque no usa este término por considerarlo incorrecto), que se ha dedicado fundamentalmente al estudio de los medios de comunicación de masas (instituciones, contenidos y efectos) y entre cuyos autores destaca a Lazarsfeld, Katz, Halloran, Brow, Chaney, etc.; y toda una serie de teorías alternativas a las anteriores que principalmente consistían en estudios sobre arte de carácter filosófico e histórico, de los cuales podemos citar a Lukács, Marcuse, Goldmann . . . entre otros muchos autores.

El concepto superador de toda esta situación fragmentada y que daría unidad a la sociología de la cultura sería el de entender la Cultura como sistema significativo . . . “*Pues un sistema significativo es intrínseco a todo sistema económico, a todo sistema político, a todo sistema generacional y, más generalmente, a todo sistema social. Sin embargo, en la práctica es también distinguible como un sistema en sí mismo: como lenguaje, de manera más evidente; como sistema de pensamiento o de conciencia o, para utilizar ese difícil término alternativo, como ideología; y, también, como cuerpo de obras de arte y del pensamiento específicamente significativo*”.

A propuesta del autor, los ejes fundamentales de una sociología de la cultura serían los siguientes:

a) Uno primero que plantea tres cuestiones acordes con las aportaciones de la historia en general y de la historia de las artes en particular. La primera sobre el análisis de la evolución histórica; los grados de institucionalización con que cada tipo de sociedad ha dotado a sus artistas; las relaciones sociales producto de esta institucionalización; y las diversas formas de organización que han adoptado los artistas (en gremios, academias, exposiciones, movimientos,

etc.), tanto en su ordenamiento interno como en su manifestación pública.

Una segunda cuestión acerca de las relaciones sociales que se establecen entre los medios de producción materiales y las formas sociales en las que se desarrollan estos medios. Relación que da lugar a formas artísticas concretas: géneros, corrientes o estilos (por ejem.: el drama renacentista inglés, el drama burgués, etc.) que constituyen la expresión de una determinada situación o clase social.

Y, finalmente, el modo en que la sociedad distingue o identifica la cultura y la producción cultural, qué entiende por “*obra de arte*” y cuáles son los sistemas de señales que existen para identificar el “*arte*”. Por ejemplo, un teatro, una sala de conciertos, una galería de arte, etc. son sistemas de señales, un espacio definido para la producción artística. Este aspecto conduciría al estudio de las formas sobre cómo se percibe el arte, lo que permitiría intervenir en la polémica sobre la dicotomía “*cultura alta*”/ “*cultura baja*”, o “*cultura de masas*”.

b) En segundo lugar, el análisis de las formas artísticas concretas, que daría lugar a la convergencia de la sociología de la cultura y la semiótica. El autor inicia esta parcela con un estudio del drama (tragedia griega, drama renacentista inglés, drama burgués) y explica que se trataría de ver cómo existe una relación inequívoca entre las relaciones sociales que establece una sociedad y las formas artísticas que de ella surgen, y cómo cada nueva ruptura con una forma artística establecida obedece a una situación de cambio o fragmentación social que lleva implícitas nuevas concepciones sobre el arte.

c) Por último, el análisis de los procesos de reproducción cultural y social, que coincidiría metodológicamente con la teoría política y sociológica general. Corresponde al estudio de la organización social y cultural como un proceso en el cual hay constantemente una construcción activa de todos los órdenes sociales.

Realmente, a título de propuesta, esta obra de R. Williams puede iniciar todo un proceso de clarificación. Resulta francamente sugerente y abre un amplio horizonte de investigación. (Dolores Montero)



## UNA GUÍA DE REDACCION PARA LA COMUNICACION POPULAR

M. Arturo Jiménez S. y Agustín Navarro  
94 páginas, 1983.

Publicaciones del CEDEE: Santiago 153  
Santo Domingo, República Dominicana.

La Guía va dirigida principalmente a trabajadores de la educación y de la comunicación popular. Es una publicación del Centro Dominicano de Estudios de la Educación CEDEE. La segunda parte es propiamente la Guía y está orientada en forma práctica y llena de ejemplos, a superar "limitaciones para hacer llegar un mensaje a los grupos con que estamos trabajando". Su base es que el pueblo dominicano se comunica fundamentalmente de manera oral y cara a cara, preferencia que se demuestra hasta con los programas radiales.

