

PRENSA
Y CONFLICTO POLITICO

25-26



comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION

COMUNICACION

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION
PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA

EQUIPO "COMUNICACION":

Jesús M. Aguirre
Marcelino Bisbal
José Ignacio Rey
Francisco Tremonti
César M. Rondón
Sebastián de la Nuez
Ronald Romero

SUBSCRIPCIONES (6 números - 1 año):

Venezuela	Bs. 53.00 (aéreo)
América Latina	\$ 15.00 (aéreo)
Europa, Canadá	\$ 17.00 (aéreo)
Estados Unidos	\$ 15.50 (aéreo)

Número Suelto: Bs. 8,00

Los pedidos de ejemplares, suscripciones, etc. al igual que cheques bancarios o giros postales deben enviarse a:

Boletín "Comunicación"
Apartado 20133 - Telf.: 42.40.01
CARACAS (102) - VENEZUELA

SUMARIO

PRESENTACION	4
PRENSA Y CONFLICTO POLITICO	
– La Comunicación Impresa en América Latina (Diagnóstico de su Infraestructura)	6
– Cronología de la caída de Anastasio Somoza	16
– El Periodismo de Catacumba	23
– La lucha por la libertad en los periodistas de Nicaragua	29
– Influencia de las Transnacionales en los Medios de Comunicación de Masas en la COMMONWEALTH del Caribe	38
– La Prensa en Cuba	53
– Medios de Comunicación y Política en el Uruguay	61
DOCUMENTOS	
– La Prensa Norteamericana y los cambios políticos en América Latina ..	79
– II Congreso Latinoamericano de Periodistas	89
– Ley General Provisional sobre los Medios de Comunicación y Reglamen- to de la Ley General sobre los Medios de Comunicación en Nicaragua ..	95
– Resumen de la intervención de Eleazar Díaz Rangel, Presidente de la Federación Latinoamericana de Periodistas, en la clausura del Seminario Latinoamericano de Periodismo “Carlos Fonseca”	114
GUÍA BIBLIOGRAFICA	118
INFORMACIONES	132

PRENSA Y CONFLICTO POLITICO



PRESENTACIÓN

Con el nuevo año 1980 hemos cambiado el formato del boletín y esperamos que tal cambio sea satisfactorio para el lector que nos ha seguido más por el contenido que por la calidad formal.

Las críticas por la presentación deficiente, el aumento de los costos de papel y correo, y en fin la seguridad que nos ha otorgado la aceptación creciente por parte de los suscriptores tanto nacionales como internacionales, nos ha animado a esta transformación sin variaciones en el precio.

Esta nueva época la abrimos con un número polémico, ya que aborda el tema del tratamiento informativo de conflictos políticos recientes, en los que de alguna manera todos los países latinoamericanos han estado involucrados.

Aunque algunos trabajos de este número parezcan germinales, nuestra posición de investigadores militantes nos exige priorizar estudios aun incompletos sobre procesos vivos en lugar de otros estudios, que siendo muy exhaustivos, llegan en el crepúsculo de los cambios ya operados.

El panorama político latinoamericano en la década del 60 es tuvo signado por las consecuencias de la Revolución Cubana, con flicto que cambió el cuadro geopolítico de la Región.

La década del 70, en cambio, ha estado marcada por el auge y caída de las fuerzas progresistas del Cono Sur, y la consolidación de los Sistemas de Seguridad Nacional.

Por lo que podemos vislumbrar hasta el presente, la Revolución Nicaraguense y la tensión en el área del Caribe parecen ser los posibles núcleos de nuevas crisis.

No es pues de extrañar que Cuba, el Cono Sur y el Caribe ha yan sido los países que han polarizado más la atención de los

analistas políticos y comunicólogos.

Tampoco sorprende que la mayor parte de los estudios e investigaciones comunicacionales se haya centrado en el medio prensa, que hoy por hoy sigue siendo el canal de mayor confiabilidad en el periodismo analítico e interpretativo.

Ante nuestra imposibilidad de elaborar un estudio comprehensivo de toda el área, hemos optado por seleccionar los casos típicos del conflicto político de la región: Nicaragua, cuyo proceso revolucionario está en gestación; Cuba, un país, cuya revolución de carácter socialista está consolidada; Uruguay, país prototípico de los Sistemas de Seguridad que se han implantado en el Cono Sur; y, por fin el Caribe, particularmente de la Commonwealth, que ha entrado en un proceso de cambios acelerados.

En la parte documental, además de recoger las conclusiones del II Encuentro Latinoamericano de Periodistas y la nuéva legislación sobre los Medios de Comunicación Social en Nicaragua, hemos considerado pertinente publicar un estudio complementario que ofrece la visión de la prensa norteamericana sobre los cambios políticos en América Latina, perspectiva que pone en contraste los enfoques de la metrópoli y la periferia.

En la guía bibliográfica se han recogido los artículos y estudios más sobresalientes de carácter comunicacional, que se han publicado tanto en Estados Unidos, en Europa y América Latina sobre los conflictos de la región.

Por fin la sección informativa como de costumbre, recoge los acontecimientos más significativos de orden nacional e internacional en el campo de la comunicación.



Diciembre 1979 - Enero 1980

LA COMUNICACION IMPRESA
EN AMERICA LATINA
(DIAGNOSTICO DE SU INFRAESTRUCTURA)

De acuerdo con el Anuario Estadístico de la UNESCO, unos 14.908 periódicos en todo el mundo editan 896 millones de ejemplares diarios. De este total, los países industrializados cuentan con 8.945 títulos, alrededor del 60%. Sin tener en cuenta el número de páginas, que suelen ser más de 50 en los periódicos norteamericanos, tales diarios representan el 88% de la tirada mundial, con un promedio de 645 millones de ejemplares y diez veces más páginas que los de los países subdesarrollados. Tres idiomas dominan en forma abrumadora: inglés, francés y alemán.

Los países subdesarrollados, que cuentan con 5.963 diarios, editan siete veces menos para una población tres veces mayor: 251 millones de ejemplares (casi el 50% en América Latina) para 3.000 millones de habitantes. Africa, excluidos los países árabes, posee unos 140 diarios con alrededor de 2 millones de ejemplares. Debe tenerse en cuenta, sin embargo, que algunos de tales diarios son mimeografiados, utilizan el idioma de las ex-metrópolis y sólo circulan en las capitales. Nueve países de este continente —el africano— no tienen prensa.

América Latina está en mejor posición que Africa. Cuenta con 1.228 diarios y tira 23 millones de ejemplares para un promedio de 76 por mil habitantes, cifra muy inferior a la mínima de 100 establecida por la UNESCO. Igualmente, América Latina cuenta con 1.987 periódicos no diarios, entre los que destacan los quincenarios y los semanarios. Así mismo, tenemos en el continente 4.887 revistas diversas. Es conveniente aclarar que excepto Cuba (y acaso Uruguay, por razones de concentración urbana y geográfica, pese a las clausuras y suspensiones de la dictadura) no hay en América Latina un diario de cobertura nacional: las zonas rurales (periferia a nivel nacional) no exis

ten en cuanto a distribución. Y esto se explica: los periódicos circulan por y para la publicidad y estas zonas no poseen niveles "óptimos" de "poder adquisitivo", a parte de que sus habitantes tienen una ínfima escolaridad. Su verdadero contacto con el mundo es la radio.

En América Latina los diarios están destinados a servir localmente las capitales y grandes centros de población. Los anuncios publicitarios y clasificados ocupan entre el 60 y 70% del espacio redaccional. El resto se dedica fundamentalmente a deportes, sucesos y crónica social; lo que pasa en el panorama internacional es servido por la AP, UPI, EFE y Reuter en un 65 a 70%. El resultado es obvio: incomunicación y desinformación.

CUADRO UNO

EL MEDIO IMPRESO A NIVEL MUNDIAL

AREA	NUMERO DE DIARIOS	NUMERO DE EJEMPLARES
MUNDIAL*	14.908	896 millones
PAISES INDUSTRIALIZADOS	8.945 (60%)	645 millones
PAISES SUBDESARROLLADOS	5.963 (40%)	251 millones

FUENTE: Anuario Estadístico de UNESCO (1976)

*: No incluye Oceanía



CUADRO DOS

EL MEDIO IMPRESO -PRENSA DIARIA- EN AMERICA LATINA
COMPARADO CON EL DE OTROS CONTINENTES*

CONTINENTE	NUMERO DE DIARIOS
AMERICA LATINA	1.228
AFRICA	140
AMERICA DEL NORTE	1.935
ASIA	1.874
EUROPA	2.231
URSS	7.500

FUENTE: Anuario Estadístico UNESCO (1976)

*: No incluye Oceanía

CUADRO TRES

EL MEDIO IMPRESO EN AMERICA LATINA

PERIODICOS NO DIARIOS	1.987
PERIODICOS DIARIOS	1.228
REVISTAS DIVERSAS	4.887

FUENTE: Perfiles Socio-Económicos de los MCS en América Latina. (UNESCO-CIESPAL)

A) Número de Diarios

Se estima que, en los recientes últimos diez años, los periódicos diarios en América Latina, en una forma global, aumentaron en una proporción equivalente al 1 por ciento. Mientras en algunos países del continente se han hecho importantes labores de alfabetización, de ahí que este índice haya disminuido de un 32,5% (1960) al 23,6% en 1974, la infraestructura de este medio no llega a todo el mundo. El número de ejemplares de periódicos que se editan en América Latina por cada 1.000 habitantes corresponde a un promedio de 76, cifra muy inferior a la mínima de 100 establecida por la UNESCO.

CUADRO CUATRO

PAISES DE AMERICA LATINA Y DEL AREA DEL CARIBE SEGUN EL NUMERO DE DIARIOS

PAISES	NUMERO DE DIARIOS
ARGENTINA	297
BRASIL	250
MEXICO	236
CHILE	122
PERU	74
COLOMBIA	38
VENEZUELA	81
ECUADOR	25
URUGUAY	19
BOLIVIA	13
CUBA	11
PANAMA	11
EL SALVADOR	9
GUATEMALA	8
HONDURAS	8
COSTA RICA	7

DOMINICANA	6
HAITI	6
NICARAGUA	6
ANTILLAS HOLANDEAS	6
PARAGUAY	5
SURINAM	5
GUAYANA	4
PUERTO RICO	4
ISLAS VIRGENES (USA)	4
TRINIDAD-TOBAGO	3
BARBADOS	2
HONDURAS BRITAN.	2
JAMAICA	2
BAHAMAS	2
GUAYANA FRANCESA	1
GUADALUPE	1
MARTINICA	1

FUENTE: Anuario de la UNESCO (1976)

B) Densidad de Diarios

América Latina, con el 10 por ciento de la población mundial tiene solamente el 8,2% de los diarios a nivel mundial. En los países subdesarrollados se editan unos 251 millones de ejemplares, casi el 50% corresponde a América Latina.

CUADRO CINCO

PAISES SEGUN EL NUMERO DE EJEMPLARES DIARIOS EN CIRCULACION
POR CADA 1.000 HABITANTES

PAISES	EJEMPLARES DIARIOS c/1.000 HABITANTES
ANTILLAS HOLANDESAS	151
ARGENTINA	150
URUGUAY	141
CHILE	136
ISLAS VIRGENES (USA)	136
MARTINICA	135
TRINIDAD-TOBAGO	118
BARBADOS	115
PUERTO RICO	110
MEXICO	100
PERU	66
GUAYANA	62
CUBA	57
NICARAGUA	52
GUAYANA FRANCESA	52
HONDURAS BRITANICAS	49
COLOMBIA	44
PARAGUAY	44
ECUADOR	41
EL SALVADOR	38
BAHAMAS	98
PANAMA	93
COSTA RICA	80
VENEZUELA	88
JAMAICA	67
BRASIL	44
DOMINICANA	33
BOLIVIA	27
GUATEMALA	24
HONDURAS	16
GUADALUPE	9
HAITI	5

FUENTE: Anuario UNESCO (1976)

C) Las Revistas en América Latina

Cuando se habla del Medio Impreso y del flujo internacional de noticias hay una tendencia a considerar solamente los diarios, dejando de lado todo lo que se refiere a las revistas, y todo aquel material impreso que no "es noticias". Pero esto nos presenta un cuadro del medio impreso errado. En un breve análisis podemos ver que en la región existen actualmente, 4.887 revistas de diversa naturaleza: deportivas, de modas, generales, y de un sin fin de especialidades. Veamos este aspecto:

* Especifiquemos el caso de algunas revistas en algunos países de América Latina para que se pueda tener una idea aproximada de la influencia que tienen las revistas en materia de información. Por ejemplo, en Argentina, todos los diarios que se publican en el país, 268 en total, editan en conjunto poco más de 3.3 millones de ejemplares. Solamente las 20 revistas de mayor circulación de ese mismo país, en el que publican 200 revistas por lo menos, totalizan un tiraje de 4.2 millones de ejemplares, es decir, más que todos los diarios argentinos reunidos. Otro ejemplo que se puede mencionar es el Brasil, país en el que 192 diarios que se editan en todo el territorio nacional imprimen, en conjunto, algo más de 2.8 millones de ejemplares, en tanto que las 14 revistas que editan solamente el grupo Civita sobrepasan los 4.1 millones de ejemplares por cada edición.

* 11 millones y medio de ejemplares de 80 revistas circulan en cuatro países de América Latina: Argentina, Brasil, Chile y México. Mientras que todos los diarios de América Latina, en su conjunto, no suman más allá de 16 millones de ejemplares. Estas 80 revistas no corresponden a una diversidad de números, uniformidad en sus temáticas. El grupo más importante corresponde a las revistas femeninas: 26 revistas que totalizan cerca de 5 millones de ejemplares. De ellas, el subgrupo más numeroso es el de las románticas, 19 con casi 4 millones de ejemplares. De este subgrupo de revistas sentimentales, hay que separar 6 con 900 mil ejemplares, que corresponden al difundido género de las fotonovelas. Completan el grupo de revistas femeni

nas, 7 de modas y belleza con otros 900 mil ejemplares.

* El segundo grupo está constituido por las revistas de Comic y que están formadas por historietas cómicas y de aventuras, y revistas infantiles las menos. Integran este subgrupo 23 revistas con casi 2,5 millones de ejemplares. Prácticamente todas de origen norteamericano.

* El tercer grupo corresponde a magazines de amenidades y de información de actualidad. Aquí figuran 20 revistas de esas características con un 1.85 millones de ejemplares. Dentro del grupo hay que mencionar a Selecciones de Readers Digest, revista que publica en América Latina 9 ediciones, 8 en español y 1 en portugués, con un material en un 95% común a las 9 y muy rara vez de origen latinoamericano.

* El cuarto grupo está constituido por 9 revistas de ídolos del cine y la TV, con casi 1,5 millones de ejemplares. Aquí se distinguen dos subgrupos: uno dirigido al público femenino con 6 títulos y con unos 1.2 millones de ejemplares; otro tipo "femme magazine", 3 publicaciones con 240 mil ejemplares, está dirigido a la juventud y gira en torno a la música moderna y sus ídolos.

* El quinto grupo es de revistas de crímenes, crónica roja y sensacionalismo. Incluye 4 revistas con cerca de medio millón de ejemplares.

* El último grupo lo conforman 8 revistas de géneros diversos y que totalizan 400 mil ejemplares. Entre ellas hay revistas masculinas, recetas de cocina, revistas pornográficas y una sola de carácter cultural dedicada a la vulgarización histórica, con 30 mil ejemplares.

La mayor parte de las publicaciones que comprenden los grupos mencionados, o la mayor parte también del material que integran sus contenidos están vinculados o producidos directamente por grandes corporaciones norteamericanas de comunicación, las

que a su vez están vinculadas a otros sistemas de producción transnacional. Así tenemos:

1) El Grupo Hearst: propietario de por lo menos 14 diarios de circulación nacional, con un tiraje que sobrepasa los 14 millones de ejemplares diarios, de algunas revistas, la mayor de las cuales circula con 6 millones de ejemplares, y la más "pequeña" 1.5 millones; propietario también de cuatro estaciones de TV, una de ellas en Puerto Rico; de 6 emisoras radiofónicas, de una Casa Editorial y de una Agencia de "Features".

2) La Hearst, asociada a la Scrip Howard posee acciones en la UPI y por último junto a la Metro Golden Mayer, es propietario de la Hearst Metritone News.

3) En el libro "AGRESION DESDE EL ESPACIO" de A.Mattelart se indican las actividades de la Hearst en América Latina. Así tenemos:

- La Herst Metritone News produce diversos noticieros de la USIA, titulados "Horizontes"

- La King Feature Syndicate, grupo de la Hearst, es una especie de agencia de prensa que vende a los diarios y revistas de América Latina y también de todo el mundo, tiras cómicas, artículos sobre variedades, recetas de cocina, incluso hasta editoriales. Los comics de KFS son traducidos en más de 30 idiomas y distribuidos en más de 100 países, lo que significa que son publicados en más de 5.000 diarios...

- Las actividades de la Hearst en América Latina la mayor parte de las veces se realizan a través de empresas filiales. Las publicaciones en castellano y para la América Latina son manejadas por Publicaciones Continentales de México y alcanzan una circulación mayor de 2 millones y medio de ejemplares mensuales. En Chile los derechos de edición están en manos de la Edit. Lord Cochrane del grupo Edwards. Todas las publicaciones norteamericanas de la Hearst están centralizadas en la Editorial América (Bloque de publicaciones de Armas), que o

pera en Miami. El tiraje mensual de la Organización Editorial alcanza a más de 15 millones de ejemplares en América Latina. El Bloque De Armas opera también en América Latina con los llamados Manuales Populares Omega.

4) Otra empresa importante es la Western Publishing Co, una de las mayores distribuidoras y editoras de comics para América Latina, establecida en México donde también actúa a través de la Organización Editorial Navarro.

5) Finalmente, la Walt Disney que vende los derechos de revistas, historietas de tiras cómicas y otros materiales a empresas latinoamericanas. La antigua editorial Zig Zag tiene los derechos suramericanos de 4 revistas con un tiraje mensual de cerca de 700 mil ejemplares. Con el Gobierno de la UP en Chile, esta editorial instaló filiales en Colombia (EDICA) y en la Argentina (TUCUMAN). Hoy a regresado de nuevo a Chile, pero esas dos filiales siguen funcionando. Igualmente, Walt Disney Productions se ha asociado a Editoriales como Bruquera S.A. de Barcelona, y están editando infinidad de folletos, libros, revistas que se exportan hacia América Latina.

MARCELINO BISBAL

BIOGRAFIA CONSULTADA PARA LA SINTESIS PRESENTADA

- 1) UNESCO-CIESPAL. "Perfil Socio-Económico de los MCS en América Latina". Quito-Ecuador (1976).
- 2) Armando Mattelart. "La Cultura como Empresa Transnacional". Edit. Noguera, Buenos Aires, 1975.
- 3) Mario Kaplún. "La Comunicación de Masas en América Latina" Colección Educación Hoy. Bogotá, 1975.
- 4) Revista CHASQUI N°13. CIESPAL-1976 (Quito-Ecuador)
- 5) Anuario UNESCO (1976)

CRONOLOGIA DE LA CAIDA DE ANASTASIO SOMOZA

El dictador Anastasio Somoza abandonó Nicaragua en la madrugada del 17 de julio de 1979, como resultado de la lucha popular del pueblo nicaragüense durante más de cuatro décadas.

A partir del 12 de octubre de 1977, el Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN) anunció que "la guerra revolucionaria contra la dictadura somocista ha comenzado su última fase".

La ofensiva iniciada entonces es el antecedente directo de la crisis que condujo a la caída de Somoza Debayle, el último de una dinastía que durante 45 años retuvo el poder contra la voluntad del pueblo. Estos son los hechos más sobresalientes de esa crisis:

● Noviembre de 1977:

2. El FSLN emite un comunicado en que informa combates en San Carlos, Duculi, Monzonte, San Fernando, Cárdenas, Masaya, Managua y otros puntos del país.

18. El grupo opositor "Los Doce", creado el 12 de octubre, es acusado de seis delitos, incluido el de rebelión.

● Diciembre de 1977:

16. El movimiento estudiantil ocupa varias iglesias para demandar la libertad de los presos políticos.

● Enero de 1978:

10. Es asesinado Pedro Joaquín Chamorro, director del periódico opositor "La Prensa". Empresarios e industriales acuerdan un paro laboral en repudio al atentado. Se producen manifestaciones y acciones en todo el país.

24. La Unión Democrática de Liberación (UDEL) convoca a una huelga. La Embajada de Estados Unidos anuncia la suspensión

de una visita oficial que Terence Todman, Subsecretario de Estado para asuntos latinoamericanos, debía realizar al día siguiente.

● Febrero de 1978:

8. El grupo "Los Doce" exhorta a la ciudadanía a colaborar con el FSLN.

21. Somoza declara estar dispuesto a un diálogo nacional en que participe el FSLN si éste depone las armas.

23. Es tomada militarmente la ciudad de Masaya y masacrados más de 7 mil pobladores del barrio indígena de Monimbó.

28. La Comisión Permanente de los Derechos Humanos en Nicaragua solicita la intervención de la ONU en el caso Masaya.

● Abril de 1978:

20. La Guardia Nacional asalta el Instituto Nacional de Masaya y detiene a 30 estudiantes. Otros son golpeados y arrastrados. Se levantan barricadas. Mueren un obrero y un estudiante.

● Julio de 1978:

14. El FSLN llama a todas las organizaciones a formar un Frente Amplio de Oposición.

20. El refugio presidencial de Somoza, conocido como "Bunker", es atacado con cohetes desde el Hotel Intercontinental, en el centro de Managua.

● Agosto de 1978:

22. El comando sandinista "Rigoberto López Pérez", toma el Palacio Nacional. En su interior quedan como rehenes cientos de personas, entre ellas altas personalidades del régimen. Los sandinistas exigen la libertad de todos los presos políticos, la publicación de un comunicado, 10 millones de dólares y facilidades para abandonar el país.

23. Somoza acepta las condiciones exigidas por el comando que tomó el Palacio Nacional.

25. El Frente Amplio Opositor (FAO) convoca a una huelga general.

27. El Movimiento Pueblo Unido (MPU) y las Cámaras de Comercio apoyan la huelga convocada por el FAO.

28. El régimen anuncia el descubrimiento de un complot cívico-militar en el que dice están implicados soldados y oficiales.

● Septiembre de 1978:

9. Continúa la huelga general; situación caótica en Managua.

10. Somoza implanta el Estado de Sitio e instaura la Ley Marcial, mientras recibe mercenarios salvadoreños y guatemaltecos, entre otros. Violentos combates en Diriamba.

20. Arriba a Managua una Comisión de la OEA.

21. Somoza lanza la "Operación Omega" contra las ciudades de León, Masaya y Chinandega, con saldo de más de 7 mil muertos y una cantidad superior de heridos.

25. El FSLN y el FAO proclaman que no aceptan el diálogo con el somocismo.

28. El representante permanente alterno de Nicaragua ante la ONU, Enrique Paguagua, renuncia al cargo en protesta por las atrocidades que comete el régimen de su país.

● Octubre de 1978:

3. Somoza declara que tiene el apoyo de Estados Unidos y que permanecerá en el poder hasta 1981. Se inicia gestión mediadora estadounidense con apoyo de la OEA.

Caos en el país luego de 39 días de huelga. El régimen anuncia que prolongará la Ley Marcial hasta abril de 1979.

● Noviembre de 1978:

9. Los conservadores dan por terminada su alianza táctica.

ta de 7 años con el Partido Liberal Nacionalista de Somoza.

16. El Ministro del Interior de Costa Rica reitera que helicópteros somocistas violaron el espacio aéreo de su país, provocando una situación tensa entre las dos naciones.

21. Costa Rica rompe relaciones con el régimen de Nicaragua.

30. La mayoría de las organizaciones de FAO aceptan el plebiscito propuesto por la comisión mediadora si Somoza sale del país, pero éste asegura que no abandonará el poder hasta 1981.

● Diciembre de 1978:

25. Las tres tendencias internas del FSLN anuncian la decisión de unificarse para impulsar la lucha contra la dictadura.

Enero de 1979:

11. Queda constituido en Managua el Frente Patriótico Nacional, que agrupa las principales organizaciones progresistas de oposición.

15. El comandante sandinista Germán Pomares denuncia que tropas del Consejo de Defensa Centroamericano (CONDECA) están apoyando a Somoza.

● Marzo de 1979:

9. El FSLN denuncia la instigación de un golpe militar por Estados Unidos para frustrar la lucha popular e instaurar un "somocismo sin Somoza".

17. Renuncia el embajador de Estados Unidos en Managua, - Mauricio Solaum, quien es sustituido por Lawrence Pezzullo.

● Mayo de 1979:

17. El FSLN rechaza toda posibilidad de diálogo con Somoza y afirma que Nicaragua se encamina a la guerra total y definitiva.

20. México rompe relaciones diplomáticas con Nicaragua.

27. En ocasión de celebrarse el "Día del Ejército" somocista, el FSLN inicia una ofensiva general atacando Managua, Masaya, Jigalpa, Jinotepe, Diriamba y otras muchas localidades.

● Junio de 1979:

4. Se inicia la huelga general convocada por el FSLN que paraliza todo el país. El paro forma parte de la ofensiva armada sandinista.

13. Estados Unidos envía como mediador a Centroamérica al Director General de la Oficina de Inteligencia del Departamento de Estado, William Bowdler.

17. Ecuador rompe relaciones diplomáticas con Nicaragua. Se da a conocer la creación del Gobierno de Reconstrucción Nacional de Nicaragua.

18. Panamá rompe relaciones diplomáticas con Nicaragua y reconoce al Gobierno de Reconstrucción Nacional, con sede en San José.

19. A 16 días de iniciada la huelga, continúa paralizado el país. El FSLN controla numerosas ciudades y localidades en toda la nación.

20. El FSLN toma la ciudad de León, la segunda en importancia del país.

21. Se reúne en Washington la OEA, a nivel de cancilleres, para buscar solución a la crisis de Nicaragua. Estados Unidos propone el cese al fuego y el envío de una fuerza de pacificación, lo que no es aceptado.

22. Granada reconoce al Gobierno de Reconstrucción Nacional.

23. La XVII Reunión de Consulta de la OEA aprueba por 17 votos a favor respetar el principio de no intervención en los asuntos internos de Nicaragua.

El gobierno de reconstrucción rechaza todo diálogo con Somoza.

La artillería de la Guardia Nacional y la aviación arrasaron partes de la ciudad de Managua, sometida a bombardeos.

24. Estados Unidos inicia una movilización diplomática en Centroamérica para propiciar el establecimiento de un somocismo sin Somoza.

25. Brasil rompe relaciones diplomáticas con Nicaragua.

26. El buró coordinador de los No Alineados se pronuncia contra cualquier tipo de intervención extranjera en Nicaragua.

28. La República Árabe Libia reconoce al Gobierno de Reconstrucción.

29. La República Socialista de Vietnam reconoce al Gobierno de Reconstrucción.

Somoza fracasa en un intento por reunir en sesión extraordinaria el Congreso Nicaragüense.

● Julio de 1979:

1. El FSLN denuncia que Estados Unidos continúa manobrando para arrebatarse el triunfo al pueblo.

2. El Gobierno de Reconstrucción denuncia que Estados Unidos hace gestiones para dividir a la oposición antisomocista.

3. A 30 días de iniciada la huelga general, el país sigue paralizado.

4. Irak reconoce al Gobierno de Reconstrucción Nacional.

El FSLN denuncia que se preparan condiciones para que Somoza abandone el país el día 7.

6. Somoza ordena un masivo bombardeo contra la población civil de Masaya.

7. El FSLN toma la ciudad de Masatepe y rechaza una ofensiva somocista contra la ciudad de Masaya.

9. Yemen Democrático reconoce al Gobierno de Reconstrucción Nacional.

10. La República Cooperativa de Guyana reconoce al Gobierno de Reconstrucción Nacional.

11. Siria reconoce al Gobierno de Reconstrucción Nacional.

13. Se inicia en Caracas, Venezuela, la Conferencia Mundial de Solidaridad con Nicaragua, con tres días de duración.

15. Irán reconoce al Gobierno de Reconstrucción Nacional.

El Gobierno de Reconstrucción Nacional anuncia que se prepara para instalarse en Managua.

16. La ciudad de Estelí es totalmente liberada por el FSLN.

El FSLN anuncia la inminente salida del país del dictador Anastasio Somoza.

17. En la madrugada, Somoza abandona Nicaragua en compañía de familiares y principales personeros del régimen.

Centro Nacional de Comunicación Social, A.C.

(19 de julio de 1979)



EL PERIODISMO DE CATACUMBA

Hermanos Periodistas Latinoamericanos:

Hermanos Periodistas de Nuestras Nicaragua Libre:

La dramática realidad de Nicaragua bajo la tiranía de una familia sangrienta y de un sistema explotador, llevó bien temprano al periodismo de este país a la comprensión de que la tarea que debía desarrollar no podía ser solamente de carácter informativo.

Prácticamente desde el mismo instante en que se entroniza la dictadura de los Somoza con el asesinato de Sandino, surge en Nicaragua un periodismo valiente y patriota que se coloca abiertamente en las trincheras de la oposición.

Y al paso de los años, con el recrudecimiento del carácter represivo y sangriento de la dictadura, con la agudización de los sufrimientos del pueblo, y con el desarrollo paralelo de la lucha popular por la libertad, se vino forjando un periodismo militante, creador y revolucionario.

Ejemplos no nos faltaron... Guías no nos faltaron. Puede ser bastante para introducir el tema, mencionar al SANTO... SANTO HEROICO... con cuyo nombre bautizamos este seminario, el Jefe de la Revolución Nicaraguense, Comandante Carlos Fonseca Amador. Se ha revelado que en su niñez deseaba ser santo, y que lo fue al fin, no en el orden religioso, sino en el orden moral y político al consagrarse a la causa de los oprimidos. Carlos Fonseca hizo periodismo para la liberación social de este país.

El ejemplo de los compañeros excelente, y el avance del pueblo en su lucha anti-dictatorial, orientado por su vanguardia, el Frente Sandinista de Liberación Nacional, nos llevó a

trabajos orgánicos cada vez más definidos, y a planteamiento de metas cada vez de mayor fondo, cada vez más profundas.

De nuestro grito glorioso de "ABAJO EL CODIGO NEGRO. pasamos al de "LA MARCHA HACIA LA VICTORIA NO SE DETIENE".

Al iniciarse 1978, año en que Nicaragua se ve sacudida por el asesinato del periodista-mártir doctor Pedro Joaquín Chamorro, año en que Nicaragua ha recibido la clarinada de los ataques sandinistas de octubre del 77, en que el movimiento de masa experimentó un resurgir vigoroso, en que las contradicciones inter-burguesas se han puesto de manifiesto, (SOMOCISMO INICIATIVA PRIVADA), en que la iglesia ha dejado de ser una aliada de la dictadura y se ha puesto de pie en actitud de denuncia... Para ese año, decimos, el periodista está presente en todos los frentes de lucha, está presente con las madres de los reos políticos que se declaran en huelga de hambre, con los familiares de los campesinos desaparecidos, con los obreros que se van a la huelga en demanda de aumento de salario, con los campesinos que se toman las tierras poseídas por los ladrones terratenientes, con los estudiantes que se toman los colegios, con las organizaciones en defensa del pueblo que protesta contra la inflación, con el Movimiento Pueblo Unido en proceso de formación, pero que ya proclama la necesidad de alianza de las organizaciones populares, y con el Frente Sandinista que ha anunciado próximas ofensivas para el derrocamiento revolucionario de la dictadura.

