

28-29

**ALTERNATIVAS
COMUNICACIONALES**

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 Tomás Romero

SUSCRIPCIONES (6 números - 1 año):

Venezuela	Bs. 77,00 (aéreo)
América Latina	\$ 20.25 (aéreo)
Europa, Canadá	\$ 22.50 (aéreo)
Estados Unidos	\$ 20.50 (aéreo)

Número Suelto: Bs. 12,00

Número Extraordinario: Bs. 15,00

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

Boletín "Comunicación"
Apartado 20133 - Telf.: 42.40.01
CARACAS (1020) - VENEZUELA

SUMARIO

PRESENTACION

ALTERNATIVAS COMUNICACIONALES

- Comunicación Alternativa y Comunicación Popular
(—Aproximaciones a una Teoría de la Comunicación Alternativa—) 5
- Comunicación Ideológica y Formación Crítica de la Conciencia de Clases 9
- Presupuestos para una Investigación Alternativa 22
- Comunicación Grupal Alternativa en América Latina
(—Características y Experiencias—) 32
- Centro de Comunicación Social, México: Coordinación en el Campo de las
Tareas de Documentación y Comunicación Popular 40
- Una Alternativa para la Televisión Venezolana 45

DOCUMENTOS

- Políticas de Comunicación y Planificación 48
- Dossier sobre Comunicación Masiva y Popular 57
- La Conferencia Cumbre de los Países No-Alineados en la Prensa Venezolana 66
- Prensa Comunitaria en el Brasil 69
- Prensa Alternativa en Chile 77
- Sobre la "Comunicación Alternativa"
(—Las experiencias Boliviana y Nicaragüense—) 94

GUIA BIBLIOGRAFICA 98

INFORMACIONES 111



ALTERNATIVAS

COMUNICACIONALES



PRESENTACIÓN

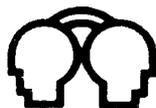
Dos circunstancias, una permanente y otra coyuntural, han motivado y guiado la elaboración del presente número extraordinario del Boletín COMUNICACION dedicado a la búsqueda de "alternativas comunicacionales".

La circunstancia permanente es la vigencia en Venezuela y en la mayor parte de los países de América Latina de sistemas de comunicación social inadecuados e injustos, que dejan a nuestras grandes mayorías al margen de un proceso vital para la construcción de una genuina democracia. Esa grave circunstancia obliga a todo investigador latinoamericano a colocarse en una "perspectiva crítica y alternativa". En orden precisamente a justificar esa perspectiva —perspectiva que el Boletín hizo suya desde su mismo nacimiento a principios de 1975— decíamos en la Presentación de nuestro primer número que "una crítica severa y radical es condición necesaria de posibilidad de lo que, no existiendo, debería llegar a existir". Y formulábamos también allí nuestro convencimiento de que "Es vital y urgente liberar las virtualidades expresivas y comunicacionales de nuestros pueblos latinoamericanos, sumidos habitualmente en un silencio obligado. Conscientes de no estar en posesión de la fórmula para dotar a nuestros países de un sistema perfecto de comunicaciones, nada nos impide y mucho nos obliga a que la sigamos buscando". El número extraordinario que ahora presentamos se inserta en la línea de esa misma búsqueda y responde a nuestra misma motivación de entonces.

La circunstancia coyuntural es la próxima reunión en Caracas (25-29 Agosto 1980) de la asociación mundial de investigadores de la comunicación. El tema central de estudio en tan importante encuentro es el "Nuevo Orden Informativo Internacional" (N.O.I.I.). Si bien dicho tema hace referencia expresa a vías alternativas para el flujo informativo entre diferentes países y bloques de países, pensamos que el mismo es inseparable del tema que se refiere al diseño y formulación de políticas de comunicación, también alternativas, a lo interno de cada país. En este sentido, con el presente número del Boletín queremos brindar el modesto aporte de nuestro equipo a ese próximo encuentro de trascendental importancia.

El Boletín se abre con tres trabajos que apuntan a la construcción de un adecuado marco teórico para la investigación de la comunicación alternativa en América Latina. Diversos otros trabajos y documentos intentan hacer una reseña lo más completa posible de experiencias concretas de comunicación alternativa en nuestros países, así como de Encuentros y Organismos que la han venido fomentando. Ofrecemos también una amplia bibliografía sobre búsqueda de vías de comunicación alternativa para América Latina. Cierra el Boletín nuestra acostumbrada sección de informaciones comentadas. Sólo algunas informaciones, ya que —sorprende gratamente constatarlo— es impresionante el volumen de noticias que viene generando el área de la comunicación social.

No podemos dejar de señalar aquí la importancia del debate nacional que ha originado recientemente en Venezuela la entrada en vigencia de un Decreto y una Resolución gubernamentales orientados a reglamentar parcialmente las actividades de las empresas privadas de televisión. Dejamos para próximos números el análisis y evaluación de dicho debate, todavía inconcluso. Nos limitamos, por el momento, a transcribir el comunicado que a ese respecto hizo público recientemente la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación.



COMUNICACION ALTERNATIVA Y COMUNICACION POPULAR

—Aproximaciones a una teoría de la comunicación alternativa—

JOSE IGNACIO REY

La intención del presente ensayo es la de profundizar y alargar el desarrollo de otro que, sobre el mismo tema aunque en diferente contexto editorial, publicamos en el Boletín COMUNICACION en abril de 1976 (1). Lo que entonces era poco más que una vaga intuición ha pasado posteriormente a ser tema de investigación para muchos autores y en diversas partes del mundo. Obviamente más en aquellos países o regiones cuyo sistema vigente de comunicación social distorsiona en mayor grado el proceso de la comunicación social misma.

En referencia específica a América Latina y en relación a los grandes medios de comunicación de masas, poníamos allí de relieve el hecho de que las grandes mayorías de nuestra población no tienen acceso regular a los mismos, ni siquiera en calidad de receptores pasivos. Insistíamos, también y sobre todo, en el hecho de que, por razones que no es del caso repetir aquí, muchos de los que sí llegan a ser receptores de esos medios no están todavía gravemente afectados por el impacto traumático de una transculturización alienante y de por sí compulsiva. En base a esa relativa marginación cuantitativa y cualitativa, apuntábamos entonces la posibilidad y la urgente necesidad de generar una comunicación alternativa que desatara y vehiculara las capacidades expresivas y culturales autóctonas de nuestros pueblos. Incluso esbozábamos unas líneas metodológicas de investigación para llevar adelante el proyecto. En todas esas reflexiones estaba más o menos implícita nuestra personal convicción del importante papel que esa comunicación alternativa estaba llamada a tener en el proceso del cambio social global.

La expresión "comunicación alternativa" es en sí misma ambigua y de hecho ha venido siendo utilizada equívocamente. Alternativo es todo lo que se presenta como una opción diferente a la actual, sin precisar el grado de diferencia. De esa falta de precisión nace la ambigüedad. No se puede hablar con propiedad, por ejemplo, de comunicación alternativa para tipificar el resultado de cualquier cambio o reforma orientada simplemente a hacer más funcional un determinado sistema de comunicación social. En este campo como en otros, no cualquier novedad es verdaderamente "alternativa". En una primera aproximación pues al problema que nos ocupa, diríamos que cualquier propuesta de comunicación que pretenda ser alternativa presupone, como condición negativa, el rechazo fundamental de la estructura comunicacional vigente (2).

En un sentido ya afirmativo y en relación a los sistemas nacionales de comunicación social (3), consideramos importante no confundir comunicación alternativa con comunicación grupal. Ni toda comunicación grupal es necesariamente alternativa, ni la comunicación alternativa puede reducirse a comunicación grupal, aun tomando en cuenta que probablemente el grupo pequeño y homogéneo es el ámbito privilegiado para ensayar y desarrollar formas de comunicación

alternativa. Parecida confusión se origina al traducir el binomio "comunicación vigente" y "comunicación alternativa" por el binomio "macromedia" y "micromedia". La preferente o exclusiva utilización de los "micromedia" no asegura de por sí una real comunicación alternativa. Por otra parte, no está en forma alguna demostrado que los grandes medios de comunicación imposibiliten, también de por sí, una genuina comunicación, reconociendo que en la mayor parte de los países la vienen imposibilitando de hecho por factores que les son externos a los medios mismos. Lo anterior no significa en modo alguno que no pensemos que los "micromedia" están llamados a ser vehículo privilegiado de mensajes (sobre todo en las primeras etapas de "resistencia") en el largo y difícil proceso de creación de un sistema alternativo de comunicación social.

Algunos otros autores, refiriéndose a lo mismo, han preferido hablar de comunicación de base. A este respecto nos parece que la expresión "de base", si bien tiene la ventaja de intentar centrar el problema en la definición del sujeto agente de la nueva comunicación, no pasa de tener un valor descriptivo y aproximativo. Y, por tanto, también ambiguo.

Podría pensarse que desaparece la ambigüedad si por "comunicación alternativa" se entiende "comunicación popular". Pensemos que ello es verdad en la medida en que por "pueblo" se entienda "clase social oprimida" y por "comunicación" un "real intercambio de mensajes entre los miembros de esa misma clase social oprimida". Dedicaremos las reflexiones siguientes a precisar esos dos elementos —ambiguos todavía en su generalidad— que podrían llegar a convertir a la comunicación popular en inequívocamente alternativa (4).

Una teoría de la comunicación popular, si pretende un estatuto científico riguroso y superar una mera connotación romántica o pseudo-romántica, no puede prescindir de una teoría de las clases sociales. El pueblo y lo popular no constituyen una esencia o una substancia, sino que se definen por su posición relacional de diferencia y de contraste con respecto a otros hechos culturales y a otras clases sociales. En este sentido, definimos pueblo como "el conjunto de clases subalternas e instrumentales sometidas a la dominación económica, política y cultural de las clases hegemónicas dentro de una determinada sociedad".

Creemos de fundamental importancia subrayar que esas clases sociales populares así caracterizadas no se definen exclusivamente por su posición en las relaciones sociales de producción (condición necesaria, pero no suficiente), sino también por sus respectivos sistemas de identificación cultural. A esto mismo nos referíamos en nuestro anterior trabajo, arriba citado (1), al señalar que los límites de la marginalidad comunicacional no coinciden exactamente con los de la marginalidad económica o productiva y, por consiguiente, tampoco coinciden los de la opresión económica y la opresión cultural. Es precisamente este desfase el que abre condiciones favorables para que sea posible, desde el pueblo comunicacionalmente marginado del influjo alienante de los grandes medios, la creación y el desarrollo de una comunicación alternativa que lleve a ser, a su vez, factor de cambio social.

El pueblo así caracterizado dista mucho de constituir una realidad sociológica o culturalmente homogénea, pese a tener por común denominador una situación de dependencia y subalternación con respecto a las clases dominantes (5). Cualquier proyecto de comunicación popular o alternativa debe comenzar pues por distinguir subgrupos y subculturas dentro del vasto ámbito popular; sin olvidar en ningún momento —eso sí— que el reconocimiento de la situación de clase de un grupo determinado debe preceder a la individuación descriptiva de los comportamientos del grupo empíricamente considerado (6).

Una vez definidos los agentes de esta nueva comunicación, es preciso caracterizar la comunicación alternativa misma. A este respecto se impone empezar por ayudar a poner de relieve las respectivas estructuras comunicacionales autóctonas, así como los modos de comunicación que

son realmente operativos en el seno de los diferentes subgrupos que componen la categoría "pueblo". Igualmente es importante rescatar los códigos culturales comunes dentro de las diferentes clases subalternas o subgrupos que, en virtud de su coeficiente ideológico, obviamente se ignoran como tales. Abundando en lo dicho más arriba, la codificación y descodificación de mensajes deberá ser hecha desde la perspectiva de los intereses materiales y simbólicos de la clase popular y de su grupo de referencia (7). No haría falta añadir aquí que en la nueva comunicación emisor y receptor deben adquirir facilidad para intercambiar constantemente sus respectivos papeles, condición primera de toda genuina comunicación.

Es de vital importancia también reconectar las formas comunicativas con la práctica de las masas, actoras de los procesos sociales, y ligar el fenómeno cultural con la vivencia de sus luchas. Por esta razón, la incidencia del "intelectual" en este proceso, siendo seguramente necesaria, es delicada y, en todo caso, solamente instrumental. Es el pueblo, con su creatividad, el único actor y gestor de su práctica cultural y comunicacional.

En estrecha relación con lo anterior, las nuevas formas de comunicación deben ser vínculos de **organización y movilización populares**, en respuesta al efecto atomizador, desorganizador e inmovilizante de las masas característico de las formas de comunicación impuestas por las clases dominantes. La nueva comunicación debe ser obra de un conjunto organizado, con la sola jerarquización que el pueblo mismo se imponga. Es preciso distinguir aquí una espontaneidad, que no está reñida con la organicidad, de una anarquía que, también este campo comunicacional, suele tener efectos reaccionarios. Dentro de esta concepción orgánica y global, la recepción misma de mensajes debe tornarse en actividad creadora que, al suponer una acción, pueda convertirse en una nueva emisión, liquidándose así la unidireccionalidad de los mensajes y estableciéndose verdaderos circuitos de comunicación.

No queremos dejar de subrayar la conexión íntima entre los procesos de comunicación alternativa o popular y los procesos de educación conscientizadora, liberadora, alternativa también. Más de que de conexión íntima debería hablarse de dos vertientes de un mismo proceso. Educar es ayudar a que el educando, como ser social, conscientice su real situación objetiva dentro del mundo y de la sociedad en los que está inserto, sin distorsiones de perspectiva. También estar capacitado para actuar libremente desde la situación conscientizada. En definitiva, educar es ayudar a que el educando se convierta en un emisor-receptor libre, consciente y comprometido con los intereses materiales y simbólicos de su propia clase social (8).

Podría quizás completarse este breve ensayo apuntando algunas directrices u orientaciones sobre el papel que estaría llamado a cumplir el **comunicador social profesional** en la creación y desarrollo de este nuevo sistema de comunicación alternativa. Algunas ideas sobre este tema específico han quedado desarrolladas en un trabajo nuestro anterior (9). De todas formas, habremos de volver más adelante sobre este mismo tema.

A modo de conclusión provisional, nos parece que sólo una comunicación alternativa protagonizada por el pueblo, dentro por supuesto del marco global de sus múltiples luchas liberatorias, puede garantizar un futuro democrático para América Latina. Ese mismo pueblo que hoy, todavía, esperamos que ya por poco tiempo, permanece sumido en la incomunicación y el silencio.

NOTAS:

- (1) José Ignacio Rey, "Escuelas, Comunicación y Cambio Social en América Latina", Boletín COMUNICACION N° 7, pg. 4.
- (2) Obviamente este rechazo no es apriori, lo cual sería irracional. El rechazo en el caso específico de la mayor parte de los países latinoamericanos está fundado en una larga cadena de in-

vestigaciones serias sobre la estructura y efectos de los sistemas comunicacionales vigentes. El rechazo fundamental, por otra parte, afirma la necesidad de una comunicación alternativa, pero no niega en modo alguno la importancia de una lucha simultánea por el logro de reformas en lo vigente que favorezcan, u obstaculicen menos, el desarrollo de la comunicación alternativa.

- (3) A otro nivel, . puede hablarse también con relativa propiedad de comunicación alternativa para referirse al Nuevo Orden Informativo Internacional.
- (4) Algunas de esas reflexiones nuestras están inspiradas en el trabajo de Gilberto Giménez, "Notas para una teoría de la comunicación popular", Revista CHRISTUS, México, Dic. 78, pg. 25;
- (5) Esto es particularmente válido en América Latina donde clases arcaicas y preindustriales coexisten con clases subalternas "modernas" ligadas al desarrollo industrial, como el proletariado y el subproletariado urbano y rural.
- (6) Pensamos que es precisamente esa composición heterogénea de las clases populares o subalternas la que explican, en parte al menos, la tendencia de algunos teóricos latinoamericanos a caracterizar como "grupal" a lo que nosotros venimos llamando comunicación alternativa o popular.
- (7) El reencuentro consciente con los códigos que responden a sus propios intereses de clase servirá, de paso, para saber tomar distancia —conscientemente también— de los códigos que, respondiendo a intereses de las clases hegemónicas, se presentan como universales.
- (8) En el sentido de fundamentar una teoría de la comunicación alternativa, es obligada la referencia a la pedagogía del oprimido, claramente diseñada en sus diferentes obras por Paulo Freire.
- (9) José Ignacio Rey, "La ética de la comunicación en su contexto sociopolítico", Boletín COMUNICACION N° 8, pg. 4.



COMUNICACION IDEOLOGICA Y FORMACION CRITICA DE LA CONCIENCIA DE CLASE

JESUS MARIA AGUIRRE

En este ensayo pretendemos ordenar y clarificar la problemática actual de la comunicación ideológica, especialmente vehiculada por los medios masivos, que constituyen la fuente de reproducción ideológica más prodigiosa para bloquear la formación crítica de la conciencia de clase.

En la primera parte se articulan las categorías de comprensión del proceso ideológico, atendiendo el estado actual de las investigaciones. En la segunda parte se explica la función cognoscitiva y comunicativa de la ideología en base a la teoría de la mediación. Y, por fin, en la tercera se desarrolla una crítica de los mecanismos semánticos más importantes en la conformación ideológica de las masas, crítica que consideramos necesaria para la búsqueda de alternativas de comunicación no ideológica.

El tema de la ideología y de la formación de la conciencia de clase ha recobrado un interés particular con la puesta en crisis de unos postulados de Marx, interpretados mecánicamente. Partiendo del postulado de que "el ser social determina la conciencia social" y de que "las condiciones materiales de existencia determinan las formas como el hombre concibe el mundo" se sustentaba la tesis de que bastaba con que la clase obrera fuera explotada y viviera en condiciones miserables, para que la toma de conciencia y la revolución devengaran inevitablemente.

Sin embargo, tal como han reconocido muchos teóricos marxistas modernos, la historia se encargó de mostrar la falacia de esta tesis, quizás a un costo dramáticamente elevado (G. Lukacs, A. Gramsci, H. Marcuse, Althusser, R. Garaudy, Ludovico Silva, Rigoberto Lanz, Otto Maduro etcétera).

Ahora bien este reconocimiento ha obligado a profundizar la problemática de las relaciones entre superestructura e infraestructura y a la vez desentrañar los procesos inversos de comunicación ideológicas y formación crítica de la conciencia de clase, volviendo por una parte a las fuentes marxistas y considerando por otra parte las nuevas condiciones históricas del capitalismo y los resultados de las primeras formaciones de carácter socialista.

Como saldo de este esfuerzo hallamos los siguientes planteamientos:

a) En la concepción de Marx la ideología no se constituye como reflejo mecánico de las relaciones de producción sino como su expresión ideal, y en sentido estricto forman parte de la ideología de una sociedad aquellas formas espirituales destinadas a justificar la desigualdad y explotación de la estructura socio-económica capitalista.

b) Marx y Engels, al hablar de superestructuras, pensaban en mensajes elaborados con el código lingüístico. Sin embargo apenas tuvieron en cuenta los mecanismos semiológicos que actúan en los sistemas de relaciones sociales y en los de la comunicación de los medios masivos —desarrollados posteriormente—, que operan por otro tipo de códigos (analógicos, paralingüísticos, cinésicos, etc.) y que constituyen la fuente ideológica más prodigiosa de hoy día.

c) Las clases subalternas de los países de formación capitalista operan con los códigos ideológicos de la clase dominante, y en los países de formación socialista el paso de la conciencia real a la posible en el proletariado no es automático. Es decir que las condiciones de explotación no generan mecánicamente la conciencia de clase, ni el cambio de estructuras socio-económicas produce automáticamente la conciencia revolucionaria.

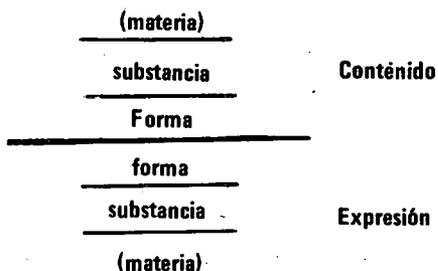
En el marco de esta problemática y con el objeto de descifrar el funcionamiento de los códigos ideológicos, vamos a tratar de articular las categorías necesarias para su comprensión crítica en aras de la formación de la conciencia de clase.

A) CIENCIA Y CONCIENCIA: IDEOLOGIA Y UTOPIA

En primer lugar, asumiendo provisionalmente la definición formulada por Ludovico Silva, entendemos por **ideología**: "un sistema de representaciones, valores, creencias, que está directamente destinado a justificar y preservar —en la escala de las ideas— un orden material de desigualdad y explotación".

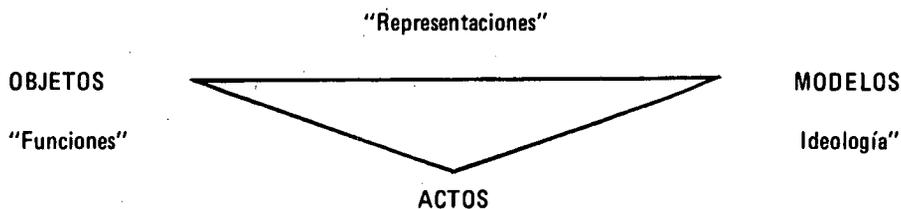
Tan sólo quisiéramos agregar que nos parece imprescindible ampliar el concepto de "escala de las ideas" a todo el universo de "efectuación simbólica", sin descartar ningún tipo de código canalizable por substancias distintas a la lingüística (R. Lanz, D. Ribeiro, E. Rivero etc.).

En segundo lugar, desde el punto de vista semiológico y operacional, categorizamos la ideología como **código de significación**, cuya pasión es estar ligado a la forma del contenido (J. Baudrillard, Rossi-Landi, El Verón, etc.);



De esta manera pasamos de la concepción "representacional" que define la orientación de la ideología, a una concepción "operacional" de la significación, ya que la ideología se resuelve en signos o no se comunica. Correlativamente con el vocablo "superestructura" denotamos el circuito de producción, transmisión y consumo de signos. Pero en esta operativización de la ideología mantenemos su carácter de efectuación simbólica de clase, como categoría explicativa de los intereses antagónicos expresados en ella.

En tercer lugar, desde el punto de vista sociológico, las ideologías son **mediaciones** que reducen la disonancia entre los modelos y los actos. Por ejemplo la afirmación puritana de que la pobreza procede del vicio se deriva de un código ideológico que trata de mediar entre los actos despiadados del puritano-acumulador y el modelo de justificación del puritano-creyente.



La ideología, como tema de presuposiciones referenciales y opciones prácticas, aparece como un residuo extrasemiótico capaz de determinar los procesos de significación, interpretación y acción. Analizada en sí misma es una visión del mundo organizada que da forma a lo pensado y pensable —sistema semántico— y ofrece esquemas interpretativos y operativos para dar un sentido articulado a la vida y ordenar los actos con el fin de perseguir determinados resultados (H. Eco, L. Prieto, Martín Serrano etc.).

De ahí que la ideología puede ser revelada a partir de las “marcas” de los mensajes, expresados en textos y conductas, dependientes de códigos y subcódigos ideológicos, inferibles por análisis. Pero, si bien la noción de actor —emisor o receptor en comunicación— puede ser definido a nivel individual, el sentido de la ideología, por definición, es algo supraindividual, social y objetivo, y no subjetivo. Es decir que, aun siendo analizable a nivel de desempeño, es una categoría del plano de la competencia, que expresa las restricciones de un modelo finito y cerrado.