Luego de una simple y breve recapitulación gramatical, la Guía procede mediante ejemplificación, comparando textos coloquiales de un abogado y de un campesino. Se aprecian claramente las diferencias en uso de verbos, sustantivos abstractos y concretos.

A partir de allí se plantean orientaciones prácticas sobre tres aspectos: como transformar un texto escrito en un código 'profesional'; cómo redactar y expresarnos directamente en un lenguaje adecuado para los sectores populares; cómo redactar para que el lector participe. Veamos algunas recomendaciones para el primer caso: descomponer los párrafos en frases cortas, sin acumular ideas en cada oración; descartar frases "ná que ver"; hacer frases breves, linea-



les y sin incidentales; introducir el mayor número de verbos posibles (ojalá uno por cada 3-4 palabras), evitar terminologías especializadas, etc. En el caso de la sustitución de sustantivos abstractos, veamos este ejemplo de transformación (nuestros subrayados):

"Una característica de los sectores marginales es que su nivel de ingreso se encuentra por debajo de las necesidades de reproducción de su fuerza de trabajo, pero ese factor económico no es el único sino que...". La propuesta de los autores:

"Los sectores marginados se caracterizan porque con el dinero que consiguen no pueden reponer la fuerza que necesitan para seguir trabajando. Pero ellos están así no sólo porque les falta ese dinero".

La primera parte de la Guía es un ensayo teórico sobre el problema del lenguaje, que toca aspectos tales como los

conflictos lingüísticos, la diversidad lingüística al interior de un mismo idioma, una breve historia del proceso de normalización y unificación lingüística (a la vez un sutil proceso de dominación). Finalmente, plantea una estrategia de doble vertiente: revalorización de la lengua popular y facilitación del acceso popular (no opresivo) a la lengua normalizada. Aprender a usar la lengua popular es la primera prioridad para los educadores populares y es importante adecuarla a los fines de la comunicación escrita.

Los autores "intuyen" que su obra va más allá de la realidad dominicana. Creemos lo mismo. Es una guía muy útil y práctica, apropiada además para nuestra autocrítica lingüística. Más de alguno de nosotros se sentirá tocado por estas combinaciones que "deberíamos evitar" en nuestra comunicación popular: "la incomprensión de esta problemática... la regresión a fórmulas superadas... experiencias concretas... elementos complementarios...".

Jiménez es Doctor en Filosofía Romana y Navarro es Licenciado en Educación. Ambos son miembros del CEDEE y son un bonito ejemplo de intelectuales que aportan lo que saben en un modo accesible y directamente utilizable por educadores y comunicadores comprometidos con esfuerzos populares. Es un texto que hacía falta. (Eduardo Contreras Budge)



EDUCACION  
POPULAR

Khana

# KHANA

Un programa educativo de y para los campesinos. Trabaja en el Altiplano y en los Yungas de Bolivia. Difunde sus programas a través de Radios en La Paz, Sorata y Chulumani.

Mayores informes sobre sus publicaciones solicitar a:

KHANA  
Casilla 5946  
La Paz - BOLIVIA



# Hemerografía

## MATERIALES PARA LA COMUNICACION POPULAR

Trimestral, Centros de Estudios sobre Cultura Transnacional. IPAL.  
Ap. 270031, Lima, Perú.  
Suscripción anual: US\$30.  
por correo aéreo.

¿Es una revista? El asunto viene al caso, porque estos materiales más bien constituyen una carpeta verde pequeña, y "son aptos para ser desarmados y repartidos". Es una "anti-revista" en que importa menos la lectura lineal archivable que las oportunidades de uso socializado que genera. Una carpeta cuyos contenidos hay que reclasificar: a nuestro fichero de directorio irán las fichas sobre instituciones que trabajan en comunicación popular y áreas similares; al fichero de bibliografía una veintena trimestral sobre

libros, revistas y boletines latinoamericanos. Ambos tipos de fichas son compactas y certeras en la información brindada. Además, son fichas-fichas: en cartulina, de 12.5 x 7.5 cm. una vez recortadas. Hay también otras separatas -aunque en verdad toda la no-revista es una colección de ellas:

a) Material para el intercambio: el número 2 (1-84) trae parte del discurso de aceptación de Luis Ramiro Beltrán del Premio McLuhan 83, información sobre la IV Conferencia del PIDC, la instalación de ALASEI, la Coordinadora Nacional de Radio del Perú, etc. Los editores definen este paquete como un "correo del corazón" pero para comunicación y cultura.