En medio de esta situación explosiva se da el periodismo de CATACUMBA.

Para entonces la dictadura ha multado noticieros. La dictadura ha cerrado radio-emisoras. La dictadura ha asesinado a un gran periodista. Pero aún así la dictadura no logra acallar a los radioperiodistas que en cada emisión noticiosa llevan la denuncia pública, la agitación, la concientización. Los micrófonos eran armas y las palabras balazos. El somocismo termina con toda posibilidad de informar, mientras sigue masacrando al pueblo.

Prohíbe que se informe de la huelga general que ha comenzado el 23 de enero, prohíbe que se transmitan declaraciones de los líderes políticos, que se publiquen los pronunciamientos de las organizaciones del pueblo, lo prohíbe todo, entonces el RADIC PERIODISMO NICARAGUENSE, OPTA POR EL PERIODISMO DE CATACUMBA. Ya que no se puede informar por las radios, los trabajadores de la noticia van directamente a informar al pueblo.

En tales circunstancias recurrimos a los templos de la misma forma que los cristianos primitivos —aquellos cristianos revolucionarios de hace mil años— recurrieron a las catacumbas para pregonar su verdad perseguida, su verdad SUBVERSIVA.

El periodismo de catacumba se inscribe así, en la lucha del pueblo. Su mérito o valor estriba precisamente en que se da en medio del fragor popular.

Los periodistas perdimos entonces el poder de comunicarnos con millares de personas a la vez por medio del maravilloso instrumento de la radio. PERO GANAMOS LA PRECIOSA OPORTUNIDAD DE VINCULARNOS DIRECTAMENTE CON LAS MASAS.

Desde este punto de vista, la información de catacumbas constituye el sello definitivo de nuestro Periodismo como Periodistas del Pueblo, como periodismo de las masas, como periodismo de las clases oprimidas. Puede decirse con rigor que la información de catacumbas fue hecha por las masas.

La vanguardia de este movimiento, de esta práctica, correspondió como todos sabemos, a nuestro histórico SINDICATO DE RADIO PERIODISTAS DE NICARAGUA.

Cobra perennidad realmente la asamblea celebrada por el Sindicato de Radioperiodistas de Managua en nuestra casita de madera post-terremoto, la tarde del sábado 28 de enero de 1978. Los trabajadores de la información se reúnen allí ese día para tomar una decisión ante la situación planteada en ese instante. El paro nacional exigiendo justicia y cambios, comenzando con la renuncia de Somoza, se había iniciado el 23 de enero. La dictadura había respondido con represión y prohibía toda informa-

ción sobre la situación que estaba viviendo el país.

La noche anterior precisamente, el tristemente célebre Je fe de Radio Alberto Luna había reunido en su despacho a todos los directores de medios para comunicarles las disposiciones represivas absolutistas que había decidido su amo, el tirano. Nada de nada se podía informar a partir de ese momento.

En la asamblea histórica del 28 de enero, se destaca la presencia de una nueva generación de periodistas, estudiantes en su mayoría, los cuales vinieron a imprimir una mayor combati vidad a la lucha que dirigían compañeros de mayor experiencia y saber. Esa tarde se decide y se organiza el Periodismo de Catacumba. Se compartimentan las responsabilidades bajo la direc ción de un Comité de Huelga. Se establece la Casa del Periodista como centro de información. Se designa un jefe de redacción, y el correspondiente cuerpo de reporteros y redactores y lectores que habían de llevar la información hasta el pueblo reunido en las iglesias. El primer noticiero de este tipo fue realizado ante una concurrencia muy grande en la iglesia de Fátima del Barrio Rigüero, el 31 de enero.

El pueblo, convirtiéndose en la verdadera fuerza motriz de esta experiencia, pedía que los periodistas continuaran brindando más y más información. Rápidamente se abarca un gran número de Iglesias, mientras más barrios pedían que también se les at tendiera a ellos.

El periodismo de Catacumba fue una demostración de periodismo militante, de periodismo creador, de periodismo comprometido con el pueblo.

El periodismo de Catacumba sella una integración con las clases populares que no desaparece en ningún momento, y así vemos cómo después el pueblo está presente en todas y cada una de nuestras luchas. La manifestación del pasado primero de marzo de 1979 revistió una presencia del pueblo sin precedentes.

El periodismo de Catacumba representa una toma de conciencia..., incluso de conciencia de clase.

Por la lección que se desprende de aquella jornada, se impone la necesidad de que hoy, que se ha logrado el triunfo revolucionario, retornemos a las masas, que participemos integrados con ellas en las diferentes tareas que implica el "HACER LA REVOLUCION". Los Hermanos periodistas cubanos decían en su Tercer Congreso que "nadie puede escribir páginas hermosas de una lucha, si no participa en ella". Recordemos que la revolución apenas comienza. Hay grandes problemas y por tanto grandes trabajos que realizar. Aún hay injusticia en el campo, y en la ciudad aún hay miseria. Como ocurre a otros sectores, en los actuales momentos el periodismo tiene un volumen de trabajo incomparablemente mayor que el que tenía frente a sí antes del 19 de julio, pero aún así, se impone la necesidad del retorno a las masas.

Por el compromiso adquirido con las clases populares durante el periodismo de Catacumba, se impone también la necesidad de estudiar más con el objeto de servir con mayor fundamento y creatividad a la causa de las mayorías, a la liberación social. Y para ello se necesita igualmente elevar nuestra calidad profesional.

Debemos estudiar más incluso para identificar bien al enemigo: el imperialismo, que no sólo nos agrede con provocaciones en las fronteras, y causando crisis económica y hambre en el pueblo, sino que también nos bombardea noticiosamente a través de las grandes transnacionales de la información, y por medio de mecanismos más sutiles que todos los días son distintos. Da dolor entonces, que algunos compañeros, al margen del desarrollo de la historia, estén haciendo periodismo contra el pueblo. Debemos también conocer más sobre las luchas que realizan los otros pueblos para sacudirse las tiranías que los oprimen, como un gesto mínimo de correspondencia y solidaridad internacional que recibimos en el pasado y que seguimos necesitando. Y porque la lucha de los pueblos es una sola.

Por el mismo compromiso con las clases populares, no podemos renunciar a nuestra capacidad de crítica. Desde luego que debe ser una crítica racional y militante. Ni criticar por cri

ticar ni tampoco hacerlo si no estamos aportando algo para la solución necesaria.

Tampoco podemos estar de acuerdo, y es bueno decirlo hoy, con los funcionarios que se encierran en sus despachos y con -vierten la información en inaccesible para el pueblo. Esos no le están haciendo ningún bien a la revolución. Hoy, que por respeto al pueblo y en pro de su educación, no podemos seguir haciendo periodismo de alarma y escándalo (NOTAS ROJAS Y AMARILLIS TAS), tenemos que encontrar en los verdaderos hacedores de la revolución —Los Trabajadores— las fuentes de una temática nueva para el periodismo positivo e interesante.

Resumiendo: El Periodismo de Catacumba con todo su rico contenido popular, nos transmite experiencias para hacer un periodismo militante, comprometido, creador y revolucionario; en pro de la revolución y del pueblo.

Managua, 9 de Noviembre de 1979.

Freddy Rostrán A.



LA LUCHA POR LA LIBERTAD EN LOS PERIODISTAS DE NICARAGUA

La lucha del periodismo nicaraguense contra el colonialismo, la dominación oligárquica criolla, el imperialismo y las diferentes tiranías que lo han sustentado, es quizás una de las líneas más definidas en la evolución histórica de nuestra patria.

Las contradicciones de nuestra sociedad y el claro avance hacia nuestra total liberación, pueden ser ahora analizadas desde el pináculo del arrollador triunfo que culminó el 19 de julio de 1979.

Digo que es una de las líneas más definidas, no sólo por el trazo imaginario que marca la marcha siempre adelante de nuestro pueblo a través de la acción de sus periodistas, sino también porque éstos igualmente han resu_mido los escollos, frustraciones, alienaciones y hasta vicios propios de cada etapa que nos ha tocado vivir.

En cada momento histórico, en cada encrucijada que las fuerzas reaccionarias y entreguistas montaron contra el pueblo nicaraguense, el periodismo tenía siempre una respuesta, y aunque de guardadas las distancias de los años y siglos, hoy podemos filtrar con nitidez la naturaleza eminentemente clasista que dinamizó esos procesos.

Desde las luchas pre-independentistas, y en el periodismo manuscrito surge esa llama que no conseguirían apagar nunca las diferentes formas de dominación que fueron ensayadas contra nuestro pueblo.

Nuestra proclamada independencia pacífica del colonialismo español en 1821, había sido ya antecedida por la lucha armada, con la consiguiente represión y un periodista enjuiciado por divulgar con entusiasmo el ideal de libertad. Un joven leonés, Encarnación Balladares, iría a acompañar a los primeros prisioneros en la larga lucha política de los nicaraguenses. Otros patriotas pagarían con sus vidas esos intentos.

Así como esta sangre borra para siempre la imagen pacífica del 15 de septiembre de 1821, el legado que vendrá no será menos cruento y entre ane_xiones imperialistas, lucha confederal y rapacidad de las grandes potencias con nuestros recursos naturales, sobre todo la odiciada recta interoceáni-

ca, iremos marchando en nuestro convulso destino. Los políticos haciendo partidos o partiendo a nuestra patria para decir lo con mayor propiedad, mientras el periodismo se atrinchera y llega hasta confundirse en esas luchas intestinas con el soldado y hasta con el estadista. Etapa inevitable, aparentemente negativa, pero que analizada en nuestros días, nos reencuentra con nuestras misiones integrales de periodistas inmersos en los problemas nacionales. Sólo es cuestión de cambiar la perspectiva, pero el método es invariable.

Pasada la negra noche de nuestra primera guerra nacional - contra el filibustero norteamericano y el remanso oligárquico, que la siguió, el periodista nicaraguense seguirá marchando en las paralelas ascendentes, de escribir para los partidos, de hacer periodismo para los partidos y de mantener la pluma vigilante y hasta la espada desenvainada para defender el patrimonio nacional.

No es casualidad que el primer diario que aparece un primer día de marzo de 1884 lo dirige el reincorporador de la Costa Atlántica, Rigoberto Cabezas, ni es tampoco un hecho aislado, que Carlos Selva haya hecho una divisa permanente el garantizar la soberanía nacional frente al entreguismo de las concesiones canaleras y el apetito imperialista de tragarse nuestras riquezas.

Comenzando el segundo tercio de este siglo, los periodistas nicaraguenses irán configurando su acción popular en una crítica sistemática a los cada día más serviles gobiernos que encadenan a su pueblo para entregarlo a la rapacidad imperialista.

Una de las primeras víctimas del terror somocista es el editor de un periódico popular, Don Federico Céspedes, donde por primera vez se trata de sistematizar la impresión del pensamiento socialista.

La inmortal gesta del General Sandino habrá de tener a la orilla los periodistas que necesitaba para difundirla y en el extranjero el periodismo revolucionario hará otro tanto.

Habrán periódicos que denunciarán con valentía el cobarde asesinato del General de hombres libres, con la seguridad que la censura y represión no se harán esperar. Este será el signo patriótico de los periodistas nicaraguenses: Denuncia frotal, exposición al peligro, desafío perpetuo contra los tiranos.

Son periodistas quienes no dejan oportunidad sin ensayar para mantener vivo el pensamiento y la obra de Sandino.

Son los estudiantes del 44 resucitando "El universitario" - que glorificarán sin reservas la memoria del héroe y va a ser la generación del 59 ya inoculada por la maravillosa y profética prédica de nuestro inmortal Comandante en Jefe, Carlos Fonseca Amador, quienes concibirán por primera vez la posibilidad de edificar un diario sandinista.

Hasta ese momento la escena política ha sido manejada por los partidos políticos tradicionales, y la oposición captada y amalgamada por uno de esos sectores.

Es el glorioso triunfo de la revolución cubana y su irradiación sobre América, el que irá colocando a cada quien en su trinchera de lucha.

La prensa Obrera, es perseguida por el somocismo unas veces halagada en otras con espejismos de formales protecciones laborales, y destruida muchas veces cuando la idea irreductible no cede.

El camino de la lucha armada que empieza ha ser señalado por la vanguardia de nuestro pueblo, el FSLN, no va ha dejar sin tocar al periodismo.

IMPACTO rompe el esquema diarístico de Nicaragua y se nutre con las heroicas jornadas del 59, 60 y 61. Es la voz de nuestro pueblo y este lo sabe. Su circulación es la primera muestra de que ese tipo de lectura responde al proceso dialéctico de la época. La dictadura también lo sabe y su imprenta será destruida.

El periodismo no se rinde ni se rendirá jamás. Siempre ha-

brá hasta el triunfo final quien se encargue de mantener junto al brazo armado de nuestro pueblo a un periodismo consecuente.

Manuel Díaz y Sotelo ha quedado ya en la montaña, como el primer ejemplo del camino a seguir de los periodistas.

La dictadura encarcela, tortura, mata, cierra periódicos, - la hordas embriagadas contra los medios de comunicación, pero no conseguirá jamás acabar con el pensamiento libre.

Pedro Joaquín Chamorro pasará gran parte de su vida entre cárceles, torturas y destierros, pero LA PRENSA no bajará la guardia.

En los resquicios pseudo-aperturistas de la dictadura la prensa obrera estará nuevamente en la calle y la inexorable marcha hacia la victoria del FSLN irá siempre marcándose en el calendario periodístico, entre la alegría y frustraciones de nuestro pueblo.

El último intento masivo de la oposición tradicional es apartado por el ascenso a la presidencia del tercer dinasta, el genocida Anastasio Somoza Debayle y mientras muchos periodistas van a la cárcel, y la avenida central de nuestra capital queda regada de cadáveres de gente de nuestro pueblo, la traición va incubándose y ese tipo de oposición se suicida pactando por dinero con el tirano.

El FSLN sigue su lucha, el diario LA PRENSA desenmascara día a día a los traidores y la creciente producción de periodistas jóvenes va ha producir un nuevo fenómeno entre nuestro periodismo.

Comienza a afianzarse la conciencia clasista, comienza ha pro distinguirse entre el régimen opresor y la explotación de la llanura.

Así nace como primera y auténtica representación del periodismo revolucionario, el Sindicato de radioperiodistas de Managua. Atrás han quedado las asociaciones recreativas, los sindicatos fantasmas y tantos otros intentos de asociar al pe

riodista nicaraguense en círculos anodinos y desclasados.

El sindicato llevará por algunos años una línea gremial y una confusión de lucha contra la represión legalista del régimen.

La dictadura alterna ahora la agresión física con la agresión legal y es así que pone a funcionar el tenebroso Código de Radio y Televisión que bautizamos con propiedad como Código Negro.

La consolidación del dinasta, la amargura de nuestro pueblo mil veces traicionado, transmiten cierto grado de impotencia que hace bajar el grado de combatividad gremial, casi reducida por esa época a la ofensiva permanente del diario LA PRENSA.

Pero sólo será un respiro, las nuevas generaciones y los periodistas que se han mantenido fieles a la lucha, arrecian la guerra contra el somocismo y después del terremoto que destruyó Managua en Diciembre de 1972, se convertirán en permanente denuncia y cerrarán filas para oponerse de frente y sin reservas al latrocinio, corrupción y despojo que alientan la gestión gubernamental de la tiranía.

Ya periodistas como el Comandante Bayardo Arce y Calor José Guadamuz han dado el paso decisivo y se han incorporado a la lucha armada del Frente Sandinista. Otros le seguirán.

El régimen comienza a hacer un uso más frecuente de las sanciones pecunarias y de la censura oficial. Comienza a trasladar las leyes de excepción a la legislación formalista de la SIP sobre la libertad de expresión.

El periodismo no desmaya. Entre líneas, con modulaciones de la voz, con seminarios, con el apoyo internacional de la prensa libre y abrazo fraterno de FELAP, con marchas y manifestaciones, con todo lo que tiene a su alcance busca cómo burlar la censura y cómo darle contenido patriótico a las escuetas informaciones oficiales de la nuca vencida lucha que mantenía el Frente Sandinista de Liberación Nacional.

Cuando el signo de los tiempos y la estrategia de dominación internacional cambia en el norte, Somoza se ve obligado a abrir, las compuestas de la información.

Las masacres de campesinos, las torturas, los centenares de desaparecidos, los millones robados al pueblo, van a ser la información diaria. Nuestro pueblo se despertaba con la denuncia valiente de nuestros radio-periodistas y se dormía leyendo en LA PRENSA, cada día más escandalizado los extremos increíbles de corrupción y crimen a que había llegado la dinastía.

La aplicación del Código Negro se convertirá en una rutina. Le seguirá el cierre de emisoras, la destrucción de plantas, el encarcelamiento de periodistas, pero siempre hay una respuesta. Ya los periodistas no cabemos en ningún marco de control de la dictadura. Es una guerra de exterminio y en estas siempre triunfan los pueblos.

Si un periodista es multado, allá van los muchachos del Sindicato a pedirle al pueblo, para que este pague el derecho de estar bien informado.

Si un periodista es encarcelado, allá van sus compañeros a auxiliar a su familia y a no darse descanso hasta obtener su libertad.

El vil y cobarde asesinato de "Pedro Joaquín Chamorro" y crecimiento insurreccional en la alborada triunfal de Octubre de 77, ya han definido más la lucha del periodismo nicaraguense.

No hay treguas ni pausas, únicamente las embestidas del régimen y el derroche de imaginación y coraje del periodismo para resistirlas. Es una batalla irreconciliable y una mística en la victoria.

No podía ser de otra manera, nuestro pueblo se había ido a la calle el 10 de Enero de 1978 y ahí se había quedado. Los periodistas no teníamos otro sitio, esa calle también nos reclamaba.

La prensa y la radio eran diarios balazos que se juntaban a

las batallas que libraba nuestro pueblo con su vanguardia.

Cuando ni las multas, ni la destrucción de emisoras, ni los encarcelamientos podrían doblegar al periodismo, que ya estaba aglutinado desde marzo de 1978 en la Unión de Periodistas de Nicaragua, vino el cierre total. Ni diarios, ni radios, ni televisión. La tiranía usaba su recurso supremo: El silencio.

Pero ese mismo silencio era una denuncia que nuestro pueblo captaba en las páginas no leídas y en las audiciones que no escuchaba.

El periodismo no se iba a conformar con eso. Fue a las Iglesias, a las escuelas y a las plazas a leer sus noticias. Era el periodismo de "catacumbas" que iba a conmover al periodismo mundial.

Los nicaraguenses se agrupaban primero por decenas, luego - por centenares y finalmente por miles a informarse por transmisión directa.

La batalla contra la dictadura iba poco a poco enseñando el camino a los periodistas.

Se llegó primero al convencimiento de que nuestra lucha no podía ser aislada y que en la libertad de expresión estaban en vueltas todas las otras libertades a que aspiraba nuestro pueblo.

Llamamos a todos los estratos de nuestra sociedad, los comprometimos en una lucha nacional por la libertad de expresión. Todos nos acompañaron. Una vez más respondían, una vez cuando creíamos todas las salidas tapadas la fertilidad de los métodos de lucha nos proporcionaban una respuesta.

Y vino después la destrucción de emisoras. El atentado terrorista, las abiertas amenazas contra la vida del periodista y de sus familias y una vez más la censura férrea.

Pero esta vez no íbamos a luchar con los censores. Era campo en que nos esperaban.

"Si no se le puede dar la verdad al pueblo, es mejor no darle nada, así lo gritan nuestras ciudades destruidas, nuestros jóvenes asesinados, nuestro pueblo martirizado" Esa fue nuestra divisa y nadie salió al aire, ninguna rotativa funcionó, hasta que la presión siempre creciente obligó al régimen nuevamente a ceder ante la prensa. La respuesta otra vez se había dado.

Llegó finalmente el momento supremo. La dictadura se lanzaba ahora al crimen colectivo. Había abandonado hasta los más mínimos escrúpulos y se refocilaba creyendo que al fin nos sometería.

Cuan equivocados estaban. Los periodistas también habían quemado sus naves. La siguiente etapa era la más clara: Ya la lucha no estaba en las radios y en los periódicos. Era la guerra total y sus cuadros tenían que lanzarse al combate.

Numerosos periodistas estaban ya brazo a brazo peleando con el Frente Sandinista y nuestro pueblo, cada quien en la medida de sus facultades. La decisión no tenía retroceso: O por primera vez un periodismo auténticamente libre o muertos.

Nuestro pueblo ganó la batalla. La tiranía fue hecha pedazos. Nuestra vanguardia demostró al fin su verdad de 20 años. Cayeron periodistas en la lucha, dejaron otros pedazos de suser, de sus humildes patrimonios, de sus afectos más cercanos, pero la misión estaba cumplida y Nicaragua era libre.

Algunos han creído que se ha puesto el punto final. Nada más alejado de la verdad.

La libertad cuesta conseguirla y más aún conservarla.

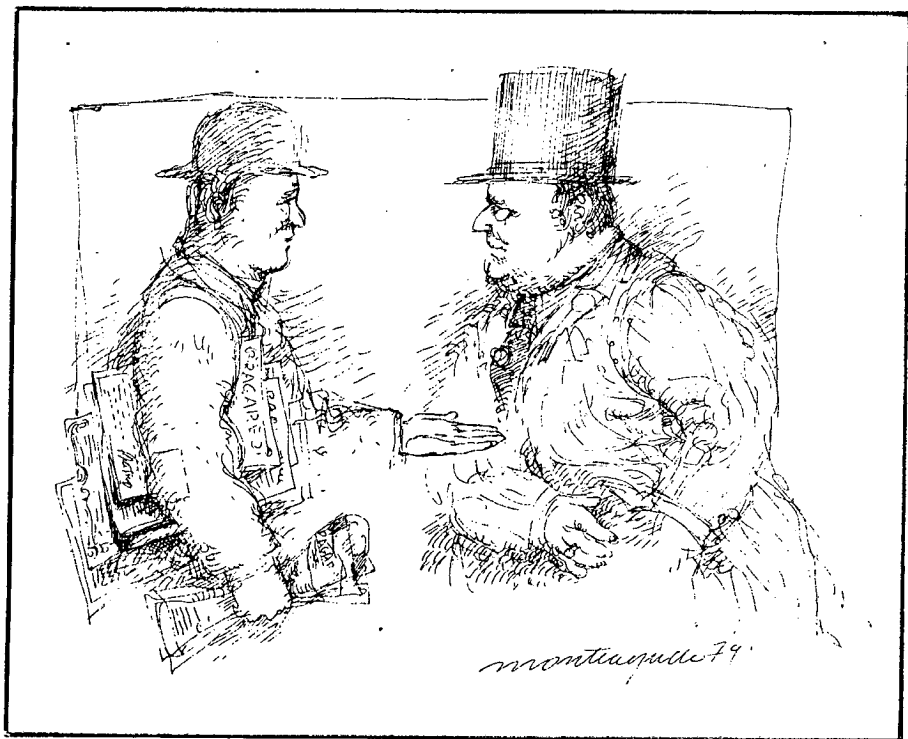
Otras tareas quizás más arduas nos esperan. La consecuencia, final de luchar por la libertad integral de nuestro pueblo, su única y real libertad, nos hace ahora adquirir compromisos más sagrados.

El periodismo que dio su cuota para la liberación de nuestro pueblo ha sellado su destino con el mismo.

Seremos periodistas libres, mientras nuestra Patria sea libre. En Nicaragua no cabe alternativa, ni eufemismos: O un periodismo revolucionario o no habrá periodismo. O redimimos a nuestro pueblo o perecemos en el intento. O dos millones de socialistas o dos millones de muertos.

DANILO AGUIRRE

(Presidente de la Unión de Periodistas de Nicaragua. Managua, 9 de Noviembre de 1979)



INFLUENCIA DE LAS TRANSNACIONALES
EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION
DE MASAS EN LA COMMONWEALTH
DEL CARIBE

Nota de la Redacción

El Dr. John A. Lent, Profesor de Comunicación en Temple University, Philadelphia, USA, nos ha enviado esta colaboración bien documentada sobre la situación de los medios de comunicación en el Caribe (Commonwealth).

El interés geopolítico de la zona tanto para las grandes potencias como para Venezuela revistende un valor actual la problemática del flujo de noticioso de la zona.

Buenas y malas noticias han caracterizado los intentos de indigenizar los medios de comunicación de masas del COMMONWEALTH del Caribe durante la pasada década. La buena noticia es que la propiedad local está reemplazando aquella de los empresarios extranjeros en la mayoría de las operaciones de los medios de masas. La mala noticia es que demasiado frecuentemente, una de las pocas agencias locales capaces de afrontar los Medios de Masas es el gobierno. La buena noticia es que hay esfuerzos crecientes en la producción local e intercambio de noticias y contenidos del medio. La mala noticia es que algunos de estos intentos han sido saboteados por celos mezquinos de las Naciones isleñas, por paquetes de programas más atractivos y de menores costos ofrecidos desde fuera y por problemas técnicos.

Este trabajo primariamente observa la tendencia de la propiedad de los medios de masas del COMMONWEALTH del Caribe, seguida por los recientes cambios en el flujo de noticias y en el contenido de los medios.

Propiedad de los Medios

Indudablemente, empresarios extranjeros han estado deseosos de invertir en los medios de la región, especialmente en radio y en televisión, pero la necesidad de esta inversión extranjera es aceptada ambivalentemente por pequeñas islas, muchas de las cuales son naciones recientemente independizadas y que se sienten compelidas a conservar la televisión (y más tempranamente radio) como parte de la paraphernalia del modernismo. Incapaces de reunir la inversión necesaria y el capital para el equipo, como tampoco producir el contenido suficiente para sus propios programas ni de proveer el entrenamiento y la pericia requeridas, estos gobiernos han recurrido a propiedades extranjeras o a las sociedades en consorcio. Los resultados han sido que los nacionalistas han desacreditado esta forma actual de colonialismo moderno.

Los tres empresarios extranjeros más persistentes involucrados en la propiedad de los medios de COMMONWEALTH del Caribe han sido Roy Thomson, Cecil King y Rediffusion, todos Británicos. Thomson ha estado activo en la propiedad de radio, televisión y prensa en las islas y continúa manteniendo el control sobre el Barbados advocated - News y acciones minoritarias en el Trinidad Guardian y también en el Evening News. Estos tres periódicos, los cuales fueron hasta 1975 de propiedad absoluta de Thomson, representan el 39% de la circulación diaria total de las islas. El posee también parte de la emisora "Capital Broadcasting" en Bermuda. Pero sus intereses han mermado en años recientes. En varias oportunidades, Thomson ha estado involucrado financieramente con la "Voice of S.T. Lucia", "Antigua Star" "Trinidad Meirror" y "Barbados Daily News", y con las unidades Radiodifusoras en Trinidad, Jamaica, Barbados y Bermuda. Su Thomson Television International (TTI) usualmente actuó como socia de un consorcio de inversionistas. Por ejemplo, en Trinidad y Tobago, los integrantes del consorcio al cual se une la T.T.I. fueron "Rediffusion", "Columbia Broadcasting System" y el gobierno de Trinidad y Tobago. El nombre Thomson ha surgido ocasionalmente en discusiones en estos medios de las Bahamas; en diferentes oportunidades él ha tratado de comprar el "Massau

Guardian" y la Estación de Radio Z.N.S. de Nassau.

Rivalizando con Thomson por muchos años en el "COMMONWEALTH" del Caribe estaba Cecil King, también de Fleet Street. A mediados de 1960, cuando Thomson parecía en una posición invulnerable en Trinidad, propietario de los dos periódicos diarios, de la mitad de las Estaciones Radiales y con acciones en el único sistema de televisión, King estableció aquí otro periódico, el Mirror y su edición Dominical. En unos pocos meses, la "International Publishing Corporation" de King, en unión con el "Liverpool Post" y Echo, Ltd", había también triunfado adquiriendo el "Barbados advocated" y sus subsidiarios "Voice of St. Lucia y Antigua Star.

Sin embargo, en 1966, King, dándose cuenta de que su margen de ganancia había sido tasajeado (2) vendió todos sus medios en el Caribe a Thomson, quien, como resultado, entró en posesión de los tres diarios de Trinidad, el único diario de Barbados y los periódicos principales de St. Lucia y Antigua. La subsecuente venta de Thomson de la planta y el equipo del "Mirror" a una firma Canadiense condujo a la muerte del periódico. El también vendió la "Voice of St. Lucia y el "Antigua Star" en 1970.

El tercer gran inversionista extranjero, Rediffusion, controló los derechos de transmisión en la región desde el comienzo. En los principios de la década del 50, las organizaciones Londinenses controlaron las Radiodifusoras en las tres islas más pobladas Jamaica, Barbados y Trinidad, y Tobago. Hoy, las compañías Radiodifusoras de Barbados, Trinidad y Tobago, St. Lucia, Bermuda y Tortola (islas Vírgenes Británicas) son propiedad de Rediffusion. Rediffusion ha entrado también en el consorcio de propietarios de la "Trinidad and Tobago Television" y "Leeward Island Television Services" (Antigua). (3).

En años recientes, la propiedad extranjera de los medios de comunicación de masas del COMMONWEALTH del Caribe ha disminuido. En 1976, Guyana nacionalizó todos sus medios de Comunicación de Masas dejando fuera a Thomson en el proceso; dos tercios de las acciones de Thomson en los periódicos de Trinidad y Tobago fueron vendidas, debido a presiones del gobierno, a un grupo local (McEneaney-Alstons), presumiblemente respaldados por el gobier

no. El editor del Sunday Guardian de Trinidad dijo que el gobierno propició la venta, aunque indirectamente. "Nuestra posición era muy crítica ante el gobierno y la Gerencia sintió que podíamos meternos en problemas, así que ellos vendieron sus intereses", (4), dijo él. El Director-Gerente de "Trinidad Publishing Co" dijo que Thomson conocía el sentimiento regional de que los medios de comunicación de masas deberían ser de propiedad local y que por lo tanto había vendido. El dijo que no hubo interferencia del gobierno ni presión en la transacción y que el gobierno no posee ninguna de las acciones de los periódicos(5). Todos los editores de la "Trinidad Publishing Co." están de acuerdo en que no ha habido cambios en la política editorial bajo el nuevo dueño.

El único periódico que en la región continúa siendo cien por ciento propiedad de Thomson es el "Barbados Advocate". Sin embargo, han habido intentos de cambiar eso también. En 1976, las negociaciones estaban en procedimientos con el personal del New York Times, ayudados por el gobierno de Barbados, para vender el Advocate; ellas, desde entonces, han fracasado.