En cuarto lugar admitimos que la condición de posibilidad de la toma de conciencia crítica implica un **doble proceso**: el desciframiento gnoseológico de la mediación sujeto-objeto, y la decodificación del proceso comunicativo emisor-perceptor (P. Freire, Castilla del Pino etc.). En efecto, según la doble función del código, cognoscitiva y comunicativa, la toma de conciencia como proceso crítico entraña dos operaciones correlativas:

a) el paso de un pensamiento mágico a un pensamiento científico, que se manifiesta en la puesta en cuestión de todo discurso referido a un conocimiento de la realidad material, que pretende “naturalizar” este conocimiento explicándolo o haciéndolo aparecer como consecuencia necesaria de lo que es su objeto. Cambio epistemológico propio de la actitud científica que regula el uso de los términos y descifra las falsificaciones por una comprobación que recurre al referente.

b) el desbloqueo de los procesos comunicativos ideológicos, que se revelan en los sistemas de denotación y connotación fijos. Operación crítica propia del análisis semiótico que asume la función de descubrir las interpretaciones parciales de la realidad comunicadas a través de los sistemas sintáctico-semánticos ya estructurados.

De cara a la praxis la doble transformación exige no un mero recambio de determinadas ideas sobre precisas cuestiones, sino un cambio existencial, total y sistemático: es decir, en la forma y contenido de lo que hasta entonces ha supuesto la forma y contenido de su existencia precedente.

En quinto lugar, comprendemos por formación de la conciencia de clase el proceso por el que una clase social adquiere por una parte el conocimiento de una situación histórica dada como transitoria, parcial y transformable, y por otra acumula una experiencia de su situación social como derivada de las relaciones sociales de producción específicas del capitalismo.

La toma de conciencia de clase, como apropiación de la iniciativa que inventa historia transformadora supone “la proyección de la conducta humana sobre el tiempo”. Ahora bien esta apropiación histórica sólo puede efectuarse por parte de un sujeto histórico, que trasciende el

tiempo y la conciencia de un sujeto individual, en el horizonte de un proyecto utópico, capaz de dar sentido y valor a la acción transformadora. En la perspectiva económica-política, por tanto, hablar de toma de conciencia, implica la consideración del sujeto histórico como clase social y la opción por un proyecto alternativo de carácter socialista como horizonte de sentido (Lenin, Lukacs, Gramsci, Mao Tsetung, Che Guevara etc.).

En sexto lugar concebimos que la unidad dinámica de teoría y praxis en los sujetos históricos se efectúa o bien a través de la mediación de una ideología que mantiene el "status quo", o bien a través de una utopía —en sentido positivo— que niega dialécticamente tal status. La formación de conciencia de clase como conciencia revolucionaria implica un postulado de trascendencia, ya que no es solamente un reflejo del mundo ya existente, sino que entraña un proyecto de otro orden social y humano que todavía no existe. Esta nueva realidad, movilizadora de la clase como sujeto histórico, y capaz de dar sentido a una acción transformadora de la realidad en contraposición al proyecto ideológico de la clase dominante, es lo que llamamos en sentido positivo una "utopía relativa".

Tal como la define A. Pasquali, la utopía relativa es un "conjunto de ideas que enjuicia y objeta la validez del ser social actual y que postula una posibilidad por encima del ser, en un intento por convertir la contemplación en transformación" (E. Bloch, H. Marcuse, P. Blanchart, J. Mariátegui, P. Freire, G. Guitiérrez etc.).

En nuestra concepción las oposiciones pertinentes no son las de ciencia-ideología, o ciencia-utopía, sino las de pensamiento científico-pensamiento mágico y pensamiento utópico-pensamiento ideológico. En este sentido los criterios de la verificación científica son diversos de los criterios de la justificación ético-política. La justificación de principios como: "de cada cual según sus capacidades; a cada cual según sus necesidades", no se basa en criterios de orden científico sino ético-políticos de carácter utópico. Pero esto no significa que la ciencia sea neutra, y que no deba guiarse por criterios ético-políticos, ya que no hay conocimiento que no tenga alguna función próxima o última, es decir, un fin práctico.

Admitir dogmáticamente que existe una limitación estructural de carácter epistemológico que incapacite al pensamiento burgués para conocer, equivale a asumir el absurdo del rechazo de la mayor parte de la ciencia que históricamente se ha producido por la burguesía en el contexto capitalista (R. Lanz, H. Seiffert etc.). Con ello no se niega que la ciencia generada bajo condiciones ideológicas —particularmente las ciencias sociales— posea además de los límites propios de la potencia cognoscitiva, los obstáculos derivados de los intereses de clase, que niegan la utopía y refuerzan la no —transformación.

En este sentido, puesto que no es posible un saber neutro, a una ciencia axiológicamente ideologizada hay que oponer una ciencia axiológicamente utopizada, en tanto que el pensamiento mágico naturalizado (intransitivo, acrítico) tiene que ser superado por el pensamiento científico (transitivo, crítico). Es decir que la ciencia ha de devenir en conciencia.

De esta forma en la conciencia revolucionaria, como meta de la formación de la conciencia de clase, confluyen la racionalidad científica y el ethos utópico, dinamizados por una dialéctica permanente entre teoría y praxis.

B) EL CODIGO IDEOLOGICO Y SU MEDIACION TOTAL

La ideologización de los mensajes y la alienación ideológica de las masas, basadas en el proceso de reproducción de los códigos de base, tanto en la fase cognoscitiva como comunicativa, requieren una atención especial, ya que su desentrañamiento nos puede permitir el descubri-

miento de los mecanismos inversos para la formación crítica de la conciencia de clase.

Entendida la ideología como un sistema simbólico concreto, históricamente condicionado, es posible establecer una separación entre los mecanismos inherentes a todo proceso de codificación y los mecanismos propios del código ideológico, configurado como ideología dominante.

Puede incluso admitirse hipotéticamente que el código de la ideología dominante emplea o refuerza preferentemente determinados mecanismos o reglas, inherentes por lo demás a cualquier proceso de codificación semiótico. Pero su cristalización histórica con una determinada correlación de las unidades interpretadas del sistema semántico y las unidades del sistema sintáctico, es decir entre las unidades de contenido y expresión, es la que marcará su orientación dominante, su sentido de clase, y su funcionalidad social.

De ahí que, aun considerando la posibilidad metodológica de separar analíticamente las reglas propias de toda codificación de los mecanismos específicos de la reproducción ideológica creemos más acertada en un primer momento una aproximación estructural, que articule el conjunto de instancias que operan en el proceso.

Para una exposición más clara vamos a tratar de definir en primer lugar el estatuto epistemológico de la ideología como mediación cognoscitiva, y en segundo lugar como mediación comunicativa, ya que todo código semiótico cumple una doble función: gnoseológica y comunicativa.

1. La ideología como mediación cognoscitiva

Anteriormente hemos indicado que la unidad de teoría y praxis en los sujetos históricos se efectúa a través de la mediación de una ideología o de una utopía.

Se puede hablar de mediación ideológica cuando determinados significantes deben asumir determinados significados, y cuando para atribuir los segundos a los primeros, existe un código mediador. O lo que es lo mismo: cuando ciertos objetos del medio humano (materiales o inmateriales) van a ser relacionados con ciertos objetivos, a través de un proceso de interpretación de la realidad que dirige los comportamientos y las acciones, mediando siempre un proceso cognoscitivo.

La mediación ideológica actúa como un metalenguaje que regula la reproducción de modelos de significación a través de constricciones lógicas y coerciones (prohibiciones, miedos, imposiciones . . .).

Pero, a diferencia de las "funciones" que reducen la disonancia entre los objetos y los actos, y de las "representaciones" que reducen la inadecuación entre los objetos y los modelos, la "ideología" tiende primordialmente a reducir la disonancia entre los modelos y los actos.

A través del sistema ideológico que media la relación con el mundo, todos los fenómenos (discurso social, acción y objetos) son portadores de valor y se convierten en significantes, susceptibles de ser reducidos a signos, cuyo valor depende de la orientación o sentido dominante en el sistema.

De ahí su carácter totalizante que invade las opciones precientíficas, la elección de los fines, la selección de los métodos, la orientación de las acciones, la evaluación de los resultados, la prognosis, y cualquier otro acto cognoscitivo y comunicativo.

El sistema ideológico articula la relación simbólica entre el sistema cognitivo, el sistema de la acción y el sistema de los objetos, y su de-construcción requiere la construcción de otro sistema contrapuesto cuya función no sea justificar simbólicamente la desigualdad y explotación que existen en la realidad, sino develarlas con una alternativa utópica de igualdad y apropiación.

2. La ideología como mediación comunicativa

El código ideológico, según hemos explicado, es un sistema semántico que modela una interpretación del mundo y unos esquemas de acción, justificadores de unas relaciones sociales de desigualdad y explotación.

Su posición mediadora entre los "modelos" y la "acción" le permite articular a través de los ejes semánticos de base y las operaciones semánticas, la relación entre los modelos generativos de la significación y los procesos pragmáticos de la comunicación.

Aunque el modelo del sistema ideológico pertenece al nivel de la "competencia" y no del "desempeño", sin embargo puede ser explorado y reconstruido a través del análisis de los rasgos manifiestos de los mensajes en los actos comunicativos.

En efecto la ideologización opera como una estrategia totalitaria de la codificación, volviendo los mensajes redundantes para asegurar una interpretación unívoca de acuerdo con códigos indiscutibles, encubriendo las posibles contradicciones con el contexto y las circunstancias reales.

Su mediación es total en el desempeño comunicativo:

- el Código Ideológico media la relación cognoscitiva que el emisor establece con el mundo referencial, el contexto y las circunstancias.
- El C. I. media la relación comunicativa que el emisor establece con el mensaje y el perceptor.
- El C. I. media la percepción e interpretación que el perceptor establece con el mundo referencial, el contexto y las circunstancias.
- El C. I. media la percepción e interpretación que el perceptor establece sobre el emisor y el mensaje.

En resumen el C. I. media las operaciones de codificación de los mensajes por parte del emisor, y las operaciones de interpretación por parte del perceptor.

Las condiciones de producción y consumo de signos bajo la forma de mercancía y la situación de comunicación alienada, aseguran ese imperialismo del código ideológico, que determina la orientación dominante de los mensajes masivos.

Sus rupturas pueden provenir de la decodificación crítica de los mensajes, de la recuperación del valor de la circunstancia y el contexto que contradicen el sentido de los mensajes, de la reversibilidad del sistema unidireccional y en fin de la transformación de las condiciones de producción y consumo de signos.

3.- Formación crítica de la conciencia de clase

Si la ideología constituye la efectuación simbólica de la clase dominante que justifica el orden de opresión, la formación crítica de la conciencia de clase implica el proceso inverso por el que el conjunto de las clases subalternas e instrumentales decodifican tales códigos ideológicos y desmontan las relaciones sociales que los producen.

La formación crítica de la conciencia de clase como proceso cognoscitivo de carácter transitivo y crítico no es un proceso cualitativamente distinto a la ruptura epistemológica que se efectúa entre el pensamiento mágico y el pensamiento científico. Ahora bien el desarrollo de los criterios científicos de verificabilidad, intersubjetividad y capacidad de predicción de las realidades sociales requieren de un plus, ya que el conocimiento de lo social no es mera ciencia sino conciencia.

Este plus entraña una opción política, basada en una utopía, cuya validez debe medirse por

la capacidad para desmontar la mediación del código ideológico y abrir nuevos sentidos a la práctica transformadora de las pseudoconcreciones. Su estrategia está orientada a incrementar en las clases subalternas la capacidad explicativa de las determinaciones objetivas de los problemas sociales y la percepción estructural de las soluciones abiertas a la totalidad social.

Complementariamente la formación de la conciencia crítica de clase como proceso comunicativo implica el desarrollo de la reciprocidad orgánica en el interior de la clase y la ruptura de los sistemas unidireccionales de subordinación impuestos por la clase dominante.

Si los mensajes reflejan los medios sociales de producción que los han determinado, es una ilusión pretender crear mensajes alternativos con los medios otorgados por el mismo sistema y en espacios administrados por éste. Lo cual no significa la dimisión en la lucha por crear emisores-perceptores críticamente avisados que no aceptan que los mensajes mercantiles se conviertan en compensación de la explotación.

La integración de clase exige la creación de una red de conexiones de base, de espacios alternativos, de expresiones basadas en organizaciones dentro de las cuales operadores y bases gestionan en común el mensaje, no sólo consumiéndolo pasivamente sino en una dialéctica de intercambio y comunicación recíproca.

El crecimiento de los vectores más indicativos de la cultura popular para los mismos desarrollos de la cultura histórico-científica y la reversión de los sistemas unidireccionales dominantes pueden constituir una matriz válida para la revolución cultural.

En estas condiciones la creación de nuevos códigos alternativos y la construcción de una cultura alternativa no pasará otra vez sobre las masas, su historia, su realidad específica, sino que será su expresión, su realización inalienable.

C) CRITICA DE LA COMUNICACION IDEOLOGICA

La formación de la conciencia crítica frente a los modos de la comunicación ideológica pasa ineludiblemente por la decodificación de los procesos semánticos. Se trata de conocer qué operaciones de codificación ideológica permiten la utilización de "substancias" diferentes (palabras, signos alfabéticos, iconos, signos alfa-numéricos, reglas, normas, etc.), que pueden intercambiarse sin que cambie el mensaje latente, que organiza la visión ideológica del mundo.

Asimismo hay que averiguar cómo operan la reproducción ideológica de los mensajes que, más allá de sus funciones cognoscitivo-expresivas, están destinados a comunicar una visión que justifica un orden material de desigualdad y explotación.

1. La imposición del punto de vista

Los medios masivos pretenden erigirse en una especie de espacio neutro como árbitros o mediadores sociales, que reflejan objetivamente los acontecimientos de la realidad y las diversas tomas de posición.

En ese empeño se conjugan el alto prestigio social de los emisores, reconocidos como intérpretes de la sociedad, y el ascendiente de la tecnología moderna.

Por una parte se supone que quienes "saben" son aquellos que controlan las fuentes y los medios de información, y por otra parte se estima que los medios técnicos simplemente son un espejo objetivo de la vida. El grabador reproduce el discurso, la cámara toma la realidad, y el comunicador informa de los hechos.

En el marco de la revolución científico-técnica se recurre a la objetividad, basada en los apa-

ratos tecnológicos, evitando así el planteamiento de las selecciones y combinaciones que son posibles sobre sus usos y contenidos.

Simultáneamente con el código de la objetividad se instauran los sub-códigos del prestigio social y tecnológico, que cobran un carácter mágico e incuestionable.

De esta forma los mensajes masivos inducen un modo de conocer no histórico, sino naturalista, como si los mensajes difundidos fueran impuestos por los acontecimientos de la realidad, y el punto de vista de la clase dominante se justifica como objetivo, verdadero y único.

Esta reducción simplificadora no es privativa de los mensajes informativos, sino también de los mensajes de ficción, que establecen esquemas ideales de interpretación y acción.

La implantación de este punto de vista cognoscitivo, que nosotros preferimos llamar "mágico" o "naturalizado", también es denominado como "conocimiento ideológico". Su discurso referido a un conocimiento de la realidad material pretende naturalizar este conocimiento, es decir a explicarlo o a hacerlo aparecer como consecuencia necesaria de lo que es su objeto. (En este sentido restringido cabría perfectamente hablar de la oposición epistemológica entre ciencia e ideología).

La mistificación es evidente, pues, supuesto que no hay conocimiento de la realidad que sea "objetivo" en el sentido de reflejar el objeto tal como es, sino que la significatividad proviene del punto de vista aportado por el sujeto social, los mensajes masivos no pueden sustraerse al hecho de estar mediados por un código, que impone un punto de vista.

Más aún la veracidad, tan repetidamente proclamada en los mensajes para reclamo de la confiabilidad de los perceptores, no proviene de la adecuación del mensaje al objeto, sino de su adecuación al código desde el cual se considera el mensaje. Tal punto de vista corresponde al código ideológico de los emisores del mensaje, "tonada", que según Lazarfeld y Merton, la escoge el que paga al flautista".

Ahora bien la ilusión de objetividad que se reproduce no puede corregirse —particularmente en los medios masivos en que rara vez es posible la verificación—, sino por relación a otro conocimiento e interpretación del mismo acontecimiento, basado en otro código.

De ahí la importancia no sólo de la creación de nuevos medios alternativos, sino también de la instauración de otros códigos críticos, cuyo punto de vista responda a los intereses de las clases subalternas, en una perspectiva crítica.

2. La suplantación del perceptor

Una vez establecido el punto de vista "objetivista", pudiera quedar planteada la apertura hacia otras perspectivas, opuestas o simplemente incógnitas. Sin embargo tanto el perceptor como sus intereses quedan reducidos en los mensajes a unos datos acordes con el código dominante, que pretende representar los intereses del perceptor.

Los medios masivos comerciales presentan directa o indirectamente sus propios puntos de vista, adecuados a sus intereses materiales, como siendo de interés universal. Toda la semántica del interés "general", "común", "nacional", "democrático", encubre una justificación ideológica de la sobreposición del interés particular de los propietarios, anunciantes y empresarios, que conforman la urdimbre de la clase dominante.

Las expectativas de los perceptores, sus intereses selectivos sobre la programación, sus posibles críticas a los mensajes, aun bajo las modalidades de respuesta creadas por el "rating", las investigaciones de "audiencia" o los "mensajes de retorno", sólo afectan la reproducción de los mensajes para determinar algunas variaciones que no modifiquen la lógica de suplantación, ni

comprometan el orden articular del código ideológico.

La lógica de dominación, representando su interés como común a todos los miembros de la sociedad, no sólo suplanta el punto de vista del perceptor sino que crea su propia opinión pública y da a sus mensajes la forma de universalidad, como si fueran los únicos razonables y absolutos. Así, por ejemplo, la propiedad privada real se transforma en un derecho natural abstracto para la colectividad, como único modo válido de apropiación y la libertad de los empresarios en un derecho inalienable abstracto para las masas, como condición para toda la libertad de expresión. Tales supuestos marcan por connotaciones redundantes todos los mensajes masivos.

Sólo la concreción histórica y real de tales conceptos y su referencia a las prácticas sociales de discriminación e incomunicación, pueden facilitar el descubrimiento de la ilusión montada por ese proceso abstractivo que se descuelga de la realidad y manipula al perceptor como un mero signo instrumental.

Entonces los mensajes se manifiestan como expresiones de unos determinados intereses, que dominan la orientación de los mensajes, pero que no expresan necesariamente los intereses del perceptor y de las clases no dominantes.

3. La escotomización de los referentes

Las ciencias sicosociales y la sociología del conocimiento han comprobado que la aprehensión de la realidad no se lleva a cabo uniformemente, sino selectivamente, dejando de ver algunas partes de la realidad para ver una o varias partes de la realidad.

La emisión de mensajes, que presentan unos aspectos de la realidad y silencian o rechazan otros que, por las motivaciones que sean, no interesan, conduce a la escotomización o no visión de alguna parte de la realidad referencial. De esta forma los mensajes, basados en ejes semánticos seleccionados, refuerzan determinados rasgos y datos que confirman la validez del código ideológico. Es decir que la visión escotomizada justifica permanentemente el código a partir de los supuestos datos reales.

La distorsión fundamental de la presentación de los mensajes no es de carácter instrumental. El instrumento perceptual o el medio técnico pueden permanecer intactos. La trampa radica en la forma de utilización del mismo que no se pone al servicio de su función "ad hoc", sino al servicio de los intereses del sujeto social, que controla los medios.

Los mensajes escotomizados ocultan los rasgos o datos que pueden contradecir la estructura del código ideológico, y sus visiones corresponden a modelos estereotipados, que rechazan los elementos perturbadores que pueden ser reveladores de las contradicciones, disonancias e inadecuaciones entre el significado y el referente, los mensajes y la realidad.

Ahora bien, la falta de lógica de ese rechazo de unos referentes no funcionales al código impuesto, obligan o bien a la inapercpción de la realidad, o bien a la justificación ideológica de los mismos, generando mensajes evasivos o racionalizados respectivamente.

La ideología cumple así su papel regulador, reduciendo las disonancias entre el modelo dominante de significados y los referentes que remiten al mundo real. Su carácter semiótico le permite la posibilidad de significar, y por tanto, de comunicar justificaciones, a las que no corresponde un determinado estado real de hechos.

En las condiciones de recepción unidireccional cabría preguntarse si, en lugar de cambiar los mensajes —medida que no es posible sin un cambio en el control de la producción de signos— se puede cambiar su contenido escotomizado, actuando sobre las condiciones de percepción de los mensajes y sobre las circunstancias de recepción, o en último término recurriendo a la verificación

ción de los referentes.

4. La fragmentación de los mensajes

Estrechamente vinculada a las operaciones de escotomización, podemos distinguir una forma más compleja de comunicación ideológica, que es la focalización fragmentaria de los temas y problemas. La focalización no implica necesariamente la falta de visión de alguna parte de la realidad, sino la ausencia de articulación al presentar, sobre todo, las informaciones, noticias, comentarios y opiniones sobre los hechos contingentes.

La presentación rápida y fragmentada de los mensajes, aparentemente fortuitos, en los que no se reconocen las interrelaciones, presentan un mundo mosaico de conocimientos inconexos. La mediación mosaica, típica de los medios masivos, desune todos los elementos, los desarticula y los presenta sin sus profundas vinculaciones. No olvidemos que teóricamente el orden de yuxtaposición permite la variedad máxima en el desempeño y que los medios están compelidos a llenar un espacio creciente de difusión por razones de rentabilidad.

Pero tal difusión de mensajes contingentes no significa que no existan reglas formales en su codificación o que los hechos no tengan explicaciones estructurales. Los mensajes mosaicos son normativos, aunque nadie percibe sus valores. Su carácter abigarrado y no explícito oculta un modelo de orden bajo al aparente azar.

La revelación del código ideológico de tales mensajes resulta tanto más difícil cuanto que los modelos mosaicos traducen teóricamente aquella visión del mundo donde los hechos pueden estar dispuestos con mayor variedad, y en los que cabe incluir toda la variedad de hechos posibles. De ahí deriva precisamente su funcionalidad ideológica, pues crea una especie de democracia de los hechos. La aparente independencia de los mensajes en el sistema comunicativo refuerza la hipótesis de la concepción individualista y liberal de la sociedad. La variedad, el desgaste y la absolescencia acelerada de los mensajes atomizados complementan connotativamente la ilusión de la libertad, la pluralidad y la novedad en los mensajes.

Pero una lectura crítica de tales mensajes descubre el repertorio de estructuras del espacio mosaico, que no agota todos los conjuntos combinatorios posibles, y responde a determinadas constricciones ideológicas dominantes, que determinan géneros programáticos, tipos de mensajes, modelos dramáticos y, en general, su diseño de difusión.

5. La disolución simbólica de las contradicciones

A través de las operaciones mencionadas de la escotomización de los referentes y la fragmentación de los mensajes se efectúa una función más compleja: la disolución simbólica de las contradicciones.

Los conflictos más generales y profundos de la sociedad, particularmente la división en clases, se difuminan con el ocultamiento de las oposiciones y la focalización del interés hacia otros temas menos problemáticos e integradores.

Este proceso es coadyuvado por la trivialización de los mensajes, yuxtapuestos fragmentariamente e igualados sin una escala de valores. De esta forma no sólo se dejan de identificar las bases reales de los conflictos, sino que las contradicciones son planteadas como un problema ideológico de individuos desintegrados y minoritarios.

La miseria económica, la represión política o la incomunicación social aparecen como pequeñas disfunciones dentro del conjunto armónico del sistema que ofrece orden y felicidad bajo

la mirada supervisora y neutral del Estado. Pero aun en el caso de que se consideran como contradicciones constitutivas, tales disfunciones serían connaturales a la condición inmutable del hombre y de la sociedad. Más aún el juego azaroso de la vida y el amplio margen de libertad otorgado por el sistema posibilitarían tales anomalías. En último término se trataría de casos aislados, individuales, fortuitos. De esta forma el código ideológico resuelve simbólicamente todas las contradicciones, inmunizando los desempeños comunicativos contra todo tipo de mensaje crítico.