b) Material para aplicar. Son relatos de experiencias de especial significado. El número

1 (nov 83) trae el artículo de Rosa María Alfaro "Del periódico al altoparlante".

c) Material para el debate. "Quiere estimular y desarrollar la polémica creativa a fin de crear un lugar de encuentro genuino entre la experiencia y la reflexión". El primer número trae un artículo de García Canclini (también en CHASQUI 7); el segundo, uno de Fernando Ossandón sobre chilenos ruidos de cacerolas y comunicación.

d) Documento. El primero publicado es Iglesia, Publicidad y Nomic (DECOS-CELAM y el centro editor; Lima, agosto 83; también en CHASQUI 8); el segundo contiene partes finales del Seminario sobre Comunicación Popular Educativa (CIESPAL, RNTC, FES, UNDA-AL; Quito, noviembre 83).

e) Material para la Agenda. Calendario comentado de excelente factura (y en hojas perforadas) que reúne todos aquellos eventos importantes a los cuales no pudimos o no podremos ir. Pasados o futuros, los dos números ya informan de 44. Esto agravará la seminaritis de algunos, pero al menos se consignan las direcciones y como consuelo eventual a vuelta de correo ("ruego mandarme aunque sea una ponencia menor que les haya sobrado").

Además, está la Presentación de cada ejemplar. Y ejemplar es la del número dos. A más de dedicárselo a Luis Ramiro, plantean que "aquí aspiramos menos a fundar que a continuar. . . procuramos apenas servir al conocimiento recíproco. . . un grano de arena más en un esfuerzo regional que tiene que ser colectivo, horizontal e igualitario".

Materiales es dirigida por Rafael Roncagliolo. Cuenta con el auspicio de la organización católica canadiense Desarrollo y Paz. Pero no se regalará. Suscribirse cuesta US\$30. Aunque ello refleje costos reales (no lo dudamos) sale caro. Para algunos países, y para comunicadores populares, prohibitivo. Suponemos que habrá mecanismos de subvención y donación. También nos parece que un esfuerzo por suscribirse y por enviar colaboraciones gratuitas de parte de los que pueden, sería una gran ayuda para sostener un extraordinario aporte que no podemos sino aplaudir desde estas columnas de CHASQUI. (Eduardo Contrera Budge)

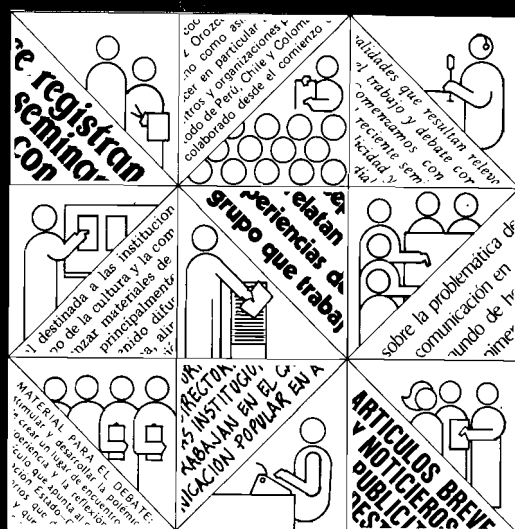


## COMUNICAZIONE DI MASSA

Volume I e II. Anno IV. Milano. Gennaio/Agosto 1983.

En un número monográfico que aparece bajo el título general de La televisione como industria avanzata, coordinado y presentado por Carlo Sartori de "Una sfida che viene dal futuro".

Se trata de una aportación particularmente interesante que analiza las posibles formas como las nuevas tecnologías en televisión harán avanzar a otro nivel las discusiones actuales sobre televisión privada/televisión pública. En efecto, las nuevas tecnologías (satélites de difusión directa, televisión por cable, fibras ópticas, etc.) implantarán nuevos modos de producción, de mercado y, además, permitirá



materiales para la comunicación popular

2

ENERO 84



el reforzamiento de los intereses económicos multinacionales en torno a la producción de maquinaria (hardware) y confección de programas (software).