Rediffusion también ha estado renunciando a sus propiedades en el área. La salida de Rediffusion en Jamaica, "Radio Jamaica Rediffusion", fue comprada a principios de 1977 por el gobierno el cual planeó hacerla una "estación del pueblo". En Antigua, Rediffusion vendió sus acciones de "Leeward Islands Television Service" al gobierno de Antigua en 1975.

Autoridades oficiales guyanesas han expresado el sentimiento de que ellos tienen un derecho a poseer sectores de los Medios de Comunicación de Masas y a ser el árbitro final para determinar la política de dichos medios. El Ministro de Estado, Kit Nascimento expresó esto de la siguiente manera: "Si un país en desarrollo ha de hacer uso completo de las comunicaciones modernas éste no puede dejar asuntos como la propiedad de los medios de comunicación, y, por supuesto, el contenido de dichos medios al azar porque los medios de comunicación social deben convertirse en un eslabón instructivo y vital de información entre el pueblo y el gobierno". El gobierno Guyanés es el único

accionista, a través de los periódicos nacionales de Guyana, de los únicos diarios de la tarde y matutinos, "The Citizen" y el "Guyana Chronicle", y de una o dos estaciones de Radio, "Guyana Broadcasting Service".

Han habido unas cuantas alternativas para obtener la propiedad y control por parte de propietarios extranjeros o gobiernos locales. Algunos de los medios de comunicación social más pequeños, por ejemplo, Dominica Star o St. Lucia Television han transitado una ruta más modesta, conservando los costos de producción dentro de los límites de los recursos y del capital disponibles. Ellos han minimizado las influencias de gobiernos extranjeros y locales en el proceso.

Otra alternativa para la propiedad extranjera ha sido ofrecida por el "Trinidad Express". Por lo menos desde 1974, el Express ha provisto a los periódicos de las pequeñas islas, los cuales luchan por abrirse paso con la ayuda de la habilidad y pericia que ofrece la técnica. La idea nació de la convicción del publicista Kent Gordon de que "la única forma de librarse de la dominación extranjera de la prensa es conseguir que gente del lugar logre desarrollar toda la habilidad y pericia de un técnico (6).

Cuando la Nación de Barbados atravesó dificultades en Febrero de 1974, justo cuatro meses después de su primera edición, el Express prestó ayuda por la cual él fue recompensado con equidad para el periódico. Lo mismo fue hecho por el Voice of St. Lucia, Grenada Torchlight y el Jamaica Daily News, y en cada caso, al Express le fueron dados determinados arreglos de continuidad gerencial con Gordon sirviendo en las cuatro juntas directivas. El Express tiene un 25 por ciento de reparto equitativo en el Nation Torchlight y en el Voice of St. Lucia y una parte más pequeña en el Jamaica Daily News. Gordon dijo que el arreglo no va a ser una ventura financiera, sino más bien un esfuerzo para mantener viva a la prensa criolla. El Express no interfiere en las políticas editoriales de los periódicos (7)

Un aspecto de la comunicación de masas, que en su mayor parte todavía está en manos de propietarios extranjeros son las a-

gencias de publicidad del COMMONWEALTH del Caribe. En Jamaica, las más importantes agencias de publicidad en 1976 eran Dunlop, Corbin, Compton, la cual es propiedad parcial de Compton - New York; Kenyon & Eckhardt International, la cual es una firma mundial; Lindo, Nerman, Craig & Krymmel, parte de NCK/New York; McCann Erickson, propiedad total de Interpublic Group of Companies. Las mayores agencias de publicidad de Trinidad son Bes-ton, Benton and Bowles, la mayoría de sus acciones son propiedad de B & B/New York; Corbin-Compton, parte de Compton / York; K&E/CPV (Caribbean), parte de Kenyon & Eckhardt's grupo mundial; McCann Erickson, propiedad de Interpublic Group of companies; Norman, Craig y Krummel, parte de NCK/New York. La principal agencia de Bermuda es Advertising Associates-Compton, es parte de Compton/New York; y las agencias principales de Barbados son Corvin-Compton, otra vez parte de Compton/New York; y Smith and Oxley Advertising, propiedad no conocida (8). Solamente desde 1972, por ejemplo, es que la mayoría (70%) de las agencias de publicidad de propiedad íntegramente Jamaíquina han comenzado a existir.

Una fuente ha señalado el impacto de las Agencias de Publicidad Multinacionales sobre la economía de Jamaica, declarando:

Las Agencias multinacionales subsidiarias hacen una especialidad de las cuentas de servicio de las Corporaciones Trans-nacionales que operan en Jamaica. Esta es solamente una de muchas maneras con las que la industria de la publicidad, junto con los Medios de Comunicación de Masas perjudican las reservas exteriores del país. De hecho tan fértil es el campo de la economía Jamaíquina para productos hechos en el extranjero y/o productos patentados que una agencia, Lonsdale Hands, fue establecida en la isla con el único y específico propósito de servir la cuenta de la "Carreras Tobacco Company" (9).

Flujo de Noticias y Contenido de los Medios

Muy pocas dudas existen acerca de que ambos, tanto el flujo de noticias del COMMONWEALTH del Caribe como el contenido de los medios dependen fuertemente de servicios y fuentes extranjeras, comunmente Euro-Americanas.

Flujo de Noticias

Hasta Enero de 1976, los medios de comunicación de masas del COMMONWEALTH del Caribe dependían enteramente de Agencias Extranjeras para obtener información desde afuera y también de las islas vecinas; las fuentes más importantes son Reuters (14 suscritores), Associated Press (9 suscritores) United Press International (4 suscritores), y servicios de radiodifusoras extranjeras tales como la BBC, CBS, Voice of America, Canadian Broadcasting Corporation, Visnews y la Central Office of Information en Londres. Desafortunadamente, solamente Reuters ha intentado la regionalización de las Noticias a través de su oficina en el Caribe situada en Barbados. Las operaciones de Reuters incluyen la re-edición del Servicio de edición de Londres a Sur América para la recepción y el consumo en el área del Caribe, editando y retransmitiendo mensajes desde los intermediarios en las trece islas territoriales. AP y UPI, ambos transmitían sus noticias para el Caribe por radio teletipo desde New York, sin que ninguna de las dos estableciesen oficinas regionales. La seriedad de este potencial imperialismo de servicio cablegráfico fue señalado en una encuesta en 1968, la cual encontró que el 40% de todos los noticieros de las estaciones de radio en las islas tenían su origen en estudios extranjeros (10). El problema con estos noticieros extranjeros fue explicado por uno de los Directores de estos programas, el cual dijo que aunque el noticiero de la BBC de Londres fuese radiado directamente al Caribe contendría partes de pequeña o de ninguna significación para las Indias del Oeste.

Un signo alentador fue el desarrollo de la "Agencia de Noticias del Caribe (CANA)" a partir del 7 de Enero de 1976. CANA la cual sirve a 16 sistemas de medios de comunicación, está estructurada de manera que el 56 por ciento de sus acciones sean siempre propiedad de los medios privados y el 44 por ciento a la prensa afiliada al gobierno. El presidente de la Junta Directiva de CANA, Ken Gordon, me dijo que esto fue hecho a propósito para asegurarse de que la mayoría de las acciones fuesen siempre propiedad de los medios privados (11). Antes de que siquiera fuese lanzada, CANA fue boicoteada por unos periódicos,

los cuales temieron que esta sería un arma política de varios gobiernos. El Bahamas Tribune, reusó unirse por esta razón, (12) y la Gleaner Co. anunció que no participaría en "Servicio de Noticias en el cual los gobiernos estarían involucrados en su funcionamiento , ya que terminaría siendo de su propiedad" (13). Se espera que la Gleaner Co. se una pronto. El gobierno Guyanés de mandó un asiento en la junta de la CANA como una condición para permitirle a sus medios de comunicación unírsele, y al mismo tiempo hizo campaña a altos niveles ministeriales de Guyana y Jamaica para poner a un Guyanés como presidente de la Junta de CANA (14). Ninguno de los dos intentos tuvo éxito.

Después de su primer año, CANA mostró una modesta ganancia, y aun con muy poca experiencia, si es que tiene alguna, y con las interferencias políticas, dobló su número de palabras diarias y ha planeado conexiones con "Prensa Latina" de Cuba y otras agencias. Sin embargo, sus propósitos originales de servicios especializados no han sido implementados (15).

Algunos editores que están usando CANA se quejan acerca de su limitada cobertura (no en la profundidad ni en lo analítico del material), su pobre servicio regional, lentitud de transmisión, fondos inadecuados y en las islas más pequeñas, correspondientes inexpertos (16).

Televisión. Contenido del Medio.

Si no hechos en los Estados Unidos o Gran Bretaña, los programas de radio y televisión en la región al menos han sido copiados según prototipos de esas naciones; así, sentado en una casa de huéspedes en Barbados, yo pude ver un programa de preguntas y respuestas en la televisión el cual no solamente copiaba un formato americano sino que, incluso, formulaba preguntas acerca de los Estados Unidos en lugar de hacerlas sobre Barbados. El premio para el ganador de los acertijos, un viaje para los Estados Unidos. Todas las estaciones de televisión cuentan con fuentes extranjeras para un 60 u 80 por ciento de sus contenidos. En un Survey de 1971, yo encontré que aproximadamente el 39 de las corporaciones radiodifusoras de Jamaica 58.5 horas semanales de

transmisión eran originadas en el extranjero, mientras que 34 de las televisoras de Leeward Islands, 42 y 45 de las Corporaciones Radiodifusoras del Caribe, 56 estaban en la misma categoría. Un análisis de los programas de televisión en Trinidad y Tobago, Barbados, Jamaica y St. Kitts-Nevis, hecho en Octubre de 1975, mostró similarmente que la programación importada alcanzó un 70 por ciento de la programación total en Trinidad, 72 por ciento en Jamaica, 87 por ciento en Barbados y 90 por ciento en St. Kitts-Nevis. Durante el primer tiempo, Trinidad emplea 53% de programación importada. Jamaica 62%, Barbados 84% y St. Kitts - Nevis 90%. Si uno excluye el tiempo gastado en un principio en noticias y en los programas de Servicio de Información de Gobierno, los porcentajes de la producción hecha localmente hubiesen sido: Trinidad, el 19 por ciento; Jamaica, 18 por ciento; Barbados, 3 por ciento; y St. Kitts-Nevis, ninguno. El público televidente, obviamente se ha ido haciendo aficionado a estos programas; un survey de 100 personas nativas St. Lucia, en 1974, encontró que sus programas favoritos eran "Peyton Place", "Petty Mason", "Iron side", "Marcus Welby", y "Electric Company".

Muy pocos dramas locales de TV han sido producidos en las islas principalmente motivado por el costo y la falta de experiencia. La producción de dramas regionales, tales como las ("Soap Operas") telenovelas, se encuentra con el obstáculo de las interpretaciones de culturas cruzadas.

La falta de standarización de sistemas técnicos ha obstaculizado también la producción de intercambio de programación regional. La TV de Trinidad tiene 525 líneas, Jamaica una canalización Americana modificada de 625 líneas, y Barbados 625 líneas Británicas.

La programación viva puede darse en la región vía satélite, pero a precios prohibitivamente costosos, por ejemplo el costo a Barbados por 1 hora de programación vía satélite desde Trinidad es de EC \$ 10.000.

Por supuesto, existen razones para el abundante uso de programas foráneos de televisión siendo lo más importante el que

ellos sean más baratos que los programas locales. Los programas extranjeros se emplean también por otras razones, sobre todo por el insuficiente apoyo publicitario para la programación doméstica y los fuertes lazos que culturalmente tienen con Gran Bretaña y los Estados Unidos. La proximidad de la mayoría de las Islas del COMMONWEALTH del Caribe con los Estados Unidos, facilitando así el viajar entre las dos áreas, y el gran número de individuos de las Indias orientales que residen en los Estados Unidos son otras de las razones por las que el pasaje de Radiotransmisión es copiado según aquel de los Estados Unidos.

De nuevo, hay alguna razón para esperar que ocurrieran cambios. Han habido unos cuantos esfuerzos exitosos de coproducción; siendo el de mayor éxito la producción de un documental a color sobre la comunidad del Caribe en la cual Jamaica, Barbados y Trinidad y Tobago compartieron costos y material humano. También, en su reunión en 1975, el Sindicato de Radiodifusión del Caribe acordó una amplia gama de transmisiones de programas regionales incluyendo la creación de un programa "Humor en el Caribe", 13 perfiles documentales de las Islas y una serie de 6 partes sobre el trabajo del Secretariado de la Comunidad del Caribe. El Sindicato de Radiotransmisión del Caribe también ha resuelto standarizar el equipo de televisión en la región para posibilitar un mayor intercambio de programas. Ya, Jamaica tiene un convertidor Standar y puede transferir programas tanto para Barbados como para Trinidad y Tobago.

Los mayores sistemas de televisión están en el proceso de producir más programas locales. La "Caribbean Broadcasting Corporation" (Barbados), planea emplear una media hora para un drama local cada Domingo y un programa local de danzas semanalmente. La televisora "Jamaica Broadcasting Corporation" de acuerdo al Gerente General de la estación, usa ahora un 66% de contenido foráneo. La estación ha alcanzado su punto de saturación en producción local hasta tanto se pueda disponer de un personal adicional, equipo y dinero. La mayoría de los programas locales de la J.B.C. usan entrevistas, pánels o programas de concurso.

Una queja común entre el personal de la televisión es que

dados sus recursos limitados no pueden esperar competir con los programas extranjeros. Sin embargo, el público a través del condicionamiento espera, tales altos standards.

El Gerente General de "Caribbean Broadcasting Corporation", (Barbados) parece tipificar el pensamiento de numerosas radiodifusores del Tercer Mundo, pensando como él lo hace, que la televisión en un país en desarrollo no necesita ser tanto en Norte América". El dijo que la televisión en un país en desarrollo debe ser más educacional que de entretenimiento: "Nosotros, deberíamos mostrar el proceso de producir un drama en vez de mostrar el producto terminado. Yo espero mostrar ensayos, en vez de la obra en su forma final. Hay una gran cantidad de talento artístico en Barbados y mi responsabilidad es asegurarme de que ese trabajo se muestre. Yo no estoy tan interesado acerca de cuán bien está escrito pero sí en cuanto a cuán estusiasta es el Artista" (20)

Radio. Contenido del Medio.

El radio, como la televisión, usa una gran proporción de programación extranjera. Radio Trinidad, por ejemplo, hasta hace poco ha obtenido más de 60% de sus materiales del extranjero, - mientras estaciones más pequeñas, tales como el Servicio de Radiodifusión Antigua (Antigua Broadcasting Service) y la Radio Anguilla, los porcentajes han sido el 75% y 95%, respectivamente. La autoridad Radiodifusora de Jamaica, una dependencia del gobierno la cual evalúa la capacidad de Radiodifusión, en sus informaciones anuales desacredita el uso de programas americanos, británicos y australianos. En uno de los mencionados informes, dicha autoridad caracterizó la mayoría de los televidentes y radioescuchas de Jamaica como "no blancos observadores de caras blancas y de costumbres blancas y de actividades blancas"; en otra oportunidad, dichos informes castigaron a los locutores de Jamaica por imitar las voces de sus colegas americanos y canadienses (21). En años recientes han habido progresos en ambas áreas.

Frecuentemente es difícil determinar lo que quieren decir

los gerentes de estas estaciones de las Indias Orientales cuando ellos discuten los contenidos locales. Cuando el personal de la ZD.K de Antigua se jacta de que el 99,99% de la programación es local, lo que ellos quieren decir es que cuando los disc-jockeys de Antigua hacen girar los discos y leen las noticias, entonces la estación es predominantemente local. Ellos dejan de tomar en cuenta los orígenes de la música y de las noticias. Sin embargo, otro Director de Radiodifusión es más realista, pues señala que en el 67% de los programas de su estación, "el disc-jockey es la única cosa que es local".

Cuthbert trató sobre este fenómeno en Jamaica:

- Con excepción de algunos programas religiosos, seriados, deportes y noticias, la mayoría de los programas son localmente producidos pero el disc-jockey y otros programas musicales en una enorme proporción están realizados en base a música extranjera. Sin duda alguna, el hecho de que la juventud de Jamaica prefiera el "American Soul" y la "Funky Music" al Calipso de Trinidad está relacionado con las prioridades de la radio en cuanto a música.

(22)

Recientemente, la Corporación de Radiodifusión del Caribe, ordenó que de toda la música que saliese al aire el 75% fuese de Barbados o del Caribe.

Desde finales de la década del 60, se han hecho esfuerzos por determinar la mayor parte del contenido de las emisoras radiales del COMMONWEALTH del Caribe, especialmente en Trinidad y Tobago, Jamaica, Barbados, Bahamas, y St. Lucia. Desde su toma por el gobierno en 1969 la TTNBS de Trinidad y Tobago ha aumentado su salida con aire local hasta un 40%. Radio Barbados (CBC) ha tomado un paso similar; en un día de 18.5 horas de transmisión en 1970, yo solamente encontré 3 horas y 45 minutos dedicados a asuntos extranjeros, la mayoría de los cuales procedían de la BBC. La cantidad es aún menor hoy. En algunas estaciones de "Windward Island", el patoi está siendo usado como un medio de perifonear, ciertamente un ejemplo de contenido nativo. Adicionalmente estaciones radiales tales como "Antigua Broadcasting" R Z I Z en St.

Kitts-Nevis y Radio Monserrat, están comprometidas en intercambiar programas en radiodifusiones simultáneas en cada territorio.

).

¿Qué ha cambiado?

La propiedad de los medios locales y el contenido nativo de ellos, constituyen ciertamente una parte mayor del cuadro de comunicaciones de masas de COMMONWEALTH del Caribe que lo constituían hace una década. Sin embargo, uno queda perseguido por la obsesionante pregunta ¿ha cambiado mucho? ¿Cambia mucho si los empresarios extranjeros son reemplazados por propietarios gubernamentales, algunos, tal como en Guyana, más represivos que los propietarios de fuera? ¿Cambia mucho si un medio conglomerado tal como Roy Thomson es reemplazado por un grupo local como propietario del medio y luego mantienen la misma política editorial, como fue el caso en Trinidad y Tobago? ¿Cambia mucho si las élites locales están tan impresionadas con la tecnología de los grandes medios de comunicación de masas como lo estaban las élites extranjeras? ¿Cambia mucho si el irrelevante contenido de las producciones de los medios extranjeros es reemplazado por grises y aburridos programas propagandísticos de información gubernamental?

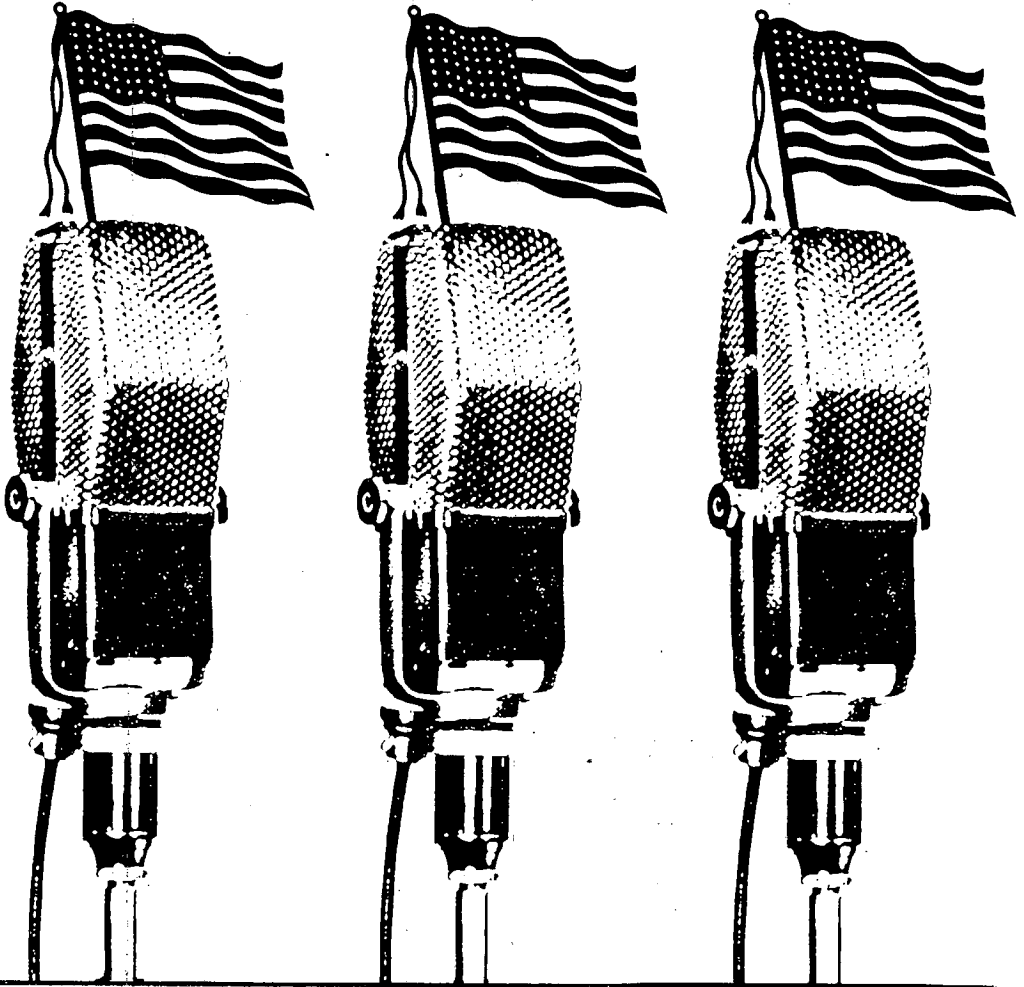
Probablemente los cambios más significantes en el cuadro de las comunicaciones de masas en el COMMONWEALTH del Caribe han sido los del intercambio de producciones entre las estaciones radiodifusoras de las Islas; las modestas y pequeñas operaciones de comunicación, y el riesgo cooperativo del "Express" que está manteniendo vivo el pequeño medio autóctono en la región

(Tradujo: FRANCISCO J. TREMONTI)

NOTAS

- 1 Etienne Dupuch, Tribune Story, London: Ernest Benn Ltd., 1967, p. 116.
- 2 L. Hunt, "Mass Media in West Indies", Democratic Journalist, 4/1967, p. 53.
- 3 Central Rediffusion Services Ltd., "Commercial Broadcasting in the British West Indies", London: Butterfield's Scientific Publications, 1956, pp. 14-15.
- 4 Personal interview, Johnson Ince, editor, Sunday Guardian, Port of Spain, Trinidad & Tobago, January 13, 1977.
- 5 Personal interview, M.A. Conyers, General Manager, Trinidad Publishing Co., Port of Spain, Trinidad & Tobago, January 14 1977
- 6 Personal interview, Ken Gordon, publisher, Express, Port of Spain, Trinidad & Tobago, January 12, 1977.
- 7 Ibid.
- 8 Advertising Age, March 29, 1976.
- 9 Aggrey Brown, "The Mass Media of Communications and Social Change in the Caribbean". Caribbean Quarterly, December 1976, p. 48.
- 10 Guy Roppa and Neville E. Clarke, "The Commonwealth Caribbean: Regional Cooperation in News and Broadcast Exchanges" Paris: UNESCO, 1969, p. 12
- 11 Gordon, interview, op. cit.
- 12 Correspondence, Etienne Dupuch to Ken Gordon, January 29, 1975.
- 13 Correspondence, Tom Sherman to Ken Gordon, December 12, 1974
- 14 Speech, Ken Gordon before 4th Antillean Press Congress, Bonaire, October 1975.
- 15 See also: Marlene Cuthbert, "Some Observations on the Role of Mass Media in the Recent Socio-Political Development of Jamaica", Caribbean Quarterly, December 1976, p. 52
- 16 Personal interviews, Ince, op. cit.; Compton Delph, editor, Evening News, Port of Spain, Trinidad & Tobago, January 13, 1977; Lenn Chongsing, editor Guardian, Port of Spain, Trinidad & Tobago, January 13, 1977; David Renwick, Express, Port of Spain, Trinidad & Tobago, January 14, 1977; Harry Mayers, head, CANA, Christchurch, Barbados, January 12 1976; Gordon, op. cit.
- 17 Everold Hosein, "Communication Issues in the Commonwealth Caribbean", paper presented at Caribbean Studies Association, Castries, St. Lucia, January 8, 1976.

- 18 Farouk A. Muhamad, "Communications Exchange", in International Broadcast Institute, "Communications and Information for Development Purposes in the Caribbean Area", London: IBI, 1975, p. 6.
- 19 Personal interview, Dwight Whyllie, general manager, Jamaica Broadcasting Corporation, Kingston, Jamaica, January 14, 1976
- 20 Personal interview, Austin Clarke, General Manager, Caribbean Broadcasting Corporation, Bridgetown, Barbados, January 12, 1976.
- 21 Daily Gleaner, September 23, 1964, p. 18; November 6, 1962, p. 8; January 25, 1966, p. 5
- 22 Cuthbert, op. cit., p. 53



LA PRENSA EN CUBA

"Con este análisis de la prensa en Cuba, quisimos llevar no sólo la actualidad presentada como una "fotografía" estática, sino el proceso que se ha venido gestando desde la caída de Fulgencio Batista hasta la celebración del Primer Congreso del Partido Comunista que marca una nueva etapa en el desarrollo de todos los aspectos de la sociedad cubana, ya que marcan las metas futuras, y en lo referente a la prensa, la tesis presentada por Armando Mat y aprobada por el Congreso, será el camino a seguir en lo referente a las informaciones de la Cuba del próximo quinquenio."

Cuba es el primer país de habla hispana en el cual se efectúa un proceso revolucionario, inspirado en las ideas del marxismo leninismo. También, es el primer país del continente americano que establece un sistema de este tipo.

La evolución del proceso socialista cubano es de especial significación en todos los aspectos, y, en especial, dentro de los medios masivos de comunicación. Las experiencias que se vayan extrayendo de este proceso, indudablemente influirán en futuros procesos revolucionarios que se den en la América Latina.

Con el triunfo de la Revolución, el 1° de Enero de 1959, se iniciaron de inmediato, profundas transformaciones económicas, sociales y políticas que exigía la precaria situación en que se encontraba, para ese momento, la nación antillana. Esto, debido, fundamentalmente, a la creciente dominación norteamericana en ese país, a la gran corrupción que durante 57 años de república con gobiernos malversadores de fondo, habían llevado a ese país a un estado extremo de sub-desarrollo y pobreza.

En relación con la prensa, al triunfo de la revolución no se decretó ninguna medida en contra de la libertad de los medios de comunicación, a pesar del grado de compromiso que tenían las empresas editoras de periódicos con la burguesía nacional y nexos con el gran capital norteamericano. El nuevo gobierno de Fidel Castro restableció la libertad de prensa que, durante la dictadura de Batista fue casi nula, ya que en esa época existía constantemente, una férrea censura.

La medida principal que tomó el nuevo gobierno fue eliminar los subsidios a los periódicos, es decir, eliminar toda la propaganda gubernamental que los periódicos recibían de los anteriores gobernantes.

Sin embargo, los diarios aún lograron sostenerse y atacaron duramente al nuevo estado, y aquí fue donde protestaron los trabajadores de los talleres y los círculos de periodistas cubanos, pero el gobierno revolucionario ordenó que se siguiera trabajando en los medios de comunicación manejados por los magnates cubanos de la información.

Entonces los trabajadores inventaron la llamada "coletilla" que consistía en colocar, al final de cada artículo o editorial que los trabajadores consideraban como falso, la siguiente nota: "los vendedores de periódicos y los obreros de imprenta declaran que el precedente artículo no está de acuerdo con la verdad ni con la más elemental ética de periodismo".

Mientras tanto, comenzaron a editarse las publicaciones de izquierda, cerradas por Batista, tales como el periódico Hoy; y el Movimiento 26 de Julio, el cual liderizaba Fidel Castro comenzó a editar el periódico Revolución, estableciéndose una fuerte lucha ideológica entre los que apoyaban el proceso revolucionario y los que estaban en contra de él. Por su parte, los periódicos burgueses tenían un factor en contra, y es que sin la propaganda del gobierno y con la poca publicidad privada que quedaba, estos periódicos comenzaron a quebrar y a pasar a manos de los trabajadores. Los primeros en cerrar fueron El País, El Diario Nacional y Excelsior; luego, El Mundo, Avance y el Dia-

rio de la Marina, cuyos dueños prefirieron irse a los Estados Unidos.

Al eliminarse los medios de comunicación privada y con la aparición de los órganos que respondían a los intereses del poder político de la clase obrera, a la función rectora del partido y al papel participativo de las masas en el desarrollo de la revolución, quedaron sentadas las bases de los medios de difusión masiva de la Cuba revolucionaria.

Con la revolución, la prensa, la radio, la televisión y el cine, pasaron a integrarse al complejo de instituciones que tiene como tarea fundamental la educación político-ideológica, moral y estética de la población. Asumieron la misión de complementar el proceso de comunicación directa con las masas que se realiza a través de las estructuras del partido, del estado, de la Unión de Jóvenes Comunistas y de las organizaciones de masa y sociales.

Los medios de comunicación masiva en Cuba, responden a su esencia clasista, cuyo carácter está determinado por el régimen de propiedad sobre estos medios que, en ningún caso, actúan al margen por encima de las clases sino que constituyen instrumentos de la lucha ideológica y política.

Desde el punto de vista marxista-leninista, es una necesidad insoslayable que la dirección de estos importantes instrumentos esté en manos de la clase obrera en el poder. Sólo así, como órganos del partido, el Estado, de las organizaciones de masas y sociales, pueden, de manera efectiva, cumplir con sus funciones de educar, informar, orientar, organizar y movilizar al pueblo apelando a la razón y a la conciencia.

Sobre la Libertad de Prensa

En Cuba, al igual que los otros países socialistas, se combate el concepto de la "libertad de prensa" esgrimido por las empresas periodísticas del mundo occidental.

Al respecto, creemos conveniente saber la opinión de periodistas cubanos en un documento titulado: "La comunicación pública en Cuba", en el cual dice lo siguiente: "Los ideólogos capitalistas usan de continuo el concepto de la libertad de prensa, ocultando, en forma hipócrita, la esencia clasista de la prensa. Esto se aprecia en las constituciones burguesas que responden a la necesidad de asegurar el dominio de la minoría sobre las mayorías y, por tanto, tienen que restringir las libertades de estas mayorías... En la Constitución cubana de 1940, de la república dominada por el imperialismo y la burguesía nacional, se establecía en su Artículo 33 que la libertad de expresión se podría ejercer siempre que no atentara "contra el orden social o la paz pública". Se llamaba orden social a discriminar por raza y por sexo; a desalojar a los campesinos de sus tierras; a mantener la prostitución, el juego, el tráfico de drogas; el hambre y miseria para las grandes mayorías." (La Comunicación Pública en Cuba, página 2, párrafo 6).