Pero la disolución de las contradicciones no sólo invade las realaciones entre significados y referentes, sino la misma contradicción dinámica entre código y mensaje. La redundancia de los mensajes, que no cuestionan las sub-rutinas de los códigos, acaban por bloquear las posibles rupturas del código. Los mensajes críticos se interpretan ideológicamente como esfuerzos malignos para minar las leyes y el orden que rigen el universo semántico del poder establecido.

La percepción crítica no puede destruir las formas codificadas desde el interior de su misma lógica, pero sí desarrollar la función subversiva, mostrando cómo los significados de los mensajes son rutinas estereotipadas, que no se corresponden con la realidad, o evidenciando las posibilidades emancipadoras de otros mensajes, basados en códigos innovadores.

6. La hipercodificación unidimensional

La codificación de los mensajes masivos establece que determinadas combinaciones de signos son comprensibles y aceptables, pero un subcódigo ulterior, que no niega el anterior, determina en qué sentido deben interpretarse en circunstancias específicas.

La hipercodificación de los mensajes masivos actúa en dos direcciones. Por una parte asigna significados a expresiones, cuyo uso sólo resulta coherente si se adecúa al código ideológico. Por otra parte bloquea nuevos sentidos que puedan provocar disonancias no controlables por las reglas reconocidas. Su meta final es cerrar el sistema contra todo sentido imprevisto.

Por eso los dispositivos ideológicos evitan el presentar de forma explícita el hecho de que existen otras premisas contradictorias o premisas aparentemente complementarias que conducen a una conclusión contradictoria, ocultando así el carácter multivalente y contradictorio del espacio semántico.

La hipercodificación unívoca niega todo tipo de pensamiento utópico, ya que elimina la bidimensionalidad que introduce la tensión semántica entre el modelo ideal futuro y su cristalización fáctica actual. La recuperación del pensamiento utópico se convierte así en condición para la crítica ideológica de los mensajes.

El análisis de la desconexión del espacio semántico permite visualizar diferentes organizaciones semánticas, que responden a intereses prácticos distintos. Pero, también, es evidente que la percepción crítica, que ayuda a descifrar tales opciones, no ayuda a elegir las.

No hay prognosis sobre el futuro de la humanidad que tenga carácter científico, pues las predicciones no son enunciados científicos sino prácticos, y, en definitiva, no es la historia quien tiene un fin, sino los hombres quienes tienen fines históricos.

En este sentido la formación crítica de conciencia de clase se convierte en último término en un rechazo crítico de un proyecto ideológico, mantenedor del status quo, y en la opción por un proyecto utópico viable, capaz de expresar un nuevo modelo revolucionario.

CONCLUSION

Al final de este recorrido teórico en el que hemos tenido en cuenta los problemas actuales de la comunicación ideológica, podemos preguntarnos cuáles son los lineamientos principales capaces de orientar una praxis para la formación crítica de la conciencia de clase...

La primera conclusión relativa a la práctica teórica es que la investigación sobre la formación de la conciencia crítica de clase requiere métodos específicos de análisis y evaluación, derivados de los modelos informativo-comunicacionales, y no de los modelos energético-mecánicos.

Derivada de esta primera, podemos establecer una segunda conclusión: las contradicciones cualitativamente diferentes sólo pueden resolverse por métodos cualitativamente diferentes, es decir, que opongan el pensamiento científico al pensamiento mágico, la visión utópica a la visión ideológica y la comunicación liberadora a la comunicación alienada.

Por fin, sin perder de vista el carácter superestructural de los sistemas cognitivo y comunicativo, es necesario recalcar, como conclusión final, que la formación crítica de conciencia de clase es un proceso solidario de las demás transformaciones, es decir, de la propiedad privada de los medios de producción a la propiedad social, y del poder tecnócrata o burocrático al poder autogestionado.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Althusser, L.: "La revolución teórica de Marx", Ed. Siglo XXI, México, 1968 (Sobre la ruptura epistemológica, pp. 137 ss.).
- Barth, Hans: "Verdad e ideología", Fondo de Cultura Económica, México, 1951.
- Baudrillard, Jean: "Crítica de la economía política del signo", Ed. Siglo XXI, México, 1974 (Hacia una crítica . . . pp. 166-194).
- Castilla del Pino, C.: "La incomunicación", Ed. Península, Barcelona, 1970, (Cap. 2: El hombre en la incomunicación, pp. 47-69, y Cap. 3: Comunicación y protesta, pp. 113-144).
- Castillo, Ignacio: "San Pueblo, alienación y utopía", Ed. CRT, México, 1979, (Cap. V: La ideología religiosa . . . pp. 139 ss.).
- Colectivo 1: "Alienación e ideología" Ed. Alberto Corazón, Madrid, 1973 (Metodología y dialéctica en los Grundrisse).
- Eco, Humberto: "Tratado de semiótica general", Ed. Lumen, México, 1978, (Ideología y connotación del código, pp. 457-471).
- De Fusco, Renato: "La reducción cultural", Ed. Alberto Corazón, Madrid, 1974, (La reducción y la cultura de masas, pp. 51-62).
- Freire, Paulo: "Teoría y práctica de la liberación", Fondo de Cultura Popular, Madrid, 1972 (Tercera parte: Praxis de la liberación pp. 77-118).
- Gramsci, A.: "Obras escogidas", Fondo de Cultura Económica, Madrid.
- Guevara, E.: "Obras completas". Ed. Era, México.
- Horowitz, Irving L.: "Historia y elementos de la Sociología del Conocimiento", Ed. Universitaria, Bs. As. 1964 (Tomo II; Primera parte: Ideología, contenido y contexto; Segunda parte: La transición de la ideología a la utopía; Tercera parte: Conciencia, comunicación y cultura).
- Ibañez, Alfonso: "Mariátegui: revolución y utopía", Ed. Tarea, Lima, 1978. (La tematización del mito social, pp. 68-94).
- Lanz, Rigoberto: "Dialéctica de la ideología", Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, UCV, Caracas, 1975. (C. IV: Epistemología de la ciencia, epistemología de la ideología, pp. 71-85).
- Lenin, V.: "Obras completas", Ed. Fundamentos, Madrid. (Materialismo y Empiriocrítica).

- Lukacs, G.: "Historia y conciencia de clase", Ed. Grijalbo, Barcelona
- Lutzemberger y otros: "Cultura, comunicación de masas y lucha de clases", Ed. Nueva Imagen, México, 1978 (Cap. I: Cultura alternativa y lucha de clases, pp. 13-57).
- Mao Tsetung: "Cinco tesis filosóficas", Ed. de Lenguas extranjeras, Pekín, 1971 (Sobre la contradicción, pp. 43-143).
- Maduro, Otto: "Religión y lucha de clases", Ed. Ateneo, Caracas, 1979. (Cap. IV: pp. 163-198).
- Mannheim, Karl: "Ideología y utopía", Ed. Aguilar, Madrid.
- Marcuse, H.: "El hombre unidimensional", Seix Barral, Barcelona, 1978.
- Mariátegui, José Carlos: "Ideología y Política", Ed. Amauta, Vol. 13, Lima, 1973.
- Martín Serrano, Manuel: "La mediación social", Ed. Akal, Madrid, 1977.
(Los modelos lógicos de la mediación, pp. 49-83).
- Mattelart, A. y M.: "Frentes culturales y movilización de masas", Ed. Anagrama, Barcelona, 1977. (Aparatos ideológicos del Estado y lucha de clases, pp. 9-45).
- Marx-Engels: "Teoría de la ideología" (Textos para su estudio: selección y prefacio de Ludovico Silva) Ed. Ateneo, Caracas, 1980.
- Pasquali, Antonio: "Comprender la comunicación", Monte Avila, Caracas, 1979 (Sobre el concepto de utopía, pp. 227-243).
- Prieto, Luis J.: "Pertinencia y práctica", Ed. G. Gili, Barcelona, 1977. (Pertinencia e ideología, pp. 132-152).
- Ribeiro, Darcy: "El proceso civilizatorio", Ed. Biblioteca UCV. Caracas, 1979 (Esquema conceptual, pp. 26-31).
- Rivero, Emanuele: "Individuo, Sociedad y Cultura", Ed. Verbo D., Estella, 1974. (Cultura y proceso cultural, pp. 13-19).
- Schiller, H.: "Los manipuladores de cerebros", Ed. Granica, Bs. As. 1974 (La manipulación y la conciencia empaquetada, pp. 21-48).
- Seiffert, H.: "Introducción a la teoría de la ciencia", Ed. Herder, Barcelona, 1977 (Utopía, p. III, cap.2).
- Silva Ludovico: "Teoría y práctica de la ideología", Ed. Nuestro Tiempo, México, 1971 (Teoría marxista de la ideología, pp. 13-82).
- Verón, Eliseo: "Conducta, estructura y Comunicación", Ed. Jorge Alvarez, Bs. As. 1968 (Infraestructura y superestructura . . . pp. 131-159).
— "El proceso ideológico" (Varios), Ed. Tiempo Contemporáneo, Bs. As. 1977 (Hacia una teoría del proceso ideológico, pp. 251-293).



**PREMIO NACIONAL
DE
PERIODISMO
1390 KH.
MARACAIBO**

RADIO SELECTA

Onda Cultural al Servicio de Venezuela

PRESUPUESTOS PARA UNA INVESTIGACION ALTERNATIVA

MARCELINO BISBAL

Es necesario señalar, para empezar, que los descubrimientos aportados hasta hoy por la investigación comunicacional nos demuestran la existencia de graves problemas estructurales en la comunicación colectiva o masiva. Tal como indicábamos en **COMUNICACION No. 7 (Abril -1976)**, dichas investigaciones se han venido planteando en referencia al sistema comunicacional vigente y establecido y nunca a aquellos medios comunicacionales autóctonos, que necesariamente son pobres y primitivos, pero que responden a la problemática popular y subalterna de sus emisores. De tal forma, que las actuales investigaciones se han limitado a establecer interpretaciones, en el mejor de los casos críticas, de la actual forma comunicacional vigente y no han sido capaces de elaborar lo que simplificando, podríamos denominar una práctica liberadora de nuevas formas comunicacionales.

Como indica el periodista boliviano, especialista en ciencias de la comunicación, Mario Arrieta Abdalla ("*Le Monde Diplomatique*" en español, abril 1980); "y son justamente estas experiencias-precisamente ignoradas o minimizadas- las que deben ser estudiadas por teóricos y especialistas. Especialmente por quienes propugnan la creación de "circuitos paralelos" o "comunicación alternativa", ya que en ellas se encuentran muchas de las posibles respuestas a los problemas que les preocupan.

I. LA ACTUAL INVESTIGACION, PERSPECTIVAS

Nuestra investigación comunicacional, esto quiere decir que el resto de la ciencia también, ha atravesado por innumerables problemas. Estos han de definirse y enmarcarse dentro de los parámetros de la dependencia general de la región y de Venezuela con respecto a países desarrollados, fundamentalmente los Estados Unidos. Es lo que se ha señalado ya tantas veces, la teoría de las ciencias sociales ha sido difundida en América Latina por el centro metropolitano de poder, hecho en extremo visible en el caso de la comunicación colectiva en donde el dominio ideológico aparecía como casi "esencial" a su propia existencia. Por otra parte, empezamos a "copiar" modelos epistemológicos de los ámbitos socio-filosóficos de las Escuelas de Franckfurt y Estructuralismo francés que nos impidieron por mucho tiempo iniciarnos en una investigación propia en forma y contenido. Recién superados esos problemas iniciales, surgen otros que no hemos sido capaces de descubrir y uno de los objetivos de este trabajo es tratar de señalarlos.

Hasta ahora, la investigación ha aportado algunas experiencias interesantes, en diversos medios y ambientes, las cuales pueden sintetizarse en las siguientes pistas:

1.- "Denuncia sistemática de la enagenación que producen los medios de comunicación. Al efecto, existen ya numerosos estudios realizados y completas investigaciones para determinados medios, sobre la forma en que se cubren diversos eventos significativos, sobre las intencio-

nadas deformaciones que los medios difunden, sobre el tratamiento caprichoso de las noticias, utilizando múltiples elementos, sobre los aspectos semánticos y semiológicos en la presentación de las noticias, etc.

2.- Descodificación de la información de los medios de comunicación social enajenantes.

Es un proceso que presupone lo anterior. Una vez que se detecta a quién y cómo sirve un medio, es posible establecer "constantes" de la desinformación realizada y aplicar "coeficientes" a las noticias que tales medios producen, para entender, con cierta precisión, lo que realmente quieren decir, las noticias publicadas y los hechos reales, encubiertos por las deformaciones interesadamente introducidas por los medios enajenantes y explotadores. Esta operación, en países que están totalmente privados de toda capacidad de comunicación útil a los sectores populares, es especialmente importante en esos ambientes.

3.- Aprovechamiento en lo posible de los medios de comunicación social. Cada vez un mayor número de profesionales en comunicación, buscan caminos nuevos, para utilizar, al menos parcialmente, los poderosos recursos de los medios de comunicación social para coadyuvar a las luchas populares. Y existen también, casos particulares en que determinados medios se ponen al servicio de las causas de liberación. Así mismo, es deseable usar recursos técnicos de comunicación social en países vecinos, que pueden hacer llegar sus mensajes a zonas completamente copadas". (Centro Nacional de Comunicación Social) (CENCOS), Boletín Informativo del 26 de diciembre de 1979).

En 1972, en un Seminario de especialistas en Comunicación, organizado en Costa Rica y auspiciado por ILDIS, CEDAL y CIESPAL, se indicaba que el sistema de comunicación en América Latina, actualmente bajo el control de las empresas monopolísticas o de otros grupos dependientes de aquellas directa o indirectamente, procura en general las siguientes funciones sociales:

- "Mantener en funcionamiento el sistema productivo mediante el máximo consumo de bienes generados, su eliminación anticipada y, en general, la creación de necesidades para consumo superfluo y enajenantes;

- Sostener la estructura de poder político, para consolidar el orden económico y social vigente, ocultando sus contradicciones de estructura;

- Reforzar una cosmovisión individualista y atomizadora de la sociedad, generada por el propio sistema productivo y multiplicada por la expansión del sistema de los medios. De allí derivan valores enajenantes que se promueven en todos los planos de la conducta social: sexo, familia, cultura, trascendencia;

- Reducir la capacidad crítica de los consumidores por la saturación constante del mercado de oferta de mensajes y por la apelación manipulada a la efectividad".

Es lo que Jesús María Aguirre (Equipo COMUNICACION) señalaba en una conferencia dictada en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela ("Función Ideológica de los Medios Masivos y Búsqueda de Alternativas"), es decir que los medios de comunicación masiva resultan útiles para las clases dominantes porque:

A) Impiden la participación del pueblo:

- Los receptores sólo pueden recibir

- Los mensajes circulan de arriba hacia abajo

- Los mensajes favorecen las actitudes de evasión y escapismo

- Los mensajes alientan el individualismo y la desorganización

B) Distorsionan la realidad e impiden su conocimiento crítico:

- Los mensajes muestran una realidad fragmentada y deformada, de la cual el pueblo y sus

acciones están ausentes o son combatidos.

-Los medios encubren a sus dueños, a los verdaderos emisores de los mensajes.

C) **Se imponen como necesarios ante los ojos del pueblo:**

-Alientan su recepción: no consumirlos es quedarse al margen de la "realidad".

D) **Cubren a todos los grupos y sectores sociales:**

-Garantizan que la imposición ideológica se extienda a todo el pueblo.

E) **Aseguran el orden económico capitalista:**

-Favorecen la existencia de la sociedad de consumo capitalista

-Orientan el consumo a través de la publicidad compulsiva

Todos estos aspectos, aportados por las investigaciones actuales, no han servido para modificar el estado actual de cosas. Más bien, la industria cultural se ha percatado de los resultados arrojados por esas investigaciones y hoy, los mecanismos de tratamiento del mensaje, conducción de los medios y relaciones de ellos con las estructuras de poder son más sutiles e imperceptibles. Pero siempre desde la lógica de la comunicación manipuladora.

Por otro lado, se espera que los resultados de las investigaciones sean adoptados por el "sector oficial" (Estado) para la inmediata formulación de correctivos. Nos olvidamos de una premisa, básica para nosotros, en el actual contexto social: **La comunicación es un subsistema del sistema económico, político y social vigentes.** Y el Estado se vincula a las clases sociales de acuerdo a las distintas correlaciones de fuerzas que vayan dándose. Esperamos que sea el Estado el que imponga una "política de comunicación", le corresponde por derecho y por deber, pero en la sociedad capitalista quienes detentan el poder, son quienes tienen la capacidad para imponer sus intereses específicos, quienes finalmente se benefician del mantenimiento de un sistema de dominación y son a la vez quienes imponen en el aparato del Estado el desarrollo de una política que atienda a sus propios intereses. Esto quiere decir, que es una clase la que tiene poder, pues puede imponer a los que toman decisiones y ocupan lugares en el Estado, el desarrollo de una política de comunicación y en otros dominios que atienda y realice los intereses específicos de esa clase dominante.

De lo anterior, es fácil deducir que en la realidad actual no es suficiente la crítica, el desenmascaramiento de la alienación comunicativa, se hace necesario orientar las investigaciones hacia una acción "contraformativa", y una potenciación de la acción emisora de las clases subalternas para que se genere una mayor "conciencia crítica" de los condicionamientos económicos y socio-políticos. Se trata, antes que nada, de contribuir con una "investigación militante" a modificar dichos condicionamientos, mediante una amplia y consciente participación social de los sectores populares y "marginales" comunicacionalmente en la gestión de su propio desarrollo a través de formas comunicativas propias. Lo cierto, es que hasta el momento esto no ha sido así.

II. NECESIDAD DE UNA ACCION COMUNICATIVA ALTERNA

En numerosas reuniones, congresos y acuerdos regionales, a partir de la década de los años '70, auspiciados por Organizaciones como la UNESCO, FELAP, ILET, . . . se ha comenzado a hablar de "ALTERNATIVAS" en el campo de la comunicación e investigación. A este respecto, es necesario recordar algunos de los planteamientos que allí se han hecho y ver en que contexto se han formulado:

I-Entre el 17 y el 22 de septiembre de 1973 se realizó en San José de Costa Rica un Seminario sobre "La Investigación de la Comunicación en América Latina, auspiciado por CIESPAL. (Ver Boletín COMUNICACION No. 7, abril 1976-página 62). Allí se menciona repetidamente el término "búsqueda de alternativas":

-La investigación debe estar orientada al diagnóstico de la situación actual y a la **búsqueda de alternativas** que permitan tomar opciones en el planteamiento de soluciones. Pero tanto la teoría como el método deben contemplar la necesidad de una acción interdisciplinaria para que haya una clara visión de la realidad imperante y un conocimiento mucho más rico y profundo de la sociedad en la que ocurre el fenómeno de la comunicación. Finalmente, el método científico debe buscar sobre todas las cosas, la participación de los grupos sociales involucrados en los problemas de la comunicación para que los resultados sean mucho más genuinos, más aprovechables y den lugar a una participación más activa de los grupos populares tanto en la detección de los problemas como en los procesos mismos de la comunicación.

-Incentivar la participación popular en las investigaciones de comunicación con el fin de desmitificar a estos ante los sectores populares y desarrollar entre ellos una conciencia crítica que posibilite una opción liberadora.

-Promover la investigación acerca de las experiencias sobre la elaboración popular de mensajes que modifiquen el sentido tradicional de la comunicación vertical.

-Se recomienda buscar nuevas conceptualizaciones pedagógicas, así como nuevos arreglos institucionales, nuevos medios y métodos que faciliten el desarrollo de la conciencia crítica de la población, así como su capacitación para participar activamente en el manejo de los medios de comunicación, como instrumentos de liberación.

II-La Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe, llevada a cabo en San José de Costa Rica entre el 12 y el 21 de julio de 1976, (Ver **Boletín COMUNICACION No. 10-11**, Octubre y Diciembre de 1976) se señala en el Informe de la Comisión I: "Problemas que plantea el desarrollo de Sistemas Modernos de Comunicación" y que luego se diluye en la Recomendación No. 2, lo siguiente:

-Los medios deben desmistificarse mediante actividades experimentales de comunicación alternativa, hasta familiarizarse en su uso a las comunidades locales. Una ampliación de la participación impone la disposición de canales para que los grupos puedan hacer fluir sus mensajes, de tal manera que se reemplace el monólogo de pocos por el diálogo de muchos, merced a la transformación vertical en comunicación circular.

III-El Director del ILET - Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales - Juan Somavía, en su trabajo "Hacia un Nuevo Orden de la Información Internacional" (**Revista Nueva Política, No. 4**. Fondo de Cultura Económica, México 1977), señala lo siguiente:

-Desarrollar medios alternativos de información; entre ellos debe considerarse el establecimiento de centros de información colocados en sitios neurálgicos para actuar como corresponsales del Tercer Mundo y como fuentes informativas del mundo industrializado. Supone crear un sistema de producción informática del Tercer Mundo.

-Identificar redes no comerciales donde circulen los contenidos de información alternativa con fuerte influencia en audiciones sectorializadas (sindicatos, iglesias, organizaciones internacionales, universidades, grupos minoritarios organizados, partidos políticos, organizaciones de masas, etc.).

El mismo Juan Somavía en su discurso ante el II Congreso de FELAP reunido en Caracas entre el 26 y 29 de julio (1979) decía:

-Entendemos en toda su dimensión el aporte de la comunicación alternativa, como respuesta que han creado individuos y grupos sociales frente al sistema dominante. Es la respuesta frente a las formas transnacionales de la comunicación y frente al uso de la información y al espectáculo que hacen los grandes consorcios en nuestros países. La comunicación alternativa quiere ser viva, valiente, creadora y directa. Surge de la búsqueda popular y de sus luchas. En cada uno de

nuestros países hay ejemplos elocuentes: periódicos, revistas, discos, cine de conciencia, teatro comprometido, grupos de arte junto al pueblo, festivales, foro-cassettes, encuentros, etc.

-Los periodistas progresistas deben impulsar este fenómeno y ser parte de él en todas las formas posibles. En la medida que la red de lo alternativo se consolide y haga fuerte, el periodista encontrará en ella el apoyo a su acción para cambiar los medios informativos dominantes y la estructura de poder que los determina.

IV-En el mismo Congreso de FELAP-Federación Latinoamericana de Periodistas- en la Resolución sobre "comunicación alternativa" se indica lo siguiente:

-La comunicación alternativa emerge como respuesta al sistema dominante en sus expresiones informativas nacionales y transnacionales;

-La comunicación alternativa es una manifestación de organizaciones sociales y de movimientos de base que buscan una verdadera democratización de las sociedades latinoamericanas;

-Es necesario conocer y promover el desarrollo de los medios de comunicación alternativas, con vista a la democratización de la comunicación y la sociedad en su conjunto.

Existe un reconocimiento a la necesidad de una "acción comunicativa alternativa". Pero creemos que se trata de una aproximación puramente intuitiva y descriptiva. No se han precisado los lineamientos y los resultados de esa comunicación alternativa si es que ello se ha dado. Seguimos demasiado apegados, quizás por comodidad y costumbre, a lo que apuntaba José Ignacio Rey en su trabajo "Escuelas, Investigación y Cambio Social en América Latina" (Ver Boletín COMUNICACION No. 7. abril 1976. página 4), a una investigación afianzada en una línea de macrosociología y no a una microsociología. Este tipo de investigación facilitarfa enormemente el implemento de planes de educación popular, para el desarrollo de la conciencia social y política de nuestras mayorías.