Carlo Sartori explica cómo en este contexto sólo las industrias nacionales fuertes podrán afrontar los nuevos sistemas televisivos, puesto que la "americanización" del sistema televisivo internacional (en el mercado de programas, propiedad de emisoras y asistencia técnica) actúa sobre todo como modelo para la reglamentación de los nuevos sistemas de creación. Esta presión que ejerce el modelo norteamericano parece tener el objetivo de debilitar e inhabilitar los monopolios públicos europeos; y, de hecho, ya ha conseguido introducir en Italia un sistema paralelo de televisión pública/televisión privada. Así, en esta situación el presente número plantea una visión general del estado de la cuestión en los países más avanzados para contribuir a la clarificación del panorama italiano.

Thomas Guback y Tapio Varis, en "La televisione e il circuito mondiale delle industrie culturali" abordan el flujo internacional de programas de televisión desde un punto de vista estrictamente comercial, sin atender a consideraciones de otro tipo, económicas o culturales.

Bajo el título global de "La televisione giapponese: la più avanzata del mondo", Miki Momiyama, Masami Ito, y otros realizan informes breves sobre los diferentes aspectos de este modelo televisivo, que se basa en la convivencia de dos sistemas diferentes: uno público (Nippon Hoso Kyokai, NHK) a nivel nacional, financiado por los telespectadores; y otro privado, formado por unas ciento veinte compañías comerciales extendidas por todo el Japón que operan a escala regional y están agrupadas en cuatro cadenas.

La televisión en Estados Unidos está tratada por Melvin A. Golberg, en "Sopravverranno agli anni Ottanta i network americani?". Analiza las diferentes formas como las cadenas norteamericanas absorben las nuevas tecnologías para poder adaptarse y conservar su predominio actual en el futuro. Y también por Erminia Artese, que en "Satellite, mercato, regolamentazioni: il caso americano", estudia el proceso de desregularización en curso y la concesión de licencias por parte de la Federal Communications Commission para la construcción y difusión a través de satélites de difusión directa y nuevas tecnologías.

El caso de la RAI en Italia es analizado por Claudio di Silvestro "Nuove linee produttive e nuovi prodotti televisivi: gli elementi invarianti". Massimo Pini "Produzione seriale italiana: studi e possibilità", Piero Zuchelli "La rilevazione dell'audience: dalle interviste e i diari ai", y Stefano Balassone en "Programmazione, produzioni, potere nel sistema televisivo italiano". Se plantean los aspectos de la producción de seriales, la adecuación de metodología e investigaciones para la evaluación de audiencias y la necesidad de proteger la producción nacional sobre la extranjera, respectivamente.

Finalmente, cierran el número Carlo Sartori y Mauro Ignaccolo en "Dati statistici sull'industria televisiva nel mondo". Incluye estadísticas sobre la población televisiva mundial, las características técnicas generales de los sistemas televisivos, los satélites de difusión directa y las nuevas tecnologías. (Dolores Montero)



**SEMIOTICA**  
**Revista de la Asociación Internacional de Semiótica**  
**Volumen 43 — 1/2, 1983**  
**Ed. Mouton Publishers (Amsterdam - Holanda)**

Este número aparece como una edición especial. El tema monográfico que presenta es el de las señales de las carreteras:

Según el mismo Krampen, el objetivo del estudio —de 200 páginas de extensión— es el de establecer, en términos semióticos, que el desarrollo a lo largo del tiempo de los signos de las carreteras es un ejemplo de la creciente "socialización" de dichos signos, los cuales se presentan, concretamente, en forma de comunicación visual.

En la primera parte del trabajo Krampen expone las bases teóricas semióticas necesarias para abordar la problemática de los signos icónicos. A continuación, describe el origen y el desarrollo de los sistemas de signos de tráfico, desde los signos indicadores y de orientación de la prehistoria hasta las señales modernas de las carreteras, revisando en particular las diferentes convenciones internacionales que han ido fijando las formas contemporáneas de tales signos: de la Primera Convención Internacional del 1909 hasta la International Conference for the Replacement of the Geneva Protocol, del 1968 en Viena.

Después de esta visión descriptiva de la historia de los iconos de la carretera Krampen dedica una tercera parte al análisis de la estructura semiótica y del desarrollo diacrónico del código de los signos de tráfico, demostrando que lo que nació como un repertorio de señales creado por un grupo interesado crece con el tiempo en extensión y en autoridad, sobre todo a partir del momento en que intervienen los gobiernos y se

firman convenciones nacionales e internacionales, convenciones que inciden tanto en el dominio del contenido como de la forma. Los signos tomarán cada vez más un carácter estandarizado y de hecho obligatorio.