Por su parte, el periodista Pedro Gómez, encargado de prensa y cultura de la Embajada de Cuba en Venezuela y ex-sub-director del vespertino Juventud Rebelde, nos dice lo siguiente: "Nosotros pensamos que la prensa en una revolución debe estar en manos de ella misma, ya que no se tiene otra alternativa. Nosotros no creemos en la llamada libertad de prensa. Aseguramos que en nuestro país no existe libertad de prensa en el sentido que le quieren dar precisamente los voceros de instituciones que están totalmente desprestigiadas en el mundo, porque, realmente, la libertad de prensa en los países capitalistas se entiende como la libertad de empresa.

Nuestra prensa refleja, sin discusión de ninguna índole, los intereses de la mayoría que apoya su revolución, y no dejamos reflejar la opinión de pequeños sectores con intereses muy bien definidos, que quieren agredir desde periódicos dentro del país a la revolución. En cambio, sí existe una participación masiva de la población, a través de las organizaciones de masas que van desde el nivel del barrio hasta el nivel nacional. Un ejemplo serían los comités de defensa de la revolución que cuentan ac

tualmente con más de 5 millones de miembros. Esa es una institución de vigilancia, de crítica a lo mal hecho, de aseguramiento de las tareas, donde el pueblo, en sentido general, tiene un canal para emitir sus problemas. El problema es que la prensa se convierte en un canal de expresión cuando el pueblo no tiene otro canal a donde ir, no confía en los canales que se le ofrecen. Estos comités de defensa tienen posibilidades de enviar cartas con diversas críticas a un diario, ya que en todos los diarios cubanos existen secciones de correspondencia, donde se recogen los problemas de abastecimiento de productos, aseo, malas direcciones, etc. En las secciones de correspondencia, los lectores pueden mandar a decir lo que les da la gana, diciendo, desde luego, quién es. Allí sí que no caben los anónimos."

En el artículo 61 de la Constitución cubana, aprobada por el 97.7% de la votación popular, se expresa lo siguiente: "ninguna de las libertades reconocidas a los ciudadanos puede ser ejercida contra lo establecido por la Constitución y las Leyes, ni contra la existencia y fines del Estado socialista, ni contra la decisión del pueblo cubano de construir el socialismo y el comunismo."

La Constitución socialista cubana garantiza las libertades de las grandes mayorías del país y prueba de ello es la propia Constitución, que fue discutida y analizada por toda la población, que aportó criterios y sugerencias recogidas en la Ley fundamental. Sin embargo, como expresara en su promulgación, el Segundo Secretario del Comité Central del Partido Comunista de Cuba, Comandante de División Raúl Castro Ruz: "En nuestro país no hay libertad —y no lo ocultamos— para hacer propaganda en favor de las condiciones económico-sociales que generan desempleo, hambre, miseria, analfabetismo, enfermos sin atención médica y hospitalaria, niños y ancianos desamparados, mendicidad, vicios, prostitución. No hay libertad ni puede haberla para hacer propaganda en favor de la explotación, la discriminación y la humillación del hombre."

PERIODICOS Y PUBLICACIONES

TIPO DE PUBLICACION	NOMBRE	TIRAJE	EDICION	OBSERVACIONES
Periódico nacional	GRAMMA JUVENTUD REBELDE	588.908 195.000	3 diarias 4/semana 1 dominical	Organo del Partido Comunista Vespertino. Organo de la Unión de Jóvenes Comunistas
Periódicos Provinciales	EL GUERRILLERO SIERRA MAESTRA	15.000 40.000	1 diaria 1 diaria	Pinar del Río, prov. más pequeña Oriente * En cada una de las seis provincias actuales se edita un periódico diario. La cantidad del tiraje depende de la densidad de la población en la provincia y los recursos del país. Se editan también algunos periódicos diarios en algunas regiones como Holguín y Guantánamo ya que estas dos regiones de la actual prov. de Oriente serán nuevas provincias al aplicarse la nueva división político-administrativa
Revistas	BOHEMLIA VERDE OLIVO ROMANCES MUJERES LUCHAR PARA VENCER EL DEPORTE, DERECHO DEL PUEBLO JAQUE MATE CASA REVOLUCION Y CULTURA GACETA	257.000 100.000 70.000 273.000 30.500 15.000 15.000 10.000	mensual - mensual mensual mensual mensual * * *	De información general De las Fzas. Armadas Revolucion. Dedicada a la mujer Dedicada a la mujer Deportiva de información variada. Especializada en ajedrez Cultural de la Casa de las Américas Cultural Cultural. *Estas tres revistas pueden ser mensuales, bimensuales, trimestrales.
Publicación de masas	CON LA GUARDIA EN ALTO ANAP -	60.000 90.000 90.000	mensual mensual semanal	De los Comités de Defensa de la Revolución. Dedicada a su tarea específica. De la Asociación Nacional de Agricultores Periódico de la Central de Trabajadores
Revista especializada	MAR Y PESCA JUVENTUD TECNICA	50.000 60.000	mensual mensual	Para el sector de la economía correspondiente Para el sector de la economía correspondiente
Semanario Humorístico	FALANTE	50.000	semanal	Nacional
Infantil	PIONERO	158.000	semanal	Nacional

Diversidad de Publicaciones

Con la llegada de la revolución, se multiplicó el número de ejemplares de periódicos nacionales y provinciales. Se han utilizado todo tipo de esfuerzos, que se incrementan de continuo con el empleo, incluso, de aviones, para garantizar que se reciba la prensa hasta los más apartados rincones del país.

En Cuba se trata de cubrir toda la información que interese a todos los sectores. Son publicaciones manejadas por periodistas, ya que cada una tiene su equipo dedicado a la especialidad. El periodista, dentro de un determinado gremio, es el mejor especialista que se puede tener para explicar la información a la población. En Cuba, el periodista se especializa en una sola materia para que pueda profundizar y tener conocimientos suficientes para hacer análisis y opiniones correctas sobre el tema que escoja. Se trata de eliminar al tipo de periodista que cubre de todo, pero que no sabe nada más que la superficialidad de las noticias.

Agencias Noticiosas

Con el triunfo de la Revolución, surge la Agencia Noticiosa Prensa Latina, que permite a los medios de difusión cubanos recibir la actualidad mundial y a la vez divulgar la realidad cubana al exterior, ya que las agencias norteamericanas habían desarrollado, y se puede decir que aún desarrollan, una campaña de descrédito hacia la nación antillana.

PRENSA LATINA cuenta con corresponsales en las más importantes capitales y en aquellas zonas del mundo donde se lucha en contra del colonialismo, el neocolonialismo y el imperialismo, dando una nueva óptica a la información que tradicionalmente había sido monopolio de las agencias norteamericanas y europeas. PRENSA LATINA trabaja fundamentalmente en los países del Tercer Mundo situados en Asia, Africa, América Latina y el Caribe, además de la información del mundo socialista.

También existe una agencia de información nacional, que

se llama así precisamente, Agencia de Información Nacional (AIN) que tiene corresponsales sobre todos los lugares, a lo largo y a lo ancho de la isla.

Marta Pratu de Fischer
Bernardo Fischer



MEDIOS DE COMUNICACION Y POLITICA EN EL URUGUAY

Introducción

El desentrenar los mecanismos ideológicos con que opera el sistema de dominación en nuestras sociedades facilita el desmascarar el proyecto político de las clases dominantes. En el Uruguy contemporáneo esto es absolutamente prioritario en la medida en que la represión del movimiento popular se acompañó siempre de intentos explícitos de legitimar la nueva marcha de la historia, antidemocrática y antipopular.

Ya desde fines de la década del 60 se advierten iniciativas concretas en los medios de comunicación masivos, que buscan que el peso de la ideología sea mayor que el peso de la realidad. Son campañas ideológicas que no se sabe bien a quien o a quienes apoyan directamente, aunque siempre exacerban el sentido nacionalista en pro de una legitimización del statu quo.

Estas campañas cumplen una función "reforzadora" del mensaje cotidiano dominante, necesario en una sociedad que como la uruguaya, los "aparatos ideológicos del Estado" no estaban homogenizados por la clase dominante, en su totalidad.

En efecto, vastos sectores sociales estaban imbuídos de una clara conciencia de la crisis, al calor de un estado liberal, (redistribuidor, en base al excedente de su sector agroexportador) con amplio espacio democrático, que durante mucho tiempo permitió un sistema educativo, informativo y cultural que alentó la formación de una actitud contestataria.

Cuando ocurre el derrumbe de este Estado liberal, esta actitud es inaceptable para los sectores dominantes. Son atacados

entonces sistemáticamente:

- Universidad de la República (de clara relación democrática en todos sus estamentos);
- Grupos y Partidos de izquierda;
- CNT y F. Amplio, instancias de centralización sindical y unidad política de la izquierda.

Se busca atemorizar y confundir a sectores sociales vacilantes e incapaces de poder convencerse del agotamiento de los Partidos Tradicionales y del sistema global que los cobija, imposibilitado de dar respuestas de salida reales a la crisis.

Las campañas que aquí se analizan son la antesala, por otra parte, de futuros y renovados mecanismos ideológicos que se impondrán al implantar progresivamente un régimen autoritario de excepción.

Estos mecanismos se suman a la censura y nos dan a entender que aquel panorama liberal y pluralista ha desaparecido por completo.

La alternativa de hoy es la ruptura del individuo y las masas con los medios de comunicación que lo mantienen sujeto al sistema, provocando una lectura "nueva" de los mismos y una revisión "develadora" de los esquemas utilizados por ellos.

Nota:

Este artículo es derivado del trabajo de un equipo de periodistas coordinado por el Prof. Roque Faraone.

1. Las Campañas Ideológicas de las Clases Dominantes

En los últimos años, el Uruguay ha soportado una escalada ideológica —conjuntamente con la represión y la censura—, que busca lograr una legitimación de los valores, cada día más corrompidos y contradictorios del sistema.

¿Qué características presenta este hecho con respecto a los medios y a las técnicas de comunicación de masas?

- Contestaremos esto analizando las características de tres grandes campañas ideológicas de la derecha en los comienzos de la década del '70.

Tenemos primero la campaña "Adelante Uruguay" de los años '70. Incluso una campaña en el año anterior sobre "Reivindicación de los Símbolos Nacionales" y el año 1971, la "Campaña del Terror" contra el Frente Amplio. Analizaremos estos hechos para encontrar así el elemento común que los une y que es el de exacerbar el sentido nacionalista en pro de una legitimación de los valores del status quo. En el 69 la campaña con los símbolos nacionales orquestada desde la televisión tendía a revitalizar un concepto de nacionalidad supuestamente agredido por la Universidad y por el movimiento estudiantil al poner banderas cubanas y de Vietnam en el edificio Central. La contraofensiva llevada adelante por la televisión, la gran prensa, trasladada al Parlamento incluso, en términos de defensa y de desagravio a los símbolos nacionales y la Campaña de la Bandera llevada a cabo por la Televisión, tenían otra finalidad que la que meramente trascendía de una respuesta a la solidaridad internacional que habían puesto de manifiesto los estudiantes en torno a símbolos patrióticos. Incluso ya se estaba orquestando a nivel continental. Esa frase "Brasil, eu te amo", "Yo amo a mi Argentina", "Amelo y defiéndalo", debajo de las insignias de las banderas pegadas en los automóviles de prácticamente toda la América del Sur, tiene un signo inequívoco de conformismo social. Es decir, mantener a las sociedades latinoamericanas en una estabilidad en que no se produzcan innovaciones o cambios. El símbolo nacional es un símbolo de unidad, pero reiterado en su transmi-

sión, multiplicado el efecto psicológico de su mensaje, cumple otra función que es reaccionaria y conservadora. Rescata, en cada "receptor" un mensaje que no está implícito de la leyenda. Recordemos la bandera uruguaya y debajo "Símbolo de libertad y democracia". Evidentemente, bajo un régimen dictatorial como el de Pacheco Areco (1968-1971), esa bandera ya no era un símbolo de libertad y democracia, pero transmitido con la asociación de los elementos emocionales que la bandera produce en todos los uruguayos (o en todos los argentinos, si se tratara de lo sucedido en Argentina), transmitida con esa leyenda reiteradamente, tiende a provocar una adhesión conformista a los valores del orden político vigente. Puede verse claro entonces el mensaje manifiesto que es el símbolo de la bandera y una leyenda supuestamente inocente o anodina, como p. ej. "Esta es mi bandera" (sí, es obvio que es su bandera y la de todos los uruguayos), pero el mensaje latente que trae implícito es una aceptación a los valores del statu quo, a legitimar el sistema, a conformarse con el orden que ya existe de modo tal que el espectador no tome conciencia de cuáles son los mensajes que está recibiendo. Son las mismas técnicas de los mensajes publicitarios llevadas al campo político. Recordemos incluso que para reforzar la campaña de la bandera, la UTE (Usinas y Teléfonos del Estado) publicó un gran aviso de una página en la que figuraba un cuadro representando la Jura de la Constitución, en el que figuraban todas las banderas uruguayas, sabiendo todos muy bien que además de la de Uruguay, ese día estaban las banderas de Brasil, Inglaterra y Argentina. En ese cuadro publicado por la UTE se había cambiado la realidad histórica para reforzar el sentido de mensaje político de cohesión y adhesión a una tradición con un sentido conservador.

Con este ejemplo, queda demostrado a partir de 1969, que existen fuerzas sociales y económicas que en su lucha por mantenerse en sitios de privilegio se asocian y se unen para la lucha ideológica en pro de mantener los valores del statu quo y exacerbar sentimientos subjetivos, como el de la nacionalidad y orientación para oponerlos a una real toma de conciencia de la situación crítica del país.

La campaña "Adelante Uruguay" que fuera denunciada por la

prensa progresista como instituída por un grupo de industriales y comerciantes acaudalados, tendía al desprestigio, no sólo del movimiento subversivo sino de todos los movimientos ideológicos izquierdistas. Todo en un sentido anónimo. No se sabía bien a quiénes o a qué apoyaba. El "Adelante Uruguay" era simplemente el Uruguay de Pacheco, ya que no había otro que se pudiera beneficiar de esa campaña anónima, sin firma en los avisos, que no tenía objetivos concretos, sino simplemente objetivos negativos. Así, p. ej. el rechazo del periodista que escribía "contra la patria", el rechazo al maestro o profesor que "hacían proselitismo" cuando enseñaban la realidad del país, etc. Esta campaña "Adelante Uruguay" que tenía siempre como trasfondo la imágen de Artigas, supuestamente vigilante de ese mismo sentido colectivo que por otro lado representaba la bandera, venía operando con las mismas técnicas de percusión que la anterior y las futuras. Todo esto venía cosechando dividendos para todos los grupos que defendieran el orden vigente, ya fuera con fines políticos, económicos o ambos a la vez. Financiado asimismo por grandes capitalistas y seguramente con grandes rebajas en los medios de comunicación, como que los dueños de éstos defienden en la mayoría de los casos los mismos intereses que esos grupos políticos y/o económicos. Además, estos grupos son asimismo los grandes avisadores de dichos medios. Prácticamente es el monopolio de los medios de comunicación en unas pocas manos que defienden los mismos intereses que la oligarquía.

Es evidente que la crisis económica y social del país se refleja también en los medios. A partir del '70, el proceso de la crisis afectó a la prensa que, por ejemplo, tuvo que reducir su tiraje y aumentar los costos (debido sobre todo a que estaban calculados para un gran tiraje con un instrumental altamente tecnificado y costoso). Las tres grandes empresas, La Mañana, El País y El Día, tienen montados grandes aparatos que podríamos llamar de nivel industrial, muy superiores a las necesidades del mercado. Esto influye en los conflictos laborales que se dan con los trabajadores de la prensa e influye también en la posición que tienen en cuanto al monopolio del sistema publicitario que tratan de conservar del modo más feroz, tratando de

no darle entrada a los demás medios de la prensa, que luchan por mantenerse. Prácticamente se puede decir que ningún periódico puede subsistir solamente con apoyo político y con las entradas de la venta, sino que necesita imperiosamente el apoyo publicitario.

2. El Terror ideológico

La campaña del terror contra el F.A. que antecedió al acto leccionario, se entiende que tuvo primordial importancia para que un importante sector de la opinión pública tuviera distorsionada por completo la real significación de las fuerzas políticas en pugna.

¿Qué particularidades tuvo esa campaña, en la que las mejores técnicas de publicidad estuvieron al servicio de los grupos de poder y del imperialismo?

Toquemos el tercer elemento de esta trilogía: la campaña del terror contra el Frente Amplio llevada adelante en los últimos tiempos desde la Televisión y la Prensa. Ya se sabía qué iba a ocurrir por los precedentes chilenos, pero quizás nunca se tuvo idea del efecto que provocaría. ¿En qué consistía el mensaje que llevaba implícito? Los tanques de Checoslovaquia, las menciones a los incidentes en Hungría, constituían todo un elemento ya repercutido de orden negativo con respecto a la política exterior de la Unión Soviética. De allí, la traslación al comunismo en forma genérica (y no importa que ahora existan varios caminos socialistas o comunistas). Estos mensajes asociaban entonces —sobre la base de la percusión anterior— una sola idea negativa acerca del comunismo: el comunismo es nefasto, un peligro, un riesgo, y de allí para que el Frente Amplio (donde había partidos marxistas) quedara asociado a esta imagen negativa, había solo un paso.

La campaña entonces era concretamente contra el Frente Amplio. No estaba dirigida aparentemente por nadie en especial, no se sabía realmente si por los colorados o por los blancos, aun-

que esto no importaba mucho, ya que se recogía y valía igualmente para uno u otro. Era muy probable que se tratara de una campaña financiada por capitales monopólicos de nuestro país y seguramente también del exterior. Con unas pocas decenas de miles de dólares (muy barato para el imperialismo) y con todos los instrumentos disponibles de publicidad y comunicación de masas bastaba para que esa campaña, verdadero aparato detonador, funcionara eficazmente.

Atendiendo estos tres elementos, nos damos cuenta de cómo más allá de la censura política y policial del régimen, los grupos económicos poderosos, muy vinculados al aparato publicitario y de comunicación y que representan el "orden" de la actividad privada, de los monopolios, de la sociedad competitiva, usufructuando del sistema, juegan cada día más un papel protagónico en colaborar a sostener al mismo sistema, porque ya saben que con la muerte de éste, ellos también desaparecerán, ya que no tendrán cabida dentro de una nueva sociedad. Asimismo, los grupos publicitarios y de comunicación se hallan íntimamente relacionados con esos intereses para los cuales ponen toda su capacidad e ingenio porque son parte misma del sistema de producción capitalista. Por allí se va generando su adhesión a estas campañas y a la defensa de estos intereses. Es así que muchas veces estos medios de comunicación no necesitan ser pagados para dar una manito o una ayuda a campañas del tipo que hemos analizado o en cualquier ocasión que pueda ser utilizada para los fines propuestos.

3. La Imagen aún fuerte del Uruguay Liberal

El liberalismo político sentó poderosas raíces en la época de Don "Oeoe" Batlle, creando entonces la imagen del Uruguay democrático y liberal. La realidad política y social ha destrozado esta imagen, pero amplios sectores de la opinión pública se aferran aún a la posibilidad de su mantenimiento o revitalización. ¿Cómo interpretamos este hecho?

Más allá de los intereses de clase o económicos que están en

juego y que son los motivadores de las opciones y del ingenio que los publicistas y los medios llevan adelante en nuestra sociedad, está el papel ideológico de las formas de liberalismo político que acompañaron hasta hace pocos años a las formas de la sociedad competitiva. Esto es importante y es necesario que lo analicemos con profundidad. Ese esquema ideológico que ha cumplido el liberalismo político con la división de poderes, con los derechos individuales, etc., tienen una poderosa tradición. Y a pesar de que nosotros sabemos que la realidad ha destrozado esos valores, al predominar por ejemplo, sólo uno de esos poderes (el Poder Ejecutivo, p. ej.) y al haber sido pisoteados casi todos los derechos individuales, hay una gran cantidad de nuestra población que no ha tomado conciencia de estos hechos y siguen aferrados a la tradición y a los conceptos que el liberalismo político se ha encargado de enseñarle, y de mostrarle en épocas anteriores, sin tener como evidente, una realidad que a los sectores más politizados les rompe los ojos. ¿Por qué motivos no ven esos sectores el deterioro de los valores del liberalismo político? Uno de los factores que llevan a que suceda esto es la sobrevivencia de aspectos formales, como por ejemplo, el mecanismo de la consulta electoral, o en estos momentos (1973 en adelante), el Consejo de Estado, el COSENA, etc., como organismos "legislativos". Tal entonces el apoyo de amplios sectores a la convalidación de los valores del sistema, o por lo menos a la creencia de la revitalización del mismo. La visión de una gran parte de la opinión del país (incluso de sectores populares) se aferra a la tradición del liberalismo político, que entiende sobreviviente o rescatable. Sobre el acto eleccionario, los sectores de izquierda sostenemos, por ejemplo, que ha sido maniobrado, viciado, autoritariamente conducido y en última instancia, protegido por los grupos económicos a favor del sistema dominante. Todos estos conceptos son prácticamente diferentes en esencia a los que maneja el otro sector del país. Existe algo allí que debemos comprender perfectamente y es que dentro de la concepción espontaneísta de los otros sectores, se tiende a ver el orden social como el orden natural. La situación electoral, la existencia de clases y de grupos de poder que digitan incluso lo que ellos van a votar,

no logran ser disociados de ese orden natural y no logran ser entonces vistos como contradictorios frente a los valores del liberalismo político, no alcanzando entonces la posibilidad de la toma de conciencia.

No logra captar entonces cómo él (es decir, la persona), es una pieza más del engranaje del sistema y cómo no tiene la capacidad de opción que supone. Es más cómodo, o más tranquilizador entonces, sentirse libre y creer que se tiene capacidad total de acción donde no existe o donde no se tiene. A eso responden las frases del tipo: ¿A quién le molestan las "Medidas de Seguridad"? (vigentes en Uruguay desde 1968); Si usted no es culpable, ¿qué tiene contra las Medidas? Este tipo de afirmación está centrada en el individualismo que ha creado el sistema competitivo. El sistema le ha enseñado al hombre que él es libre entre hombres libres, aunque después no tenga opciones y padezca de problemas con la vivienda, la salud, etc. Cabe aquí el ejemplo del habitante del cantegril, que fundamentó su negativa al Frente diciendo que allí estaba el comunismo y éste quería que todos fueran iguales, cosa que no aceptaba. Es un ejemplo de la exacerbación del individualismo en nuestra sociedad competitiva, que le llevaba a ese marginado a estar defendiendo justamente al sistema que lo oprimía. Le habían enseñado prácticamente que todos eran libres de ser diferentes. El peso de la ideología era mayor que el peso de la realidad.

4. La Opción Liberadora

Es claro que debemos volcar nuestro esfuerzo a demoler los cimientos, la esencia misma —cuando realizamos la tarea de esclarecimiento ideológico— del aparato que conforman los medios de comunicación de la sociedad capitalista.

¿Cómo se debería cumplir en este plano nuestra acción concreta? ¿Acaso será más bien de persona a persona al estar masivamente en gran desventaja material frente a los grupos de poder?

Para romper la enajenación del individuo que está inserto en los valores del sistema capitalista, uno de los puntos en que más debemos centrar nuestra acción es lograr que se realice la ruptura con los medios de comunicación que lo van a mantener enajenado e integrado al sistema. Debemos hacer un esfuerzo de liberación del individuo a partir de una crítica en profundidad de estos medios y no solamente una crítica superficial, que no llegue al fondo del significado real de los medios de comunicación, como es el de que ellos son herramientas de la ideología dominante. Hay que tratar de que el individuo llegue a desconfiar, en el sentido más amplio y crítico de cada palabra y de cada mensaje que reciba en la radio, TV, prensa grande, cine, comunicados oficiales, etc. Que reciba incluso el trasfondo que hay atrás de algo inocente, como puede ser un teleteatro, para que así, a través de la crítica de los elementos cotidianos, acceda a un análisis más completo. De esa manera, por medio de la crítica de los mensajes que recibe minuto a minuto, se irá creando la posibilidad de construcción de una imagen alternativa de la sociedad moribunda, capitalista.

Si nosotros solamente transmitimos mensajes racionales con la totalidad de nuestro modelo alternativo de sociedad, al tener pocos elementos materiales y al tener que soportar en plena potencia los mecanismos de la ideología dominante, ese modelo se verá disminuído, ridiculizado, etc., por lo que debemos entonces sentar las bases para una acción que haga surgir del propio individuo una actitud crítica a partir de la cual extraiga elementos para la formación y consolidación de ese modelo alternativo.

ANEXO

Este estudio analiza la campaña publicitaria del diario "EL País" realizada en 1972 y que llevaba por título: "Creatividad sin Cortes", campaña hecha con avisos solicitados gratuitamente a las Agencias de Publicidad.

a) Naturaleza de la campaña

La campaña fue presentada como una acción de "bien público". Los objetivos, aunque velados por el lenguaje convencional, son traslúcidos: disimular la lucha de clases que la situación de crisis estaba tornando muy aguda: "La meta es demostrarles que todos estamos peleando por lo mismo: un URUGUAY mejor". Los hechos demuestran una aguda disputa de las distintas clases por mantener su poder de compra frente a un producto neto relativamente menor. Toda invocación al patriotismo y a la unidad nacional vaga e imprecisa, por fuerza implica diluir las evidencias. La contradicción también se evidencia desde el punto de vista formal. Se trata de un solo diario que promueve una campaña supuestamente nacional, desinteresado de todo propósito lucrativo concreto ¿por qué no asociar a él a toda la prensa nacional? En la misma medida en que la campaña aparezca vinculada a un solo órgano, cabe suponer que de algún modo se espera capitalizar beneficios para la empresa promotora, si es que la iniciativa juega en algún plano de lo comercial y por el contrario, si la iniciativa jugara exclusivamente en el plano ideológico, también cabe suponer que manteniéndola exclusivamente dentro de las páginas del promotor, se espera beneficios políticos o se sabe que no pueden lograrse los objetivos buscados si se abriera a otros órganos de prensa la ejecución que se monopoliza.

En resumen: el mensaje manifiesto, dirigido a las agencias, "La meta es demostrarles que todos estamos peleando por lo mismo: un URUGUAY mejor" es falso por la misma estructuración de la campaña. O "El País" esperaba sacar beneficios económicos, o "El País" esperaba sacar beneficios políticos. O ambas cosas a la vez, que es lo que se intentará demostrar.

Efectivamente: el interés económico surge por las consecuencias de prestigio que toda campaña de aparente interés público produce en el lector medio. Refuerza la adhesión a su órgano, y eventualmente puede aumentar la audiencia, aunque esto último no sea ya una motivación básica, puesto que los mecanismos de saturación de publicidad obligan a todos los competidores a mantener la adhesión de su público consumidor, propenso

a ser arrastrado por otros competidores, antes de pensar en ampliar su audiencia. Ese interés económico también se beneficiaba, curiosamente, al invitar a trabajar gratis a las agencias de publicidad, proveedores de anuncios remunerados para la empresa periodística. Porque las agencias invitadas son de distinto volumen económico, y seguramente para un número elevado de ellas la oportunidad de desarrollar su capacidad creadora es un aviso de tal magnitud representaría una promoción comercial, el acceso a una especie de escaparate céntrico, en forma destacada y con gran tiraje, por encima de sus posibilidades habituales. Los vínculos con tales empresas se mejorarían, indudablemente, en detrimento de los diarios competidores y con rentabilidad futura. No olvidar que las principales entradas de una empresa periodística son los avisos y no la venta.

En cuanto al interés político debe presumírsele de menor intensidad que el económico, por el hecho, precisamente, de no compartir la iniciativa. La campaña subsidiariamente brindará un beneficio ideológico que preste utilidad a la empresa. Y ese beneficio debe estimársele en el refuerzo de consenso a un orden social cuestionado, orden que hay conveniencia en hacer perder, porque en él se consagran las utilidades que los propietarios, directores, etc., reciben.

b) Contenido de los Mensajes Producidos

En momentos en que el país atraviesa la crisis más intensa y prolongada de su historia, parecería que los mensajes tendrían que aludir a ello. Sin embargo, sólo tres de los anuncios hacen una vaga referencia a la existencia de problemas, los restantes se reparten en dos orientaciones: los que eluden toda referencia a la situación, que son la gran mayoría, y unos pocos que se animan a transmitir una imagen optimista del presente.

La totalidad, por tanto, es unánime en no describir problemas (primera característica).

El segundo rasgo es el de no brindar información. Como ligerísimas excepciones pueden citarse:

Aviso del 12-8-72

(imagen de un huevo) "Uruguay, Pequeñito. Casi ignorado. Con apenas 2,5 millones de ocupantes..."

Aviso del 15-7-72

(imagen negra, con estrellas y un pequeño trípode con un rectángulo): "Un país tamaño transistor. Sólo 187.000 kilómetros enclavados bajo la Cruz del Sur enraizando en la Historia ..."

Un tercer presupuesto del conocimiento científico debe ser la racionalidad del mensaje y de la comunicación. Resulta más difícil valorar sintéticamente los mensajes que analizamos bajo este ángulo, puesto que todos contienen elementos racionales y elementos irracionales. Frecuentemente, además, los elementos irracionales se disimulan bajo ángulos emocionales. Por último, ocurre que por procedimientos racionales o emocionales se suele apelar al ancestro colectivo, o a la evocación de fórmulas y estereotipos con una finalidad irracionalizadora.

Todavía cabe agregar que tratándose de mensajes escritos y de mensajes gráficos recíprocamente articulados, es aún más difícil establecer una síntesis calificadora adecuada.

De todos modos, no menos de ocho anuncios invocan elementos gráficos e ideológicos extraídos de la mitología histórica nacional. (Recuérdese que la campaña "Adelante Uruguay" estaba toda ella cobijada bajo la mirada esfumada del patriarca Artigas).

Aviso del 1-8-72

(imagen de la puerta de la ciudadela): "Por este pórtico del pasado llega, para el presente, el mensaje del patriarca".

Aviso del 3-8-72

(imagen de página de avisos económicos y mapa del Uruguay que encierra un supuesto aviso clasificado): "Se necesitan millones y medio de : trabajadores de todos los oficios. Profesionales de toda clase... PARA EMPRESA DE GRAN PORVENIR... Di

rigirse personalmente con credenciales de amor a la patria, o por escrito con Latinos muy claros, a: PATRIA DE JOSE ARTIGAS"

Aviso del 11-8-72

(imagen de un labrador arando con un buey y en primer plano un tractor con reja): "Tenemos más de lo que tenían ellos ... Debemos igualarlos en su fraternal compañerismo y en su fé en el destino de la Patria".

Aviso del 15-8-72

(imagen de Artigas, arriba, y de una multitud abajo): "Con trábajo, paciencia, decisión, opinión clara, talento, bondad y valor se PROTEGE LA PATRIA".

Aviso del 16-8-72

(imagen de un frasco de farmacia con una bandera uruguaya por etiqueta): "Patriotismo y trabajo. Tómese en grandes dosis. PARA LOS GRANDES MALES DEL PAIS".