Nosotros diremos, entonces, que la comunicación e investigación alternativa tienen implicaciones teóricas y prácticas que llevan a consecuencias políticas. En otras palabras, como diría Gilberto Giménez en su trabajo "Notas para una Teoría de la Comunicación Popular" (Revista CHRISTUS, No. 517, Diciembre 1978), debe contraponerse una forma progresista y crítica de comunicación e investigación (añadido nuestro) que supone por parte de los profesionales e investigadores una previa "conversión política" que los lleve a situarse en el lugar social y dentro de la perspectiva cultural de las clases subalternas. De tal manera, esta investigación implica, al menos tendencialmente, la quiebra de la lógica de la dominación y se realiza no "desde arriba", es decir, desde el pueblo mismo, compartiendo en lo posible sus propios códigos. Tal como señala Jesús María Aguirre, la búsqueda de alternativas, comunicacionales e investigativas, exige una estrategia-teórico-práctica para el cambio social a nivel de infra y superestructura reflejada en:

A) Socialización de los procesos económicos-políticos:

- Diseño de un modelo socialista
- Estrategia y tácticas para llegar a ese modelo

B) Devolución del habla al pueblo protagonista general de los medios:

- Lineamientos de nuevos modelos comunicacionales
- Corporización de la comunicación popular en función de la organización del pueblo, protagonista social.

Sin embargo, en toda esa búsqueda, el proceso exige un método adecuado que responda a esos planteamientos y que se deriven de él las técnicas de trabajo en el terreno social que sean eficaces para los fines de cambio que se persiguen y que la actual situación reclama.

III-EN BUSCA DE UNA INVESTIGACION ALTERNATIVA

Los presupuestos que presentamos pretenden desarrollar en forma más explícita y detallada el esbozo que en el **Boletín COMUNICACION No. 7 (1976)** habíamos ya indicado. Decíamos, que la investigación alternativa debe buscar, sobre todas las cosas, la participación de los grupos sociales involucrados en los problemas de la comunicación, es decir lo que nosotros hemos denominado "grupos marginales del proceso comunicacional". Si realmente es cierto que existen "grupos marginales" de la comunicación y que nada tiene que ver la "marginalidad económica" con esa variante de marginalidad que se da en comunicación; la metodología actual de la investigación comunicacional debe dar un giro total. En contextos diferentes a los nuestros se plantea algo semejante. El español Miguel de Moragas en un trabajo de título "La Insurrección de los "mass-media" (1980) nos dice que ante la institucionalización comunicativa del poder económico, de la uniformidad y universalidad de la programación, se sitúa también un amplio sector homogéneo de opositores radicales al sistema (marginados, feministas, estudiantes sin horizonte de trabajo, trabajadores en paro, desocupados, cristianos no oficiales, minorías étnicas, etc.) que agotan la mayor parte de su energía en la creación de sus propios sistemas simbólicos para activar la génesis de una crisis revolucionaria profunda. Los procesos de comunicación descentralizadores que acompañan a estos movimientos no pueden aspirar a interferir la difusión de los programas integrados, pero sí pretenden neutralizar su influencia. Su esperanza de éxito radica en invertir la tendencia: pasar de la acción pasiva sobre el espectador al rechazo del receptor.

Por otro lado, hay quienes piensan que nuestras mayorías marginadas de la comunicación al carecer de sistemas adecuados y suficientes de comunicación se limita la posibilidad de cohesión social de los propios grupos marginados y desde luego se impide la participación de esos sectores en la sociedad nacional. Por otra parte, la falta de comunicación robustece los sistemas de dependencia de esos grupos a sectores distorsionantes de la economía, la política y la cultura y, sobre todo, impide que grandes mayorías participen en la movilización social que implica cualquier proceso de desarrollo o cambio social. Es cierto que se carece de medios de comunicación adecuados para la sociedad, pues ellos pertenecen a los grupos de presión económica o política, que han trasladado el sistema internacional de dependencias a los ámbitos nacionales de cada país. Los fines que persiguen generalmente las empresas industriales de la comunicación, no son de beneficio social. Esta idea está más que abordada. Lo que no es del todo cierto, es que entre los grupos sociales se da una incomunicación tal, que la misma favorezca la no cohesión social. Aquí hay problemas de orden histórico, político y económico que no corresponde analizar en este contexto. El problema no es que alrededor del ochenta por ciento de la población de América Latina nunca haya leído un diario, aparte de que todavía los grandes medios no llegan a todas las mayorías latinoamericanas; sino que cuando llegan lo hacen con mensajes emitidos en una sola dirección y en donde el individuo o los distintos sectores de la sociedad no tienen ningún poder decisivo sobre los contenidos de los medios. Aquí no importa la cualificación económica que se tenga, de todas maneras se da una marginalidad comunicacional en la mayoría de nuestras poblaciones. Se plantean entonces algunas opciones:

-Los grandes medios de comunicación no inciden en los grupos sociales, manteniéndolos marginados de la comunicación. A este primer problema se le plantea hasta qué punto no será beneficioso que esos grandes medios no lleguen y que así se permita llegar a desarrollar formas autóctonas de comunicación, que no deben ser consideradas como "formas precarias de comunicación interna".

-Que los medios de comunicación incidan sobre los sectores sociales, pero sucede gran parte

de esos sectores permanecen en un estado de no poder participar en las decisiones, es decir, son incomunicados. No hay decisión en el tipo de mensajes que ellos desean.

-Cuando los grandes medios de comunicación inciden en los grupos sociales, esta incidencia es negativa, provocando otro tipo de "marginalidad", además de alienación, distorsión de la vida, de los valores, etc.

Bajo estas variantes, y sin olvidar que los grandes medios de comunicación pertenecen a estructuras muy determinadas, es decir, pertenecen al sistema mercantil que impera en la sociedad actual de occidente, es bueno precisar un marco de diagnóstico que consiste en lo siguiente:

-“En una sociedad capitalista, inscrita en el proyecto de industrialización dependiente, los medios masivos de comunicación desempeñan una función objetiva que consiste en reflejar la estructura de clases de dicha sociedad, a fin de posibilitar su reproducción indefinidamente.

-A través de diversos mecanismos idealógicos, los medios masivos tienden a homogeneizar la conciencia de las distintas clases subalternas para conservar su unidad en torno al proyecto de la clase dominante y su aparato político. Este hecho impide la formación y el desarrollo de la conciencia propia de estas clases (Ver en este mismo número el trabajo de Jesús María Aguirre: “Comunicación Ideológica y Formación Crítica de la Conciencia de Clases”).

-Frente a esta realidad de los medios masivos de comunicación, se hace necesario participar con amplios sectores de base en la recuperación de sus propios recursos expresivos, así como la introducción de instrumentos que posibiliten nuevos modelos de comunicación. “(Revista CHRISTUS, No. 517-Diciembre de 1978).

También lo señala el mismo Miguel de Moragas; el descontento, recogido por las asociaciones ciudadanas, generalmente más sensibles que los partidos políticos en relación con estos problemas culturales de fondo, y por los movimientos de marginados, parados, feministas, estudiantes, etc., se expresa mediante los medios y esquemas de comunicación alternativa, cuyo éxito en la neutralización de las estructuras de poder depende del resultado de esta pugna social. A partir de aquí, surge la reorientación de la investigación-reorientación metodológica, intelectual y política fundamentalmente- y que hemos denominado alternativa. Naturalmente, como modalidad de investigación no es ninguna novedad. Un pequeño texto: “Causa Popular. Ciencia Popular” (Publicaciones de La Rosca, Bogotá 1972) nos indica que diversos marxistas como Lenin, Mao Giap; además de Centros Latinoamericanos de Documentación, Comunicación y Educación Popular como CEASPA (Centro de Estudios y Acción Social Panameño), CEDEE (Centro Dominicano de Estudios de la Educación), CEBIAR (Centro Boliviano de Investigación y Acción Educativa), CENCOS (Centro de Comunicación Social de México), CIDOB (Centro de Información y Documentación de Bolivia), SCCS (Servicio Colombiano de Comunicación Social), CELADEC (Comisión Evangélica Latino Americana de Educación Cristiana), . . . y diversos trabajos presentados en la Revista CHRISTUS plantean la necesidad de una “investigación militante” comprometida con la causa popular.

III.1.- Características Fundamentales

-Esta forma de investigación, lejos de ser una investigación de carácter academicista, pero no por ello sin rigor científico, debe recoger, sistematizar y explicar la realidad comunicacional imperante en un lenguaje lo más accesible posible, de tal forma que sirva de apoyo constante a lacientización.

-La investigación alternativa presupone una inmersión en el medio popular o grupos “marginales comunicacionalmente”. Esta “inserción militante” es fundamental para conocer los siguientes aspectos:

¿Cuál es el código/s en el que se desarrollan predominantemente los procesos comunicacionales autóctonos?

Tener acceso a dichos códigos populares.

Llegar a lo que denominamos "recuperación crítica" de las formas comunicacionales autóctonas. No para modificarlas totalmente, sino para conocerlas y depurarlas en beneficio de su nivel de conciencia política.

III.2.-Consideraciones Generales y Areas Prioritarias de Investigación.

Creemos válido sintetizar aquí los problemas o preocupaciones que plantea CLADOCOP (Consulta Latinoamericana de Documentación y Comunicación Popular) en relación a la investigación sobre comunicación popular. De lo que se trata, entonces es de buscar los mecanismos necesarios para que los problemas o preocupaciones se transformen en motivaciones de una práctica investigativa destinada a:

- Desentrañar el papel asignado por los sectores dominantes a estos instrumentos ideológicos (Medios de Comunicación-Información), en la consolidación de sus propios proyectos económicos, sociales y políticos.

- Desentrañar los mecanismos a través de los que se opera la penetración y dominación ideológica.

- Desentrañar el sentido de clase de los sistemas de documentación e información-comunicación imperantes.

- Revelar y sistematizar las diferentes prácticas alternativas de documentación y comunicación-información popular.

- Indagar acerca de los códigos, canales, y sistemas de codificación y decodificación propios de los sectores populares, en tanto productos de sus niveles de conciencia y práctica.

- Realizar una evaluación y proyección de las prácticas documentalistas y comunicacionales desarrolladas por los sectores populares.

III.3.-La Investigación Alternativa (Aproximaciones Metodológicas)

Las condiciones de funcionamiento de los medios masivos de comunicación no solamente en los países desarrollados o en vías de desarrollo determinan un importante y a menudo muy evidente grado de interacción con la estructura social y las instituciones existentes. En primer término, existe un conflicto potencial entre los valores y actitudes de los emisores y los de la mayoría de los miembros de esa sociedad. Los primeros tienden a constituir una minoría diferenciada, los segundos en su inmensa mayoría constituyen los que hemos llamado "marginales" del actual proceso de comunicación. Nuestra hipótesis de investigación se centra sobre estos "marginados" de la comunicación. Las actuales investigaciones han demostrado, sino hasta la saciedad como hemos visto, con bastante claridad que en relación a los mensajes, cabe también consignar que estos están elaborados en los centros metropolitanos, de quienes no solamente hemos recibido el objeto técnico de comunicación-importación del mismo: penetración económica-sino también otra penetración más sutil que reside en el hecho de que, junto con el objeto técnico, penetran las reglas de uso: reglas sociales, no técnicas, ya determinadas en los países centrales. Esta es una penetración cultural, y que además muy difícilmente pueden ser comprendidas por los habitantes de los sectores populares o clase medias, que no tienen la posibilidad de descifrar los mensajes o no tienen interés en hacerlo, porque saben, anticipadamente, que tales mensajes no guardan relación alguna con sus intereses, deseos, aspiraciones o sus normas y valoraciones.

Por tal motivo, y por lo que hemos venido apuntando a lo largo del trabajo, se requiere un nuevo enfoque en la concepción de la investigación sobre comunicación, en la creación de un proyecto de investigación alternativa que contribuya con sus resultados a la consolidación y creación-formulación de unos medios de comunicación alternativos.

III.3.1.-Objetivos del Proyecto

El objetivo general del trabajo va a consistir en la determinación, una vez que hallamos fijado el sector geográfico de investigación, de los grupos marginales de la comunicación (incomunicados real, potencialmente y por incompreensión de los mensajes y de los grandes medios de comunicación) y en detectar aquellas formas autóctonas de verdadera (real) comunicación que se da en esos grupos y posteriormente el desarrollo de esas formas de comunicación como instrumentos liberadores de la incomunicación en que se encuentran gran cantidad de comunidades y sectores populares. El logro del mencionado objetivo general implica los siguientes presupuestos teóricos:

-La metodología de investigación y el investigador no son dos cosas separadas. El investigador no son dos cosas separadas. El investigador debe estar comprometido con la causa popular. La metodología de investigación se deriva de su "militancia", y así la teoría y la práctica de investigación guardan estrecha relación.

-La metodología de investigación es inseparable de los grupos sociales con los cuales el investigador trabaja. La metodología debe considerar las "características" de los grupos sociales y adaptarse a ellos y no el proceso inverso.

-La metodología de investigación depende, en gran parte, de la estrategia global de cambio social.

En la práctica todo esto implica,

1.- Que los trabajos de investigación alternativa se conciben con los sectores o grupos claves de base y sus medios de comunicación "paralelos".

2.- Que la producción investigativa y técnica se dirige primeramente a los sectores de clase popular y en sus propios términos, es decir, escrita con ellos

3.- Que se requieren formas adecuadas de comunicación de los resultados, estableciendo un lenguaje mucho más claro y honesto que el acostumbrado en los ámbitos académicos e intelectuales.

4.- El método de investigación es el de la permanente correspondencia entre la práctica y la teoría. Es bueno indicar también, que el objetivo central del trabajo de investigación alternativo debe estar orientado a contribuir al proceso de toma de conciencia de los efectos que están produciendo los grandes medios y a la organización y reformulación de los medios alternativos que les sean propios.

III.3.2.- Programa General de Trabajo

-Realizar un diagnóstico lo más profundo posible de la comunidad elegida como objeto de investigación y análisis de su ubicación dentro de la problemática social, económica, política etc. Esta etapa primera requiere obtener información del lugar (objeto de investigación y de inserción investigativa) a través de diversos medios como recortes de prensa, entrevistas, informes, estudios del lugar, etc. También requiere una inspección o reconocimiento inicial y con este "reconocimiento inicial" intentar un análisis primario y provisional de las características culturales y comunicacionales de la comunidad o grupo popular.

-Partiendo de ese diagnóstico, identificar inmediatamente un grupo de problemas sobre co-

municación. La identificación de los problemas que sobre comunicación se de en la comunidad o grupo popular, no se elabora como un hecho aislado de su contexto político, económico, social y cultural. Detectar también efectos de los mensajes de los grandes medios que allí llegan.

-Determinar el conjunto de indicadores comunicacionales fundamentales que servirán para guiar el análisis y la búsqueda de aquellos grupos marginales o incomunicados de los grandes medios.

-Desarrollar y promover formas propias de comunicación que se dan dentro de dichos grupos marginales o populares.

III.3.3.- El Diagnóstico Comunicacional

-El "grupo marginal" dentro de la totalidad de la comunidad o la comunidad dentro de la totalidad de la sociedad.

-El "grupo marginal" enfocado como totalidad de investigación. O la comunidad, en relación a la sociedad, como totalidad de investigación.

Estos presupuestos nos conducen:

- Tarea crítica y permanente
- Desarrollo de la percepción crítica a nivel popular
- Diseño de propuestas de planificación alternativa
- Nuevos modelos de organización de empresas comunicacionales
- Nuevos modelos operativos de comunicación popular
- Evaluación crítica de experiencias
- Articulación de las experiencias para el cambio social
- Nueva función del investigador orgánico o militante.



COMUNICACION ALTERNATIVA GRUPAL EN AMERICA LATINA

(Características y Experiencias)

JOSE MARTINEZ TERRERO

I--- CRISIS DE LA COMUNICACION MASIVA

El concepto tradicional de comunicación es unidireccional y busca que el receptor sea persuadido de algo. Así lo sugirió Aristóteles, al hablar de retórica, y así lo han formulado Lasswell, Berelson y Steiner, Osgood, Nixon, Shannon y Weaver, Hovland . . . Pero ya Berlo comenzó a considerar la comunicación como interactiva y bidireccional de alguna forma, más aún como un proceso; lo que fué compartido por Lerner, Gerbners, Newcomb, Westley-McLean y Schramm... Pero el esquema se mantenía fundamentalmente unilinear y mecánico: una transmisión de información desde fuentes activas a receptores pasivos. Posteriormente otros se fueron acercando al concepto de comunicación democrática: Wright Mills, Rogers, el mismo Lasswell, Moles, Schaeffer y William.

Pero los investigadores de América Latina han sido los primeros en criticar de una manera más directa el paradigma clásico transmisión / persuasión de los medios masivos, al querer obtener con ellos objetivos muy concretos y determinados, especialmente en el área de la educación liberadora, concientización, identidad nacional, cultura popular y cambio social.

A. Mattelart objeta las investigaciones sobre la orientación de los efectos (qué hacen los medios masivos a la gente) y sobre las funciones (qué hacen los medios por o para la gente), como planteamientos que favorecen el 'status quo' de la dominación externa de EE.UU. y la interna. Tal tipo de comunicación tradicional, anti-democrática y persuasiva, se puso al servicio de la alienación, del mercantilismo, de la propaganda norteamericana e inclusive ayudó a tumbar gobiernos de América Latina orientados al cambio y establecidos legítimamente (Carvalho, B. *The CIA and The Press*. Univ. of Missouri, School of Journalism, 1977). El mismo "feed-back" se usa para cerciorarse de que el receptor captó el mensaje del emisor (Beltrán 1974). Joao Bosco Pinto comparó este tipo de comunicación a la educación bancaria por su verticalidad.

Otros latinoamericanos, como el venezolano A. Pasquali (1963), el argentino Nosedá (1972), el boliviano F. Gerace (1973), el peruano R. Roncagliolo (1977) y los europeos Jean D'Arcy (1969) y Novak-Rosengren Sigurd (1977), comenzaron a distinguir entre información y comunicación.

La información difunde datos. Y para ello no hay medio más eficaz que los medios masivos. Estos pueden ser muy valiosos si proporcionan datos, comentarios, análisis que sirvan para que el pueblo reflexione; si información es poder, cuando los medios masivos informan integralmen-

te, dan poder al pueblo. Pero también pueden servir para desinformar o informar ciertos aspectos que interesan al emisor y callar otros. Todo depende de quiénes informan y para qué.

Por el contrario, sólo hay **comunicación**, cuando hay diálogo, los interlocutores intercambian mensajes y ambos son alternativamente emisores y receptores. Comunicación es unión de polos comunicadores y comunicados, es comunión. El diálogo es el agente crucial de la comunicación democrática. Freire (1969) entiende la comunicación genuina como un diálogo y habla de esta idea en muchas ocasiones: Johannesen (1971) habla de la "comunicación como diálogo", Cloutier (1973) trata de juntar en su modelo EMIREC al emisor y al receptor, el paraguayo Díaz Bordenave (1972) habla del modelo democrático y F. Gutiérrez (1973) del Lenguaje Total. La tesis de que el diálogo y la conversación están en el corazón de la verdadera comunicación humana la defienden también un filósofo como Buber, psiquiatras y psicólogos como Carl Rogers (1969) y Eric From (1974), y el biólogo Jean Piaget (1961), para quien el diálogo hace posible un ambiente cultural favorable a la libertad y la creatividad, que se juzgue conducente al crecimiento completo de la inteligencia.

Este planteamiento hace que los medios de comunicación se consideren ahora con un nuevo poder, porque, según Freire y Gerace, sólo el diálogo y "sólo la educación dialógica puede ser liberadora y humanizadora". (Gerace. **Comunicación Horizontal**, p. 43). Y, lo que es lo mismo, "donde no hay diálogo, no hay concientización" (Id., p. 38), y sin ésta última no hay liberación ni cambio cultural y estructural.

El no uso o rechazo a este tipo de comunicación por parte de los medios masivos se debe, al menos, a los intereses comerciales y políticos que sirven. Les interesa informar y persuadir para que el receptor compre determinado producto o acepte tal ideología. Sos medios de información, con tentación grande, continua y creciente de convertirse en medios de persuasión y de manipulación. En consecuencia son medios uni-direccionales y verticales, y no permiten la participación y el diálogo.

Además, el diálogo se inicia cuando los dialogantes están insertos en la misma realidad, pero "Por su distancia real y cultural de la vida del pueblo, los medios de comunicación masiva no pueden ser dialógicos. No parten de la vida del pueblo. No pisan la realidad de las barriadas, del campo. No hay diálogo porque no interviene ningún común denominador vivencial entre productor y público" (Gerace 74).

Al no haber diálogo, ni por lo tanto concientización, tampoco hay educación (aunque pueda haber 'instrucción'). Más aún, algunos parecen ver incompatibilidad entre medio 'masivo' y educación:

"No es posible una educación de las masas: es una contradicción entre los términos. Sólo el individuo, y más exactamente la persona, es educable. Para la masa sólo es posible la doma" (Gabriel Marcel. **Les hommes contre l'humanité**, p. 13).

Por fin, la tecnología de los medios masivos es muy complicada, y ello dificulta la participación del pueblo para que lleguen a ser medios de comunicación popular (del pueblo y para los intereses del pueblo). Ello obstaculiza la propia concientización, pues

"La concientización del pueblo no se logra por medio de la enseñanza dirigida a él, sino por medio de la propia expresión creativa del pueblo mismo . . . y del diálogo, que se vuelca sobre los problemas reales de la vida. La comunicación liberadora tiene su propia pedagogía: nadie educa a nadie, se educa educando" (Gerace 104).

Como consecuencia de las realidades comunicacionales de los medios masivos (de su uso práctico y de su naturaleza intrínseca) la totalidad de descubrimientos sobre lo que pueden lograr y lo que no pueden lograr, podría resumirse así:

"Las comunicaciones de masas de tipo persuasivo tienden en general más a reforzar las opiniones existentes en el público que a cambiarlas" (J.T. Klapper. *Efectos de las Comunicaciones de Masas*. Aguilar, México 1974, p. 48).

Es decir, los medios masivos pueden hacer poco en el área de la educación, concientización, comunicación popular y cambio social.

II - CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACION ALTERNATIVA

Ante esta situación algunos dedican sus energías a denunciar la manipulación de tales medios masivos. Otros, además de eso, buscan modos alternativos de comunicación. Sus características deben ser completamente opuestas a las anteriormente denunciadas:

1.- Se pretende poner la **tecnología comunicacional en manos del pueblo** y a su servicio, de forma que el mismo pueblo oprimido diga su verdadera voz, se exprese y creativamente, sea emisor y receptor.

2.- El tipo de comunicación debe ser **horizontal y bi-direccional**, permitiendo la participación y el diálogo entre emisor y receptor, lo que se logra mejor generalmente en grupo.

3.- Para que sea auténticamente dialógica, los dialogantes emisores y receptores deben vivir la **misma realidad popular** de los barrios, del campo con sus dificultades y explotación. Esto se aplica también a los técnicos, artistas y profesionales que colaboran en la comunicación alternativa.

4.- Así será la **comunicación concientizadora y educativa**.

5.- Ello requiere que la **tecnología** pueda ser, si es necesario, sencilla, manejable y accesible al pueblo en cuanto a su costo, funcionamiento, flexibilidad; por ejemplo, cassettes, diapositivas, sociodramas, videocassettes, etc. Los medios de comunicación popular se elegirán de acuerdo a sus objetivos y la realidad social. En algunos casos serán medios masivos, en otros serán medios menos complicados tecnológicamente o con diversos canales. Lo importante es usarlos con una metodología dialógica y no manipuladora.

6.- En consecuencia deben tener como objetivo último el cambio liberador de unas estructuras injustas y opresoras por otras humanizantes.