Finalmente, en la última parte de la investigación, el autor pasa a un punto de vista más general al tratar de los sistemas de signos visuales en sentido amplio. Uno de los problemas fundamentales planteados es el del iconismo que, según Krampen, es siempre cuestión de grados.

Entre las conclusiones del artículo destaca la que relaciona el carácter icónico de las señales de carretera con la presión derivada de la necesidad de una comunicación que debe traspasar las barreras de las lenguas nacionales.

Martin Krampen, profesor en el Hochschule der Künste Berlin, ha trabajado principalmente en torno a la comunicación visual. Entre sus obras están: "Signs and Symbols in Graphic Communication" (1965); "Design and Planning" (ed. 1965); "Design and Planning 2" (ed. con Peter Seitz), 1967; "Meaning in the Urban Environment" (1979). En la revista *Semiótica* han aparecido algunos artículos suyos, entre ellos "The Developmental Semiotics of Jean Piaget" (34-3/4 (1981) y "Phytosemiotics" (36-3/4, 1981). En *Versus* ha publicado "Iconic Signs, Super signs and Models" (4, 1973) y "Developmental Semiotics and children's drawings" (25, 1980). Sobre este último tema está preparando actualmente un libro. Recordamos que en el número 7/8 de *ANALISI* (marzo 1983) aparece el artículo de M. Krampen "El Estilo y la Metáfora Arquitectónicos". (Anne Carrascal)



# Sección portuguesa

## EDITORIAL LUIS ELADIO PROAÑO

Em seu editorial, Luís Eladio Proaño afirma que existe uma clara tendência latino-americana a produzir mais e importar menos de fora da região, fenómeno fácil de explicar.

Não é possível se desfazer das telenovelas. O que se deve é perguntar porque este género é atractivo para o latino-americano.

Nossos pesquisadores têm enfatizado o NOMIC, mas já é tempo de preocupar-se com várias questões da TV, tais como a motivação do televidente e os efeitos, a influência socializadora da TV, a tomada de decisões por executivos da TV, as alternativas à TV comercial privada e a TV, o controle governamental e a política.

Proaño logo dedica sua atenção à TV e à cultura, revendo várias concepções erradas.

## CHASQUI ENTREVISTOU O TAPIO VARIS

O autor argumenta que uma das perguntas fundamentais na era das comunicações globais instantâneas, é quanto as sociedades e as diferentes culturas serão capazes de aprender e de usar estes meios e quanto seu comportamento continuará sendo racional. A questão é o que poderia acontecer à comunicação internacional sob condições de tensão internacional e carreira armamentista, quando os meios estão altamente concentrados transnacionalmente e controlados por poucos indivíduos.

Com respeito aos fluxos mundiais de programas de TV, Varis replicou com o estudo de 1973. A comparação revela que não existem mudanças dentro das regiões, o que análise com maiores detalhes. Existe uma certa tendência a um intercâmbio regional, juntamente com o domínio tradicional de uma poucos países exportadores. Uma mudança

rápida, ainda desconhecida, está sendo provocada pelos video-cassetes. A introdução de satélites não mudou o fluxo básico de programas e notícias de TV. O que existe é uma tendência à concentração transnacional. O problema, nesse caso, passa a ser um problema também de soberania nacional.

A carreira armamentista e a tensão internacional criaram grandes temores. Os meios têm um papel central na criação e sustentação de "imagens do inimigo". Os estereótipos se auto-alimentam. Em razão disso, se torna imperativo, argumenta Varis, perguntar-se como a comunicação internacional poderia contribuir para gerar confiança entre as nações. Revisa a constituição da UNESCO e algumas de suas declarações. A elas contrasta com realidades de "militarização do pensamento".

Em que medida, pergunta Varis, as práticas atuais de intercâmbio cultural e fluxos de informação estarão melhorando a compreensão internacional e em que medida serão somente instrumentos da política de confrontação e interferência?

## FLUXOS DE TELEVISÃO NA AMÉRICA LATINA

Livia Antola e Everett Rogers

Em comparação com a década anterior, a América Latina diminuiu bastante a importação de programas de televisão, sobretudo, daqueles procedentes dos Estados Unidos. A Televisa do México e a TV Globo do Brasil se converteram em grandes exportadores de programas a outras nações latino-americanas, particularmente, as teleno-

velas. A razão de um fluxo mais equilibrado entre as Américas se deve também, em parte, à importação de telenovelas e outros programas para a audiência de língua espanhola nos Estados Unidos a través da "Rede Internacional Hispana" da Televisa (SIN). Significativamente, esta mudança nos fluxos de televisão se deve mais a motivações de benefício econômico, de estilo capitalista, do que a políticas nacionais ou internacionais que pretendam corrigir o desequilíbrio no fluxo dos meios de comunicação.