Estos anuncios, por su apelación al ancestro colectivo, son fáciles de situar como mensajes irracionales. Hay muchos otros donde clarificar los componentes resulta más difícil. El caso del anuncio del 24-8-72: (imagen de un jugador de fútbol que acaba de tirar): "Póngase la celeste! y luce con "garra" por un Uruguay mejor. Nos sobran capacidad y coraje para volver a ser los primeros, en orden, democracia y libertad". Puede resolverse así: Se invocan los éxitos futbolísticos del Uruguay, que fue cuatro veces campeón mundial, con el lenguaje popular alusivo ("la celeste", camiseta del seleccionado nacional; "garra", entusiasmo, empuje supuestamente característico de los jugadores nacionales) y se los asocia mediante una afirmación chauvinista: "Nos sobra capacidad y coraje para volver a ser los primeros", en objetivos sociales y políticos —no económicos— supuestamente deseables, indudablemente conservadores, pero, sobre todo, absurdamente vinculados, porque ¿qué tiene que ver la "garra celeste" con la organización socio-política?

En cuarto lugar, los mensajes no ilustran sobre opciones posibles. Así como no se brinda información, ni se describen pro

blemas, menos se plantean opciones posibles.

También hay que referirse a los valores que implícita o explícitamente promueve esta serie. En primer término, una cosmología individualista:

Aviso del 10-8-72:

"...Enfrentar el problema del desarrollo como lo que es: un desafío y un compromiso de superación individual".

Aviso del 2-7-72:

"...Antes de salvar el país es necesario que nos salvemos nosotros mismos..."

Se promueve mayoritariamente, una concepción política conservadora, autoritaria y conformista. "Proyectar el estilo de defender mis ideas, mi país"... "Uruguay 2.000. Lo estamos construyendo. Con trabajo, orden, libertad y justicia"... "Sólo los uruguayos y todos aquellos que de Buena Fe habitan nuestra tierra, cualquiera que sea la función que cumplan dentro de la comunidad, tienen la responsabilidad y la obligación ineludible de formar el destino de nuestra Patria, rechazando de plano las ideas, procedimientos y estructuras que no conciden con nuestras costumbres y sistema de vida, basado en el respeto de las leyes que nos rigen, de las instituciones y de nuestros semejantes".

c) Motivación de la Respuesta de las Agencias

Surgía una interrogante atractiva al iniciar el Análisis: ¿Por qué contestaron tantas Agencias a un llamado de un solitario? ¿No las comprometía con un signo de embanderamiento político (partidista o ideológico)? ¿El motivo podría ser el temor de represalias financieras —sobre todo en el caso de pequeñas agencias? Para contribuir a responder estas interrogantes, se realizaron varias visitas a diversas agencias interrogando sobre los motivos de esa participación.

Los niveles de problematización fueron muy diversos. En general, parecería que a nadie le resultó riesgoso participar de una competencia promovida por un solo diario. Se entendió que no perjudicaría frente a otros diarios y tampoco frente a los clientes. El contenido indefinido, que lúcidamente los publicitarios buscaron dar a los mensajes manifiestos eliminaría los riesgos posibles frente a los clientes. ¿Y las ventajas gratuitas que la labor creadora de cada agencia podía brindar al diario promotor? Aparecían compensadas por las ventajas de promoción de la agencia, o de mantenimiento en el cartel de la competencia, que el diario le brindaba. Una especie de contrato tácito de canje de publicidad. "Yo te promuevo como agencia y tú me promueves como diario patriótico usando indirectamente una temática que a ambos nos beneficie en forma indirecta y futura, puesto que tiende a mantener el status quo".

En la medida en que las agencias tienen como clientes a los empresarios-propietarios y están habituadas a persuadir a los a salariables a consumir los productos que quieren venderles los empresarios-propietarios, están claramente situadas del lado do minante. Son intuitivamente abogados del orden burgués. No tie nen, en general, una especialización ideológica demasiado afina da, pero no hay riesgos, a priori, de que su visión del mundo co incida con la que expresa la ideología dominante. Podrán come ter errores.

Aviso del 9-8-72:

"El País que todos queremos, reclama nuestra participación. Porque todos importamos, cada uno en lo suyo —en este tan ansi ado despegue hacia el desarrollo..." (Aquí se comete el lap sus de confesar la situación de crisis, sin proponérselo en for ma conciente. Y también se comete el error de mostrar la filia ción conservadora mediante el empleo de un léxico tecnocrático, ya bastante desprestigiado. También el aviso del 17-8-72, ya mencionado, incorpora la imagen de una pera comida, la cual, aun que está inserta en un contexto en términos de hipotético futuro, es fatalmente vista por un sector sensibilizado ante la si tuación económica de crisis, como una expresión del presente.

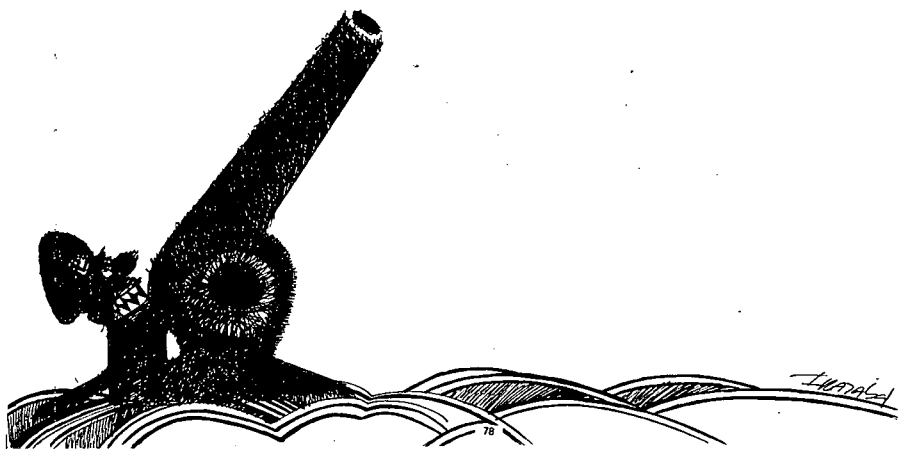
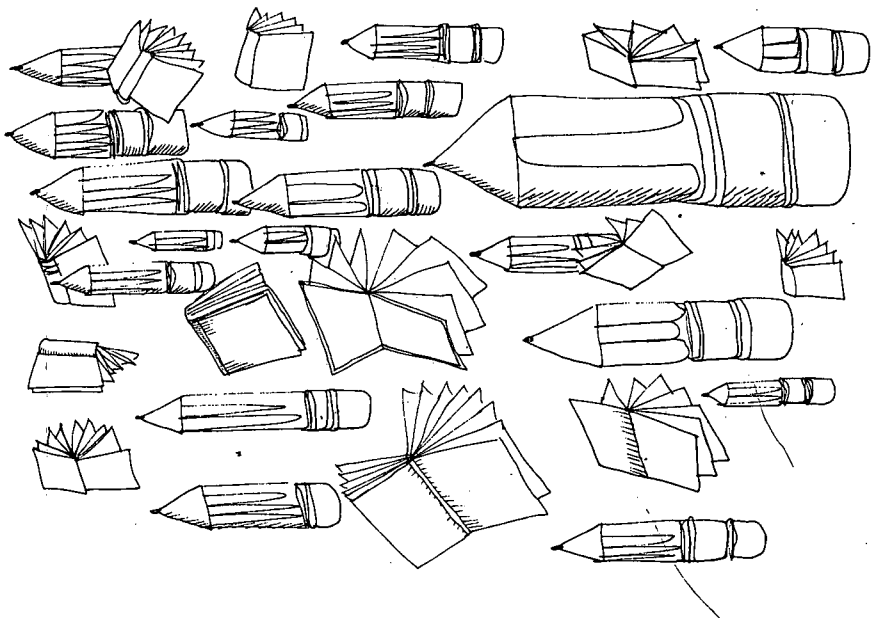
Es interesante advertir que el resultado general de la campaña, aunque la reiteración de mensajes semejantes que tenían muy escaso margen de movimiento por las razones apuntadas pudo haber actuado como una redundancia perjudicial en ciertos niveles, fue altamente exitoso para los fines que se presume que tuvo. "El País" fue la superficie impresa, que representó aproximadamente la 64 av. parte de cada número. El resto (creación, entourage de prestigio por la competencia, etc) fue gratis. Todo se hizo dentro de las reglas de la competencia y de la libertad. Casi nadie pudo advertir que las cartas estaban marcadas de antemano o mejor que se jugaba con mazos de naipes en los que no había cartas peligrosas.

La iniciativa, por lo que sabemos, en Argentina, pudo haber sido el resultado del ingenio de un práctico, o de un empresario. También puede ser resultado de un asesoramiento técnico de más alto nivel, con connotaciones internacionales. Lo que no es demasiado importante, pues en ambos casos expresa a las fuerzas económicas dominantes en sociedades capitalistas.

Notas:

- Mensaje manifiesto: Lo que se entiende en forma directa
- Ancestro colectivo: Conjunto de ideas e imágenes que todos traemos desde la infancia, y que tienen un signo conservador.

CENTRO DE DOCUMENTACION
E INFORMACION
DEL URUGUAY



Handwritten signature or mark.

DOCUMENTOS

LA PRENSA NORTEAMERICANA Y LOS CAMBIOS POLITICOS EN AMERICA LATINA

Nota de Redacción: El artículo constituye la primera parte de un ensayo publicado en "LATIN AMERICAN RESEARCH REVIEW", Volumen XIII, Number 1, 1978, con el título: "AN ANTROPOLOGICAL APPROACH TO MASS COMMUNICATION RESEARCH: THE U.S. PRESS AND POLITICAL CHANGE IN LATIN AMERICA". (pp. 158-173).

El "problema" de la información periodística aparecida en la prensa norteamericana durante el período de Allende, es bien conocido hoy día. Lo que se desprende de los artículos de reporteros, comentaristas y profesores interesados en los sucesos latinoamericanos es un reflejo de la actitud nacional en los Medios de Comunicación. La prensa en USA fue claramente hostil al gobierno de la Unidad Popular en Chile. Perspectiva hostil sostenida con asombrosa homogeneidad a través de todos los estados. Frecuentemente se redujeron asuntos de complejidad social, económica y política a algunos de los más chocantes estereotipos durante el período de la guerra fría.

Estos artículos sugieren, además, que las informaciones sobre Chile no fueron totalmente aberrantes pero sí relacionados con los más típicos reportajes sobre América Latina. (1)

Documentar y categorizar las características de la cobertura de la prensa norteamericana sobre crisis en el Tercer Mundo es un útil trabajo, pero tales pruebas revelan poco sobre los orígenes de esa cobertura y los factores que la mantienen, el surgimiento de similar cobertura de prensa en otras "sensibles" áreas de asuntos exteriores, o la vía histórica e institucional

en forzosa interacción con el trabajo diario de editores y reporteros para producir una visión muy peculiar de América Latina.

Este ensayo representa un esfuerzo para poner atención a tales consecuencias, consecuencias frecuentemente admitidas tanto por especialistas latinoamericanos como por expertos investigadores en comunicación de masas.

Perspectivas sobre Cambio Político en los Medios

La mayoría de los investigadores norteamericanos sobre informaciones acerca de América Latina se han ajustado más bien a un número limitado de problemas, aumentando nuestra "Ignorancia" sobre la región, nuestra incapacidad para apreciar las culturas indígenas o distorsionadas y la hostilidad contra movimientos y gobiernos contrarios a inversionistas nacionales y extranjeros.

Estos problemas de percepción e interpretación son bastante claros, pero están típicamente contruidos de tal manera que los problemas aparecen manejables con "soluciones" a través de pequeños correctivos, por ejemplo mayor cobertura sobre América Latina, más espacio para historias características sobre las culturas de la región y esfuerzos para llevar a cabo seminarios entre profesores y periodistas que aumenten el mutuo acuerdo con la orientación de ambos grupos. Puede incluso ocurrir un cambio en la asignación de las informaciones, testimoniando la creencia de que cambiando las características de un periódico puede cambiar la vía para nuevos reportajes sobre el área.

Investigaciones previas han resultado ejemplos de "hostilidad" y "oposición" (sin completo conocimiento, sin analizar todos los casos) en los informes sobre el gobierno de Allende en Chile, ejemplos que se encuentran fácilmente en la cobertura de noticias sobre la primera época de Castro en Cuba, o la Guatemala de Jacobo Arbenz a principios de la década de los 50. Pero clasificar un grupo de reportajes noticiosos como "hostiles y oponentes a" es emplear una terminología sugiriendo tanto que el o

rigen de la cobertura está profundamente enraizado en percepciones individuales y que esas percepciones son de limitada significación y duración, capaces de modificación en cortos períodos. En la mayoría de las discusiones públicas de las informaciones noticiosas sobre América Latina, se da atención considerable a los méritos específicos y deficiencias del periodista como individuo, o a periódicos dirigidos por una persona o un discreto número de individuos. Raramente se hace mención seria de mayores dimensiones.

Ninguno de los "problemas" de información sobre América Latina ni sus posibles creadores o sostenes son considerados desde un punto de vista de organización o más generalmente político con explicaciones "sistemáticas".

Esta investigación intenta corregir este desbalance :

- a) Proponiendo tres perspectivas frecuentemente encontradas en la información de USA sobre América Latina que une noticias producidas con diversos puntos de vista, integrados y sistemáticos, sobre el cambio en Latinoamérica.
- b) Realizando varias posibles explicaciones para la permanencia de tales visiones, evaluando la relativa importancia de influencias que operan en los niveles individuales, organizativos y de sistema, y
- c) Sugiriendo una aproximación al estudio de información sobre cambios políticos.

Señalar frecuentemente las rudimentarias características de un ejemplo de información ideal, es válido como punto de partida para evaluar la cobertura de prensa en el mundo industrial sobre América Latina.

Un modelo de política informativa que maximice el potencial de las naciones del Tercer Mundo para autogobiernos participati-

vos puede ver los líderes políticos como capaces de innovaciones y crecimiento autónomo, las instituciones políticas como capaces de funcionamiento a través de la aplicación de energía y talento, y las relaciones internacionales como oportunidades para el ejercicio de escogencias nacionales sobre cambios comerciales, diplomacia y otras interacciones. Esta visión del Tercer Mundo posibilita, no sugiere que los reporteros resalten las situaciones políticas preocupantes con esperanza de participación cívica cuando existen pocas esperanzas. Más bien es un modelo derivado del optimismo en el conocimiento, exaltando no la certeza pero la posibilidad de participación igualitaria en la vida política.

Esta visión "tipo ideal" de la información política tiene sus raíces en el pensamiento intelectual del siglo XVIII (compartida en las colonias de Norte América por los descubridores); puede llamarse modelo de autonomía participativa, enfatizando la capacidad de los ciudadanos para participar en su propio autogobierno y de las naciones para manejar sus propios asuntos con relativa autonomía.

Aunque elegante como ideal, esta perspectiva raramente se acerca a las informaciones políticas de USA sobre América Latina, omisión especialmente significativa en la cobertura de gobiernos en crisis.

Preliminares investigaciones empíricas revelan la persistencia de al menos tres perspectivas de los medios sobre América Latina que parecen haber tratado de hacer un modelo de relaciones hemisféricas ejemplares. (2)

Una visión que puede denominarse colonial, y se refiere a lo relativamente perdurable con orientaciones estáticas en relación a los países periféricos o dependientes y sus poblaciones. Una segunda perspectiva puede ser considerada tecnocrática, e incluye en sus confines todas las posiciones de benevolente parentesco, que significan acercamiento de esfuerzos nacionales en la formación de capitales que estén bajo la guía de los países industrializados. En claro contraste con esas dos visiones existe

una tercera, que puede ser denominada como perspectiva hegemónica. Se refiere a orientaciones que, aunque presentes en todas las épocas probablemente, son evocadas cuando países, clases o grupos dependientes intentan cambiar sustancialmente su condición de subordinación. Una perspectiva hegemónica desautoriza el cambio en las estructuras políticas que se lleva a cabo sin la guía o en abierta resistencia de los países industrializados.

Una comparación simplificada de esas perspectivas ilustra las distintas formas de referirse a tres aspectos de cada sistema político nacional: liderazgo, instituciones y relaciones internacionales (especialmente las dependientes). En una perspectiva informativa colonial sobre cambio político, los líderes son tratados como si fueran personas inferiores y reducidos los aspectos que pudieren presentarlos como poco efectivos, las instituciones son vistas como desordenadas y las relaciones de dependencia son vistas como un beneficio mutuo y esencialmente inevitables. Una guía paternal para los países del Tercer Mundo, así como para niños, es considerada completamente natural.

La perspectiva tecnocrática enfoca la política del Tercer Mundo de una manera más seria y respetuosa. Los líderes son vistos como competentes, eficientes, moviéndose en dirección de competencia o al menos capaces de ello. Las instituciones son ordenadas y capaces de promover el crecimiento de la economía nacional. Cualquiera sean las diferencias en la distribución, o las restricciones de acceso político, ellos son necesarios en el contexto de un deseo nacional esencialmente unificado para el crecimiento económico a través de grandes inversiones en el sector privado. La dependencia internacional con los países industrializados se reduce sólo aumentándola y sólo mediante la guía de los países metropolitanos y las instituciones financieras.

Diferente a la visión colonial, que margina a los gobiernos del Tercer Mundo y a la tecnocrática que los considera capaces de madurar política y económicamente si ellos continúan

el ejemplo de los países industrializados del occidente, la perspectiva hegemónica desaprueba los esfuerzos para un cambio que sea llevado a cabo por la guía de los países metropolitanos. Los líderes son criticados por irresponsables para las mayorías y lo que es peor, son calumniados como crueles, voraces y sin honorabilidad. Las instituciones políticas son tratadas como inaccesibles, rígidas y dictatoriales, con reducidas posibilidades para las libertades civiles. Además, los esfuerzos para reducir la dependencia internacional se solicitan por dos vías: sugiriendo que las aspiraciones por reducir la dependencia llevan al caos económico y político internamente, y reflejando semejantes esfuerzos de autonomía como peligrosos ejemplos políticos para los países industrializados.

Observando las informaciones de USA sobre América Latina, una perspectiva hegemónica podría considerarse seriamente una protesta política contra la influencia norteamericana como inherente alerta al margen de la presencia o ausencia de influencias de los países socialistas. Esta perspectiva es de todas formas de un amplio convencimiento en la orientación de la "guerra fría", porque enfrenta hostilidad contra el cambio político, económico y social, tanto si son aliados o no con las naciones poderosas fuera del hemisferio. (Los elementos contenidos en cada una de las perspectivas conforman la página siguiente).

Estas categorías son solamente una representación elemental de las modalidades informativas tipos ideales. No se espera que informes sobre un determinado país en una época cualquiera, empíricamente, se ajusten a una cualquiera de las perspectivas sobre cambio político. Los modelos informativos solamente representan un grupo de elementos conectados entre sí. Lo que las informaciones de los medios norteamericanos reflejan más que una perspectiva exclusiva de cambio, es el predominio de una o dos de ellas. Una revisión posterior se hace necesaria. Las perspectivas informativas pueden no respon

PERSPECTIVAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL EN EL CAMBIO POLITICO

DIMENSIONES POLITICAS	PARTICIPACION AUTONOMA	COLONIAL	TECNOCRATICA	HEGEMONICA
Líderes	Capaces de innovaciones sustanciales.	Ineficaces.	Competentes. Eficientes.	Irresponsables. (Crueles, voraces y deshonestos.
Instituciones	Accesibles.	Desordenadas (mas explosivas y primitivas)	Ordenadas pero cam- biantes.	Inaccesibles. (rígidos dictatorialés).
Relaciones Internacionales	Las escogencias son posibles y deseables	La dependencia es natural. La guía es beneficiosa e inevitable.	Dependencia puede reducirse mediante guía.	Esfuerzos de autonomía llevan al caos, ejemplos políticos peligrosos para industrializados.
		(Ej. cobertura de Centro América)	(Ej. cobertura de Brasil)	(Ej. cobertura de Castro y Allende)

der a las relaciones económicas y políticas entre los países metropolitanos y centrales y los países de la periferia del mundo industrializado. Por ejemplo, se puede evocar una perspectiva hegemónica más clara precisamente cuando la dependencia más se aleja (como fue en el caso de Allende, en Chile), indicando como un "castigo" el que las perspectivas de los medios en el país metropolitano se radicalicen contra un gobierno, cuando la capacidad nacional para castigar ha disminuído o al menos se ha hecho visible y sujeta a críticas e investigaciones.

La presencia de perspectivas más benevolentes, contrariamente, no sugieren disminución de la dependencia de los países dependientes en relación a los metropolitanos y del centro. Evidencias de unas perspectivas colonial y tecnocrática, relativamente suave y amigable comparada con la visión hegemónica, suelen acompañar relaciones económicas extraordinariamente dependientes.

Las tres perspectivas requieren mayor elaboración y comprobación. Por ejemplo, ¿son cualitativamente diferentes, como sus enunciados por separado implican, o las perspectivas tecnocráticas y hegemónica son simplemente modernas capas superpuestas sobre la orientación colonial? Estudios preliminares de la prensa norteamericana en su información sobre Perú desde 1968, sugieren que las inversiones se han hecho más multilaterales como que la proporción de inversión extranjera proveniente de otros países ha aumentado en relación a la de EE.UU. La cobertura de prensa norteamericana se ha hecho menos colonial, más conocedora de las amplias fuerzas sociales y las culturas indígenas y la participación popular a ciertos niveles de la toma de decisiones.

Al mismo tiempo, como signos de malestar aparece en la prensa norteamericana, a principios de la década de los 70, la presencia de una perspectiva hegemónica, advirtiendo de la indeseabilidad o la "amenaza" de un cambio cualitativo de la estructura. Recientemente como las instituciones financieras de USA se han recuperado en Perú, una perspectiva tecnocrática, indica que la aprobación del cambio "guiado" se hace más aparente. Se

requieren profundas investigaciones sobre estas perspectivas para documentar lo que ahora es poco más que un estudio de casos y suposiciones documentadas, pero algunas de las evidencias que se desprenden de los informes norteamericanos sobre Perú, sugieren que:

- a.a. La perspectiva de prensa colonial está asociada con un relativo predominio de las inversiones norteamericanas en un determinado país.

- b.a. La orientación tecnocrática en las informaciones está asociada con el incremento de la interacción entre el sistema político y el económico, particularmente con un sistema político "burocrático autoritario" en la promoción del crecimiento económico nacional.

- c.a. La perspectiva de prensa hegemónica está asociada con esfuerzos de cambio de estructuras económicas y políticas.

- d. Estas perspectivas pueden persistir o disminuir independientemente unas de otras. (Ejemplo: Tras la nacionalización de las petroleras norteamericanas y otros de sus intereses en Perú, para 1968, los informes aparecen menos coloniales aunque más hegemónicos, más atentos a las opiniones de las mayorías, de las personas no importantes y más relacionadas con cambios sustantivos en el orden existente político y económico).

JOHN CROTHERS POLLOCK
(Tradujo: Celia Pérez)

NOTAS

- 1.- Los artículos sobre el problema de la Prensa en USA, en relación a Latinoamérica están fundados en muchas fuentes. Son publicaciones realizadas por especialistas en Latinoamérica que influyen a Chain (1973), Birns (1973 b), y Pollock (1973)

Los artículos de profesores de periodismo incluyen a Knudson (1974 a) y Lyford (1962). Los artículos escritos a través de la comunidad periodística incluyen las siguientes citas: Kennedy (1957); una sección especial de la Columbia Journalism Review" titulado "The News from Latin America" (Fall, 1962); Barnes (1964); Geyer (1969). Sobre Cuba y la Bahía de Cochinos: Bernstein y Gordon (1967), y Mathews (1971). Sobre Chile: Pearson (1973), Morris et al. (1974) y Schakne (1976) (Veáse la Bibliografía final del Boletín).

- 2.- Una crítica comprensiva de las ciencias sociales norteamericanas sobre el Tercer Mundo y Latinoamérica ha sido escrita por Bodenheimer (1971).
- 3.- Los elementos sobre la perspectiva colonial se han derivado de la observación empírica y de los trabajos de Pablo González Casanova, Albert Memmi y otros (González-Casanova 1969; Memmi, 1970). La perspectiva tecnocrática ha sido elaborada teniendo en cuenta varias porciones de la vasta literatura sobre la dependencia (cf. Bath y James, 1976). La visión económica ha sido también derivada de las observaciones y de los trabajos de Gabriel Kolko, Harry Magdoff y una conferencia organizada por Lester Markel y otros periodistas al final de la década de los 40 (el resultado, fue publicado en Markel, ed. (1949) sobre las perspectivas de la prensa en la guerra fría)



II CONGRESO LATINOAMERICANO DE PERIODISTAS

Hace tres años, después de sostenidos esfuerzos que comenzaron en 1951 en Montevideo y culminaron en Caracas en Octubre de 1974, se reunieron finalmente en junio de 1976 en México, los representantes de 25 organizaciones gremiales de 22 países de América Latina y el Caribe, en el Primer Congreso Latinoamericano de Periodistas, creando la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP).

Dentro de particulares condiciones adversas al periodismo en la mayoría de los países de la región, se cumplieron tres años de actividad de FELAP, durante los cuales fue progresivamente consolidándose como la organización de los periodistas del continente.

En esas circunstancias, el Consejo Directivo de FELAP, reunido en Panamá, el 8 de octubre de 1978, convocó a sus organizaciones nacionales afiliadas, al II Congreso Latinoamericano de Periodistas, el cual se celebró en Caracas entre los días 21 y 24 de julio. El día de su instalación contó con la asistencia de distinguidas personalidades, entre ellas, el Presidente de la República, Dr. Luis Herrera Campíns, el Ministro de Información y Turismo, Dr. José Luis Zapata, el Presidente del II Congreso, Pedro Francisco Lizardo y el Presidente y Secretario de FELAP, Eleazar Díaz Rangel. Abrió el acto, el Presidente de FELAP, con una intervención en la cual se recogió un balance de las actividades de la organización, la cual desde su fundación, hace tres años. Continuando el acto, intervinieron otras personalidades y finalmente el Presidente de la República, clausuró el acto inaugural.

La Primera Sesión Plenaria se reunió el día 22 de julio, teniendo como orden del día: 1) Homenaje al pueblo de Nicaragua; 2) Lectura del Informe del Comité Ejecutivo de FELAP; 3) Informe

de cada organización sobre la situación del periodismo en sus respectivos países.

La Segunda Sesión Plenaria se instaló el día 24, en el cual entre otros temas, se trató del Nuevo Orden Informativo Internacional; en esta declaración, considerando entre otras cosas que debido a que los flujos mundiales de información presentan en la actualidad caracteres de unilateralidad, distorsión, contrastes y omisiones perjudiciales para sus destinatarios; que sus países en vías de desarrollo e incluso naciones industrializadas, pero comunicacionalmente débiles, no pueden seguir sopor^otando las consecuencias político-culturales de tan comprobado de^osequilibrio, el cual, de mantenerse, desvirtuaría toda libertad de expresión, se acordó, que no es concebible una mayor just^oicia económica mundial sin una distribución más equitativa del poder de informar y ser informados.

Asimismo, que el abuso del poder informativo, es en nuestra época, el arma principal con la cual se restablecen relaciones de dependencia política, psicológica y socio - cultural. También se acordó, que el Nuevo Orden Informativo Internacional (NOII) es una condición, sin la cual no podrá, ni alcanzarse ni mantenerse una vez logrado, el Nuevo Orden Económico Internacional. Las Ponencias, con respecto a este punto estuvieron a car^ogo de la Dra. Evangelina García de Prince y lo referente a la relación entre la Investigación y el N.O.I.I. en América Latina a cargo de Marcelino Bisbal.

En esta Segunda Sesión, se trataron otros temas, tales como el Informe del Comité Ejecutivo de FELAP y sus Estatutos (Ponencia del Comité Ejecutivo del mismo FELAP); el Código de Etica (Ponencias de Gloria Cuenca y la Organización de Periodistas chilenos en el Exilio); la Formación de Periodistas en América Latina (Ponencia de la Escuela de Comunicación Social de la UCV) y se leyó un mensaje del Presidente de México, Dr. Portillo.

Para finalizar esta plenaria, se presentó el informe de la Comisión Electoral, para integrar la Nueva Junta Directiva de FELAP, el cual fue aprobado por unanimidad.

La Presidencia de esta nueva Junta Directiva quedó integrada de la siguiente manera:

Presidente: Eleazar Díaz Rangel (Venezuela)

Primer Vice-Presidente: Luis Jordá Galeana (México)

Más de diez Vice-Presidentes, representantes de diferentes países.

Entre las resoluciones que se tomaron en este II Congreso de FELAP, destacan en forma sintética las siguientes:

* El nuevo Estatuto de la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP).

* La denuncia de la represión contra los periodistas, el periodismo y la libertad de prensa en América Latina, principalmente en Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay y Haití, y el compromiso de luchar sin descanso contra esa situación y por el restablecimiento de las libertades y los derechos humanos en general.

* Ratificación de nuestra permanente actitud al lado de los pueblos y de sus batallas por la independencia, bajo nuestro lema, "por un periodismo libre en una patria libre".

* Lucha por la conquista de un Nuevo Orden Informativo Internacional.

* Saludo y apoyo a la UNESCO en su búsqueda de un Nuevo Orden Informativo Internacional, así como al ILET.

* Apoyo a la creación de una agencia latinoamericana de servicios especiales de información (ALASEI), propiciado por la UNESCO y las organizaciones del periodismo latinoamericano.

* El Código Latinoamericano de Ética Periodística.

* Colaboración con la CEESTEM para culminar el estudio sobre la formación profesional del periodista en América Latina y el Caribe.

* Investigación permanente, defensa y mejoramiento de las condiciones socio-económicas y profesionales de los periodistas de América Latina y el Caribe.

* Recomendaciones sobre las escuelas de comunicación social para acercarlas cada vez más a las exigencias del ejercicio profesional y establecer nexos permanentes con los organismos que incursionan en este terreno, tales como CIESPAL, ALAIC e ILET.

* Dar especial atención a las diversas expresiones del periodismo alternativo y al desarrollo de las mismas, y organizar seminarios y toda clase de iniciativas al respecto.

* Mantener estrechas relaciones con la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC.

* Franco y decidido apoyo a las tareas de la Comisión McBride esperando, vigilantes, que culmine sus trabajos con absoluta libertad y objetividad.

* Iniciar todos los trabajos del Congreso con un saludo jubiloso al hermano pueblo de Nicaragua y a su vanguardia revolucionario el Frente Sandinista.

* Exhortar a los gobiernos de la región para que aceleren los procesos de formulación y puesta en marcha de tales políticas de comunicación. Así como la creación de los Consejos Nacionales de Comunicación recomendados en esas conferencias.

* Hacer un llamado a los organismos y miembros de la FELAP para que luchen por el establecimiento de políticas de comunicación en sus respectivos países.

* Llamar a todas las organizaciones internacionales y nacionales a la más amplia solidaridad con Nicaragua. Felicitar de manera particular a los periodistas de Nicaragua por su brillante participación en el proceso emancipador de su patria.

* Solidaridad plena con la Revolución Cubana.