Varios nombres se han utilizado, que de una u otra forma responden a las características indicadas. Los nombres dependen del aspecto que se desea enfatizar, lo que corresponde generalmente a una hipótesis política o sociológica determinadas:

- Comunicación "**Popular**" (**Comunicación Popular -Teoría y Práctica**. CECOP. Panamá; Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana; Revista *Christus*, N° 517, México), Comunicación "**De Base**" (cuadernos de **Comunicación de Base**. Centro Pellín Caracas), Comunicación "**Marginal**" (*Prensa Marginal*, de Raúl Trejo. México). Se llaman así por representar los intereses populares.

- Comunicación "**Horizontal**" y "**Tercera**" Comunicación (Frank Gerace Larufa. **Comunicación Horizontal**. Lima, Perú, 1973), "**Dialógica**", "**Grupal**" (Informe del Comité Latinoamericano al Congreso Mundial AV-EV, 1977; varios números de **Comunicación de Base**; Primer Seminario de **Comunicación Grupal**. CIESPAL. Quito, Ecuador, 1977). En estos casos se especifica que no basta con que la comunicación sea interpersonal y horizontal en la forma, sino que incluye una posición de clase, que asuma real y legítimamente los intereses de toda la clase oprimida. Por lo tanto, tiene que ser comunicación popular y liberadora.

- Comunicación "**Participatoria**" (Primer Seminario de **Comunicación Participatoria**. CIES-

PAL, Quito, Ecuador, 1978).

III— DESCRIPCION DE LAS EXPERIENCIAS

Para seleccionar las crecientes experiencias de comunicación alternativa se han utilizado los siguientes criterios:

- 1.- Que sean modelos efectivos de comunicación alternativa liberadora.
- 2.- Que hayan aportado enseñanzas y avances en algún aspecto del concepto y de la teoría.
- 3.- Que provengan de diferentes partes de América Latina y de diferentes instituciones para comprobar la universalidad de esta comunicación en adaptarse a diferentes culturas y países.
- 4.- Que hayan sido evaluadas de alguna forma, o al menos hayan sido reseñadas por escrito.
- 5.- Que sean representativas de los diferentes canales de comunicación.

En primer lugar se presentó una experiencia de lectura crítica de los medios masivos comerciales de comunicación, como introducción. Después aparecen experiencias con los cuatro medios clásicos masivos (prensa, cine, radio, TV). Finalmente con medios tradicionales (teatro popular, láminas con dibujos) y livianos modernos (cassettes, diapositivas y video-tape portátil).

A— Desbloqueo ideológico de los medios masivos (Perú)

En 1973 se dió este curso en Lima a 200 futuros alfabetizadores y educadores de adultos para que reflexionaran sobre el influjo de los medios de comunicación en los campos político, social, cultural y económico de la sociedad. Fué auspiciado por el Ministerio de Educación (F. Gerace. Primer Seminario de Comunicación Participativa. CIESPAL. Quito, Ecuador, 1978).

Para ello se grabaron en video—tape varias cuñas comerciales de la TV y se analizaron en forma de cine—foro. Se logró una toma de conciencia por parte de los participantes.

Experiencias parecidas han tenido Mattelart en Chile, Pasquali, Kaplún y el Centro Pellín en Venezuela (Comunicación de Bae 4, Centro Pellín Caracas, 1979; y J. Martínez Terrero. *La Publicidad en Venezuela*, 1979, pp: 199-202).

B— EXPERIENCIAS CON MEDIOS MASIVOS

1.— Periódico Rural (Lajedo, Brazil)

En 1967 la Extensión Rural ANCARPA del Edo. Pernambuco quería que el campesinado mejorara sus prácticas agrícolas, de salud y nutrición. Para ello lanzó un periódico mensual con preguntas abiertas, que debía ser leído y discutido en grupo. Ello exigió organizar grupos y entrenar a sus coordinadores, que estimularan el debate grupal y la toma de decisiones. Finalmente, publicaba los resultados de las discusiones.

Resultados: la producción agrícola aumentó tres veces; se mejoraron los servicios de alfabetización y asistencia médica; ante el crecimiento del poder popular, las reuniones fueron tildadas de subversivas' y 'comunistas' por las autoridades locales, y el Obispo fué llamado a juzgarlas pero él apoyó por completo el proyecto; otros Estados solicitaron y obtuvieron participar en la dinámica grupal del periódico. Por fin, ante la presión constante de las comunidades, los políticos y burócratas acabaron con el periódico en 1969. (Jeremiah O'Sullivan-Ryan y Mario Kaplún. *Communication Methods to promote grass roots participation for an endogenous development process*. Caracas, 1979, I, p. 74—80 y II, p. 26-27).

2.- "Hacia un Tercer Cine" (Manifiesto Argentino)

Es el documento más importante sobre el nuevo cine latinoamericano. Lo redactaron Fernando Solanas y Octavio Getino, productores de *La Hora de los Hornos*. Estos distinguen el Primer Cine (del gran capital monopolista), el Segundo Cine (de la pequeña burguesía) y el Tercer Cine, autodefinido como cine popular, democrático, nacional, expresión de la cultura nueva, que toma en cuenta la realidad y la historia, se hace en contacto directo con la población y sus luchas y expresa la voluntad de liberación nacional (*Revue Tiers - Monde*, N° 79, julio-sept. 1979, p. 622).

Otros representantes destacados del cine latinoamericano son: el boliviano Jorge Sanjinés, que produce *El enemigo principal*, etc., y escribe *Por un cine Popular*; Glauber Rocha (*Estética del Hambre* y *Aventura de la Creación en el Cine Nuevo Brasileño*), y el cubano Julio García Espinosa (*Por un cine imperfecto*).

3.- Radios Educativas

El Movimiento de Educación de Base (MEB), con el respaldo de la Jerarquía Católica y del Ministerio de Educación, querían promover la concientización, politización y animación popular del Nordeste del Brazil. Para ello se organizaron grupos con animadores, debidamente entrenados para la discusión. Durante 1962-64 aprendieron a leer y escribir 400.000 campesinos, se utilizaron 5.000 radio-escuelas y había 400 empleados a tiempo completo. (O'Sullivan-Kaplún, o.c., l p.7-74).

También la Iglesia Católica en Cochabamba (Bolivia) lanzó hacia 1972 en una de sus emisoras el programa "Promoción Popular", hecho por los campesinos de habla quechua. Para ellos se formaban grupos de estudio y se grababan los debates, que después se transmitían (Gerace, o.c., p. 127-132).

En Caracas (Venezuela) la emisora "Fe y Alegría" dió en 1979-80 a personas y grupos de jóvenes de los barrios varios espacios: "Gente de Barrio" y "Marcando el camino". Este último consistió en transmitir la serie "Granja Latina" (de SERPAL), seguida de debate con completa libertad para la programación y expresión de sus inquietudes.

Hay varias emisoras, que se han destacado también, como Radio Santa María (R. White. Un modelo alternativo de educación básica: Radio Santa María UNESCO 1978), Radio Enriquillo (*Boletín Informativo MCS 77, 5s*) en Rep. Dominicana, el Instituto Costarricense de Enseñanza Radiofónica, en estas modalidades combinadas.

4.- Teleclubs (Argentina)

En Santa Fe se elaboró el programa de salud "Todos somos responsables" durante seis meses de 1973-74. En él hacían de actores los mismos pobladores de los barrios (los primeros programas se grabaron en los mismos barrios). Se organizaron grupos de discusión y a cada coordinador se le enviaba una guía semanal de debate para dirigirlo. (O' Sullivan-Kaplú, o.c., l, p. 95-96).

También Gerace reseña una experiencia participatoria con TV, realizada en 1972 con pobladores de los pueblos jóvenes de Lima con el doble objetivo de actualizar los contenidos de la TV y para lograr en los participantes una comprensión crítica y desmitizada del proceso de producción de los medios masivos (Gerace. *Cinco Experiencias . . . Primer Seminario de Comunicación Participativa*. CIESPAL, Quito, Ecuador, 1978, p. 5-6).

C— EXPERIENCIAS CON MEDIOS TRADICIONALES

1.- Teatro Popular (Colonia Santa Cecilia, Guadalajara, México)

Este Proyecto fué dirigido por el Instituto Mexicano para el Desarrollo de la Comunidad (IMDEC). Es uno de los esfuerzos promocionales locales que más han durado en A.L. Trata de generar una conciencia crítica y política y crear un modelo efectivo y sistemático de autogestión de desarrollo en los barrios, a través del teatro popular, audiovisuales, club fílmico, periódico y festivales populares. La producción de Teatro Popular sigue los siguientes pasos: elección grupal del tema a desarrollar; creación colectiva del núcleo generador; reparto de papeles, ensayos, presentación; por fin, el público discute la pieza teatral.

“El Teatro Popular ha sido un excelente medio de concientización y politización, tanto del propio grupo, como de la base en general. En algunas ocasiones los sociodramas han sido el detonador para el inicio de una lucha reivindicativa” (IMDEC, *Christus* N° 517, México, p. 47).

2.- Láminas con dibujos (Caluco, El Salvador)

Esta experiencia la realizó cerca de San Salvador en 1978 el Centro Interamericano de Adiestramiento en Comunicación para Población (CIACOP), como parte de un curso, con la ayuda de la UNESCO. Se trataba de familiarizar a los cursillistas con las técnicas y métodos de la comunicación dialógica, en contraposición con la ‘bancaria’. Destaca por su metodología.

El marco teórico se basó en Paulo Freire, Mons. Leonidas Proaño, Joao Bosco Pinto y utilizó las etapas del Método Reflexivo de Hugo Romo: Investigación temática (uniendo la investigación a la acción), en codificación de necesidades (identificando los problemas con la población, estableciendo prioridades), reunión comunitaria (problematización, concientización y compromiso con la acción), elaboración de planes de acción, evaluación, globalización. (Carlos Cordero. “Comunicación Interpersonal y Grupal” Primer Seminario de Comunicación Participatoria. CIESPAL. Quito, Ecuador, 1978).

D— EXPERIENCIAS CON MEDIOS LIVIANOS MODERNOS

1.- Servicio Radiofónico para América Latina (SERPAL)

Esta es una experiencia de tipo continental, que existe en todos los países de América Latina con una coordinación central. SERPAL es el esfuerzo coordinado de varias personas e instituciones católicas, preocupadas por la concientización y educación en la fe cristiana, que desembocan en un cambio social de las estructuras.

Por ello produce programas, que son usados por grupos con debate posterior y también en la radio. Son producciones de primera calidad, que ya han obtenido primeros puestos en Festivales Internacionales. La serie más usada es “Jurado 13” cuyo autor es Mario Kaplún. Recientemente se han traducido varias series a otras lenguas.

Otra institución, también católica, SONOLUX, trata de fomentar la producción nacional y local de programas, especialmente de diapositivas sonorizadas, para ser usadas con una metodología grupal de debate.

2. Cassette—foro (Uruguay)

La experiencia se realizó en 1977-78 bajo la dirección de Mario Kaplún con doce grupos pertenecientes a diferentes cooperativas, afiliadas a CALFORU. Se trataba de fomentar la participación popular en la actividad agrícola. Para ello se envió a cada grupo un cassette quincenalmente desde CALFORU, grabado sólo en una de las caras. En la otra el grupo grababa sus opiniones y lo devolvía a CALFORU. Al mismo tiempo los diferentes grupos se fueron conociendo entre sí a través de los cassettes y se animaron a solucionar sus problemas en forma conjunta. Los resultados de la experiencia llevaron a CALFORU a adoptar el sistema a escala nacional y en forma permanente (Mario Kaplún . *Cassette-foro: Un sistema de Comunicación Participatoria*. IPRU. Cerrito 475, piso 1, Montevideo, Uruguay).

3.- Diapositivas Sonorizadas (Lima, Perú)

La experiencia se realizó en 1972 con la asesoría de Gerace (*Comunicación Horizontal*, p. 88—94). Se quería que un equipo de base estimulara la participación de los pobladores en su propia promoción socio-cultural educativa. Para ello se grabaron entrevistas y con ellas se elaboró un guión. El grupo sacó diapositivas e hizo el montaje. El programa fué presentado a toda la comunidad y se originó un diálogo abierto, por el que se lograron solucionar problemas comunes. Se creó un grupo que quiso profundizar en las causas de los problemas y estudiarlos más. Algunos ingresaron en partidos políticos.

4. Video—tape Portátil (Perú)

La experiencia fué realizada cerca de Lima (Perú). El pueblo joven estaba desunido. Se quisieron probar las aparentes ventajas del video—tape, utilizado como medio de comunicación participatoria.

Para ello se enseñó a dos pobladores el uso del video—tape. Ellos filmaron entrevistas, que se proyectaron a la comunidad. Con ello surgió el diálogo y la reflexión sobre los problemas planteados; se estimuló la creatividad para tener otros usos del video—tape. Algunas de las grabaciones fueron proyectadas a las autoridades, para que solucionaran sus problemas.

El video—tape sacó al pueblo de su letargo, lo impulsó a organizarse y a elegir nuevos dirigentes. Dice Gerace: "El videotape es el medio indicado para la comunicación intergrupala... Es el instrumento revolucionario que hará la participación posible como nunca. Es el instrumento horizontal por excelencia con posibilidades inesperadas de aplicación dialógica" (Id, o.c., p. 55, 102—111).

IV— GRADOS DE COMUNICACION ALTERNATIVA EN LAS EXPERIENCIAS DESCRITAS

Se pueden clasificar las experiencias anotadas, según el grado de comunicación popular y participación que haya habido en ellas: hay tres grandes niveles con sus estratos. El significado de "participación", "diálogo" y "acceso" es el de los expertos de la UNESCO en sus reuniones más recientes:

A- PARTICIPACION (o emitir mensajes)

1.- El pueblo sin especialistas intermediarios produce:

a.- Para medios masivos o para audiencia numerosa: Radio (MEB, "Promoción Popular", "Marcando el camino", "Gente de Barrio"), Teatro Popular, Diapositivas sonorizadas, video-tape portátil). Este es el grado máximo de comunicación: cuando el pueblo por sí mismo sin ninguna mediación dice su palabra al público en general, cuanto mayor sea en número, mejor. Sin embargo, existe alguna limitación teórica en las experiencias señaladas de radio, pues el programa sale al aire en la hora fijada por el Director de la emisora, que quizá no sea la mejor.

a.- Para medios masivos: Periódico Rural de Lajedo, Hacia un Tercer Cine, Teleclubs y TV Educativa. Cuando un técnico selecciona y edita las palabras del pueblo, introduce elementos propios, y de alguna forma modifica el lenguaje del pueblo.

b.- Para audiencia restringida: Lámina con dibujos

B- DIALOGO (emitir y recibir mensajes). Se discute en grupo lo leído, visto, oído: Periódico Rural de Lajedo, Láminas con Dibujos, SERPAL, SONOLUX, Desbloqueo Ideológico. El diálogo en grupo se da también de una forma sobresaliente en las experiencias ya listadas en esta jerarquización comunicacional. En realidad, cuanto mayor sea el diálogo, más útil es el acceso y mayor el impacto de la participación.

C- ACCESO (o recibir mensajes): Simplemente leer, ver, oír: Periódico Popular y Festivales de Santa Cecilia. Se pide al menos que los mensajes no sean manipulantes.

A nivel mundial de experiencias, es interesante recordar la conclusión de la UNESCO, reunida en Belgrado, en octubre 18-21, 1977:

La autogestión, al estilo yugoeslavo, en que las empresas de comunicación no son ni privadas ni públicas, sino comunitarias, parece ser la forma más avanzada y completa de participación, ya que permite a la ciudadanía decidir en política, planes y acciones.

Vale la pena concluir con las sabias recomendaciones de L.R. Beltrán: "La comunicación horizontal no se debe considerar como el sustituto de la comunicación vertical. Depende de las circunstancias. Puede ser una alternativa. No siempre el diálogo es posible, dice Buber (1965), El monólogo no se puede evitar y a veces se hace necesario, dependiendo de los objetivos y de las circunstancias. Se pueden considerar más bien, como dice Johannesen, como extremos de un continuo. Idealmente todas las maneras de comunicación deben ser horizontales; en la práctica, esto no es posible, y a veces ni deseable. Y así, si debe haber comunicación vertical, hay que tratar de que no sea manipuladora, falaz, explotadora y coercitiva" ("Farewell to Aristotle: 'Horizontal' Communication". UNESCO, 1979, p. 33).

DERECHO A LA VIDA PRIVADA Y LIBERTAD DE INFORMACION: UN CONFLICTO PRIVADA

El libro más reciente de EDUARDO NOVOA MONREAL
en las principales librerías de Venezuela.

CENTRO DE COMUNICACION SOCIAL, MEXICO: COORDINACION EN EL CAMPO DE LAS TAREAS DE DOCUMENTACION Y COMUNICACION POPULAR

JOSE ALVAREZ ICAZA.

A. Antecedentes.

Los medios de comunicación social, como tantos y tan bien han dicho, constituyen hoy por hoy, uno de los más poderosos instrumentos de la dominación ideológica que gravita sobre los sectores populares oprimidos. Estos requieren ahora, urgentemente, estructurar su propia red de comunicación, tanto para contrarrestar la influencia dominante de aquéllos, como para relacionar entre sí a numerosos esfuerzos populares que están brotando simultáneamente por todas partes, pero que ahora permanecen todavía aislados y desvinculados, y consecuentemente, adolecen de significativa eficacia.

A través de sus quince años de trabajo en el campo de la información, documentación y comunicación, el Centro Nacional de Comunicación Social A.C., (CENCOS) de México, ha venido trabajando para constituir una red de comunicación que permita canales de expresión a la información alternativa que se origina en los sectores populares y contrainforme sobre lo que publican los medios dominantes, y que busca, simultáneamente brindar a dichos sectores populares un servicio de documentación y comunicación, indispensables para su propio desarrollo. En el presente trabajo, que tiene una finalidad eminentemente práctica, se resume brevemente, la experiencia acumulada al respecto.

B. Selección de los Canales de la Red de Comunicación.

En el mes de julio de 1977, tras trece años de continua, pública y legal operación, nuestro Centro en México D.F., fue allanado por la policía, quien requisó parcialmente su documentación y los instrumentos de trabajo y detuvo temporalmente a trece colaboradores o amigos de CENCOS y produjo además el cierre de nuestra sede durante 45 días, sin molestarse siquiera en explicar las razones de su proceder, ni de exhibir algún documento que autorizara esta represión policíaca. Como consecuencia, se produjeron, entre otros, dos fenómenos que dieron claros indicios, tanto de lo que nuestros modestos servicios informativos significaban para los sectores populares con quienes habíamos establecido relaciones en el curso de los años, como de las razones que pudieran explicar la arbitraria actitud de las autoridades que tan ilegalmente allanaron nuestro Centro:

El mismo día en que se produjo la agresión policíaca, los destinatarios de nuestra información y los grupos a quienes pretendíamos servir, comenzaron a dar muestras notablemente oportunas y eficaces de solidaridad hacia nuestro Centro agredido.

Los dirigentes de varios partidos de izquierda, hicieron llegar sendos mensajes a las autoridades mexicanas, reclamando su arbitrio proceder y protestando por la agresión contra CENCOS.

Las agencias de noticias nacionales y extranjeras, con quienes manteníamos constante comunicación habitual, de inmediato reportaron el atentado y los periódicos y revistas consignaron la información correspondiente y a su vez, se aunaron a la protesta por la violación policíaca al necesario derecho de información. En tanto, varios de sus directores se comunicaron personalmente con las autoridades, solicitando garantías para que pudiéramos continuar ejerciendo nuestro trabajo interrumpido por la policía.

Las organizaciones de los sectores populares, en ambientes obreros, campesinos e indígenas, colonos suburbanos, a través de sus propios medios populares de comunicación social, de muy variadas formas nos hicieron llegar, así mismo, fehacientes testimonios de solidaridad y apoyo.

Lo propio hicieron las organizaciones que laboran en el campo de los decretos humanos y -con sus naturales limitaciones-, los grupos de asilados políticos latinoamericanos que conviven ahora en nuestro país. Igualmente, tanto los sectores universitarios y académicos de educación superior como profesionistas y eclesiásticos de tendencias progresistas, manifestaron por su parte, activa solidaridad.

Estas expresiones se dieron tanto desde modestos niveles locales y estatales, como en los ámbitos nacional, regional e internacional. Y llegaron a tal intensidad y sintonización, que las autoridades debieron dar marcha atrás en su agresión, devolver nuestros archivos e instrumentos de trabajo y expresar, —al menos en forma privada y verbal—, su malestar por la agresión policíaca a nuestro Centro que si bien sufrió los daños y perjuicios consiguientes, pudo constatar a escala natural, el aprecio y la solidaridad eficaz de los sectores mencionados.

Nosotros mismos y los sectores populares a quienes servimos, pudimos asimismo, comprobar cómo en la solidaridad que la comunicación permite, radica una de las más grandes fuerzas potenciales de que disponen los oprimidos, para su promoción y defensa.

Por otra parte, los interrogatorios de las autoridades policíacas a nuestros compañeros detenidos, nos aportaron informaciones adicionales que confirmaron la importancia de los diversos sectores antes mencionados, en las luchas del pueblo, por lograr condiciones más justas y equitativas, lo cual obliga a la represión por parte de los sectores que temen perder sus actuales posiciones de injustos privilegios.

De donde, al reanudar nuestras actividades en agosto de 1977, decidimos reorganizar nuestro trabajo, dedicándolo preferentemente al servicio de quienes habían hecho patente a través de su solidaridad que más apreciaban nuestros servicios y ponían de relieve la necesidad de la operación de centros como el nuestro. Especialmente detectamos la acción más significativa y comprometida de una treintena de organizaciones, correspondientes a los siguientes 14 sectores.

a. En la estructura económica:

- Profesionistas progresistas
- Organismos laborales de obreros y empleados.
- Organismos de campesinos e indígenas.
- Organismos de colonos suburbanos.
- Organismos vinculados con cuestiones de población.

b. En la estructura política:

Partidos y Asociaciones Políticas.
Organismos cívicos y pro-derechos humanos.
Organismos de asilados latinoamericanos.

c. En las estructuras sociales, culturales e ideológicas:

Organismos familiares
Organismos educativos y culturales
Universidades y Centros de educación superior.
Medios comerciales de comunicación social
Medios populares de comunicación social
Medios eclesiásticos progresistas.

C. Iniciación de la Operación de una Red de Comunicación.

A partir del mes de enero de 1978, iniciamos la entrega de información diaria a la treintena de organismos seleccionados, la cual, después de algunos tanteos y cambios, se convirtió en el actual INFORMATIVO CENCOS. Previamente, a fines de 1977, convenimos con cada uno de estos organismos, que el compromiso de CENCOS para entregarles información diaria, implicaba la aceptación por su parte de asumir a su vez, los siguientes compromisos con nuestro Centro:

- 1) Entregarnos una retribución solidaria: Económica o con servicios de reciprocidad.
- 2) Estudiar nuestra información, preferentemente en grupo y hacernos llegar sus comentarios y críticas.
- 3) Proporcionarnos sus respectivas informaciones y utilizarnos como agencia para difundirlas en nuestro Informativo.
- 4) Comentar y difundir nuestra información en sus propios ambientes.
- 5) Ayudarnos a expandir la red de información, para mejor comunicar y servir a los miembros fundadores y nuevos participantes, en búsqueda común de mayor apoyo logístico a los sectores populares.