## INFLUENCIAS DA PUBLICIDADE E DO GOVERNO NA TELEVISAO BRASILEIRA

Sérgio Mattos

Os últimos vinte anos são testemunho da formação de dois sistemas privados de televisão na América Latina, que, em magnitude, se situam depois das tres grandes redes comerciais dos Estados Unidos. Um desses dois sistemas de TV é a Televisa do México e o outro, a TV Globo do Brasil.

Nesse artigo, Sérgio Mattos, especialista brasileiro em comunicação de massas, analisa como a TV Globo conse-

guiu alcançar su actual posição de predomínio.

Mattos afirma que o desenvolvimento da televisão brasileira será melhor compreendido se se considerar fatores nacionais, como a publicidade e o papel do Governo brasileiro posterior a 1964, em vez de se recorrer a explicações internacionais, como o imperialismo dos meios de comunicação e a teoria da dependencia. A TV Globo surgiu como resultado de dois fatores: o rápido desenvolvimento da economia brasileira e da sua indústria publicitaria e suas relações favoráveis com os regimes militares brasileiros que governavam a nação.

## A AMERICA LATINA E O DESAFIO DA "COMUNICACAO"

Peter Schenkel

O autor assinala que a importância da actual revolução microelectrónica ainda assombra a opinião pública do mundo industrializado. A compreensão de seu significado mais profundo é ainda mais importante para os países em vias de desenvolvimento, que terão que suportar o peso de seus efeitos económicos e sociais.

Schenkel coloca que na América Latina parecem estar em jogo duas tendências: por um lado, uma tecnocrática, amparada em altos níveis governamentais, que impele as telecomunicações modernas e a telemática em áreas como a administração pública e a segurança nacional. Por outro lado, uma tendência crítica das ciências sociais, que se concentra fundamentalmente em aspectos negativos tais como

a perda de vantagens comparativas, a penetração das transnacionais na electrónica, as ameaças à soberania nacional e à privacidade individual, etc. Entretanto, um enfoque mais pragmático parece estar ganhando terreno ao compreender que a segunda revolução industrial baseada na informação, é irreversível e que será necessário uma reação positiva para minimizar as consequências negativas e maximizar os possíveis benefícios.

Segundo o autor, a segunda revolução industrial trouxe como resultado profundas mudanças estruturais nos países desenvolvidos do Ocidente, que gerarão maiores transformações económicas e sociais nestes países e no resto do mundo. Por outro lado, se enfatiza o papel importante que teve no início dos anos setenta, o aumento dos preços do petróleo como propulsor de avanços acelerados em microelectrónica, especialmente no Japão, mas também nos Estados Unidos (continuará).

## FERMANTO no PARADIGMA DOMINANTE?

Eduardo Contreras Budge

O autor analisa um número do "Journal of Communication" (vol 33, No. 3, verão 83) dedicado ao assunto "Fermanto no campo". Cita o lamento de Berelson em 1959 de que a pesquisa em comunicação "está se deteriorando" que estudiosos de comunicação a desprezaram ontem e hoje. Os articulistas do "Journal" coincidem na opinião de que existe algum tipo de fermento, à exceção de De Sola Pool.

Contreras encontra vários tipos de fermento em um período inicial de crise paradigmática, mas não encontra uma clareza sobre tipo de novo paradigma estaria surgindo.

O autor afirma que esta revisão é relevante para a região por que necessitamos conhecer o que está acontecendo em torno do paradigma dominante, para contrastar tal debate com esforços regionais similares e para que deixemos de surrar gatos mortos; ou seja, que muitas de nossas críticas se dirigem a tendências, problemas e modelos já superados e inexistentes.

Passa em revista quatro questões principais detectadas no "Journal" das quais somente as tres primeiras são tocadas neste número: a) a demilitação do objeto da pesquisa em comunicação, o que ele chama a institucionalização da fragmentação; b) a crise do paradigma e do empirismo; c) o debate entre pesquisa "administrativa" e "crítica" e d) promessas e problemas do paradigma emergente. (o artigo continuará)

# English section

## EDITORIAL LUIS E. PROAÑO

In his Editorial, Luis Eladio Proaño states that there is a clear Latin American tendency to produce more and import less from outside the region, an easy to explain phenomenon.