* Saludo y apoyo al movimiento de los países No Alineados en ocasión de su próxima VI Cumbre en La Habana.

- * Solidaridad con los derechos del pueblo Palestino y con la reunificación independiente y pacífica de la República Popular Democrática de Corea.
- * Pedido de amnistía general irrestricta en Brasil. Condena al régimen dictatorial imperante en Haití y al régimen fascista de Augusto Pinochet en Chile, así como a los regímenes militares de Paraguay, Uruguay, Guatemala y Argentina.
- * Saludo a los trabajadores de "Prensa Latina" en los 20 años de su fundación.
- * Apoyo absoluto a la lucha del pueblo panameño por la recuperación del canal, y al pueblo de Puerto Rico por su autodeterminación e independencia.
- * Repudiar la represión policíaca-militar contra los periodistas de Perú, Colombia y Honduras; alentar la apertura democrática conseguida por los colegas de Bolivia, Brasil, Panamá, Ecuador y República Dominicana, y recomendar a las organizaciones de México, Venezuela, Costa Rica y Jamaica mantener su lucha por la conservación del libre ejercicio profesional y la libertad de prensa.
- * Que la FELAP invite a sus afiliados a seguir con mucha atención el XII Congreso de AIERI y a que divulgue y difunda toda información periodística sobre la materia en el continente.
- * Respaldar la iniciativa de las agencias nacionales y secretarías de informaciones de los países de: Bolivia, Colombia, - Costa Rica, Ecuador, Panamá, Jamaica, Perú, Surinam, República Dominicana y Venezuela, al constituir ASIN (Acción de Sistemas Nacionales de Información).
- * Invitar a los demás países de la región, a que participen activamente en ASIN.
- * Invitar a todos los gremios, colegios e instituciones afiliadas a FELAP, a que respalden, promuevan y protejan las acciones de ASIN.

- * Invocar al gremio de periodistas y al gobierno de Venezuela a que reconozca y continúe ejerciendo el papel que viene desempeñando como promotor de este sistema alternativo de información en la región.
- * Incrementar el Fondo de Solidaridad con los periodistas.
- * Alentar al Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa en México en sus esfuerzos por la integración de todos los periodistas en una Federación y en un Colegio de profesionales de la prensa.
- * Adhesión a la Declaración General de la UNESCO, aprobada en su 20 Asamblea General, sobre los "Principios Fundamentales Relativos a la Contribución de los Medios de Comunicación de Masas, al Fortalecimiento de la Paz, la Comprensión Internacional, a la Promoción de los Derechos Humanos y a la Lucha contra el Racismo, el Apartheid y la Incitación a la Guerra".
- * Recomendar al Ejecutivo y al Secretariado, prestar atención especial al desarrollo de la FELAP y sus organizaciones locales en la región del Caribe.
- * Aprobar los nuevos carnets de la FELAP y recomendar su adquisición a todas las organizaciones nacionales afiliadas.
- * Fijar en un dólar por afiliado y por año, la cuota de las organizaciones afiliadas, y en tres dólares el valor de cada carnet.
- * Aprobar, considerándolo "correcto" y "honorable", el manejo de las finanzas de la FELAP, y recomendar una organización que supere las deficiencias artesanales.
- * Mantener la sede de la Federación en México y agradecer al gobierno de México por las amplias felicitaciones otorgadas al funcionamiento de dicha sede.

LEY GENERAL PROVISIONAL SOBRE
LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN NICARAGUA
(EPOCA REVOLUCIONARIA)

DECRETO N° 48

LA JUNTA DE GOBIERNO DE
RECONSTRUCCION NACIONAL
DE LA REPUBLICA DE NICARAGUA

en uso de sus facultades,

Decreta:

LEY GENERAL PROVISIONAL SOBRE
LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Capítulo Uno
Conceptos Básicos

Arto. 1º

- a) La libertad de información, como conjugación de la libertad de opinión y la libertad de expresión en la comucación colectiva, constituye la garantía para el ejercicio profesional de publicar, esparcir, emitir o difundir noticias, ideas u opiniones, y la consagración del derecho del pueblo a informar, opinar y ser plenamente informado, dentro de un real ejercicio de la responsabilidad social;
- b) La libertad de información es uno de los principios fundamentales de la auténtica democracia y el estado deberá garantizar de que no exista la posibilidad objetiva de someterla directa o indirectamente al poder económico de ningún grupo social, a fin de garantizar su plena independencia;
- c) Es responsabilidad social de los medios de comunicación el ofrecer noticias veraces dentro de un contexto coherente, actuar como reflejo correcto de los grupos sociales y valorar

y potenciar los objetivos comunes de la colectividad.

Capítulo Dos
Tutela de la Paz Social,
la Educación y la Cultura

Arto. 2º

- a) Las críticas o comentarios críticos a las funciones públicas, así como toda la labor noticiosa, deberán cimentarse en la prosecución de fines constructivos, basados en hechos debidamente comprobados y objetivamente aludidas, y los protagonistas de los hechos informados;
- b) Las publicaciones descritas en el inciso anterior deberán expresar una legítima preocupación por la defensa de las conquistas de la revolución, el proceso de reconstrucción y los problemas del pueblo nicaraguense; y no deberán ser instrumentos de intereses anti-populares.

Arto. 3º Corresponde al estado promover cuanto sea necesario para el desarrollo y progreso de la cultura y la educación y por ende asegurarse que los medios de comunicación sean vehículos de las mismas. En tal sentido se considera inmoral y contrario a la educación de nuestro pueblo, y por lo tanto se prohíbe publicar, distribuir, circular, exponer, difundir, exhibir, transmitir o vender:

- a) Escritos, dibujos, grabados, pinturas, impresos, imágenes, anuncios, emblemas, fotografías u otros objetos que estimulen los vicios, rebajen la dignidad humana o que sean de dañina sensualidad o morbosidad;
- b) Que utilicen a la mujer como objeto sexual o comercial;
- c) Que adopten temas capaces de destruir la devoción al trabajo, el entusiasmo por el estudio o la consideración al esfuerzo que todo triunfo legítimo necesita;

- d) Que estimulen la pasividad, la tendencia al ocio o la fe en el azar como regulador de la conducta;
- e) Que contenga apologías a protagonistas cuyo éxito dependa de la evasión de las leyes y el respeto a las Instituciones establecidas;
- f) Que anuncien bebidas alcohólicas y cigarrillos;
- g) Que atenten contra la nacionalidad nicaragüense, su idioma y en general contra sus valores históricos y culturales;
- h) Que hagan exposición o despliegue de actos delictuosos de orden común, sobre todo los que involucran a menores de edad o delitos que tienen que ver con la honra de las personas;
- j) Que utilice los símbolos nacionales, los nombres, palabras y hechos de héroes y mártires, los Himnos Patrióticos y Le-mas, y en general todo el legado de la lucha Revolucionaria, con fines de propaganda comercial.

Arto. 4^a Los anuncios de productos médicos y farmacéuticos, ten
drán que ser aprobados de previo por el Ministerio de Salud.

Capítulo Tres De la Radio y la Televisión

Arto. 5^a Corresponde a la nación el dominio directo de su espa
cio territorial y en consecuencia del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e im-prescriptible.

Arto. 6^a La operación de la Radio y la Televisión comprende el aprovechamiento de las ondas electromagnéticas, mediante la ins-talación, funcionamiento y operación de estaciones radiodifuso -ras por los sistemas de modulación, amplitud o frecuencia, tele-visión, facsímiles o cualquier otro procedimiento técnico posi-ble.

El uso del espacio a que se refiere el artículo anterior, se hará mediante previa concesión o permiso que el Poder Ejecutivo otorgue y sujetos a los reglamentos técnicos que al respecto se dicten.

Capítulo Cuarto
De la Competencia del Ministerio
de Cultura

Arto. 7^a Mientras no se dicten leyes específicas sobre el funcionamiento de los medios de comunicación colectivos, el Ministerio de Cultura se encargará de:

- a) Velar por el cumplimiento de todas las disposiciones contenidas en esta ley;
- b) Conocer y registrar los medios de comunicación, mediante la reglamentación que para el caso dictará el Ministerio de Cultura;
- c) Conocer y resolver, con la asesoría adecuada, los problemas derivados del funcionamiento técnico de la Radio y Televisión;
- d) Obtener de los medios electrónicos la difusión en cadena de mensajes o comparencias, que por razones de Estado juzgue de trascendental importancia para el pueblo nicaraguense.

Arto. 8^a La responsabilidad penal para los delitos cometidos en el ejercicio de la libertad de información será exigible sólo ante un Tribunal ordinario y con todas las garantías procesales de que pueda gozar cualquier presunto delincuente.

Capítulo Quinto
De los Gremios

Arto. 9^a La garantía de la responsabilidad individual, social y profesional en el uso de los medios de comunicación, incide

fundamentalmente en los atributos de sus comunicadores. En tal sentido para desempeñarse como periodista profesional en cualquier medio de comunicación, con las reglamentaciones que al efecto se dictarán, se deberá estar afiliado con todos sus deberes y derechos a la Unión de Periodistas de Nicaragua y al Sindicato de Radioperiodistas de Managua.

Capítulo Sexto

De la Vía Contenciosa

Arto. 10^a Se crea un Consejo Especial Permanente para el funcionamiento de los medios de comunicación colectivos que se integrará de la siguiente manera:

- a) Un representante del Ministerio de Cultura;
- b) Un representante de los titulares de medios;
- c) Un representante de la Unión de Periodistas de Nicaragua, (U.P.N.).

Arto. 11^a El Consejo a que hace referencia el artículo anterior, estará facultado para decidir, cuando de la aplicación de las disposiciones de esta ley no hubiere acuerdo entre el Ministerio de Cultura y los medios de comunicación.

De las resoluciones del Consejo podrá apelarse ante la Junta de Gobierno en los términos de un juicio sumario administrativo.

Arto. 12^a Cualquier persona natural o jurídica, podrá recurrir al Ministerio de Cultura para solicitar la inserción en los medios, de lo que creyera que injustamente se le deniega; y para resolver sobre el particular se atenderá al procedimiento establecido en el artículo anterior.

Arto. 13^a La presente Ley entrará en vigencia hoy, desde el momento de su publicación por cualquier medio de comunicación colectiva, sin perjuicio de su publicación posterior en el Diario Oficial.

Dado en la ciudad de Managua, a los dieciséis días del mes de agosto de mil novecientos setenta y nueve. —"Año de la Liberación Nacional".

JUNTA DE GOBIERNO DE RECONSTRUCCION NACIONAL. —Violeta B. de Chamorro. —Sergio Ramírez Mercado. —Alfonso Robelo Callejas. —Moisés Hassan Morales. —Daniel Ortega Saavedra.

PERSONALIDAD JURIDICA A UNION DE
PERIODISTAS DE NICARAGUA (U.P.N.) Y
SINDICATO DE RADIOPERIODISTAS
DE MANAGUA

DECRETO N° 49

LA JUNTA DE GOBIERNO DE
RECONSTRUCCION NACIONAL
DE LA REPUBLICA DE NICARAGUA

en uso de sus facultades,

Decreta:

Arto. 1^a Concédese Personalidad Jurídica a la Unión de Periodistas de Nicaragua (U.P.N.), con sus asociaciones departamentales y el Sindicato de Radioperiodistas de Managua SRPM, que la integran.

Arto. 2^a El presente Decreto entrará en vigencia hoy, desde el momento de su publicación por cualquier medio de comunicación colectiva, sin perjuicio de su publicación posterior en el Diario Oficial.

Dado en la ciudad de Managua a los diecisiete días del mes de agosto de mil novecientos setenta y nueve. — "Año de la Liberación Nacional".

JUNTA DE GOBIERNO DE RECONSTRUCCION NACIONAL. — Violeta B. de Chamorro. — Sergio Ramírez Mercado. — Moisés Hassan Morales. — Alfonso Robelo Callejas. — Daniel Ortega Saavedra.

LA GACETA
DIARIO OFICIAL
AÑO DE LA LIBERACION
Managua, Viernes 28 de Septiembre de 1979
AÑO LXXXIII — N° 19

REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL
SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACION
EN NICARAGUA
(EPOCA REVOLUCIONARIA)

EL MINISTERIO DE CULTURA

en uso de las facultades que le confieren en inciso b) del Artículo 7 de la Ley General Sobre Medios de Comunicación.

Deçreta:

El Siguiente:

REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL
SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Título Primero
Disposiciones Generales

Arto. 1^a Cuando en el presente Decreto, se usan las iniciales "L.G.M.C." debe entenderse que se hace referencia a la Ley General sobre los Medios de Comunicación.

Arto. 2º Para el cumplimiento de las atribuciones que el Arto. 7º "L.G.M.C." otorga al Ministerio de Cultura, se crea la Dirección de Medios de Comunicación, que estará a cargo de un Coordinador General.

Dicha Dirección estará integrada por los siguientes Departamentos:

- a) De Concesiones y Permisos;
- b) De Asesoría Técnica;
- c) Los Otros Departamentos que se creen.

Arto. 3º Al Coordinador General de Medios de Comunicación corresponde la Administración de la Dirección de Medios de Comunicación así como la coordinación general de todos los departamentos en que está constituido y los que llegen a crearse con posterioridad.

Arto. 4º Compete al Coordinador General de la Dirección de Medios de Comunicación:

- I Obtener de todas las estaciones de radio y televisión el encadenamiento a que se refiere el Artículo 7º, inciso (d) "L.G.M.C." salvo en caso de notoria urgencia, que podrá delegarlo en la Dirección de Divulgación y Prensa de la Junta de Gobierno de Reconstrucción Nacional.
- II Señalar el grado de prioridad de difusión de los programas elaborados por las dependencias y organismos públicos que se transmitirán en el tiempo reservado por el Estado en las estaciones de radio y televisión.
- III Cuidar que las transmisiones se sujeten a las disposiciones establecidas en la "L.G.M.C." y el presente reglamento.
- IV Conceder permiso para la transmisión directa de programas originados en el extranjero.

Título II
Capítulo I
Concesiones y Permisos

Arto. 5^a Corresponde al Departamento de Concesiones y Permisos:

- I Otorgar y revocar concesiones y permisos para estaciones de radio y televisión, asignándoles la frecuencia respectiva.
- II Declarar la nulidad o la caducidad de las concesiones o permisos y modificarlas en los casos previstos en esta Ley.
- III Autorizar y vigilar, en coordinación con el Departamento de Asesoría Técnica el funcionamiento y operación de las estaciones y sus servicios y demás medios de comunicación a que se refiere esta Ley.
- IV Intervenir en el arrendamiento, venta y otros actos que afecten el régimen de propiedad de las estaciones de radio y televisión; y
- V Las demás facultades que le confiere la Ley.

Arto. 6^a Para otorgar las concesiones o permisos, el Departamento de Concesiones y Permisos, determinará la naturaleza y propósitos de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser: comerciales, oficiales, culturales, de experimentación; escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole.

Las estaciones de radio y televisión comerciales requerirán de concesión. Las otras sólo requerirán permiso.

Arto. 7^a Las concesiones para usar comercialmente estaciones de radio y televisión, en cualquiera de los sistemas de modulación, de amplitud o frecuencia se otorgarán:

- I Únicamente a ciudadanos nicaragüenses o personas jurídi

cas, cuyos socios o asociados sean nicaraguenses.

II Si se tratare de sociedades por acciones, éstas tendrán que ser nominativas, inconvertibles al portador y transmisibles entre vivos únicamente con la autorización del Ministerio de Cultura a personas naturales o jurídicas, que reúnan los requisitos del presente reglamento; y por causa de muerte, se requerirá que los causahabientes reúnan las calidades del inciso anterior.

III La solicitud tendrá que presentarse por escrito, con los siguientes datos: Nombre del solicitante o denominación social en su caso; fecha de constitución de la sociedad, domicilio, capital social, duración y nombre de las personas que forman su Junta de Administración y personal de dirección.

La solicitud se acompañará con los documentos que comprueben los datos anteriores.

Arto. 8^o Se respetarán los derechos adquiridos por las estaciones de radio y televisión, siempre que se ajusten a los criterios técnicos y a las normas contenidas en este reglamento. Para tal efecto deberán demostrar ante el Departamento de Concesiones y Permisos que cumplen con los requisitos establecidos en el Artículo 7 de este reglamento.

Arto. 9^o Todos los medios de comunicación colectivo deberán inscribirse en la Dirección de Medios de Comunicación, debiendo pagar anualmente en dicha dirección la suma de Dos Mil Córdobas (\$ 2.000.00) para su funcionamiento.

Arto. 10^o La concesión para las estaciones de radio y televisión, contendrá cuando menos lo siguiente:

- I Canal o frecuencia asignado.
- II Ubicación del equipo transmisor.
- III Potencia autorizada.

- IV Sistema de radiación y sus especificaciones técnicas.
- V Horario de funcionamiento.
- VI Nombre, clase o indicativo.
- VII Sistema de enlace: Línea telefónica o FM.
- VIII Término de su duración.
- IX Plazo para iniciar la construcción de sus instalaciones y terminales; y
- X Plazo para iniciar las transmisiones.

Arto. 11^o. El término de la concesión, no podrá exceder de 30 años, pudiendo ser renovado al mismo concesionario con preferencia sobre terceros.

Arto. 12^o Las características de las concesiones y permisos, no podrán alterarse, sino en virtud de resolución administrativa dictada de conformidad con la ley o en cumplimiento de resoluciones judiciales.

Arto. 13^o La enajenación, cesión, transferimiento, hipoteca o traspaso a cualquier título de la concesión o permiso, y, equipo transmisor no serán válidos si no se hace con la previa autorización de este Departamento.

Capítulo II

De los Medios de Información

Arto. 14^o Para desempeñarse como Periodista profesional en cualquier medio de comunicación colectivo, se requerirá constancia de afiliación de la Unión de Periodistas de Nicaragua (U. P.N.); y para los radio-periodistas de Managua bastará presentar una constancia similar otorgada por el Sindicato de Radio-Periodistas de Managua.

Capítulo III
Nulidad, Caducidad y Revocación

Arto. 15^a Las concesiones y los permisos que se obtengan o se expidan sin llenar los trámites o en contravención con las disposiciones del presente reglamento son nulas.

Arto. 16^a Las concesiones otorgadas para el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión, caducarán por las causas siguientes:

- I No iniciar o no terminar la construcción de sus instalaciones dentro de los plazos y prórrogas que al efecto se señalen, salvo causa justificada.
- II No iniciar las transmisiones dentro de los plazos fijados en la concesión, salvo causa justificada.

Arto. 17^a Son causas de revocación de las concesiones:

- I Cambiar la ubicación del equipo transmisor sin previa autorización del Departamento de Concesiones y Permisos.
- II Cambiar él o los canales, o las frecuencias asignadas, sin la autorización del Departamento de Concesiones y Permisos.
- III Enajenar, ceder o transferir, hipotecar, dar en garantía o en fideicomiso o gravar de cualquier modo, íntegra o parcialmente, la concesión y los derechos derivados de ella, y el equipo transmisor sin la aprobación del Departamento de Concesiones y Permisos.
- IV Suspender sin justificación los servicios de la estación difusora por un período mayor de 60 días.
- V Cambiar el concesionario su nacionalidad nicaragüense, o solicitar protección de algún Gobierno, empresa o personas extranjeras.

VI Modificar la escritura social en contravención con las disposiciones de esta Ley.

VII Cualquier falta de cumplimiento de las condiciones de la concesión, no especificada en las causales anteriores.

Arto. 18^a Los permisos para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión, podrán ser revocados por los siguientes motivos:

I Cambiar la ubicación del equipo transmisor sin la autorización del Departamento de Concesiones y Permisos.

II Cambiar él o los canales y la o las frecuencias asignadas sin la autorización del Departamento de Concesiones y Permisos.

III No prestar con eficacia, exactitud o regularidad, el servicio especializado no obstante el apercibimiento.

IV Traspasar el permiso sin la autorización del Departamento de Concesiones y Permisos.

V Modificar la escritura social en contravención con las disposiciones de esta Ley.

VI Cualquier falta de cumplimiento de las condiciones especificadas en el permiso.

Título III

Capítulo I

Departamento de Asesoría Técnica

Arto. 19^a Corresponde al Departamento de Asesoría Técnica la coordinación y funcionamiento técnico de los medios de comunicación de conformidad con las normas señaladas a continuación.

Arto. 20^a Los Medios de Comunicación colectivo no podrán suspender sus transmisiones, salvo caso fortuito o fuerza mayor. El concesionario o permisionario deberá informar al Departamento de Asesoría Técnica:

- I De la suspensión del servicio.
- II De la utilización en su caso, de un equipo de emergencia mientras dure la eventualidad que originó la suspensión; y
- III De la normalización del servicio al desaparecer la causa que motivó la emergencia.

Los avisos a que se refieren los incisos anteriores, se darán en cada caso, en un término de veinticuatro horas, a partir de cada hecho.

Arto. 21^a El funcionamiento técnico de las estaciones de radio y televisión deberá reunir las condiciones señaladas en las disposiciones que dicte este Departamento de acuerdo con las normas de ingeniería requeridas.

Arto. 22^a Este departamento dictará las medidas necesarias para evitar interferencias en las emisiones de radio y televisión. Toda estación o aparatos científico, terapéutico o industrial, y aquellas instalaciones que radien energía en forma suficientemente perceptible para causar perturbaciones a las emisiones autorizadas, deberán suprimir esas interferencias en el plazo que al efecto fije el departamento.

Arto. 23^a Este mismo departamento, evitará las interferencias entre estaciones nacionales e internacionales, y dictará las medidas convenientes para ello, velando porque las estaciones que operen sean protegidas en su zona autorizada de servicio.

Determinará también los límites de las bandas de los distintos servicios, la tolerancia o desviación de frecuencia y la amplitud de las bandas de frecuencia de emisión para toda clase

de difusoras, cuando no estuvieren especificadas en los tratados respectivos.

Arto. 24^a No se considerarán interferencia objetable la que provenga de algún fenómeno esporádico de radio-propagación.

Arto. 25^a Por efectos técnicos y de seguridad de las personas, las estaciones de radio y televisión deberán instalar sus plantas fuera de las ciudades.

Las emisoras que todavía funcionen dentro de las ciudades, tendrán que reubicar sus plantas fuera de éstas, para lo cual se les otorga un plazo de seis meses a partir de esta fecha.

Arto. 26^a El Departamento de Asesoría Técnica podrá practicar visitas de inspección técnicas en las estaciones de radio y televisión para comprobar exclusivamente que su operación se ajusta a lo establecido en este reglamento.

Arto. 27^a Podrá asimismo, realizar las visitas de inspección técnicas que se consideren pertinentes y el concesionario o permisionario deberá atender las observaciones que por escrito se le hicieren.

Arto. 28^a La inspección y vigilancia técnica se hará por medio de los especialistas del departamento.

Arto. 29^a Los datos que el personal de inspección obtengan durante o con motivo de su visita, tendrán el carácter de confidencias.

Arto. 30^a Si se constatare la existencia de fallas técnicas, el departamento así se lo hará saber por escrito al concesionario o permisionario para su pronta reparación, y de hacer caso omiso, el departamento procederá a reparar las fallas a costa del interesado.

Capítulo II

Programación

Arto. 31^a El derecho de información, de expresión y de recepción, mediante la prensa escrita, radio y televisión, es libre y consecuentemente no será objeto de censura previa, ni de ninguna investigación judicial o administrativa, ni limitación alguna.

Arto. 32^a Los directores o dueños de espacios informativos de radio y televisión están obligados a su inscripción, señalando:

- I El nombre del noticiero.
- II El nombre de la estación o estaciones en que difundirá.
- III La hora y el número de audiciones que tendrá.

Arto. 33^a Los directores o dueños de espacios informativos quedan igualmente sujetos a las disposiciones contenidas en el Artículo 14 y al pago anual de Quinientos Córdobas (\$ 500.00); ante el Ministerio de Cultura por derechos de inscripción.

Arto. 34^a Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar sin embargo, transmisiones gratuitas diarias con duración de hasta 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales, sociales, económicos, deportivos, de acuerdo a las orientaciones generales que elaborará el Ministerio de Cultura y en horas que no afecten su programación regular.

Arto. 35^a Los concesionarios de estaciones radiodifusoras comerciales y los permisionarios de estaciones culturales, oficiales, de experimentación y radiofónicas, están obligados a transmitir gratuitamente y de preferencia:

- I Los boletines de cualquier autoridad que se relacionen con la seguridad o defensa del territorio nacional, la

conservación del orden público o medidas encaminadas a prever o remediar cualquier calamidad pública; y

II Los mensajes o cualquier aviso relacionado con embarcaciones o aeronaves en peligro, que soliciten auxilio.

Arto. 36^a Prohíbese hacer propaganda de cigarrillos y bebidas alcohólicas. No obstante las empresas productoras, distribuidoras, vendedoras de cigarrillos y bebidas alcohólicas podrán patrocinar programas de cualquier índole y los medios de comunicación podrán identificarlos como patrocinadores de los mismos.

Arto. 37^a La radio, televisión y prensa escrita, orientarán preferentemente sus actividades al fortalecimiento de nuestras conquistas revolucionarias, a la defensa de nuestra Revolución, a la ampliación de la educación popular, la difusión de la cultura, la extensión de los conocimientos, la propalación de las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradiciones; el estímulo a nuestra capacidad para el progreso; a la facultad creadora del nicaraguense para las artes y el análisis de los asuntos del país desde un punto de vista objetivo, a través de orientaciones adecuadas que afirmen la unidad nacional.

Arto. 38^a Los programas de radio y televisión no deberán presentar series, radionovelas, radio-teatros y películas que atenten contra la moral o induzcan a la práctica de la violencia, discriminación racial, política, económica y social; quedando asimismo sujetos a las prohibiciones contempladas en el Arto. 3^a de la Ley General sobre los Medios de Comunicación.

Capítulo III Del Personal

Arto. 39^a La dirección del Departamento de Concesiones y Permisos estará a cargo de un Director quien es el responsable del Departamento y a quien corresponde cumplir y hacer cumplir

Arto. 40^a La dirección de la Asesoría Técnica estará a cargo de un Director quien es el responsable de la Asesoría y a quien corresponde cumplir y hacer cumplir lo establecido en el Título III, de este reglamento.

Arto. 41^a Para el cumplimiento de sus funciones, los directores de los departamentos de Concesiones y Permisos y Asesoría Técnica podrán contratar el personal técnico o Administrativos que consideren necesario.

Capítulo IV De las Infracciones

Arto. 42 Constituyen infracciones a la presente Ley:

- I No cumplir con la obligación que imponen los Artículos 2 y 3 de la Ley General sobre los Medios de Comunicación.
- II No prestar los servicios de interés nacional previstos en la Ley y en este reglamento.
- III La operación de una emisora con una potencia distinta a la asignada sin autorización del Departamento de Concesiones y Permisos.
- IV No cumplir con lo establecido en el Artículo 9 de la Ley General sobre los Medios de Comunicación y el Artículo 14 del presente reglamento.

Arto. 43^a El Coordinador General de la División de Medios de Comunicación podrá ordenar la suspensión de cualquier tipo de publicaciones, proyecciones o transmisiones en los casos contemplados en el Artículo 3, "L.G.M.C." mientras se produce resolución del Consejo Especial Permanente, sin perjuicio que de lo ya publicado, transmitido o proyectado pudiere derivarse delitos que pasarán a ser conocidos por la legislación común y las leyes de emergencia nacional. Esto último, en cumplimiento al Artículo 7 de la Ley General sobre los Medios de Comunicación colectiva. No podrán constituirse nunca tribunales de excepción para el ejercicio del periodismo.

Arto. 44^a Las infracciones a los Ordinales II y III) del Artículo 42, estarán sujetos a la suspensión de las transmisiones por un plazo máximo de cuarenta y ocho horas.

Arto. 45^a Los Medios de Comunicación que incurran en las infracciones señaladas en el Ordinal IV) del Artículo 42, serán suspendidos hasta que no se ajusten a las disposiciones de la Ley General sobre los Medios de Comunicación colectiva y este reglamento.

Arto. 46^a La reincidencia de las infracciones de los Ordinales II, III y IV del Artículo 42, podrá conllevar la suspensión temporal o definitiva y revocación de la concesión o permiso de los medios de comunicación colectiva a juicio del Consejo Especial Permanente, para lo cual se seguirá el procedimiento establecido en el Artículo 11 de "L.G.M.C."

Arto. 47^a El presente reglamento entrará en vigencia hoy, desde el momento de su publicación por cualquier medio de comunicación colectiva sin perjuicio de su publicación posterior.

Dado en la ciudad, a los 22 días del mes de Septiembre de mil novecientos setenta y nueve. — "Año de la Liberación Nacional".

LA GACETA
DIARIO OFICIAL
AÑO DE LA LIBERACION
Managua, Jueves 13 de Septiembre de 1979
AÑO LXXXIII — N^o 10

**(RESUMEN DE LA INTERVENCION DE ELEAZAR DIAZ RANGEL,
PRESIDENTE DE LA FEDERACION LATINOAMERICANO DE PERIODISTAS
'FELAP', EN LA CLAUSURA DEL SEMINARIO LATINOAMERICANO
DE PERIODISMO "CARLOS FONSECA")**

Al calor de la heroica, sostenida y victoriosa lucha del pueblo nicaragüense y de su vanguardia el Frente Sandinista de Liberación Nacional y en el escenario de celebración del Segundo Congreso Latinoamericano de Periodistas, reunido en Caracas en Julio, por petición de la delegación nicaragüense de la Unión de Periodistas y del Sindicato de Radioperiodistas, acordamos que la primera reunión del Comité Ejecutivo recién electo que se celebrara fuera de Caracas, se efectuaría en Managua. No fue posible, y en su defecto, por iniciativa nicaragüense, acordamos la organización de este primer seminario latinoamericano de periodistas "Carlos Fonseca", que ahora estamos clausurando.

A la FELAP la complace enormemente que algunos de sus principios sobre una auténtica e integral libertad de prensa, de lucha por conquistar una nueva manera de hacer periodismo, que no esté sometido a las presiones económicas ni sea un periodismo oficialista, están siendo recogidos en los lineamientos generales, de la política de comunicación de la Junta de Gobierno de Reconstrucción Nacional. En pocas horas lo hemos sentido así; lo hemos visto en la Ley General Provisional sobre los Medios de Comunicación Social, y de alguna manera, desde ángulos distintos, lo expresaron tres comandantes de la revolución, Humberto Ortega, Tomás Borge y Bayardo Arce, durante el desarrollo de este seminario. La propia presencia de ellos demuestra no sólo el interés de los conductores de este proceso revolucionario en una cuestión tan importante como la política comunicacional, el periodismo y la libertad de expresión, sino en el mismo Seminario. Las aspiraciones de los periodistas latinoamericanos de contar con una prensa libre de ese tipo de presiones, pero igualmente de un periodismo responsable, revolucionario, no oficialista, abierto a la crítica y a la polémica, dentro del marco de los intereses

de la revolución y del pueblo y de la nación nicaraguense, esas aspiraciones, repito, comienzan a realizarse ahora en Nicaragua.