Para grupos más distantes, que no requieren de información diaria o tan detallada, publicamos también COMUNICACIONES CENCOS, instrumento semanal que llega ahora a unos seiscientos destinatarios en la República, según detallada relación que indica el sector y el ámbito propio de cada uno de ellos y que en el primer semestre de 1979 se resume así:

ORGANISMOS	DISTRITO FEDERAL	28 ESTADOS	TOTALES
Profesionistas Progresistas	4	9	13
Obreros y Empleados	22	55	77
Campeños e Indígenas	6	52	58
Colonos Suburbanos	12	29	41
Organismos de población	7	2	9
Partidos y Asociaciones Políticas	20	7	27
Asilados Latinoamericanos	16		16
Movimientos Cívicos y Pro-Derechos Humanos	5	2	7
Movimientos Familiares	3		3
Educación y Cultura	12	8	20
Universidades y Centros de Educación Superior	19	12	31
Medios comerciales de comunicación social	57	57	62
Medios Populares de comunicación social	76	16	92
Medios Eclesiásticos Progresistas	31	72	103
T O T A L E S	290	269	559

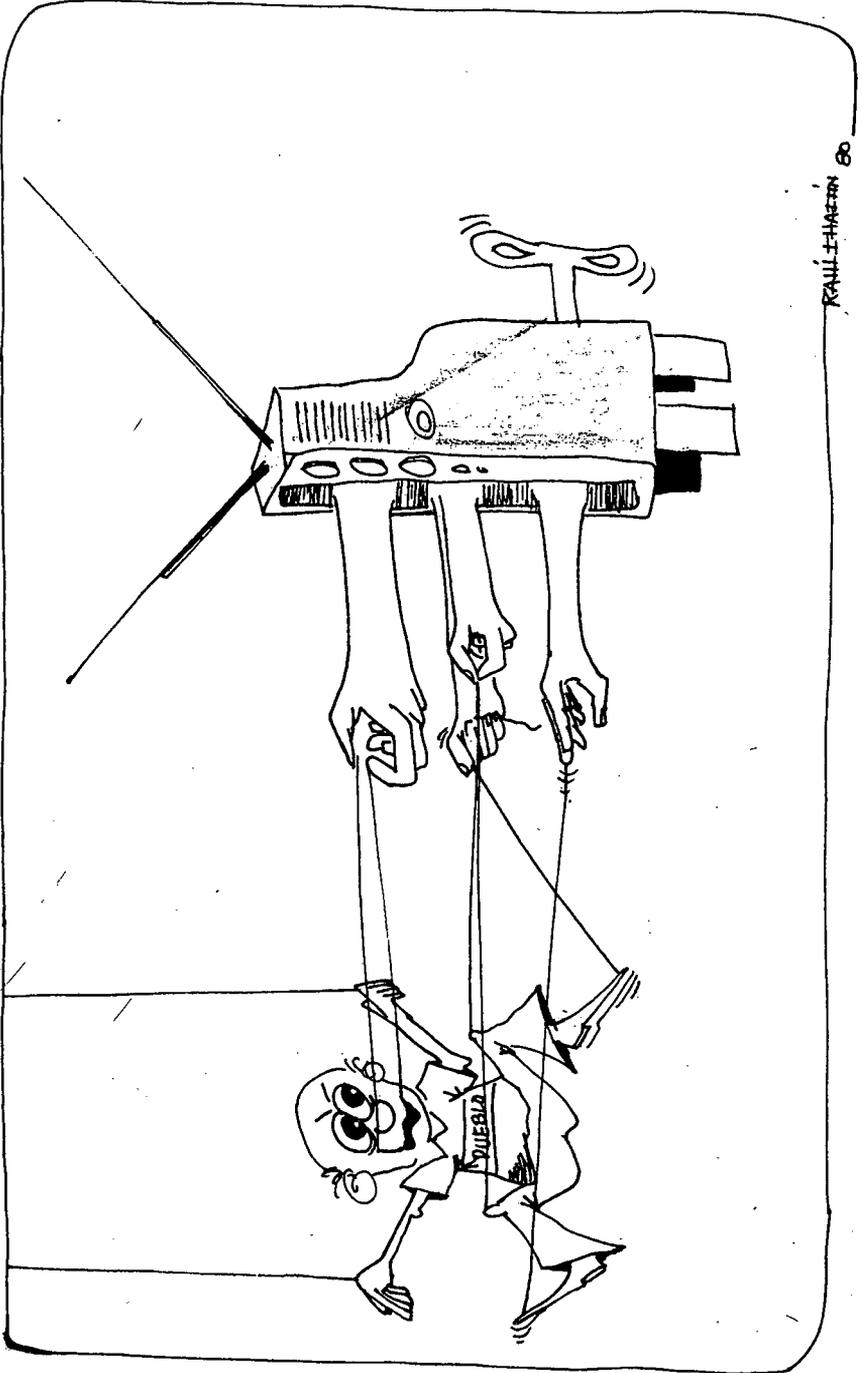
Y si bien no se nos escapa que lo que hasta ahora hemos avanzado es bien modesto, y que todavía está en absoluta desproporción con lo que se necesita estructurar para contrarrestar la tremenda influencia de los medios de comunicación social enajenante, nos interesa recalcar sobre todo, que es posible y relativamente rápido el lograr la estructuración de una red de comunicación popular.

Frecuentemente se piensa que la mejor manera de llegar a los medios populares es a través de los medios masivos de comunicación social en manos, ahora, de los sectores dominantes. Nuestra inicial experiencia nos ha demostrado lo contrario:

Primeramente, porque los medios tienen un alcance limitado y son escuchados o atendidos con desinterés por un público en creciente concientización en los sectores populares, acerca de la manipulación de que tales medios le hacen objeto.

En segundo lugar, porque los medios populares difunden en sus propios medios la información alternativa que les interesa y la suma de los pequeños alcances de muchísimos medios populares, al fin supera el alcance de los medios dominantes, generalmente caros y desadaptados para los sectores populares.

Finalmente, porque la comunicación popular que proponemos está estructurado en una base organizada permanentemente, en función de sus intereses de lucha de clase y no está individualizada y aislada entre sí, como ocurre con el público receptor de la información enajenante, que precisamente busca la dispersión y no la agrupación del pueblo, para perpetuar su dominación.



KALLI-HÄNTTÄ 80

UNA ALTERNATIVA PARA LA TELEVISION VENEZOLANA

LA ASOCIACION VENEZOLANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACION (AVIC), ante el amplio debate suscitado con ocasión de la implantación definitiva de la televisión a color y de la promulgación del Decreto 620 y la Resolución 500 por parte del Gobierno Nacional, cree necesario tomar posición al respecto y en consecuencia formular frente a la opinión pública las siguientes consideraciones:

1.- El estudio científico de la Comunicación Social en todas sus manifestaciones ha hecho ineludible la constatación de que la misma es en última instancia un problema político. Si la comunicación, por ser clave para el desarrollo integral de los pueblos, ha sido siempre y es hoy más que nunca un problema político, parece lógico pensar que el Estado, como expresión suprema del poder político, es sujeto de indeclinables deberes y derechos en ese campo. Es pues competencia del Estado diseñar e implementar una política adecuada de comunicación social.

2.- Si se analiza el concepto mismo de democracia, se descubre de inmediato que su estructura es eminentemente comunicacional, participativa. La democracia formal manifiesta justamente su imperfección en la medida en que no logra crear reales mecanismos de participación que trasciendan la simple presunción de la representatividad. El monopolio, cualquier forma de monopolio, es por tanto un atentado contra la verdadera democracia. La concentración monopólica u oligopólica de la propiedad de los grandes medios de comunicación social es en consecuencia una forma de dictadura. El artículo 97 de la Constitución Nacional establece que no se permitirán monopolios, y que sólo podrán otorgarse concesiones por tiempo limitado para servicios de interés público. Y es precisamente con respecto a los servicios de interés público que el mismo artículo autoriza al Estado para que éste asuma con exclusividad su explotación, cuando razones de conveniencia nacional así lo justifiquen.

3.- Los desarrollos técnico-científicos han permitido que las radiocomunicaciones constituyan una de las bases fundamentales del intercambio cultural de nuestro tiempo, especialmente desde el advenimiento de la televisión. Por su naturaleza técnica las señales de televisión forman parte de las ondas hertzianas cuya variedad conforma el espectro radioeléctrico. Este es considerado por los convenios y regulaciones internacionales como un recurso natural limitado. Los estados son los únicos garantes de la mejor distribución y del mejor uso de ese recurso limitado, máxime si se toma en cuenta que los altos costos de esa tecnología tienden a marginar de su gestión y control a las grandes mayorías, sobre todo cuando y donde tal gestión y tal control se dejan librados a la interpretación crematística de las leyes de la oferta y la demanda. El Estado venezolano se reserva la atribución exclusiva de la competencia en materia de servicios de radiocomunicaciones, tanto en la Ley de Telecomunicaciones como en el Reglamento de Radiocomunicaciones vigentes. El artículo 2 de este último instrumento legal expresa que "sólo excepcionalmente se concederán permisos para establecer servicios de esta índole a particulares . . .".

4. La **Libertad de expresión** es algo más que una mera garantía formal e individual; todo su sentido estriba en que es un **derecho social**: derecho a comunicarse. Por tanto no puede ser confundida ni con la libertad de empresa ni con la libertad de trabajo. Confundirla con la libertad de empresa es pretender que se comercie con la clave misma de la vida social: ideas, cultura, información, opinión pública. Confundirla con la libertad de trabajo es pretender que la justa regulación de un servicio público pueda conducir a despidos y consecuencias sólo imputables al poder oligopólico que ha implantado pautas de producción inadecuadas.

5.- La investigación venezolana de la comunicación social ha alcanzado una reconocida preeminencia en el ámbito mundial, precisamente por sus aportes a un diagnóstico analítico de la función y los efectos de los medios masivos de difusión en el seno de la sociedad venezolana. Es a partir de ese diagnóstico que el concepto de **política nacional comunicación** adquiere carácter de necesidad y así ha sido reconocido por instituciones internacionales como la UNESCO. Los investigadores venezolanos de la comunicación, que no sólo son "teóricos", han producido un modelo concreto de política para la radiodifusión que se ha convertido en paradigma latinoamericano por su rigor científico y por su flexibilidad operativa. Ese modelo es el Proyecto RATELVE (1974) cuya aplicación sigue siendo inexplicablemente diferida por los gobiernos nacionales.

6.- Los investigadores de la comunicación han venido denunciando sistemáticamente la ausencia de una **política de comunicación social** por parte de los gobiernos nacionales y la neutralización y descontextualización que de las proposiciones científicas del sector investigación han efectuado los responsables gubernamentales. La ausencia de políticas queda reflejada en: a) Dispersión normativa, caracterizada por fragmentación y casuística de las disposiciones reguladoras; b) Contradicción y atomización en cuanto a la competencia de las instancias orgánicas e institucionales de la Administración Pública en relación con la materia: Ministerios, Organismos, Concejos, Corporaciones y otras instituciones; c) Ausencia de planes, programas, seguimientos, evaluaciones y sanciones, precisamente por las dispersiones legales e institucionales anotadas. Especialmente notoria es la ausencia de una **política de contenidos**, esto es, la definición de parámetros educativos, culturales e informativos mínimos para la programación de los medios sobre la base de las necesidades y prioridades sociales.

7.- En lugar de una política, el Estado venezolano ha mostrado hasta ahora el lamentable espectáculo de declaraciones y contradecaraciones, marchas y contramarchas que tienden a repetir la siguiente secuencia: en un primer momento, la incidencia de algunos medios de difusión sobre la persistencia y agravamiento de ingentes problemas sociales obliga a los gobernantes a anunciar tímidas medidas de reforma. En un segundo momento, los proyectos de reforma o las simples reglamentaciones, al generar violentas reacciones y desplantes del sector empresarial, son objeto de aclaratorias y declaraciones generalmente medrosas o complacientes por los funcionarios de turno. Y, en un tercer momento, el resultado final se salda por una capitulación o transacción que no sólo elimina la proyectada reforma, sino que tiende a incrementar privilegios y regalías para los empresarios de los medios. Así ha sucedido con el Proyecto de Ley de Cinematografía y con las proposiciones aprobadas en la Conferencia de Costa Rica, de las cuales —por cierto— las mejores fueron presentadas por la delegación venezolana. En este panorama vergonzoso destaca el hecho de que el Estado venezolano siga siendo el primer anunciante de la televisión privada, sin exigir siquiera a cambio un mejoramiento correspondiente de los contenidos o —lo que sería la mejor solución— sin invertir tales recursos en elaborar una alternativa viable frente a las necesidades culturales del país.

8.- A la luz de las anteriores consideraciones, la comunidad de los investigadores de la comu-

nicación considera su deber en esta coyuntura emplazar al gobierno nacional a una ampliación y profundización de la acción iniciada con el Decreto 620 y la Resolución 500. Observamos síntomas de debilidad en algunas declaraciones de representantes gubernamentales o del partido en el poder: entre ellas, las que pretenden quitar importancia a estas normativas, alineándolas con aquéllas de gobiernos anteriores que no han sido cumplidas; las que han insistido en su provisionalidad; o, peor aún, las declaraciones que desnaturalizan las nuevas regulaciones otorgando poder a los empresarios para interpretarlas y autoaplicarlas, en contradicción formal con su carácter reglamentario que implica coercibilidad o posibilidad de sanción. Una norma legal que dependa de la libre interpretación y acuda a la autorregulación de los obligados deja de ser por ello mismo ley y se convierte en simple recomendación. Creemos que al Estado no compete "recomendar" en una materia de tan vital importancia para el cuerpo social como es la comunicación; le compete allí legislar y hacer cumplir lo legislado.

9.- La Asociación Venezolana de Investigaciones de la Comunicación (AVIC) considera perentoria la constitución del Consejo Nacional de la Comunicación Social como un organismo Permanente e institucional de formulación de políticas y de intervención en la ejecución, evaluación y control de las mismas, así como de participación en la gestión de los medios de comunicación pública de nuestro país. Diversos sectores de la población —desde las amas de casa hasta los trabajadores— han manifestado su preocupación por la televisión venezolana y su deseo de participar en el desarrollo de nuevas alternativas para dicho medio. Tales sectores deben constituir la base fundamental representada en dicho Consejo; los empresarios deben conformarse a su papel de concesionarios y por lo tanto cumplir fielmente las directivas emanadas del interés general. La implementación del Proyecto RATELVE aparece ahora como la única salida razonable para la constitución de un régimen mixto auténtico en radio y televisión, y para el logro de una nueva política de contenidos que toque desde los aspectos infraestructurales hasta los patrones de programación más adecuados a los intereses esenciales de la población venezolana. Con la misma responsabilidad con que emplazamos al gobierno nacional en esta coyuntura, queremos expresar a los trabajadores de la televisión en particular nuestro llamado a una comprensión profunda de sus intereses a largo plazo, que no pueden sino coincidir con los de la sociedad venezolana entera. En consecuencia, instamos a dichos compañeros a no dejarse manipular por falsas alarmas o amenazas laborales, que relevan del puro chantaje o de tácticas de lock-out, expresadamente prohibidas por la legislación venezolana. Finalmente, los investigadores garantizamos a todos los sectores interesados de la sociedad venezolana que esa alternativa para la televisión existe, y que su logro es sólo una cuestión de esfuerzo mancomunado al que ofrecemos nuestra total disposición.

POR LA JUNTA DIRECTIVA DE LA A.V.I.C.

OSWALDO CAPRILES
(Presidente)

MARCELINO BISBAL
(Vicepresidente)

JOSE IGNACIO REY
(Secretario)

POLITICAS DE COMUNICACION Y PLANIFICACION

(Lección inaugural de la "Maestría en Políticas de Comunicación")

HECTOR MUJICA

La necesidad de dotar al país de expertos en políticas y planificación de la Comunicación Social no surge como un capricho docente, ni como un azar académico. Fundada como fue la primera Escuela de Comunicación Social del país, nuestra ya antigua Escuela de Periodismo de 1947, de vida tan accidentada cuan accidentada ha sido la historia política de las últimas décadas, y establecidas las de la Universidad Católica "Andrés Bello" y la de la Universidad del Zulia; iniciadas como fueron las investigaciones de la materia primero en el Instituto de Investigaciones de Prensa, cuyo primer director fue el doctor Ramón J. Velásquez, y consolidados como han sido estos estudios por el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), iniciado por Antonio Pasquali y hoy en las manos del profesor Oswaldo Capriles; promulgada como fue la Ley de Ejercicio del Periodismo, que dio nacimiento al Colegio Nacional de Periodistas; viviente como está el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa, coetáneo con la Escuela de Periodismo, y existiendo como tales el Bloque de Prensa y las Cámaras venezolanas de las industrias de la radio, la televisión y el cine, y esparcidos como andan unos dos mil graduados en Periodismo y/o Comunicación Social por todo el país, al punto de que ya en la seccional del DF los graduados son mayoría en relación con los periodistas profesionales sin carrera universitaria, la Escuela de Comunicación Social y el ININCO creyeron oportuno realizar este primer post grado, tan necesario cuan importante para la comunidad, ya que hay sectores del Estado —Ministerio de Información y Turismo y Ministerio de Transporte y Comunicaciones, entre otros— que estaban exigiendo, como la propia Academia, la realización de una maestría que dote a los que ya hicieron el pre-grado de Comunicación Social de los indispensables instrumentos para la planificación de la Comunicación Social y para el establecimiento y fijación de políticas comunicacionales, tal como lo han acordado el organismo especializado de Naciones Unidas en educación, ciencia y cultura, la UNESCO, y los Estados miembros de la ONU conocidos en la jerga periodística internacional como países del Tercer Mundo.

UNA INVENCIÓN TERCEMUNDISTA

En efecto, se trata de una creación, de una invención, de una utopía, —si así quiere juzgarse— del Tercer Mundo. Es ésta acaso la única iniciativa internacional cuyo padre legítimo es el concierto de naciones y de Estados no alineados que quieren, porque en ello se les va la vida misma, rescatar su propia identidad nacional y cultural y reflejarla al través de los medios de comunicación social, una super-estructura que tiene connotaciones propias y que influye dialécticamente en la estructura económica de todos los países. En este dominio, el de los **mass media**, la base determina el comportamiento de los medios de comunicación social, mas al mismo tiempo estos medios influyen también en la base de la sociedad y, icómo y de qué manera—, en el comportamiento, en la conducta, en las actitudes, en los juicios y prejuicios, en la formación de estereotipos y hasta en el comportamiento electoral de millones y millones de habitantes de este microplaneta llamado tierra, convertido en la etapa de la revolución científico-técnica que vivi-

mos, si no en la pretendida "aldea global" que nos endosó Marshall MacLuhan, por lo menos en un solo escenario o en la pretensión de un escenario único para el hombre que va llegando al umbral del siglo XXI. Escenario único, sí; emisora única; televisora única y único diario que todos leemos, todos oímos, todos vemos.

Estamos todos, absolutamente todos, imbuídos en el mundo de la misma noticia, el mismo periódico, la misma revista, el mismo enlatado televisual, la misma película, el mismo mensaje. **Software**, técnicamente hablando, que nos es dado, nos es impuesto por quienes detentan, para usar el feliz término de Jean-Jacques Servan-Schreiber, **el poder de informar**. **Software** que de alguna manera está implícito en el **hardware** de las potencias que producen la infraestructura material indispensable para que el ignaro mercader que está en condiciones financieras de hacerlo pueda apagar, antes de dormirse, y a control remoto desde su lecho, el televisor a color, ver en el betamax su propia imagen y la de los suyos o la película que compró a un precio relativamente bajo u oír la música de moda en increíbles aparatos de sonido que cuestan varias decenas de millares de bolívares.

Pero, y es ésta la pregunta que se hacen estadistas y políticos, periodistas y científicos sociales, ¿de qué sirve esta revolución científico-técnica a los países en vías de desarrollo? ¿Son más o menos dependientes los jóvenes Estados de Asia y África y los países latinoamericanos porque estén en capacidad de arrendar los servicios de la ITT, de la IBM, de la Western, de las grandes transnacionales de la comunicación? ¿Qué aportan los países del Tercer Mundo si no la oreja para escuchar y la vista para contemplar en grande o pequeña pantalla las creaciones, los mensajes, los estereotipos y hasta las excrecencias del **software** de quienes están en capacidad de producir esas creaciones, esos mensajes, esos estereotipos?

Ya dijimos una vez, en un seminario organizado por la Universidad Marquette y la Fundación Neuman, que tienen razón los críticos del llamado "Nuevo Orden Informativo Internacional" (NOII) o "Nuevo Orden Internacional de la Comunicación" (NOIC), cuando hablan de la **imposibilidad**, dentro del actual sistema, de cambiar los contenidos de los mensajes, de transformar el **software**.

Es verdad que los **contenidos** de los **mass media** siguen siendo los mismos. En este orden de ideas es preciso reconocer la formidable industria cultural norteamericana; por ejemplo, está capacitada para bombardear con sus mensajes en distintas lenguas y a costos francamente sin competencia a todos los países del Tercer Mundo, como en efecto ocurre. Esta es una de las razones de la universalidad de Tazán, de El Fantasma o del Ratón Miguelito, personajes mucho más conocidos por cuatro mil millones de habitantes del globo terráqueo que Hamlet, el Quijote, Werther o Raskolnikof.

Mientras en el campo estrictamente informativo los países **No Alineados** logran significativos avances en el **pool** de agencias informativas, como quedó comprobado en la VI Cumbre de los No Alineados en agosto-septiembre de 1979 en La Habana, en el complejísimo mundo comunicacional, en la vastedad de este nuevo universo integrado por satélites artificiales, computadoras cada vez más sofisticadas, cables coaxiales, industria electrónica que afina microcables y microtransistores como la punta de una aguja, la sensación de inferioridad, de atraso y de **soledad** (es una inmensa soledad la del hombre de hoy, inmerso en la comunicación social) se acrecienta. Tiene razón un General de división de nuestras FF.AA. que me decía como conversando consigo mismo esta reflexión: todo nuestro sistema de defensa depende de la Internacional Business Machines.

El sistema capitalista mundial creó la industria cultural o industria de conciencias, como la llaman los seguidores de la Escuela de Francfort. Dentro del sistema; Estados Unidos está en posesión de la parte del león de esta nueva industria. Con razón un catedrático norteamericano, el doctor Edwin B. Parker, habla de un nuevo sector, el sector cuaternario de la economía, comprendido por la comunicación/información, que ya genera más empleos, desde 1973, que los tres tradicionales sectores de la economía en Estados Unidos. Imaginen nada más que todo el complejísimo mundo militar, que toda la industria de armamentos que lleva su increíble y nociva magia a la fabricación de bombas sólo-mata-gente, pertenece a este nuevo sector de la economía. Pensemos un solo instante cómo la noticia, que se hizo mercancía en la mente y los dedos de Lord Northcliffe, de Josef Pulitzer y de William Randolph Hearst, eternizada en celuloide por Orson Wells (Citizen Kane), se ha convertido en el **Leviathan** de nuestra era. Toda la revolución científico-técnica parece haber sido creada para el sector comunicación/información. Los

rayos Laser nos proporcionan imágenes de la luna en pocos segundos en la redacción de un moderno diario que es manejado ya por computadoras. La composición, que fue un oficio romántico desde la invención de Merghentaler del linotipo, oficio que producía saturnismo y saturnismo que se combatía con leche o con alcohol (y más con alcohol que leche), dejó de ser eso para su reemplazo por pequeñas máquinas Friden o IBM manejadas por señoritas.

Detrás, o más bien en las fundaciones mismas del edificio comunicacional está el **advertising**, la publicidad que todo lo impregna, todo lo inunda, y para quien nada sagrado, nada intocado ni intocable existe. Es el soporte de todo el sector cuaternario de la economía, sin el cual, (dentro del sistema capitalista, por supuesto) no podría moverse el gran paquidermo: 40 mil millones de dólares en Estados Unidos cada año. Cerca de dos mil millones de bolívares en Venezuela. Aun la nuestra, nuestra inversión publicitaria, es una suma que supera con creces muchos ejercicios presupuestarios anuales de los países del Tercer Mundo.