One cannot dismiss "telenovelas". One should ask why this genre is attractive for Latin American viewers.

While our researchers have emphasized NIICO, it is now time to shift attention to several TV issues such as viewer motivations and effects, TV's socialization influence, decision-making by TV executives, alternatives to private commercial TV, TV, government control and politics.

Proaño then focuses attention on TV and culture, reviewing several misconceptions.

## CHASQUI INTERVIEWS TAPIO VARIS

Varis states that one of the fundamental questions in the age of instantaneous global communications is how much societies and different cultures are capable of learning and using these means of communication and how much of their behavior is rational. The question is what happens to international communication in conditions of international tension and arms race when the media are transnationally highly concentrated and controlled by few.

Regarding world TV program flows, Varis has replicated the 1973 study. Comparison reveals that there are no clear changes in the amount of foreign programs. There are changes, however, within regions, which he analyses in greater detail. There is a tendency towards more regional exchanges along with traditional dominance of a few export-

ing countries. A fast and yet mostly unknown change is on course due to videocassettes. Introduction of satellites has not changed the basic TV programs and new flows. There is a tendency towards transnational concentration. The issue is now also one of national sovereignty.

Arms race and international tension generate great fears. Media play a central role in creating and sustaining 'enemy images'. Stereotypes are self-sustaining. Varis states that it is imperative to ask how international communication can contribute to confidence-building among nations. He reviews UNESCO's Constitution and other declarations and contrasts them with 'militarization of thought' realities. Varis asks how much the present practices of cultural exchange and information flows are improving international understanding and how much are they only tools of the policy of confrontation and interference?

## TELEVISION FLOWS IN LATIN AMERICA

Livia Antola and Everett M. Rogers

Compared to a previous decade, fewer Television programs are imported to Latin America, especially from the United States. México's Televisa and Brazil's TV Globo have become major TV exporters to other Latin American nations, particularly of telenovelas (soap operas). A more

balanced flow between the Americas is also due, in part, to the importing of soap operas and other programs to the Spanish-speaking audience in the U.S. through Televisa's Spanish International Network (SIN). Significantly, this change in TV flows is due more to capitalistic-style profit-motivation, than to national or international policies intended to correct unbalanced media flows.



## ADVERTISING AND GOVERNMENT INFLUENCES ON BRAZILIAN TELEVISION

Sergio Mattos

The past 20 years have seen the growth of two private television systems in Latin America that rank in size just behind the three U.S. commercial networks. One of these TV systems is Mexico's Televisa, and the other is TV Globo in Brazil. Here Sergio Mattos, a leading Brazilian scholar of mass communication, analyzes how TV Globo grew to its

present position of dominance. Mattos argues here that the development of Brazilian television is better understood by looking at national factors like advertising and the role of the post-1964 Brazilian government, rather than at international explanations like media imperialism and dependency theory. TV Globo rose as a result of the fast growth of the Brazilian economy and its advertising industry, and of favorable relationships with the Brazilian military regimes governing the nation.

## LATIN AMERICA AND THE CHALLENGE OF "COMUNICATION"

Peter Schenkel

The author stresses that the significance of the present day microelectronic revolution still baffles public opinion in the industrialized world. Comprehension of its deeper meaning is even more important for developing countries, who will have to bear the brunt of its economic and social effects.

Schenkel holds that in Latin America two trends seem to be at work. A technocratic tendency, anchored at high government levels, pushing modern telecommunication and informatics in fields as public administration and national security. On the other hand a critical tendency in social sciences, concentrating mainly on negative aspects as loss of comparative advantages, penetration of the multinationals

in electronics, threat to national sovereignty and personal privacy, etc. However, a more pragmatic approach seems to be gaining terrain, realizing that the second industrial revolution, based on information, is irreverable and that positive reaction is necessary for minimizing harmful consequences and maximizing possible benefits.

According to the author, the second industrial revolution has ushered in profound structural changes in the developed Western countries, that will engender great economic and social transformations in these countries and in the world. On the other hand, emphasis is given to the important role played by the increase of oil prices in the early 70's, in touching off the breathtaking advances in microelectronics especially in Japan but also in the United States. (To be continued)

## FERMENT IN THE DOMINANT PARADIGM?

Eduardo Contreras Budge

The author reviews a special *Journal of Communication* issue (33:3, Summer '83) devoted to "ferment in the field". He quotes Berelson's 1959 lament that communication research is "withering away", which scholars have dismissed now and then. There is a ferment of some kind, *Journal* authors agree, with the exception of de Sola Pool.