De las jornadas celebradas el viernes, cuando se escuchó, la versión nicaraguense de la participación del periodismo en la lucha por la libertad y por la democracia, por la liberación nacional y contra el imperialismo, ha quedado claro para nosotros no sólo que ha existido una línea consecuente de los periodistas de este país por la libertad, sino la necesidad de que nosotros nos comprometamos a contribuir a enfrentar la campaña de silencio y de descrédito contra el proceso nicaraguense. De acá nos vamos a difundir el llamamiento que ustedes nos hacen a decir la verdad, a enfrentar la campaña orientada a introducir elementos de confusión y de descrédito. En este sentido, debemos comenzar saludando la iniciativa, como está dicho en una de las resoluciones, de crear la agencia de noticias Nicaragua Nueva. Todos estamos obligados a ayudarla a expandir sus servicios, para que nos lleguen a todo el continente, y en primer lugar, a los países centroamericanos, en algunos de los cuales están las bases de la contrarrevolución.

Esta mañana hemos aprobado los acuerdos y resoluciones de este primer seminario. Destaca entre todos los documentos, el que hemos titulado "Declaración de Managua", aprobada por unanimidad, y que pienso, recoge el espíritu de este seminario, de adhesión al proceso revolucionario nicaraguense, de valoración del papel jugado por sus periodistas, de solidaridad con las tareas de reconstrucción, y de compromiso de ayudar a la campaña contra la desinformación, el silencio y el descrédito. Otras materias relacionadas con la información, los estudios de comunicación y la agencia de noticias, ocuparon igualmente nuestra atención.

Pero si estábamos reunidos periodistas de diez países latinoamericanos, las cuestiones relativas a la represión en otras latitudes y a la solidaridad, no podrían estar ausentes. Como oportunamente lo explicó el compañero Hernán Uribe, no quisimos, sin embargo, aprobar estos últimos pronunciamientos en a-

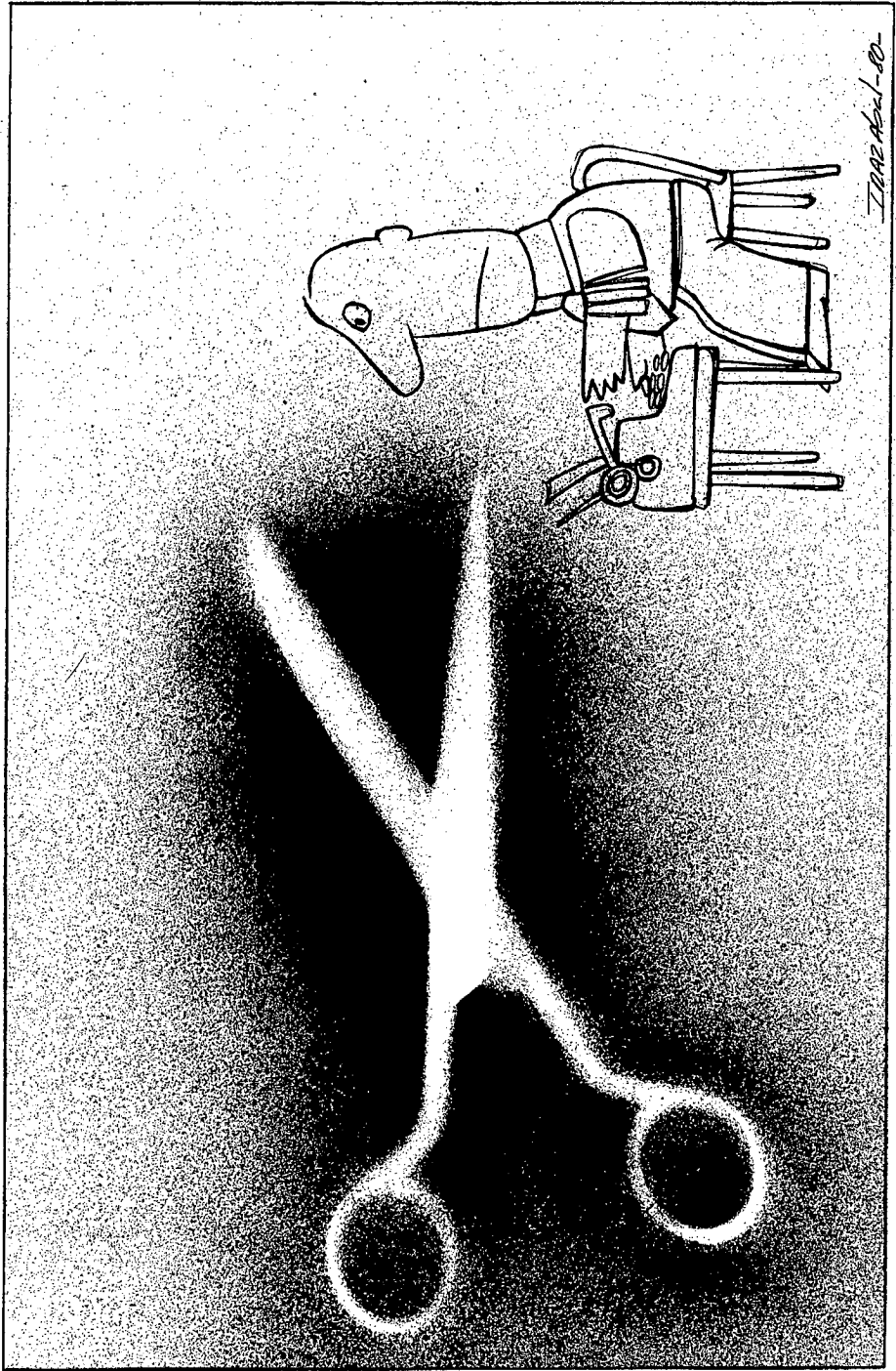
cuerdos, para no desviarnos de nuestro objetivo fundamental que era la identificación con esta revolución nicaragüense tan propia, preferimos aprobarlos en forma de mensajes.

Hoy estamos llegando al término de nuestras jornadas de trabajo. Creo que hemos cumplido los propósitos buscados. Nos sentimos satisfechos de la concurrida asistencia de periodistas y estudiantes de periodismo de este país, e igualmente quisiera agradecer a nombre de los organizadores del Seminario y particularmente, a nombre de la FELAP, la colaboración que han prestado para su exitoso desarrollo un conjunto de instituciones, dependencias y personalidades, encabezados por los miembros de la Junta de Gobierno de Reconstrucción Nacional y de los comandantes de la revolución que nos acompañaron en el acto inaugural, ayer en la segunda jornada de trabajo, y esta mañana en la clausura.

No creo que sea un atrevimiento, y mucho menos, por supuesto, una ligereza, decirles que todos tenemos un nuevo compromiso, ustedes y nosotros, el de reunirnos aquí mismo en el segundo seminario latinoamericano de periodismo "Carlos Fonseca". Será la hora de hacer el balance de un camino andado, de examinar lo que ha sido la experiencia en la aplicación de una Ley, la de medios de comunicación, que no por casualidad tiene un tan definido carácter provisional. Será un camino, seguramente, lleno de dificultades, que pondrá a prueba los principios de esta revolución, su carácter democrático expresado en el Estatuto de Garantías...de manera, que todos estamos invitados para ese segundo seminario, que reuniremos en el momento en que los compañeros periodistas nicaragüense consideren útil y necesario.

ELEAZAR DIAZ RANGEL

Managua, 9 de Noviembre de 1979



GUÍA BIBLIOGRÁFICA

CONFLICTO POLITICO E INFORMACION EN LATINOAMERICA Y EL CARIBE

La siguiente selección bibliográfica ha sido confeccionada atendiendo a dos criterios básicos:

- a) Que la temática propuesta se refiere no meramente al cambio social sino al conflicto político de carácter nacional o internacional que implica a un país latinoamericano o del Caribe.
- b) Que la temática sea abordada desde la perspectiva preferentemente comunicacional y más estrictamente informativa.

Considerando, sin embargo, la conveniencia de mencionar alguna obra básica que sirva de marco general a los problemas concretos y a casos específicos, hemos indicado algún título sobresaliente de carácter económico y político.

La lista la hemos dividido en tres bloques, pasando sucesivamente de enfoques generales a estudios particulares. El primer bloque ofrece unos títulos básicos para introducirse en la problemática de la información en situaciones de cambio social y conflicto político. El segundo se refiere a problemas de Latinoamérica y el Caribe en su conjunto, y el tercero a países y conflictos particulares del área latinoamericana y del Caribe.

I. INFORMACION Y CONFLICTO POLITICO

- Aron, Raymond: "Paz y guerra entre las naciones". Revista de Occidente, Madrid, 1963.
- Aronson, James: "The Press and the Cold War" N.Y. Bobbs-Merrill, 1970.

- Bagdikian, Ben H.: "La conspiración estéril y otros crímenes de la prensa" Ed. Dopesa. Barcelona, 1973.
- Beneyto, Juan: "La Opinión Pública Internacional". Ed. Tec nos, Madrid, 1969.
- Breed, Warren: "Social Control in the Newsroom: A Func tional Analisis" en "Social Forces" 33 (May) 1955, pp. 325-326.
- Brown, Charles H.: "The Correspondents War" N.Y. Charles Scrib ner's Son, 1967.
- Buzek, A.: "How the Communist Press Works", N.Y. Fre derick A. Praeger, 1964.
- Centro Internacional para el Desarrollo: "Las relaciones eco nómicas Norte-Sur y los medios masivos de comunicación". París, 1976.
- Cohen, Bernard C.: "The Press and Foreign Policy" N.Y. Prin ceton University Press, 1963.
- Cotteret, Jean Marie: "La Comunicación Política", Ed. El Ate neo, Buenos Aires, 1977.
- Chittik, William O: "State Department, Press and Pressure - Groups, NY. John Wiley, 1970.
- Donahus, George y otros: "Gatekeeping: Mass Media Systems - and Information Control". In F.G. Klino and Phillip J. Tichenor, eds., "Current Pers pectives in Mass Communication Reserch, vol 1, Beverly Hills, Calif.: Sage, 1972.
- Donohew, Lewis: "Newspaper Gatekeepers and Forces in the News Channel, en "Public Opinion Quarter ly", Vol. 31 (1967), pp. 61-68
- Elder, Robert E.: "The Policy Machine: The Department of State and American Foreign Policy, Syracu se, N.Y.: Syracuse University Press, 1960.

- Epstein, Edward J.: "News from Nowhere", N.Y., Vintage, 1974.
- Fulbright, J. Williams: "The Pentagon Propaganda Machine" N.Y. Liverigh, 1970.
- Keogh, James: "Information, Culture and Modern Diplomacy en "Foreign Service Journal, Julio, 1974.
- Marks, Leonard H.: "International Conflict and the Free Flow of Information" en "Control of the Direct Broadcast Satellite: Values in Conflict" Pa lo Alto, California. Aspen Institute, 1974.
- Mattelart, Armand: "La Geopolitique du papier", en "Le Monde Diplomatique", Paris, N. 278, may, 1977. pp. 20-21.
- Megret, M.: "La guerra psicológica:. Paidós, Buenos Aires, 1967.
- Minor, Dale: "The Information War", N.Y.:Thorn Books, - 1970.
- Ordóñez, M. y Encalada Reyes, M.: "Comunicación Internacional y Contaminación ideológica", Investigación y Comunicación, N. 8 Quito, 1975.
- Ostgaard, Einar: "Factors Influencing the Flow of News" en "Instant Research on Peace and Violence" - N. 4, 1976, pp. 195-197.
- Pye, Lucian W.: "Evolución Política y Comunicación de Masas", Ed. Troquel, Buenos Aires, 1969.
- Rose, E.J.B.: "The Press and International Tensions" en "International Affairs", 1962, Vol. 38, pp. 52-62.
- Shekel, Peter y Ordoñez, Marco: "Comunicación y Cambio Social" ILDIS, CIESPAL, Quito, Ecuador, Sep. 1975.
- Seymour-Ure, Colin: "The Political Impact of Mass Media", Beverly Hills, California, Sage, 1974.

Sigal, L.V.: "Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking. Lexington, Mass.:D.C. Heath and Co., 1973.

2. ESTUDIOS SOBRE LATINOAMERICA Y EL CARIBE EN SU CONJUNTO

Awad Maestre, Jorge E.: "La influencia de los medios de información sobre el Grupo Andino", Seminario Internacional ILDIS-CIESPAL; San José Costa Rica, 19-25, noviembre, 1972.

Beltrán, Luis Ramiro: "News Flow Between Latin America and the United States; an assessment of international mass communication" East Lansing, Michigan State University, 1970.

"Apuntes para un diagnóstico de la incomunicación social en América Latina. La persuasión en favor del status quo". Razón y Fábula. Colombia, n° 23, 1971.

Caribbean Quarterly: "Mass Media en Caribbean", en Caribbean Quarterly. University of the West Indies. Kingston, Jamaica, Vol. 22, N.4. Diciembre, 1976.

CIESPAL: "Dos semanas en la prensa de América Latina", Quito, 1967.

Columbia Journalism Review: "The News from Latin America; excerpts from a report to the Center for the Study of Democratic Institutions Santa Barbara, California, Fall, 1962. pp. 49-60.

Collier, Barnard L.: "News and Latin America: A Balance Sheet, en Saturday Review, 12, Oct. 1963.

Córdoba Garlarza, Gonzalo: "La incomunicación social y el cambio en América Latina", en Comunicación y Cambio Social, ed. por Peter Shenkel y Marco Ordóñez. ILDIS/CIESPAL, Quito, 1975, pp. 279-290.

- Day, J. Lawrence: "The Latin American Journalist: A Tentative Profile" en Journalism Quarterly, Vol.45,1968 pp. 509-515.
- Encuentro Latinoamericano de Periodistas: Documentos del 1er. 2do y 3er Encuentros de la Federación Latinoamericana de Periodistas. FELAP, Caracas.
- Kennedy, P.B.: "Problems of Reporting on Latin America", Nieman Reports, July, pp. 5-6, 1957.
- Knudson, Jerry: "Whatever Became of the Pursuit of Happiness: The U.S. Press and Social Revolution in Latin America. Association for Education in Journalism, San Diego, California, August, 1974.
- FELAP: "La circulación de noticias en América Latina" Ministerio de Información y Turismo, Caracas, 1977.
- Lyford, Joseph P.: "The Times and Latin America". In Center for the Study of Democratic Institutions. Reprinted in the "Columbia Journalism Review (Fall), 1962, pp. 54-56.
- Markhan, Joseph P.: "The Times and Latin American". In Center for the Study of Democratic Institutions. Reprinted in the "Columbia Journalism Review (Fall), pp. 54-56.
- Mattelart, A.: "La comunicación masiva en el proceso de liberación" Siglo XXI, Editores, México, 1976.
- Pascuali, A.: "Sobre el uso instrumental de los medios masivos en América Latina para fines de dependencia", en Comprender la Comunicación, Monte Avila, Editores, Caracas 1978.
- Reyes Matta, F.: "El encandilamiento informativo de América Latina" en La Información en el Nuevo Orden Internacional. ILET, México, 1977, pp.183-204.

USIA: "The economic and political climate of opinion in Latin America and attitudes toward the Alliance for Progress" USIA, Washing. 1964.

3.- ESTUDIOS SOBRE PAISES PARTICULARES

Argentina

Florez, Mc Gregor, J.: "La red y la tijera: los medios de Comunicación Social en la Argentina. Abece Edic, Buenos Aires.

García Lupo, Rogelio: "El gobierno peronista frente a los medios de comunicación de masas", en Peronismo y Socialismo. Buenos Aires, I, 1, Sept. 1973.

Shenkel, Peter: "El caso de Argentina", en la Estructura de Poder de los Medios de Comunicación en Cinco Países Latinoamericanos", ILDIS, Estudios y Documentos, N° 20, Santiago de Chile, 1973.

Schmucler, Héctor: "Dependencia y política en la prensa Argentina". El caso de la Opinión. En "Comunicación y Cambio Social". ILDIS-CIESPAL, Quito, 1975, pp. 225-236.

Verón, Eliseo: "Ideología y Comunicación de masas: la semantización de la violencia política", en Lenguaje y Comunicación Social. Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 1969.

Bolivia

Knudson, Jerry W.: "The Inter American Press Association as Champion of Press Freedom: Reality or Rhetoric? The Bolivian Experience, 1962-1973. Philadelphia, - Temple University, Department of Journalism, 1973.

Suárez, Jorge: "La prensa y la realidad nacional". Bolivia: Servicio Informativo y Cultural de los Estados Unidos, 1967.

Tragen, Irving: "El papel de la prensa en la Alianza para el Progreso", La Paz, USIS, Consejo Boliviano - Norteamericano de Negocios, 1966

Brasil

Lane, J. P.: "Funtions of the Mass Media in Brazil, 1964, Crisis", en "Journalist Quarterly, N° 44.1967 pp. 297-306.

Perrone, Fernando: "Le Controle des Mass-Media au Brésil. Paper presented at the Ninth Assembly of International Association for Mass Communication Research, Leipzig, Sept. 1974.

Colombia

Guzmán, G. y otros: "La violencia en Colombia", Bogotá, 1962-1964.

Fals Borda, Orlando: "La subversión en Colombia", Bogotá, 1967.

Shenkel, Peter: "El caso de Colombia", en la Estructura del Poder de los Medios de Comunicación en Cinco Países Latinoamericanos", ILDIS-Estudios y Documentos. N° 20. Santiago de Chile, 1973.

Cuba

Bagkidian, Ben H.: "Press Independence and the Cuban Crisis" en Columbia Journalism Review, Winter 1963, pp. 5-12.

Bernstein, Victor and Gordon, J.: "The Press and the Bay of Pigs" Columbia University Forum (Fall), 1967.

- Block, M.: "The Night Castro Unmasked" Columbia Journalism Review (Summer), pp. 5-10, 1962.
- Bonafede, Dom: "The Press in the Cuban Fiasco". Nieman Reports, N^o 15, 1961.
- Dudley Seers (ed): "Cuba. The Economic and Social Revolution", Chapel Hill, 1964
- Francis, M.J.: "The U.S. Press and Castro: A Study in Declining Relations". Journalism Quarterly (Summer) 1967, pp. 257-266.
- Houghton, Neal D.: "The Cuban Invasion of 1961 and the US Press in Retrospect", Journalism Quarterly. Vol. 42 (Summer), 1965, pp. 422-432.
- Howard, Lewis: "The Cuban Revolt Story: AP, UPI and 3 papers" en Journalism Quarterly (USA), N^o 4, 1960, pp. 573-578.
- Kipp, James E.: "Press Coverage of Havana Conference", Journalism Quarterly, N^o 44, 1967, pp. 542-544.
- Mathews, H.: "Cuba and the Times", in H. Mathews. A World in Revolution, New York, 1971
- Midura, Edmund: "Coverage of the bay of pigs invasion of 1961, in a segment of the american press". Pennsylvania State University (Tesis), 1966l
- Pollock, John and Cohn, Eileen: "Political Reporting on Revolution: Cuba in Cross National Perspective" Paper delivered at the Tenth General Assembly of the International Association for Mass Communication Research. Leicester, England, Sept. 1976.
- Zobrist, Benedict K.: "How Victor Lawsons Newspaper covered the Cuban War of 1898", Journalism Quarterly, N^o 33 pp. 349-356.

Chile

- Birns, Lawrence: "Chile. A Bloody Fall" Wordview (Nov) 1973.a.
"Chile in the Wall Stret Jornal", The Nation (Dec), 1973. b.
"The Death of Chile": The New York Revie of Books (Nov). 1973 c.
"Requien for Chile: La Moneda es Burning", The Village Voice, 20 (Sept) 1973. d.
- Carey, James: "Communication and Cultura", Communication Research e, N^o 2 (April), 173-91, 1975.
- Comunicación y Cultura: "Prensa y lucha ideológica en los cordones industriales de Santiago: Testimonios" Buenos Aires, N^o 2, pp. 77-103.
- Fagén, Patricia: "The Media en Allende's Chile", en Journal of Communication 1974, Vol. 24, N^o 1.
- Hardy, Ives: "L'utilisation de l'information para la C.I.A en Chili", en "Le Monde Diplomatique", Paris, N^o 278, May, 1977, pp.16-14
- Johnson, Dale C. ed: "The Chilean Road to Socialism, Garcen City, N.Y. Anchor, 1973.
- IOI: "Chile, One Year Later, Prague, 1974, p. 34.
- Knudson, Jerry: "Allende Falls, the Press Reacts". Masthead, January, 1974 a.
- Landis, Fred: "How the C.I.A Gest Good Press in Chile", en Spectrum, University of Illinois, October, 26 1974.
- Mattelart, Armand: "La ideología de la prensa liberal en Chile" en Los Medios de Comunicación de Masas, Edi. Cid, Buenos Aires, 1976.

- Morris, Roger et alii: "Through the Looking Galls in Chile": Coverage of Allende's Regime. Columbia Journalism Review (Nov-Dec). 1974, pp.15-26
- Pearson, T.: "Coverage of Allende: Preconceived, Wishful View. Chicago Journalism Review (nov), 1973, pp. 3-5
- Pollock, John: "Reporting on Chile: What the Press Leaves Out". The Nation 29 January, 1973.
- "Apologists for Terror. The Chilean Junta - and The U.S. Press". Worldview (March), pp. 27-32. Reprinted in Gary Mc Eoin, ed. Chile under Military Rule. N.Y. IDOC.
- "The New York Times and Militarism in Chile". The Latin American Studies Association Newsletter (December) 1973.
- "The New Cold War in Latin America", in Dale Johnson, ed. The Chilean Road to Socialism. N.Y. Doubleday, 1973.
- "The U.S. Press and Chile: Ideology and Internationale Conflict in June Nash and Juan Corradi, eds. Ideology and Social Change in Latin America (Available from Editors, N.Y.) 1975.
- Rodríguez, Abelardía: "El papel de los medios masivos en la política cultural de la Junta Militar chilena", en Cultura y Comunicación, Bs. As. N° 4, pp. 15-53, 1975.
- Schakne, Robert: "Chile: Why We missed the Story". Columbia Journalism Review, 14, N° 6 (March/April), 60-62, 1976.
- Shenkel, Peter: "El caso de Chile", en "La Estructura de poder de los Medios de Comunicación en cinco

países latinoamericanos" ILDIS-Estudios y Documentos. N° 20, Santiago de Chile, 1973.

Ecuador

Mc Leod, J.M. et alii: "The Mass Media and Politican Information in Quito. Ecuador, en Public Opinión Quarterly 1968-1969. Vol. 32, pp. 575-587.

Simmons, Robert et alii: "Media and Develpement News in the slums of Ecuador and India", en Journalism Quarterly, Winter, 1968, pp. 698-705.

El Salvador

Estudios Centro Americanos: "Los medios de comunicación en El Salvador" Oct. 1973. N° 230 (véase en particular: "La prensa al servicio del orden: el caso de Chile", pp. 685-705)

Jamaica

Brown, Aggrey: "The Mass Media of Communications and Socialist Change in the Caribbean: A case Study of Jamaica", en Caribbean Quarterly, Kington, Jamaica, Vol. 22. N° 4, December, 1976, pp. 43-49.

México

Merril, John C.: "Gringo. The American as Seen by Mexican Journalists". Gainsville: Florida University Press, 1963.

"The Image of U.S. in Ten Mexican Dailies", en Journalism Quarterly, N° 39, pp. 203-209.

"The Image of the Yanque in Mexican Press", en Gazette, Amsterdam, N° 3, 1962, pp. 251-254.

Reyes Matta, F.: "América Latina, Kissinger y la UPI: Errores y omisiones desde México", en *Comunicación y Cultura*. Buenos Aires, N° 4 Sept. 1975.

Selser, Gregorio: "Periodismo y diplomacia. Una campaña de Hearst contra México, en *Diplomacia, garrote y dólares en América Latina*, Edi. Palestra, Buenos Aires 1962, pp. 165-198.

Shenkel, Peter: "El caso de México", en "La estructura del Poder de los Medios de Comunicación en Cinco países latinoamericanos", *ILDIS-Estudios y Documentos* N° 20, Santiago de Chile, 1973.

Paraguay

Soria Mesquita, Carlos: "Periodismo y cambio social, Universidad Católica, Departamento de Ciencias de la Comunicación, 1969.

Perú

Aliku, Marvin: "The Peruvian Press and the Nixon Incident", en *Journalism Quarterly*, Vol. 35, pp. 411-419 (Fall), 1958.

Bejar, Héctor: "La verdad sobre los diarios", *Perugraph Edit.* Lima, 1967.

Comunicación: "Prensa: el ensayo peruano", en la *Revista de Comunicación* N° 5, Caracas, diciembre 1975, pp. 31-41.

Gargurevich, Juan: "Mitos y verdades de los diarios de Lima", ed. Labor, Lima, 1972.

Norabuena, Huamán, T.: "El periodismo alienante y el actual estatuto de libertad de prensa". Tesis de Derecho Universidad de Trujillo, 1972.

Peirano, Luis y otros: "Prensa: apertura y límites", DESCO, Lima, 1978.

Shenkel, Peter: "El caso de Perú", en "La Estructura de Poder de los Medios de Comunicación en cinco países latinoamericanos", ILDIS-Estudios y Documentos, N° 20, Santiago de Chile, 1973.

Verbistky, Horacio: "Prensa y Poder en el Perú". Ed. Extemporáneos, México, 1975.

Villavicencio, Alejandro: "Los diarios antes y después de la expropiación", Serator, Lima, 1978.

Puerto Rico

Gordon Lewisk: "Puerto Rico: Libertad y Poder en el Caribe", Río Piedras, Ed. Edil, 1969.

República Dominicana

Días Rangel, Eleazar: "Pueblos Subinformados". Universidad Central, Caracas 1967 (veáse en particular: El capítulo relativo a la Revolución dominicana).

Niedergang, Marcel: "La Revolution de Saint-Domingue", París, 1966.

Waggoner, B.: "News and the Mass Media in the Dominican Republic", en Journalism Quarterly, N° 44, 1967 pp. 533-539.

Surinam

Reyes Matta, F.: "Surinam: el caso elocuente", en "El escandilamiento informativo de América Latina", en "La Información en el Nuevo Orden Internacional", ILET, México, 1977, pp. 195-199.

Uruguay

Faraone, Roque: "El poder económico y la función ideológica de control social que ejerce la prensa en el Uruguay", en *Comunicación y Cambio Social* ILDIS-CIESPAL, Quito, 1975, pp. 119.

IOI: "Uruguay and the Mass Media Today", en *Journalism Affairs*, Prague, 1974, 28 pp.

Venezuela

Díaz Rangel, Eleazar: "Pueblos Subinformados", Caracas, Universidad Central, 1967.

"Noticias censuradas", Ed. Síntesis Dos-Mil, Caracas, 1974.

Mujica Héctor: "El imperio de la noticia". Universidad Central de Venezuela, 2da. edic. Caracas, 1975.

Santoro, Eduardo: "La información sobre América Latina en una semana de la prensa de Caracas", en *Comunicación y Cambio Social*, ILDIS-CIESPAL, Quito, 1975, pp. 225-236.



INFORMACIONES



MAS DE DOSCIENTOS PERIODISTAS MUERTOS EN MISIONES INFORMATIVAS

Con la muerte de Bill Stewart, periodista de la cadena de la televisión norteamericana ABC, ejecutado en Managua por miembros de la Guardia Nacional, el número de periodistas muertos o desaparecidos en misiones informativas desde 1950 sobrepasa los doscientos.

Sólo en las guerras de Vietnam, Laos y Camboya se registraron 73 muertos o desaparecidos: dieciséis muertos y cuatro desaparecidos eran norteamericanos; trece muertos y cinco desaparecidos, franceses; seis muertos y ocho desaparecidos, japoneses y cuatro muertos y un desaparecido, australianos.

Dieciséis periodistas cayeron durante la guerra de Corea: diez norteamericanos, tres británicos, dos franceses y un coreano.

La guerra del Líbano costó la vida a un total de catorce informadores —doce libaneses, un alemán occidental y un belga—, y la de Argelia arrojó un balance de seis informadores muertos, todos ellos de nacionalidad francesa.

Cinco periodistas australianos y dos portugueses murieron o desaparecieron en las revueltas de la isla de Timor; un inglés y un turco, en las de Chipre, y cuatro alemanes y un sueco, en la guerra de Uganda.

Por último, once periodistas fueron fusilados en 1975 en Chile; 29 han muerto y otros 40 han desaparecido desde marzo de 1975 en Argentina, y un nicaragüense y un guatemalteco murieron asesinados en 1978 en Nicaragua.

2.

UN NUEVO REGLAMENTO, EL DE LA TV A COLOR

El Gobierno de la República, tomando en consideración las recomendaciones de la Comisión Técnica designada a sus efectos y la conveniencia de un sistema común de televisión para los países del área, aprobó el Reglamento para la televisión a color, cuya parte dispositiva transcribimos para general conocimiento de nuestros lectores.

Artículo 1°

La transmisión de programas en colores se realizará en el sistema M/NTCS, adoptado por el Comité Consultivo Internacional de Radiocomunicaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, en el Informe 624-1 (Kyoto, 1978).

Artículo 2°

Venezolana de Televisión, Red Canal Cinco (Segundo Programa) podrá transmitir en color, durante todo el horario de su programación, a partir del 1° de Diciembre del presente año.

Artículo 3°

Venezolana de Televisión, Red Canal Ocho (Primer Programa) y las demás estaciones televisoras, podrán transmitir en colores, durante todo el horario de su programación regular, a partir del 1° de Junio de 1980.

Artículo 4°

Venezolana de Televisión, Red Canal Ocho (Primer Programa) y las demás estaciones televisoras, podrán transmitir en colores sus propios programas o retransmitir en diferido los programas de Venezolana de Televisión, Red Canal Cinco, (Segundo Programa) un máximo de dos (2) horas diarias dentro del horario comprendido entre las 7 pm. y las 10 pm. a partir del 10 de Diciembre del presente año.

Artículo 5°

La Compañía anónima de Televisión, podrá autorizar la re-

transmisión en cadena de la programación a color de su Red Canal Cinco (Segundo Programa). Estas retransmisiones no serán computadas a los efectos del artículo anterior.

Artículo 6°

Venezolana de Televisión, Red Canal Ocho (Primer Programa) y las demás estaciones televisoras, podrán transmitir en colores, actos o eventos de importancia para el país, fueradel horario establecido en el artículo 4° del presente Decreto, pre via autorización del Ministro de Transporte y Comunicaciones , solicitada por escrito con cuarenta y ocho (48) horas de anticipación, por lo menos. Al comenzar y terminar dicha transmi sión deberá expresarse su procedencia y la autorización conce dida.

Artículo 7°

Los programas a ser transmitidos en colores por las esta ciones televisoras, a excepción de Venezolana de Televisión, Red Canal Cinco (Segundo Programa), hasta el 31 de mayo de 1980, deberán ser de carácter científico, cultural, educativo, depor tivo o informativo.

Artículo 8°

La forma y contenido de las transmisiones en colores de berá ajustarse a los Decretos y Resoluciones vigentes que regu len las transmisiones en blanco y negro, en cuanto le sean apli cables.