EL NUEVO ORDEN ECONOMICO INTERNACIONAL

No puede hablarse de "Nuevo Orden Internacional de la Comunicación" sin referirnos al "Nuevo Orden Económico Internacional", y viceversa. Son como el anverso y el reverso de una misma moneda. La primera Declaración sobre el establecimiento de un Nuevo Orden Económico Internacional se produce en la sexta asamblea extraordinaria, 9 de abril a 2 de mayo de 1974, en el seno de las Naciones Unidas, convocada a instancias del presidente de la IV Cumbre de los Países no Alineados, la de Argel de 1973, el ya fallecido Presidente Houari Boumediene. Es la resolución marcada con el número 3201, la cual fue complementada con la resolución 3202 que contiene el "Programa de Acción", aprobada por la inmensa mayoría de los países tercermundistas con el apoyo del bloque socialista y las reservas de Estados Unidos y otros países capitalistas altamente desarrollados.

Los países en vías de desarrollo, que por vez primera dieron muestra de coherencia en abril de 1955 cuando tuvo lugar la Conferencia Afroasiática de Bandung, celebrada en Java, Indonesia, convocada por Sukarno, Nasser, Nehru y el ya precario sobreviviente Mariscal Tito, van a profundizar su lucha por la distensión, contra la guerra fría y por el mejoramiento de las relaciones entre el Este y el Oeste con las sucesivas reuniones de las Cumbres de los No Alineados. No se hablaba en 1955, por supuesto, de un Nuevo Orden Informativo Internacional, pero el asunto estaba implícito y empollándose en la conciencia tercermundista. Pero ya desde 1961, fecha en que se celebra en Belgrado la Primera Conferencia Cumbre, la "cuestión informativa" comienza a preocupar a los estadistas y gobernantes del Tercer Mundo. Ni en la Cumbre de El Cairo (1964), ni en la de Lusaka (Zambia), 1970, se hablará con precisión del asunto. Mas sí a partir de la de Argel (1973), en la de Colombo (Sri Lanka), 1976, y la más reciente, la de La Habana, en 1979.

Ya hemos dicho cómo por recomendación de la Cumbre de Argel las Naciones Unidas producen las resoluciones 3201 y 3202 sobre Nuevo Orden Económico Internacional.

Al respecto conviene precisar que ya en la Cuarta Cumbre, la de Argel, hay proposiciones concretas sobre la materia comunicacional. En la resolución económica se enuncian medidas en favor de la mutua, directa y rápida comunicación entre los no alineados, así como medidas para **colectivizar** la propiedad de los satélites en uso.

Tanto en el dominio del Nuevo Orden Económico como en el del Informativo hay mucho de imaginación, mucho de utopía. Tanto que la nueva **Futurología** es producto del impacto que producen las terribles desigualdades entre los países ricos y los pobres y las predicciones y perspectivas de los analistas, como los del Hunson Institute, el Club de Roma y el equipo dirigido por el premio Nobel de Economía Jan Timbergen que produjo el famoso Informe RIO (Reshaping the international Order o Reestructuración del Orden Internacional) que se propone, como todos los Informes similares, incluidos los del Club de Roma, una redistribución más equitativa de las riquezas mundiales, una reducción de la desigualdad a una relación de 3 a 1 entre los países desarrollados y los subdesarrollados.

Cuando hablamos de que el Nuevo Orden Internacional de la Comunicación es una creación tercermundista no exageramos, pues los países capitalistas altamente desarrollados, con Estados Unidos a la cabeza, y el socialismo desarrollado, con la URSS como paradigma del sistema, se incorporaron tardíamente al tratamiento del tema. Las tesis críticas sobre la estructura de las

comunicaciones internacionales provienen de gobiernos y teóricos de los países del Tercer Mundo y del Movimiento de los no Alineados. Estas tesis han ejercido y ejercen gran atracción en los niveles de investigación y docencia de la Comunicación Social en el ámbito mundial, razón por la cual la UCV ha organizado este post-grado.

Hace ya siete años, en la Cumbre de Argel, el Movimiento de los No Alineados expresa la necesidad de que dichos países reafirmen su identidad cultural. En el **Programa de acción para la cooperación económica** se incluyen medidas para organizar canales de mutua, rápida y directa intercomunicación. 75 países con derecho propio y 24 observadores inician la acción internacional en favor de un Nuevo Orden Informativo. Ya en 1976 el pool de agencias de noticias no alineadas organizó a instancias de la yugoslava TANJUG tenía 26 miembros.

En marzo de 1976 tiene lugar en Túnez el simposio de representantes de 38 Estados no alineados para estudiar toda la problemática comunicacional. El problema de la libre circulación (free flow) de la información fue uno de los temas tratados, así como la necesidad de una cooperación más estrecha, en el plano noticioso, entre los Estados miembros. En julio del mismo año de 1976 tuvo lugar la Conferencia de Nueva Delhi, celebrada antes de la Cumbre de Colombo. 311 directores de agencias noticiosas y 33 ministros de Información produjeron la Declaración de Nueva Delhi sobre la cooperación internacional de los no alineados, la manipulación informativa por las transnacionales de noticias, el dominio de las redes internacionales de comunicación, el manejo de los satélites de comunicación.

Después de Nueva Delhi tiene lugar la cumbre de Colombo, en Sri Lanka, apenas un mes de publicarse la famosa "Declaración". En Colombo se reúnen 84 jefes de Estado que no vacilan en señalar la necesidad de "un nuevo orden internacional en los campos de la información y la comunicación", tan vital "como un nuevo orden económico internacional". Es la primera vez que se enlazan ambos conceptos, los cuales, a mi modo de ver, son inseparables.

Como es bien sabido, en 1976 tuvo lugar la Conferencia sobre Seguridad Cooperación de Helsinki. Fue un extraordinario acontecimiento que contribuyó a mejorar las relaciones entre el Este y el Oeste. También allí surgió el fantasma del Nuevo Orden Informativo. El Acta Final de Helsinki contiene en su parte tercera (bloque o cesta, como se dice en argot internacional) una clara referencia a la cuestión informativa entre los dos sistemas. Se propone el objetivo de "facilitar una difusión más libre y amplia de las informaciones de toda índole", de "fomentar la cooperación en materia de información y el intercambio de información con otros países" y de "mejorar las condiciones en que los periodistas de un Estado participante ejercen su profesión en otro Estado participante".

Para el Presidente de la Organización Internacional de Periodistas, el finlandés K. Nordensteng y el norteamericano Herbert I. Schiller, en su trabajo "Helsinki: The New Equation", Helsinki significa un progreso que va de la confrontación de la guerra fría a la cooperación pacífica y a ciertos cambios en la estrategia de la lucha ideológica.

Como bien puede verse, el lenguaje de Helsinki está dirigido a países capitalistas y socialistas desarrollados. No se trata del Diálogo Norte-Sur, sino del Este-Oeste, un tanto **primus inter pares**. Difícilmente Estados Unidos puede avasallar, informativamente hablando, a la Unión Soviética, pero sí lo puede hacer, en cambio, a lo largo y ancho del Tercer Mundo. Tenía toda la razón la primer ministra Indira Gandhi en su discurso de estímulo a la autosuficiencia en la información, pronunciado en la Conferencia de Delhi:

"A pesar de la soberanía política, la mayor parte de nosotros, que hemos salido de un pasado colonial o semicolonial, seguimos manteniendo una relación económica y cultural desigual con nuestros respectivos antiguos colonizadores. Ellos siguen siendo la fuente principal de equipos industriales y de orientación tecnológica. La propia lengua europea en que nos expresamos llega a ser un elemento condicionador. La inadecuación de los materiales educativos indígenas nos hace dependientes de los países dominantes, especialmente en el nivel universitario. Nos bebemos sus prejuicios. Hasta la imagen que tenemos de nosotros mismos, por no hablar de la que tenemos de otros países, tiende a conformarse con la que ellos tienen".

El discurso de la entonces y ahora nuevamente primer ministro de la India, así como la Declaración de Nueva Delhi ponen el dedo en la llaga del desequilibrio informativo internacional y

ponen al desnudo la impronta imperialista de la doctrina del "libro flujo" informativo. Los principales rasgos de la Declaración de Delhi son los siguientes:

1) El presente flujo global de la información está caracterizado por una seria inadecuación y un serio desequilibrio: los medios de comunicación se concentran en unos pocos países y la mayoría de los países se encuentran reducidos al estado de receptores pasivos de la información que es difundida desde unos pocos centros;

2) esta situación perpetúa la era colonial de dominación y dependencia: deja la decisión sobre lo que debe ser conocido y cómo debe darse a conocer en las manos de unos pocos;

3) la difusión de la información se encuentra en las manos de unas pocas agencias situadas en unos pocos países desarrollados, y el resto de los pueblos del mundo se ven forzados a verse unos a otros, e incluso a sí mismos, a través de estas agencias;

4) del mismo modo que la dependencia política y económica son restos de la era colonial, igual ocurre con la dependencia en el campo de la información, que a su vez retarda la obtención del crecimiento político y económico.

5) en una situación en la que los medios de información están dominados y monopolizados por unos pocos, la libertad de información viene a significar realmente la libertad de esos pocos para propagar información del modo que eligen, y la virtual negación para los demás del derecho a informar y a ser informados objetiva y exactamente;

6) los países no alineados, en particular, han sido víctimas de este fenómeno: sus esfuerzos, individuales o colectivos, en pro de la paz y la justicia mundiales y del establecimiento de un orden económico internacional igualitario, han sido ignorados o tergiversados por los medios informativos internacionales; se ha buscado erosionar su unidad; se han denigrado sus esfuerzos por mantener su independencia y estabilidad políticas y económicas, y

7) los países no alineados tienen pocos medios, en la situación actual, para conocerse mutuamente, salvo a través de los medios informativos y los centros informativos internacionales: sus propios medios están poco desarrollados o se encuentran en estado de subdesarrollo por falta de los recursos necesarios.

Tan grande es el influjo del "poder de informar" concentrado en unos pocos países y en esos pocos países en unas pocas manos, que el Movimiento de los Países no Alineados puso todo su empeño en el "pool" de agencias noticiosas, ya en funcionamiento. En Delhi se puso de relieve la necesidad de que los No Alineados deben coordinar sus esfuerzos en Naciones Unidas y demás foros internacionales para la adopción de una política para los medios de comunicación social: una política que destine a los **mass media** "a la salvaguarda y el fortalecimiento de la paz, la promoción del entendimiento internacional y del Nuevo Orden Económico Internacional y la lucha contra la discriminación racial, el apartheid, el sionismo, el neocolonialismo y todas las otras formas de opresión".

Como puede comprobarse, se trata de un diseño global de políticas de comunicación, tanto a nivel nacional de cada país como a nivel internacional. Esta plataforma de lucha fue llevada por los No Alineados a la XIX asamblea general de la UNESCO celebrada en Nairobi y en gran medida por algunos países latinoamericanos, entre ellos Venezuela, a la Conferencia Intergubernamental sobre políticas de comunicación para América Latina y el Caribe celebrada en julio-agosto de 1976 en San José de Costa Rica. San José y Nairobi constituyen dos polos de atracción de la nueva política comunicacional internacional que sigue gestándose, a pesar de la incompreensión, el rechazo y aun el sabotaje de los grandes centros de información.

NAIROBI

Los principales antecedentes de la Asamblea Anual de la UNESCO en Nairobi hay que buscarlos en la proposición soviética de 1972 sobre el uso de los **mass media** "en favor de la paz, la

comprensión internacional y de rechazo a la propaganda de guerra, el racismo y el apartheid"; la conferencia preparatoria de París, diciembre de 1975 y, finalmente, el documento presentado por la UNESCO, el 19C/91, que dió origen a la polvareda africana y mundial sobre la materia. Una vez más, la soberanía de los Estados en el intercambio y flujo informativos se ponía en primer término. El texto de Nairobi contiene un preámbulo, diecisiete considerandos y trece artículos.

A pesar de la fuerte polémica entre Estados Unidos y los países capitalistas más desarrollados, enfrentados al bloque socialista y a los No Alineados, (enfrentamiento del cual participaron los organismos gremiales internacionales de profesionales del periodismo y editores de periódicos, así como la Sociedad Interamericana de Prensa y el Instituto Internacional de Prensa), terminó predominando un espíritu conciliador, surgido sobre todo del país anfitrión, Kenya, y de los países africanos que no querían que la Conferencia fracasase por el rudo enfrentamiento. Fue así como se impuso el llamado "espíritu de Nairobi", que expresado en lengua swahili significa **Harambee**, literalmente **Unámonos**.

Y aunque el problema fue una vez más diferido, posteriormente a Nairobi tuvo lugar el Coloquio de Florencia, convocado por la UNESCO para que periodistas y funcionarios gubernamentales debatiesen el asunto en el salón del Dugento del Palazzo Vecchio. Tampoco fue posible un acuerdo en Florencia. Finalmente, el entonces director general de la UNESCO M'boww anunció en septiembre de 1977 que el irlandés Sean MacBride, premios Nobel y Lenin de la Paz, ex-comisario de NN. UU. para Namibia, presidiría la comisión internacional de dieciseis miembros (entre otros Elie Abel, Hubert Beuve-Mery, Gabriel García Márquez, Mustafá Masmoudi, Marshall McLuhan, Juan Somavía y el director de la agencia TASS Leonid M. Zamiatin) encargada de analizar los problemas de la comunicación a nivel internacional. Dos informes ha producido ya dicha Comisión, el primero de los cuales ha sido traducido y editado por el ININCO.

MacBride ha precisado cuáles son las cuatro principales cuestiones a resolver. Hélas aquí:

- 1) qué se entiende por circulación libre y equilibrada de la información;
- 2) qué significa un 'nuevo orden internacional de la información' y cómo se relaciona con el nuevo orden económico internacional;
- 3) cómo puede ser alcanzado un 'derecho a comunicar' con todas sus implicaciones éticas y legales, como una nueva línea de pensamiento y acción en el campo de la comunicación en su conjunto, y
- 4) cómo puede asegurarse y cómo puede ser protegida la objetividad e independencia de los medios.

Menudos problemas los planteados, Difíciles soluciones en muy lenta marcha. Confrontaciones que áun continúan tanto a nivel nacional de cada país como a nivel mundial, en una contradicción que lleva la huella de la lucha de clases a ambos niveles y la zanja terrible entre países ricos y países pobres.

Esta lucha, la de construir un Nuevo Orden Internacional de la Comunicación, empezó por uno de los flancos del problema: el de la concentración de la información internacional en manos de las dos grandes agencias norteamericanas de noticias, la AP y la UPI y la británica Reuters y la francesa AFP. Hoy están involucrados todos los medios de comunicación social, la industria cultural y las telecomunicaciones en todas sus formas. De allí que la Unión Internacional de Telecomunicaciones, la UIT, el organismo especializado más antiguo de Naciones Unidas, también esté envuelta en la contienda, como lo acaba de demostrar la reciente Conferencia Administrativa de dicho organismo.

Ya hace algunos años, con ocasión de un convenio del Instituto Internacional de Comunicaciones celebrado en Washington, el entonces ministro sudanés Alif Shummo dijo a las naciones industrializadas:

"Ustedes tienen el 90% del espectro y el 10% de la población. Nosotros tenemos el 90% de la población y el 10% del espectro. Queremos lo que nos corresponde".

En septiembre-octubre de 1979 se celebró en Ginebra la Conferencia Administrativa Mundial de Radiocomunicaciones. Allí volvió a plantearse el debate. Aun para la escogencia del pre-

sidente de la asamblea se enfrentaron los tercermundistas con los países capitalistas desarrollados. Finalmente fue escogido el delegado argentino. Como se ve, el debate es profundo.

Como quiera que los periodistas hemos sido educados en el mundo de la libre competencia para el ejercicio de una profesión anecdótica, fragmentaria y de hechos aislados e inconexos, y no para la interpretación de los procesos sociales, nos hallamos todos, periodistas y editores, corresponsales y políticos, en una especie de paranoia colectiva, imbuídos en la fenomenología de un mundo que no nos pertenece y se nos da como nuestro al través de las agencias noticiosas, de la radio, la gran prensa, el cine y la televisión, así como a través de toda la producción de la gigantesca maquinaria de la industria cultural, cuando en verdad todo eso que se nos ofrece es un mundo **ancho y ajeno**, para decirlo con el título de la más famosa de las novelas de uno de los nuestros, latinoamericano y tercermundista, el peruano **Ciro Alegría**.

Walter Lippmann, el insigne maestro del periodismo norteamericano, decía en su conocidísima obra **Public Opinion** que las personas y los pueblos dependen de otras personas y otros pueblos para el conocimiento de lo que no está a su alcance. El suministro de los elementos de opinión para la mayoría de las personas en el mundo de hoy depende de los **mass media**, que se sirven y son servidos, a la vez, por las agencias noticiosas transnacionales. Es obvio entonces que el flujo informativo, así como el de la formación de la opinión pública, tiene que interesar a todos, a estadistas y políticos, a comunicadores y perceptores, a gobiernos y pueblos, a Universidades y foros internacionales.

DEL MUNDO DE AYER AL MUNDO DE HOY

Acaso nadie haya descrito tan vívidamente el llamado "mundo de ayer", el mundo anterior a la primera guerra mundial que llega hasta los albores de la segunda, que Stefan Zweig en su autobiografía "El Mundo de Ayer". Sí, fue el mundo que comienza con la inauguración de la Exposición Universal de París, la construcción de la Tour Eiffel, el expansionismo anglo-franco-belga-germano-holandés en África y Asia, la construcción del cable submarino inglés (que traía directamente las nuevas de Delhi, del Pakistán, del Medio Oriente y del África anglófona hasta el Támesis) y de su similar gallo que traía las noticias del sudeste asiático (antigua Cochinchina), del medio oriente y de Argelia a los talleres de **Le Figaro**.

Es en el marco de "la pérdida Albión", en lenguaje del poeta León Felipe, de "la reina de los mares", de "la ciudad Luz" y de tantos lugares comunes que heredamos de la antigua dominación franco-británica del mundo, donde tenemos que inscribir el mundo de las comunicaciones de ayer para poder entender lo que ocurrió después. Gran Bretaña disponía de su **Reuters** y Francia de su **Havas**, precursora de la información internacional standardizada la AP, no obstante existir desde mediados del siglo XIX, y la UP (todavía no se había fusionado con la INS, hecho que ocurre tardíamente, en 1958) desde fines de siglo, son hermanas menores de las dos grandes europeas. América Latina era servida por el Cable Francés. Los norteamericanos comenzarán a incursionar en los años 20, aunque sin éxitos apreciables. Es la II GM la que dará vuelta a la tortilla. El acariciado suelo de los **businessmen** de la industria cinematográfica, de la radio y del periodismo industrial de Estados Unidos, así como la necesidad de hacer del mundo un mercado único y propio, no lo lograrán sino con la destrucción de la economía capitalista europea por los **Wermacht** hitlerianas y la cuasi total destrucción de la Unión Soviética, único país socialista hasta 1945, con más de 1.600 ciudades aniquiladas, más de 90 mil aldeas y con pérdidas humanas del orden de los 20 millones. La doctrina del "destino manifiesto" de Estados Unidos surge como una moneda de oro en el mundo. **Urbi et orbe** la noticia de la AP y de la UP, así como los productos de la industria cultural **made in USA** son el pan nuestro de cada día para más de cien naciones y para centenares de millones de habitantes del planeta.

El mundo venía, sobrecogido, de la pesadilla nazi-fascista. El **achtung** de Goebbels diseminado en todo el territorio alemán a través de altoparlantes era tan reciente que ningún pueblo europeo podía ver con buenos ojos algo que no fuese **libertad**, en su sentido más lato. El poema de Paul Eluard, **Liberté**, que había sido inscrito por intelectuales y activistas comunistas y no comunistas de la Resistencia francesa en muros y paredes de Francia, expresa por sí solo el sentimiento generalmente expresado.

Es la coyuntura que manipulan muy habilidosamente los estrategas del Departamento de Estado y del Pentágono de Estados Unidos, asesorados por "los amos de la prensa" para llevar

allende sus fronteras el mensaje sin cortapisas del país del "destino manifiesto." Con apenas unos rasguños, la primera potencia capitalista del orbe se convierte, a través del Plan Marshall primero y con el auxilio del Fondo Monetario Internacional y demás instrumentos y organismos surgidos después de la II GM, en la heredera de la concepción liberal-burguesa de la **Declaración de Derechos del Hombre y del ciudadano** de la Revolución Francesa y de la primera enmienda constitucional norteamericana, la cual prohíbe cualquier restricción a la libertad de prensa.

Estos principios van a ser llevados por Estados Unidos a la Sociedad de las Naciones, primero, y luego a la Organización de las Naciones Unidas, donde fue el gran hegemón desde su constitución en San Francisco hasta la década de los 70 cuando la organización cuenta ya con 150 Estados miembros y los países capitalistas altamente desarrollados, con Estados Unidos a la cabeza, son minoría.

Pero a las bondades de la libertad de expresión del pensamiento y a la libertad de ser debidamente informados hombres en tanto individuos y pueblos en cuanto naciones, Estados Unidos necesitará sustituir el concepto vago de "libertad de información" por del **free flow of information**, que probablemente nace en 1934 con el rompimiento de la AP con las agencias noticiosas europeas. Pero será diez años más tarde, en 1944, en las postrimerías de la II GM, cuando los editores de la gran prensa norteamericana obligan a republicanos y demócratas a pronunciarse en favor del "libre flujo". El propio gobierno hará de este concepto la doctrina estatal de Estados Unidos sobre la materia. El "free flow" es adoptado oficialmente, a proposición norteamericana, por la Conferencia Interamericana sobre problemas de la guerra y de la paz, en México en 1945.

En alas del "free flow" vuelan no sólo las noticias, los comentarios, las columnas y los artículos de los periodistas norteamericanos desde y a todas partes del mundo, sino también "El Fantasma", "Supermán", "El pato Donald", "Selecciones del Reader's Digest", los westerns y las series enlatadas de la TV de Estados Unidos, amén de multimillonarias copias de los estereotipos de los comic's.

De allí la rara unanimidad, que va desde los reaccionarios tipo Reagan hasta los llamados **liberal's** de Estados Unidos en un solo haz, un solo frente, una sola opinión enfrentada a la concepción tercermundista de un "flujo libre y equilibrado de la información" en el mundo de hoy.

La doctrina norteamericana fue impuesta también en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, que garantiza a los individuos el derecho "de investigar y recibir informaciones y opiniones, y de difundirlas sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión . . ." Justamente lo que cuestionan hoy por hoy más de cien países. Justamente lo que Estados Unidos no se resigna a perder: lo que **The Economist** llamó "el ruedo de la AP", refiriéndose al mundo entero.

Convertida Inglaterra en "pariente pobre" de Estados Unidos (la calificación fue también, poco después de la IIGM, de **The Economist**) y obligadas las potencias capitalistas de Europa occidental a recibir a los inversionistas norteamericanos, la doctrina del "free flow" de la información es la contrapartida del "libre comercio" sin aduanas ni fronteras. Por ello, la doctrina del "free flow" de la información se inscribe como política oficial del gobierno de Estados Unidos, trátese del Partido Demócrata o del Republicano, de un Secretario de Estado como el inefable e inolvidable John Foster Dulles de los años de la 'guerra fría' o del señor Kissinger o del señor Vance.

Curiosamente han sido los mismos norteamericanos, sobre todo a nivel de sus Universidades, entre ellos el profesor Herbert I. Schiller, quienes han desnudado, hasta dejarla monda y lironda, la doctrina del libre flujo de la información como una doctrina hegemónica e imperialista. Hombres como Schiller y como Albert Hester han profundizado de tal manera en esta materia que podría decirse que sin su concurso los países del Tercer Mundo nos hallaríamos en dificultades mucho mayores.