Contreras-Budge finds several types of ferment in an initial paradigmatic crisis but without clarity as to what type of new paradigm may be emerging. He does detect hopes, utopia, misgivings and some disillusionment too.

The author states that this review is relevant for the region

because we need to know what is happening around the dominant paradigm, so as to contrast such debate with regional efforts on the same vein, and so that we may also stop kicking dead horses; namely, that much of our own critique is directed towards old-fashioned and no longer existing trends, problems, and models.

He then reviews four main issues detected in the *Journal* (the first two are considered in this issue): a) delimitation of communication research's object, which he labels 'institutionalization of fragmentation'; b) crisis in the dominant paradigm and in empiricism; c) 'administrative' versus 'critical' research debate and d) promises and problems of the emerging paradigm (article to be continued).



# MANUALES DIDACTICOS



El Proyecto "Comunicación Educativa para áreas rurales de América Latina", que está ejecutando CIESPAL, ha impulsado la formación de TALLERES DE COMUNICACION COMUNITARIA en algunas comunidades rurales del Ecuador.

A través de estos talleres se busca fomentar el uso constante y sistemático de la comunicación, con el fin de generar mayores niveles de participación y organización como parte de un proceso de autogestión comunitaria.

La experiencia de los Talleres de Comunicación ha establecido la necesidad de compartir tanto las técnicas de elaboración de mensajes, como las experiencias vividas en otras comunidades y grupos que tienen interés en generar procesos de participación y comunicación educativa.

Por esta razón se ha decidido publicar una serie de cuadernillos sobre diferentes técnicas y medios de comunicación de bajo costo, que sirvan como auxiliares y orienten la práctica de los diferentes talleres, clubes, comunidades campesinas y demás organizaciones populares que requieren de instrumentos y medios accesibles para comunicarse y alcanzar formas propias de expresión.

1



## EL MIMEOGRAFO ARTESANAL

Manuales didácticos CIESPAL

2



## el taller de comunicación comunitaria

qué es  
y para qué sirve?

3



## EL PERIODICO COMUNITARIO

Manuales didácticos CIESPAL

4



## EL PERIODICO MURAL COMUNITARIO Y EL FOTOMONTAJE

Manuales didácticos CIESPAL

**EL MIMEOGRAFO ARTESANAL** es un instrumento barato y útil para el desarrollo de la propia expresión de los grupos, así como para la realización de actividades de tipo informativo, educativo, organizativo y concientizador.

Este folleto incluye una descripción de las características básicas de los materiales que se pueden producir con el mimeógrafo artesanal, como son: hojas volantes, convocatorias, boletines y periódicos comunitarios, así como el proceso de elaboración y uso del mimeógrafo, para que pueda ser utilizado por cualquier equipo de trabajo que se proponga dinamizar sus organizaciones y hacer frente a sus problemas y necesidades.

**EL TALLER DE COMUNICACION COMUNITARIO:** Qué es y para qué sirve. Presenta elementos que han contribuido a la construcción de un modelo social de comunicación popular en varias comunidades del Ecuador. Se trata de los talleres de comunicación que se han creado con el esfuerzo y trabajo de miembros de las comunidades, cuyo funcionamiento ha permitido que, positivamente, la comunicación entre a jugar un nuevo papel para el desarrollo y organización de dichos sectores.

**EL PERIODICO COMUNITARIO** proporciona algunos criterios que justifican la necesidad de crear o perfeccionar las técnicas y procesos del periodismo informativo e interpretativo comunitario, que responda al punto de vista, condiciones y realidad de los sectores populares.

También ofrece nociones sobre la función de un periódico comunitario, sus procesos de organización y equipo de trabajo, la edición y la distribución del periódico.

**EL PERIODICO MURAL COMUNITARIO Y EL FOTOMONTAJE** quiere ser un apoyo para todos los grupos que se dedican a la comunicación popular.

La eficacia de su uso radica en que el periódico mural y el fotomontaje son medios sencillos y baratos que están al alcance de amplios sectores de la población. El objetivo de este manual es que ayude y oriente la utilización de estos recursos, colectivizando la experiencia de CIESPAL.