Artículo 9°

Las infracciones al presente Reglamento serán sanciona- das con suspensión temporal o revocatoria del permiso concedido.

Artículo 10°

El Ministro de Transporte y Comunicaciones queda encarga do de la ejecución del presente Decreto.

Artículo 11°

Se deroga el Decreto N° 90 de fecha 14 de mayo de 1974,

publicado en la Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 30.400 de fecha 17 de mayo de 1974.

Ojalá este reglamento se cumpla. Mientras tanto, ya tenemos TV a color. Sin embargo, aún carecemos de una nueva Ley de Educación y de Políticas de Comunicación.

3.

DE LA "ACCION PERSUASIVA"
A LAS "MEDIDAS ENERGIICAS"

Queremos reseñar aquí dos recientes y severas tomas de posición por parte de Luis Herrera Campins en su condición de Presidente de la República y en relación a los medios privados de comunicación Social.

La primera tuvo como marco el acto inaugural (25-10-79) del "Seminario sobre libertad de prensa" celebrado en Caracas bajo los auspicios de la Fundación Neumann, la Embajada de los Estados Unidos y la Universidad de Marquette (Wisconsin). Después de resaltar el enorme poder que en las sociedades contemporáneas tienen los medios de comunicación social, afirmó que en Venezuela "lo que hay es realmente una mayor libertad de empresa que de prensa propiamente dicha". Dos factores, en su opinión, afectan negativamente a esa libertad: la concentración oligopólica en la propiedad de los medios y la escasa autonomía que dentro de cada uno de ellos tiene el periodista.

La segunda toma de posición —más severa si cabe— tuvo lugar con ocasión de la visita que hiciera el Presidente de la República a la Escuela de Formación de Guardias Nacionales, (31-10-79). "Hoy en día —dijo— la juventud venezolana está sujeta a una serie de influencias múltiples, muchas de ellas desquiciadoras de la propia psicología personal de cada uno..." "Yo como gobernante —añadió— tengo la firme decisión de adoptar las medidas enérgicas que impidan el desquiciamiento psicológico de los venezolanos, por el manipuleo de determinados me

dios de comunicación social que sirven a diario razones indigeribles de violencia, sexo, drogas y anormalidades síquicas..... Pero los medios de comunicación social —y hacia esa forma de proceder se encamina la acción persuasiva del gobierno— tienen que estar al servicio de la mejor formación, de la mejor educación y de la mayor difusión de la cultura para todos los venezolanos".

Por nuestra parte, queremos subrayar la importancia de las dos tomas de posición que reseñamos. Lo que no dijo el Presidente de la República es cómo y cuándo su gobierno pasará de la "acción persuasiva" a las "medidas enérgicas". Eso es lo que estamos esperando la inmensa mayoría de los venezolanos.

4.

MAESTRIA EN PLANIFICACION DE LA COMUNICACION SOCIAL

El campo de la comunicación social requiere urgentemente especialistas idóneos, audaces, imaginativos y bien entrenados para enfrentar los requerimientos nacionales en materia de comunicación social: los medios, su uso, políticas y perspectivas. La Escuela de Comunicación Social inició el proceso desde 1947. Sucesivos cambios y mejoramiento de los currícula, doble todo a aquellos que se iniciaron en 1958 hasta culminar con el vigente, proporciona a los graduados conocimientos y prácticas básicas, establece un nivel de pre-especialización en ramas tales como periodismo impreso, medios audiovisuales, relaciones públicas y publicidad, y la novedosa mención en comunicología para los que se interesan en la investigación crítica de la conducta de los medios y formas de la comunicación social en la actual estructura socio-económica del país. Por su parte, el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), lleva a cabo con éxitos reconocidos en el país y en el exterior sus planes de investigación sobre la realidad comunicacional del país y de la región con miras prospectivas hacia su transformación.

Sin embargo, las necesidades socio-culturales de comunicación y la conducta de los medios de comunicación social en la actual coyuntura socio-económica de la región hacen perentoria e impostergable la formación de profesionales identificados con la realidad nacional conscientes del imperativo de su transformación inminente. La formación de recursos humanos en el país sobre la base de enfoques y contenidos críticos de la sociedad nacional resulta aún más inmediata si se toma en cuenta que la mayor parte de ellos se están educando en el exterior a partir de currícula extraños, imbuídos de objetivos científicos o sociopolíticos de otras naciones, ignorando la dinámica propia de nuestro país. Se convierten así, muchas veces, en portadores sanos de actitudes y prácticas contrarias a los objetivos nacionales autonomistas en el campo de la comunicación social; y, pero aun, como vienen provistos de maestrías y doctorados —que hasta ahora nuestra Universidad no ha podido planificar y ejecutar— la más de las veces acceden a cátedras universitarias o de nivel superior multiplicando en esta forma imprevisiblemente la contaminación ideológica foránea.

La Escuela de Comunicación Social y el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela, están conscientes de tales circunstancias. Por ello han tomado la decisión conjunta de organizar este curso de Maestría en políticas y planificación de la comunicación social latinoamericana.

Esta Maestría tendrá los siguientes objetivos:

- 1) formar especialistas en políticas y planificación de la comunicación social capaces de aplicar los conocimientos teóricos-prácticos y metodológicos al estudio y soluciones prospectivas de los problemas de comunicación social que confronta la Nación;
- 2) contribuir al desarrollo integral de las ciencias de la comunicación mediante el estímulo de la investigación científica orientada a la toma de decisiones a nivel regional, nacional y local.

- 3) contribuir al conocimiento y a la toma de conciencia de la relevancia de los problemas de la comunicación social en las diversas capas de la población mediante el estudio y la investigación planificados de la estructura social nacional con relación a los diversos ámbitos de la comunicación.

El desarrollo de los estudios de comunicación social en el país, que se revela en la existencia de tres escuelas universitarias (las de la U.C.V., LUZ y UCAB) y en el propósito de la creación de nuevas escuelas, aunque con caracteres diversos, en las Universidades de Oriente (en Ciudad Bolívar), de Los Andes (en San Cristóbal) y de Carabobo (en Valencia); la existencia de más de un mil graduados en esta disciplina y de una bibliografía apreciable de investigadores de la especialidad, hace posible la creación de esta maestría, tanto más cuanto que es una perentoria necesidad la de formar planificadores de la comunicación social en el subcontinente latinoamericano, en la región andina y particularmente en nuestro país.

La Universidad Central cuenta con experimentados profesores en la materia, no sólo en la Escuela de Comunicación Social y en el ININCO, sino también en las Facultades de Ciencias Económicas y Sociales y Ciencias Políticas y Jurídicas, en las cuales se realizan sendas maestrías en comercio internacional y en derecho de la integración y derecho internacional económico respectivamente, que son de innegable utilidad para la maestría que se proyecta a nivel comunicacional.

Aún así, se requiere la contratación de algunos profesores extranjeros de reconocida solvencia académica, razón por la cual se ha pensado en traer, cada uno por un mes, a los profesores Herbert I. Schiller, de Estados Unidos; Tapio Varis, de Tampere, Finlandia; Juan Somavía, del Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (Ilet), de México; Luis Ramiro Beltrán, de Colombia; Roberto Savio, de Interpress Service, de Roma y Armand Mattelart, de París.

Esta maestría resolvería un problema que confronta el Estado Venezolano en su Ministerio de Información y Turismo, cual es la formación de planificadores en un área particularmente neurálgica en todos los países donde predomina el sistema competitivo en los medios de comunicación social. Ella se iniciará a principios del año que está por venir, febrero de 1980.

-5.

"PEDIMOS LA INTERVENCION DEL ESTADO VENEZOLANO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION"

"...estamos en medio de una sociedad en descomposición permanente y progresiva, donde los falsos valores, la violencia, la competencia y el consumismo, son factores de alteración que vienen siendo cultivados directamente por los medios de comunicación —especialmente la televisión— sin que el gobierno intervenga directamente para evitar esa situación (...) La TV se trata de un invento salvador del hombre, si su uso se pone a su servicio, pero en el país la TV se utiliza egoísticamente a favor de intereses minoritarios nacionales y transnacionales, donde la violencia, la competencia y el consumismo son factores de primer orden".

Esta breve y dolorosa queja del Dr. Arnaldo Cogorno, Jefe de Psiquiatría del Hospital "Razetti" de Barcelona y aparecida en la edición de El Nacional del 12 de Noviembre con motivo del IX Congreso Venezolano de Ciencias Médicas, refleja claramente el estado de ánimo en cuanto a los efectos negativos de la influencia de los medios de comunicación social en el público receptor.

¿Y el actual gobierno? No ha hecho sino quejarse de esta situación declarando que para el final del período tendremos unos medios audiovisuales con "un 70% de programas formativos y un 30% de mensajes de entretenimiento". Mientras tanto, no se ven Políticas de Comunicación Explícitas. Es posible que estén escondidas o también es posible que como dijo Zapata una

vez: "Las promesas electorales son tan poéticas, tan imaginativas, que cumplirlas sería romper su encantadora condición".

6.

EL DX-ISMO

D- distancia y X- incógnita son las siglas de las palabras que se anteponen al vocablo DX-ismo (diexismo), es decir la práctica de sintonizar y reportar estaciones de radio, sobre todo las que transmiten en Onda Corta. Este pasatiempo radial ha alcanzado un gran desarrollo en Italia, España, Bélgica, Austria (sede de la próxima Conferencia DX Europea), Holanda y Japón. En nuestro continente sobresalen Argentina, Canadá y Estados Unidos. Los oyentes de esos países están organizados en lo que ellos denominan un "Club Diexista". Su actividad consiste en enviar informes de recepción a las distintas emisoras del mundo y en editar publicaciones sobre el desarrollo de la radio y televisión.

El DX-ismo no sólo es un pasatiempo, sino también una fuente de conocimiento, pues el mismo facilita el acceso a la geografía, la física y hasta las matemáticas. Esto debido a que, cuando el diexista sintoniza una estación de radio y elabora su informe, tiene que ubicar el sitio donde se ha originado la emisión, a manejar los horarios del tiempo y determinar las frecuencias, bandas y potencia de la emisora captada.

Un informe diexista consiste en anotar el día y la hora (puede ser la local o la universal) cuando ha sido captada la emisora, las longitudes de onda o la banda en metros y la frecuencia. La estación de radio que recibe el informe enviará al oyente una tarjeta QSL, es decir una confirmación de que dicho informe es correcto.

Investigaciones efectuadas en los Estados Unidos por la empresa Gallup, han determinado que más de 18.000.000 de norteamericanos se dedican, por lo menos una vez a la semana, a sin-

tonizar emisoras de Onda Corta.

Según Radio Exterior de España, actualmente los líderes mundiales de la radiodifusión exterior por orden de horas y emisoras semanales son los siguientes: 1) Radio Moscú, con 2.000 horas; 2) Radio Pekín, con 1.437 horas; 3) Radio Beirut, con 1.091 horas; 4) Radio Fría Europa, con 1.000 horas; 5) Radio La Voz de América, con 803 horas; 6) Radio Dochevele (La Voz de Alemania) con 795 horas.

Los anteriores datos los hemos mencionado para resaltar la importancia que esos países conceden a la radio en la propaganda de sus planes de dominación ideológica y política. Como muestra, recordemos la reciente disputa entre la BBC de Londres y Radio Moscú por la ampliación de esta última de sus emisiones en idioma inglés.

En nuestro país, lamentablemente, quienes tienen a su cargo la conducción de la radiodifusión muy poco o nada han hecho por estimular en el oyente la práctica de este pasatiempo. Seguramente, no faltarán quienes tilden al mismo de Aburrido y poco accesible a nuestro pueblo. Pero de lo que se trata es de romper con tan conformistas esquemas mentales que en nada contribuyen a elevar el nivel cultural del oyente, que paga, con su consumo de la publicidad, un servicio tan pésimo como lo es la radio venezolana.



7.

BREVE RELACION SOBRE LA ASOCIACION INTERNACIONAL DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES SOBRE LA COMUNICACION (IAMCR/AIERI) (Hacia el Congreso AIER '80)

Esta asociación internacional fue creada en París, en 1957, bajo los auspicios de la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Educación y la Cultura (UNESCO). Su primer Presidente fue el doctor Fernand Terrou, jurista, a la sazón Director del Instituto Francés de Prensa de la Universidad de París; posteriormente el Profesor Jacques Bourquin, muy conocido por su obra traducida al castellano sobre "La Libertad de Prensa" fue electo Presidente y la sede se trasladó de París a Lausana, (Suiza). En 1972, fue electo en Asamblea General, realizada en Buenos Aires, el Profesor James D. Halloran, Director del Centre for Mass Communication Research de la Universidad de Leicester, Inglaterra. El Profesor Halloran ha sido re-elegido en diversas ocasiones hasta el presente.

Esta Asociación más conocida internacionalmente bajo su denominación "International Association for Mass Communication Research" (IAMCR) o "Association Internationale pour l'Etude et la recherche sur l'Information" (AIERI), agrupa a las más destacadas personalidades de la comunidad internacional consagrada al estudio e investigación de la comunicación de más de cuarenta países de todas las regiones del mundo, de modo que ha constituido por más de dos décadas el foro internacional preferencial para el intercambio de ideas, opiniones, programas de trabajo sobre los más diversos aspectos disciplinarios e interdisciplinarios referentes a los problemas de la comunicación. Ha recibido el reconocimiento de destacados centros académicos y profesionales de los diversos países y ha cumplido un papel de jamás relevante importancia en tanto ha puesto en contacto a dichos centros y auspiciado y ejecutado trabajos de investigación en naciones y grupo de ellas en los campos que constituyen su especialidad. La Unesco le ha reconocido como Organización Internacional No-Gubernamental, categoría "B", lo que le ha otorgado

el status de organismo internacional de consulta en asuntos de su competencia.

Sus organismos directivos son un Comité Ejecutivo y un Comité Internacional, los cuales se reúnen periódicamente según sus Estatutos. Su máximo organismo de dirección es su Asamblea General que se reúne cada dos años en algunos de los países de sus miembros institucionales. Hasta ahora, se han llevado a cabo once (11) Asambleas, y la XIIa. Asamblea General se celebrará en Caracas en agosto de 1980, siendo la institución huésped de la misma, la Universidad Central de Venezuela. A las Asambleas Generales asisten normalmente todos los miembros de la Asociación, ya sean éstos institucionales, centros de investigación o miembros individuales.

En el seno de la Asociación funcionan también secciones en campos especializados como Historia de la Comunicación, Bibliografía y Documentación, Aspectos Jurídicos, Aspectos Tecnológicos, Aspectos Económicos, Comunicación Internacional, etc., cada una con un coordinador responsable, que suelen reunirse entre una Asamblea y otra y presentan a las mismas los resultados de las reuniones y consultas.

La Asociación constituye un cuerpo internacional de carácter científico-académico que congrega a los investigadores y estudiosos de la comunicación del mundo entero cuyos objetivos específicos son los de "proveer un foro donde los investigadores y otros interesados en la investigación en comunicación de masas puedan encontrarse e intercambiar información acerca de su trabajo para incentivar el desarrollo de la investigación y el estudio sistemático; estimular el interés en el campo de la investigación en comunicación de masas; diseminar información, en torno a la investigación y las necesidades de la misma no sólo para investigadores sino también para aquellos que trabajan en los distintos medios y demás responsables de las políticas de los mismos; contribuir al desarrollo de los profesionales de los medios para incentivar la investigación y el intercambio de información sobre prácticas y condiciones que obstaculizan las comunicaciones y la investigación en comunicación,

y, en un sentido más general, intentar el mejoramiento de las prácticas, políticas e investigaciones en comunicación".

Naturalmente, la Asociación ha estado presente en todas las reuniones internacionales auspiciadas por las Naciones Unidas y otras organizaciones internacionales, representando en ellas a los investigadores de la comunicación.

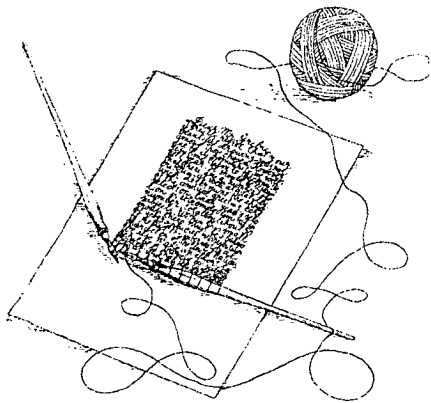
Las Asambleas generales se llevan a cabo colateralmente con una Conferencia Científica o Congreso Mundial sobre un tema específico fijado en el seno de la Asamblea general precedente. El tema de esta Conferencia o Congreso se fija en la Asamblea y se trabaja y elabora con más detalle en el seno de un Comité de Programa electo en la misma entre sus miembros más destacados, y en el cual figuran dos representantes del país sede de la próxima Asamblea las labores relativas a la ejecución de la Asamblea y del Congreso se estudian en una forma general en el seno del Comité del Programa y luego ha de ser ratificado por el Consejo Internacional y el Comité Ejecutivo de la Asociación. El país sede debe configurar un Comité Nacional Organizador responsable del desarrollo, de la buena marcha, y del éxito de tales eventos.

La XIa. Asamblea General, reunida en Varsovia en Septiembre del año pasado, escogió a la ciudad de Caracas como sede y a la Universidad Central de Venezuela como institución huésped de la XIIa. Asamblea y la Conferencia Científica. El Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), dependiente de la Facultad de Humanidades y Educación de esta Casa de Estudios, aceptó en Varsovia tal designación, previa consulta con el ciudadano Rector, el Decanato de la Facultad de Humanidades y Educación y el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CDCH).

Dado el actual desarrollo del debate internacional en materia de comunicación en el cual se ha afirmado determinamente el papel de los países del Tercer Mundo y en especial de América Latina, el hecho de que el próximo Congreso de la Asociación, cuyo tema es particularmente crítico: "UNA NUEVA ES-

TRUCTURA INTERNACIONAL DE LA COMUNICACION: EL PAPEL DE LA INVESTIGACION", se ha de realizar en nuestro país y que la Universidad Central de Venezuela haya sido escogida como institución huésped, constituye sin lugar a dudas uno de los logros más significativos en el desarrollo del intercambio de experiencias y opiniones en un campo tan relevante como lo es el de la comunicación. Por otra parte, la importancia del tema es tal que no solamente se inscribe dentro de los marcos de un "Nuevo Orden Mundial de la Información", preconizado por la UNESCO en múltiples documentos de sus XIX y XX Conferencias Generales y que forma parte de sus planes de acción, sino que la última Asamblea General de las NN.UU. en Diciembre de 1978, aprobó por consenso a solicitud del grupo de los 77 una resolución en la cual "afirma la necesidad de la instauración de un nuevo orden mundial de la información y de la comunicación más justo y eficaz, destinado a fortalecer la paz y la comprensión internacional, que se fundamenta en una circulación de la información más amplia y mejor equilibrada". (NN.UU. Comisión Política Especial: punto 77 del orden del día. Sub. Nuestro).

Todo ello se expone a fin de destacar la enorme importancia que tiene para la Universidad Central la realización de la XIIa. Asamblea y Conferencia Científica de la Asociación Internacional de Estudios e Investigaciones de la Comunicación en nuestro país.



ININCO

Instituto Nacional de Investigación.
de la Comunicación-1979)

8.

ERNESTO CARDENAL:

"AYUDA SIN CONDICIONES"

El actual ministro de Cultura del gobierno revolucionario de Reconstrucción Nacional de Nicaragua, el sacerdote y poeta, Ernesto Cardenal, manifestó en una entrevista concedida al diario conservador de esta capital "Die Welt", que "tuve la ilusión de que después de la victoria no sería necesario y podría recomenzar mi trabajo, pero aún me necesitan".

Cardenal visitó Alemania Federal durante cuatro días, hasta el viernes treinta de noviembre, fecha en la que siguió viaje en dirección a Ginebra. El ministro de Cultura del país centroamericano, fue invitado por el gobierno alemán a iniciativa de la editorial alemana, Peter Hammer Verlag, institución que publica sus obras en lengua alemana.

El poeta nicaragüense se entrevistó con diferentes instituciones de las iglesias alemanas, así como con personalidades políticas de este país. Además, fue recibido por las fundaciones de los partidos políticos alemanes, con quienes conversó la posibilidad de recibir ayuda para el trabajo de reconstrucción de su país.

El ministro centroamericano manifestó en repetidas oportunidades que Nicaragua necesita ayuda de todo tipo y que ésta se recibirá siempre que no signifique el tener que aceptar condiciones. En el caso de la fundación de la fundación de la democracia cristiana alemana, la Konrad-Adenauer-Stiftung, había habido intentos de intervención y por lo tanto no se recibiría su ayuda, manifestó el ministro ante la prensa de Bonn.

Con visible orgullo, Cardenal manifestó en conferencia de prensa antes de su partida, que Nicaragua es uno de los pocos países de América Latina que tienen un Ministro de Cultura, lo que demuestra el significado que la revolución le da al quehacer cultural".

En su entrevista al diario conservador alemán, Cardenal manifestó su entusiasmo con el actual proceso político en su país con las siguientes frases: "La revolución es como la habíamos soñado o mejor. Ella es grandiosa y bella. De un pueblo unido, que expulsó al dictador.

"Nuestra revolución puede ser un modelo para las revoluciones futuras, ya que es una revolución moderada y de gran valentía, en la que los cristianos están participando en forma sustancial. Una revolución sin venganza ni muertos. Se trata de una revolución democrática, en la que otros pueblos que viven bajo una dictadura ponen sus esperanzas".

9.

EL SNTP Y LAS PASANTIAS

En la Junta Directiva del SNTP —al menos la mayoría— estamos conscientes de la necesidad de reglamentar coordinadamente las pasantías de los estudiantes en los medios de comunicación. Necesidad que surge de un desconocimiento total por parte de los estudiantes de la contratación colectiva que rige la relación entre nuestra organización sindical y las empresas. No hay duda que del desconocimiento de los estudiantes muchos tenemos algo de culpa. Y las empresas se aprovechan de esa situación para utilizar al pasante en desmedro de los convenios de trabajo. Es muy común que en los medios se utilice al estudiante para sustituir temporalmente al personal de planta que por cualquier causa no pueda realizar su trabajo en momentos determinados. Y decimos se utiliza porque el pasante es una figura laboral con la que la empresa no tiene ninguna obligación contractual. El pasante no recibe prestaciones sociales, ni servicios médicos, no goza de vacaciones, utilidades, etc. De manera que cuando la empresa lo emplea como sustituto temporal lo hace en conocimiento que es una "mano de obra" de menor costo: apenas le paga lo correspondiente a la pasantía y claro está el valor de las guardias que realiza, pero se ahorra todo lo concerniente a prestaciones previstas en el contrato colectivo de trabajo. Es decir, en la práctica con el pasante, las empresas se ahorran la con -

tratación de personal fijo. Es muy frecuente el reclamo constante del SNTP para cubrir las plazas vacantes que se producen en los medios por diferentes motivos. Pero las empresas no tienen apuro en hacerlo cuando disponen de un personal de menor costo que puede hacer el trabajo: el pasante.

Y es evidente que el estudiante ignora la cuestión. Y la ignora porque hasta los momentos nadie se ha encargado de informarle sobre sus derechos y deberes en el desempeño de su pasantía y de las obligaciones que tiene como futuro militante de la organización sindical.

El SNTP controla pasantías en algunos medios, pero no en todos, lo cual hace el problema más complejo. Más complejo porque en otros medios existen convenios con las Escuelas de Comunicación de Caracas que escapan al SNTP. Nosotros pensamos que tales convenios —necesarios y útiles en su momento— debieran ser incorporados a la contratación colectiva, sin que esto signifique "más poder" para la organización, ya que la contratación colectiva tiene fuerza de ley, y por ese medio es más fácil obligar a las empresas.

Toda esta situación debe ser controlada. Algunas inquietudes han surgido y en la actualidad pensamos en una comisión intergremial que estudie un reglamento de pasantías.

Otro problema es el relativo a la duración de la pasantía. Por lo general los pasantes llegan a los medios y duran mucho tiempo en función de tales. Por un lado detienen el natural desarrollo de un programa que si estuviese coordinado funcionaría más efectivamente y por otro lado se prestan a la utilización de las empresas por mayor tiempo. En tanto que un contingente de compañeros espera su turno impacientemente. El tiempo de las pasantías debe ser limitado, porque éstas no existen en número proporcional a las necesidades y todos los estudiantes deberían pasar obligatoriamente por un medio antes de finalizar sus estudios. Por supuesto que las empresas deberían guardar primera opción para su contratación definitiva al pasante que más haya sobresalido en el desempeño como tal, pero no podemos permitir que la situación continúe como hasta ahora.

Hablamos de una comisión intergremial conformada por el SNTP-CNP-Escuelas de Comunicación Social. Es necesario que las Escuelas controlen la parte académica del programa, sin cuyo control no tendría razón de existir las pasantías. Por su parte, el Colegio debe pronunciarse en relación con el ejercicio ilegal. Un estudio ordenado por el CNP-DF sobre este tema tiene una muy importante conclusión al respecto. Una gran parte de los que incurrir en el ejercicio ilegal son estudiantes, muchos de ellos pasantes. De modo que el CNP debe integrar la Comisión Coordinadora de las pasantías. Y sobre todo el SNTP, ya hemos establecido las razones. También deberían incorporarse los estudiantes como los principales actores del programa. Esta comisión produciría un reglamento de pasantías de obligatorio cumplimiento por parte de todos. Y en la mente de sus integrantes tiene que haber una idea central: con la situación actual de los pasantes se vulnera la contratación colectiva y se debilita al SNTP. Ello no conviene a los gremios, ni a los estudiantes ni a las Escuelas.

REVISTA

ahora

Lo de cada día
desde otro punto de vista

**Vida cotidiana, cultura, política, mujer, economía,
internacional, trabajo, conflictos sociales,
reflexión teórica, ciencia.**

SUSCRIPCIONES: Apartado 70 850 Caracas 107

Telefono: 76 18 18

SUSCRIBASE A

Suscripción anual, Bs. 50. Puede pagarla por *giro postal o telegráfico, *valor declarado, *cheque bancario, * por correo o * en nuestras oficinas.

Dirección: Av. Cristóbal Rojas 16, Urb. Santa Mónica, Aptdo. 40. 225 Caracas 104. Teléfonos: 661.28.40 y 661.95.15.



PREMIO NACIONAL DE PERIODISMO

OTRAS PUBLICACIONES DEL CENTRO GUMILLA

CURSO DE FORMACION SOCIO POLITICA

1. ¿Qué vas a hacer con tu vida?
2. Análisis Socio-Político de Venezuela
a) Período Colonial
3. Análisis Socio-Político de Venezuela
b) Siglo XIX
4. La Educación en Venezuela
5. Análisis Socio-Político de Venezuela
c) Siglo XX
6. Realidad Venezolana
7. Realidad Indígena Venezolana
8. Los Medios de Comunicación en Venezuela
9. Análisis Socio-Económico de Venezuela I
10. Los Cristianos ante las Injusticias Sociales
11. Los Partidos Políticos de Venezuela
12. Venezuela y el Petróleo
13. La nacionalización del Hierro
14. La Propiedad Privada:
Iglesia - Capitalismo - Socialismo
15. Cristianismo y Socialismo
16. Historia de la Lucha Armada en Venezuela
17. La Agricultura en Venezuela
18. El Productor Venezolano
19. Relaciones entre U.S.A. y Latinoamérica
20. La Corrupción en Venezuela
21. Análisis Socio-Económico de Venezuela II
22. La Existencia Campesina
23. La Tecnología en Venezuela (en preparación)

CURSO DE ORGANIZACION POPULAR

1. Venezuela neo-capitalista
2. Venezuela socialista
3. Venezuela cooperativista
4. Poder popular cooperativo
5. Promoción y precooperativa
6. La cooperativa adulta

CURSO LATINOAMERICANO DE CRISTIANISMO

1. Latinoamérica: Paz o Violencia Institucionalizada.
2. Análisis Socio-Político de la Iglesia Latinoamericana
3. La Iglesia Latinoamericana busca su rostro
4. Tipos cristianos en Latinoamérica hoy
5. El Exodo
6. Liberación y Liberaciones
7. "Salvarse en Latinoamérica"
8. Cautiverio y Creación
9. Libros Sapienciales: Mujeres, Plata, Poder
10. Los Cristos de América Latina
11. Jesús de Nazareth
12. El Nacimiento de la Iglesia
13. El Constantinismo en la Iglesia

CRISTIANISMO HOY

1. Proceso Histórico de la Iglesia Venezolana
2. Cómo leer el Antiguo Testamento
3. El Antiguo Testamento leído al Pueblo
4. Cómo leer los Evangelios
5. La Eucaristía: La comida de la comunidad cristiana.
6. Fe, compromiso y derechos humanos en Latinoamérica
7. El Protestantismo ayer y hoy
8. Cristo una buena noticia: Veinte temas para evangelizar

P. V. P. Bs. 3.-

LA EDUCACION
EN VENEZUELA

4

CERPE¹ ARTURO SOSA

**PENSAMIENTO
EDUCATIVO
DE
ACCION DEMOCRATICA**

**RAICES E IDEAS BASICAS
(1936-1948)**

CERPE

CENTRO DE REFLEXION Y PLANIFICACION EDUCATIVA

LA EDUCACION EN VENEZUELA

CERPE

Serie de trabajos que recogen la problemática de la Educación en Venezuela: su historia, su filosofía, su sistema, sus contenidos, sus maestros... para la reflexión y búsqueda de perspectivas del presente educativo venezolano

TITULOS PUBLICADOS

1. La educación en los orígenes y creación de la nacionalidad (1498-1830)
2. Organización y consolidación del sistema educativo (1830-1935)
3. La educación en el proceso de modernización de Venezuela (1936-1958)
4. Pensamiento educativo de Acción Democrática: Raíces e ideas básicas (1936-1948)
5. El maestro en el proceso histórico venezolano

DIRIJANSE LOS PEDIDOS A

CERPE - Avenida Blandín - Colegio San Ignacio - Chacao - Apartado 61.393 - Caracas 106 - Teléfono 33.67.21

cuadernos de educación

una publicación mensual de

LABORATORIO EDUCATIVO

le ofrece

**COLECCION
COMPLETA**
(Años 1973 - 74 - 75 - 76 - 77)

Nos. 1 al 50 por Bs. 250

CARACAS:

Envío a domicilio.

INTERIOR:

Envío contra reembolso.

Llame o escriba a:

**LABORATORIO
EDUCATIVO**

Apartado 30.147

Caracas 103

Teléfono 813082

Hecho en Venezuela por: Gráficas León S.R.L.
Telfs.: 571.65.24 - 571.75.24

TECNI-SERVICIOS SECRETARIALES: Mecanografía y Diagramación.
Teléfono: 574.05.54. Caracas

P.V.P. Bs. 12.00



CENTRO DE COMUNICACION SOCIAL

Avenida Monte Elena, EL PARAISO
Apartado 20133 - Teléfono: 42.40.01
CARACAS (102) • VENEZUELA