No se trata, digámoslo ya al final de esta lección inaugural de la maestra en "Políticas y planificación de la comunicación social latinoamericana", de una **desigualdad cuantitativa** solamente, grave **per se**, en una relación tan descomunadamente desproporcionada, que en algunos casos es favorable al mundo desarrollado en términos de 100 a 1, sino también (y allí están los estudios de Al. Hester) los criterios de selección de lo que es noticia, los contenidos de la información, la manipulación de ésta, la formación de estereotipos ajenos a nuestra identidad nacional y cultural, el desdibujamiento de nuestra imagen como pueblos, en fin, todo un conjunto de esca-

la de valores asaz negativos para nuestro desarrollo autónomo e independiente como países latinoamericanos, todo lo cual nos llevó a la Escuela de Comunicación Social y al Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) desde hace dos años a preparar y realizar esta maestría, primer estudio de post-grado sobre esta materia en las Universidades de América Latina.

Desde ya quiero agradecer en nombre de la Universidad Central, del señor Rector y demás autoridades, así como en nombre del Decano de nuestra Facultad y de la Escuela y el Instituto que hemos hecho el trabajo de alarifes, la particular buena acogida que tuvo esta iniciativa entre los graduados y la contribución del Ministerio de Información y Turismo que, como el de Comunicaciones, necesitan expertos en **software** y **hardware** de la Comunicación.

También agradecemos desde ya el concurso de valiosos profesores extranjeros que nos acompañarán durante los cuatro semestres del curso. En primer lugar a Herbert I. Schiller, de California, y Tapio Varis, de Tampere, Finlandia quienes estarán con nosotros en este primer semestre. A Luis Ramiro Beltrán, Juan Somavía, Roberto Savio, Armand Mattelart, Ariel Dorffman y otros cuyas respuestas aún esperamos y que seguramente serán positivas. A los profesores de otras disciplinas de la propia Facultad de Humanidades, de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales en su Escuela de Estadística, a los que contribuirán de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas y a los conferenciantes que acepten venir a trabajar con nosotros en los "Talleres" del post grado.

El diseño ha sido rigurosamente elaborado después de muchos estudios y consultas a la Comisión de Estudios para Graduados de la Facultad de Humanidades y Educación, a su coordinador profesor Víctor Morales; a la Comisión Central de Estudios para Graduados y a su Presidente, el Vice-Rector académico doctor Ernesto Díaz Montes, en fin, a todos quienes nos han ayudado.

Se trata de un diseño que pretende dar al graduado una rigurosa metodología para la investigación comunicacional, los instrumentos estadísticos indispensables y toda la información básica sobre Comunicación y Dependencia, a fin de que cuando culmine el curso estén en capacidad de diseñar políticas nacionales de Comunicación para nuestros países y planificar la comunicación social latinoamericana en general y venezolana en particular.

El gran problema a resolver es cómo compaginar estas políticas nacionales de comunicación y la planificación de la comunicación social en el subcontinente sin que los principios de libertad y equidad internacionales y nacionales entren en contradicción en desmembramiento de las libertades individuales.

BIBLIOGRAFIA

Capriles, Osealdo:

Elementos para un análisis crítico del Nuevo Orden Internacional de la Información o de la Comunicación. Caracas, junio de 1979. (Trabajo multigráfico para ascender a la categoría de Profesor Agregado de la UCV).

López-Escobar, Esteban:

Análisis del 'nuevo orden' internacional de la información. Pamplona, 1978. Ediciones de la Universidad de Navarra.

Hester, Albert:

Las agencias noticiosas occidentales: problemas y oportunidades en las noticias internacionales. (En: La información en el nuevo orden internacional, México, ILET, 1977).

Mujica, Héctor:

El nuevo orden informativo internacional. (Intervención en el Foro organizado por la Fundación Neumann, la Universidad de Marquette y la Embajada de Estados Unidos en Caracas. La Trinidad, 25-10-79).

Schiller, Herbert I.:

La libre circulación de la información y la dominación mundial. (En: La información en el nuevo orden internacional. México, ILET, 1977).

DOSSIER SOBRE COMUNICACION MASIVA Y POPULAR

COLOMBIA, ARGENTINA, COSTA RICA, CUBA,
EL SALVADOR, URUGUAY

COLOMBIA



A) MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL COMERCIAL

En 1975 existían en Colombia, 40 diarios con una circulación conjunta de 1.248, ejemplares. Existía un radio para cada 8.4 colombianos y una televisión para cada 19 habitantes.

Prensa.

Los diarios principales en Bogotá son:

EL TIEMPO
EL ESPECTADOR
EL SIGLO
EL ESPACIO
DIARIO ECONOMICO
LA REPUBLICA
EL VESPERTINO
EL BOGOTANO
MATUTINO

En Medellín, los principales diarios son:

EL COLOMBIANO
EL CORREO
EL DIARIO

En los departamentos, aparecen diarios de cierta importancia en:

ARMENIA, BARRANQUILLA, BUCARAMANGA, CALI, CARTAGENA, CUCUTA, GIRARDOT, IBAGUE, MANIZALES, NEIVA, PASTO, PEREIRA, POPAYAN, SANTA MARTA, SINCELEJO Y TUNJA.



Agencias de Noticias

COLOMBIA PRESS
ULTRA PRENSA (UP)
INDO-AMERICAN PRESS SERVICE (IAPS)

Asociaciones de Periodistas

CIRCULO DE PERIODISTAS DE BOGOTA. (CPB)
COLEGIO NACIONAL DE PERIODISTAS

ASOCIACION COLOMBIANA DE PERIODISTAS REPORTEROS SINDICALIZADOS DE ANTIOQUIA (RESIDA).

B) MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL POPULAR

- * **ACCION LIBERAL.** Publicó un primer y un segundo número; esta revista de análisis político y cultural, que apareció en Colombia en 1960, dirigida por Apuleyo Mendoza y Gabriel García Márquez. Los problemas colombianos y latinoamericanos, eran tratados en sus páginas en profundidad. Posteriormente fue prohibida. Significó un importante antecedente en la prensa popular colombiana.

- * **COYUNTURA.** Se define como "informativo de la lucha de Clases" y es editado por un grupo de periodistas enrolados en la izquierda independiente.

- * **APORTES.** C.G.T. Periódico de la Confederación General del Trabajo, adherida a la CLAT (Confederación Latinoamericana de Trabajadores) de tendencia demócrata cristiana.

- * **EL MANIFIESTO.** Organó de la Unión Revolucionaria Socialista, una organización de la izquierda no comunista de relativamente recién aparición.

- * **IDEOLOGIA Y SOCIEDAD.** Revista de corte teórico analítico, sobre la dependencia económica colombiana y latinoamericana. Cuestionadora de las ideologías burguesas desarrollistas. Participan en ella, intelectuales de Colombia y América Latina, de ideología socialista. Revista de debate, de polémica, intenta aportar a la comprensión de nuestra realidad dominada por los intereses imperialistas en los diversos planos.

- * **INSURRECCION.** Organó del Ejército de Liberación Nacional, que combate básicamente en los medios rurales campesinos por una patria colombiana libre y socialista. Diariamente la prensa informa sobre batallas entre el ELN y las diversas fuerzas del ejército y policiales. En las páginas de esta publicación, absolutamente prohibida y clandestina, se informa de las reales posiciones y de los combates que libra el ELN.

- * **REVISTA ALTERNATIVA.** Informaciones semanales de línea antimperialista y revolucionaria. Es dirigida por el novelista Gabriel García Márquez. Al principio de su trayectoria, sufrió una escisión de grupos, pero finalmente pudo superar el problema. De amplia y fraternal capacidad para expresar la lucha del pueblo colombiano a partir de los diferentes grupos y organizaciones políticas revolucionarias del país. Conserva la misma línea en el plano internacional, revolucionaria y antimperialista.

- * **SERVICIO COLOMBIANO DE COMUNICACION SOCIAL.** (SCCS). Su local fue recientemente allanado por las fuerzas armadas, que encarcelaron a uno de sus dirigentes. Se ha distinguido por su denuncia de la vinculación de la jerarquía colombiana con los grupos oligárquicos del país y por la promoción y apoyo a las causas populares.

- * **FIRMES.** Publicación Mensual de Información.

- * **INSURRECCION.** Organó del Ejército de Liberación Nacional.

- * **PRESENCIA.** Publicación Bimensual de Información General y Religiosa

ARGENTINA



A) MCS. COMERCIALES.

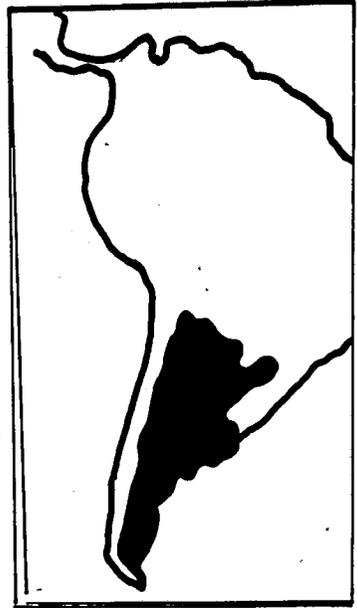
- * **ASOCIACION DE ENTIDADES PERIODISTICAS ARGENTINAS (TADEPA).** BUENOS AIRES.

En 1976, se publicaron: 297 diarios, 765 periódicos y 960 semanarios culturales. Circulación de los principales en 1975: 2 273 000.

BUENOS AIRES: Clarín, Correo de la Tarde, Crónicas, Comercial, El Mundo, Intervalo, La Nación, La Opinión, La Prensa, La Razón.

Se publicaron también diarios en:

Azul	Olavarría
Bahía Blanca	Paraná
Balcorce	Pehuajo
Catamarca	Pergamino
Comandante Rivadavia	Posadas
Concepción del Uruguay	Quilmes
Concordia	Rafaela
Córdoba	Resistencia
Corrientes	Río Cuarto
Chivilcoy	Río Gallegos
Formosa	Rosario
General Pico	Salta
General Roca	San Francisco
Gualeday	San Juan
Gualedaycha	San Luis
Lemús	San Rafael
La Plata	Santa Fe
La Rioja	Santa Rosa
Lanús	Santiago del Estero
Loma de Zamora	Tandil
Mar del Plata	Tres Amigos
Mendoza	Tucumán
Necochea	Villaguay
Nueve de Julio	Villa Mercedes
	Zárate



Radios: 1 por cada H. (1974)
TV. : 1 por cada Hab. (1974)

B) MCS. POPULARES

- **"EVITA MONTONERA"**, Publicación mensual, oficial de la Organización Político-militar revolucionaria MONTONEROS. Se comienza a imprimir con las actuales características desde fines del año de 1974, y desde esa fecha aparece ininterrumpidamente. Organó de difusión a nivel nacional desde la clandestinidad orgánica. Montoneros es una organización revolucionaria que nace públicamente en mayo de 1970 en el seno del Movimiento Peronista. En años posteriores dos organizaciones político-militares (Descamisados y Fuerzas Armadas Revolucionarias) se fusionan con ella.

- **EL MONTONERO**, Publicación mensual, oficial de la Organización político - militar revolucionaria MONTONEROS. Analiza temas coyunturales que nacen a las tareas de las bases del proceso nacional y el proyecto de Liberación Nacional y Social.

- **EL COMBATIENTE**, Publicación mensual, oficial del Partido Revolucionario de los Trabajadores (PRT), cuyo brazo armado es el Ejército Revolucionario del Pueblo. El PRT es un partido de cuadros, de origen marxista-troquista, que en 1968 se escinde en dos y en 1970 funda el ERP, su sector mayoritario, denominado "El Combatiente".

- **ESTRELLA ROJA**, Publicación mensual, oficial, del EJERCITO REVOLUCIONARIO DEL PUEBLO, conducido políticamente por el PRT. Tanto "El Combatiente" como "Estrella Roja", se imprimen en la clandestinidad.

- **PURO PUEBLO**, Revista de un sector militante peronista de la provincia de Córdoba, que comienza a aparecer en 1974 y edita cinco números, hasta su cierre por represión a la prensa popular. Su ideario se hermanaba con las posiciones del Peronismo de Base.

* **NOTICIAS.** Diario matutino aparecido a fines del año 1973, allanado por la policía y clausurado en septiembre de 1974. Contemplaba todos los renglones de la información diaria y alcanzó una alta popularidad, llegando a ediciones de 120 000 ejemplares, y un término medio de 80 a 90 mil. Más allá de su información cotidiana, en lo político respondía a un criterio frentista, hegemónico por los sectores populares peronistas que se nucleaban detrás de las posiciones de la organización Montoneros.

* **INFORMACION.** Revista Semanal donde participaban el Movimiento Peronista Auténtico, sectores de la izquierda de la Democracia Cristiana, del radicalismo y rigoyenista y socialista. Dejó de aparecer con el arribo de la dictadura militar del General Jorge Videla.

* **JERONIMO.** Revista cordobesa, de índole política, de posiciones nacionales y antimperialistas que durante la dictadura militar expresó perspectivas populares y combativas.

* **CRISTIANISMO Y REVOLUCION.** Revista aparecida en septiembre de 1966 y editada por sectores cristianos revolucionarios que adhieren al Movimiento Peronista a la expresión de la Revolución Cubana y al ejemplo combatiente del sacerdote Camilo Torres, uno de sus responsables directos será el compañero Fernando Abal Medina, luego uno de los fundadores y máximo comandante de la organización político-militar Montoneros. El director de la publicación será Juan Gattar Montoneros. El director de la publicación será Juan García Elorrio, durante la etapa central de la lucha contra la dictadura militar (1966-1972), "Cristianismo y Revolución" será la revista político militante revolucionaria más cabal y ampliamente representativa del enfrentamiento que encaraban las organizaciones populares, desde la línea hegemónica que expresaba el Peronismo Revolucionario. Fue prohibida y clausurada sobre los finales de 1971.

* **NUEVO HOMBRE.** Publicación independiente conformada por un grupo de compañeros que a título personal, expresaban diversas tendencias revolucionarias que adherían a la estrategia de guerra popular prolongada. Fundaron y realizaron Nuevo Hombre, hasta su clausura, los compañeros Dardo Cabo, Ortega Peña, Alicia Euguren de Cooke y dos compañeros del ERP. Sufrió antes de su clausura, tres atentados terroristas paramilitares, con explosivos de alto poder.

* **ENVIDO.** Publicación analítica-informativa realizada por un grupo de compañeros peronistas, cristianos, nacionalistas antimperialistas. Comenzó a editarse en 1970 y su último número apareció a finales de 1973. Interpretó desde diversos planos los tres últimos años de la dictadura militar, reivindicando la existencia popular de la lucha del Movimiento Peronista, como instrumento central y único para el proyecto popular de liberación.

* **EL MUNDO.** Diario vespertino aparecido a mediados de 1973, allanado y atacado varias veces por fuerzas policiales y parapoliciales, y finalmente clausurado en los primeros meses de 1974. Avalado por el PRT, expresaba los postulados de este partido y sus agrupaciones frentistas (FAS). Tuvo una excelente y valiente cobertura de la caída de la Unidad Popular en Chile, vendía aproximadamente 50 000 a 60 000 ejemplares diarios en su época de tirada exitosa.

* **CONFLUENCIA.** Revista mensual dirigida por el periodista revolucionario, Eduardo Jozami, hoy preso político de la dictadura militar. Apareció a fines de 1973 y respondió totalmente a la política del peronismo que vanguardió la organización Montoneros.

* **REVISTA DE AMERICA.** Publicación editada por el Partido Socialista de los Trabajadores, pequeño núcleo partidario del socialismo en la Argentina, cuya figura más conocida es Juan Carlos Coral.

* **EL AUTENTICO.** Organó semanal del Movimiento Peronista Auténtico, que alinea sus posiciones de lucha política de acuerdo a los rumbos estratégicos que traza en el proceso de liberación nacional y social. La organización Montoneros comenzó a editarlo a principios de 1975 y fue clausurado a mediados de ese mismo año. Había iniciado la primer y única profunda investigación sobre los integrantes de la Triple A, campaña de denuncia que publicaba en serie periodística.

* **MILITANCIA.** Revista semanal aparecida en abril de 1973, y realizada por un grupo de compañeros cercanos a las posiciones del Peronismo de base y de corrientes clasistas marxistas. Dirigida por el militante periodista y diputado del peronismo revolucionario Ortega Peña, una de las primeras víctimas de la Triple A. Fue clausurado en abril de 1974.

* **DE FRENTE.** Revista semanal que apareció en reemplazo de Militancia, también bajo la dirección del compañero Ortega Peña. Toma su nombre de una revista dirigida por el dirigente e ideólogo del peronismo revolucionario, John W. Cooke, durante el Gobierno Peronista en la década del 50. La revista "De Frente" dirigida por Ortega Peña dejó de aparecer con el asesinato

de su director.

* **ANTROPOLOGIA DEL TERCER MUNDO.** Publicación fundada por un importante grupo de profesores, estudiantes y militantes peronistas de las llamadas "Cátedras Nacionales". Tuvo diversas etapas en cuanto a su orientación dentro de la realidad del Peronismo, siendo su más importante aquella donde integró las filas del Peronismo de Base.

En México circulan actualmente:

- * **BOLETIN DEL MDA.** Organó del Movimiento Democrático Antidictatorial.
- * **COSPA.** Boletín del Comité de Solidaridad con el pueblo Argentino.
- * **DENUNCIA.** Publicación del Movimiento Antimperialista por el Socialismo.
- * **ESTRELLA FEDERAL.** Organó oficial del Ejército Montonero.
- * **IZQUIERDA POPULAR.** Organó del Frente de Izquierda Popular de Argentina.

SAN JOSE DE COSTA RICA

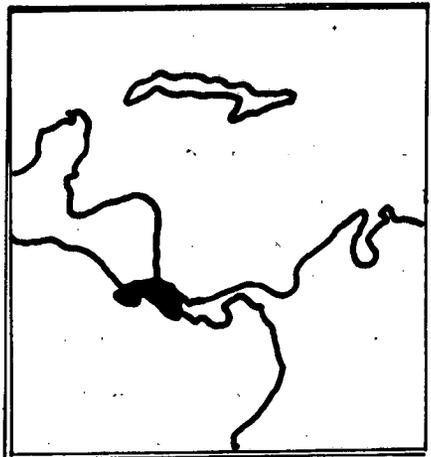


A) MCS COMERCIALES

- **DIARIOS:** 7 con 200 ejemplares
- **RADIOS:** 1 cada 10 h.
- **T.V.:** 1 cada 10 h.

SAN JOSE:

LA NACION
LA REPUBLICA
LA PRENSA LIBRE

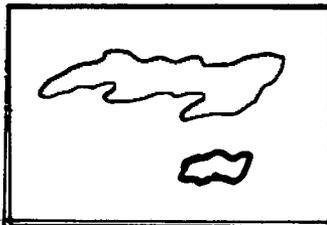


B) MCS POPULARES

- * **CENTRO VICTOR SANABRIA**
C.C.T.: Boletín de la Central Centroamericana de Trabajadores.
- * **ESTUDIOS SOCIALES CENTROAMERICANOS.** Revista cultural del Centro de Estudios Sociales Centroamericanos editada por un grupo de intelectuales universitarios.
- * **LA VERDAD (PSC)**
- * **LIBERTAD.** Organó del Partido Vanguardia Popular, integrado a la corriente comunista internacional.
- * **NOTICIERO CENTRO DE INFORMACION SOBRE CENTRO AMERICA.** (Apdo. 193; 3 LA/URUCA—S. José).
- * **PODER Y ACCION (UCR)**
- * **POSICION REVOLUCIONARIA.** Organó oficial del Movimiento Revolucionario del Pueblo. Está orientado fundamentalmente a reflejar en sus páginas los conflictos gremiales y el proceso de organización de la clase obrera costarricense.
- * **PUEBLO.** "El periódico de las mayorías" según anuncia en su portada, es editado por sectores de la izquierda independiente.
- * **RADIO MONUMENTAL.**
- * **SOLIDARIDAD.** Organó oficial de la Central de Trabajadores Costarricenses (CTC)
- * **UNIVERSIDAD.** Se define como órgano de la opinión universitaria. Refleja en sus páginas a la diversidad de tendencias combativas y socialistas que desarrollan su actividad en el seno de la Universidad.

- * **PUEBLO NUEVO.** Seminario de informes.
- * **HOY.** Boletín informativo del centro Víctor Sambrano.

CUBA



A) MEDIOS DE COMUNICACION

- **DIARIOS:** 15 Circulación: 53 000 (1975)
- **RADIOS:** 1 cada 4.4 hab. (1975)
- **T.V.:** 1 cada 15.6 H (1975)

- * **LA HABANA:** "GRANMA". "JUVENTUD REBELDE"
- * **SANTIAGO DE CUBA:** "SIERRA MAESTRA"
- * **CAMAGUEI:** "ADELANTE"
- * **MATANZAS:** "GIRON"
- * **PINAR DEL RIO:** "GUERRILLERO"
- * **HOLGUIN:** "AHORA"
- * **LAS VILLAS:** "VANGUARDIA"

VERDE OLIVO. Revista de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Cuba.

B) M.C.S. POPULARES

* **ANAP.** Revista mensual que publica la Secretaría Ideológica de la Asociación Nacional de Agricultores Pequeños, con sede de la redacción en La Habana.

* **BOHEMIA.** Revista semanal de amplia popularidad en Cuba. Con una tirada por edición que supera los 500 000 ejemplares por edición. Aparecía antes de 1959, y estaba en manos privadas proimperialistas. El gobierno de la revolución la expropió. Trata temas generales de Cuba y el mundo. Tiene secciones culturales, de crítica, comentarios, cómicas.

* **BOLETIN INFORMATIVO.** (COM. CHILENO SOLID. CON RESIST. ANTIFASC.) LA HABANA.

* **CASA DE LAS AMERICAS.** Revista cultural, política, estética ensayística aparecida en el año de la Revolución (1959) y que muy pronto nucleó y expresó a todos los intelectuales revolucionarios latinoamericanos. Poetas, cuentistas, novelistas, historiadores, sociólogos, antropólogos comprometidos con la liberación pasaron por sus páginas. Casa de las Américas, es una institución que además edita libros, discos, organiza concursos literarios y publica otras revistas.

* **CON LA GUARDIA EN ALTO.** Organó de los Comités de Defensa de la Revolución. Aparición mensual.

* **CUBA.** Revista de distribución nacional e internacional, mensual, que publica la República Socialista.

* **EL CAIMAN BARBUDO.** Revista literaria cubana de publicación mensual. Redacción en La Habana.

* **GRANMA.** Organó oficial del Partido Comunista Cubano. Aparición diaria. Matutino. Informaciones generales sobre Cuba y el campo internacional, desde una perspectiva tercermundista y revolucionaria.

* **JUVENTUD REBELDE.** Organó de la Juventud Comunista Cubana. Aparición diaria. Vespertino. Informaciones generales sobre Cuba y el mundo.

* **LA GACETA DE CUBA.** Organó oficial de la UNEAC (Unión Nacional de Escritores y Artistas de Cuba). Redacción en La Habana. Aparición Mensual.

* **PALANTE.** Revista de humor de aparición mensual. Redacción en La Habana.

* **REVOLUCION.** Periódico de edición diaria, organó oficial del Movimiento 26 de julio, organización revolucionaria y vanguardia del pueblo cubano en su victoriosa marcha hacia la liberación nacional y el socialismo. Dejó de aparecer; y fue suplantado luego por el Granma, periódico organó oficial del Partido Comunista Cubano.

* **REVOLUCION Y CULTURA.** Organó oficial del Consejo Nacional de Cultura. Redacción en La Habana. Aparición Mensual.

- * **SUPLEMENTOS DEL GRANMA.** Ediciones especiales que realiza el Granma, sobre temas populares y revolucionarios, y que, en forma de suplementos, acompañan ciertas ediciones del Granma diario. Por ejemplo: "Tania la guerrillera inolvidable", "El Granma Campesino", etc.

- * **Prensa Latina (PL).** LA HABANA.

- * **UNION DE PERIODISTA DE CUBA (CUPC).** LA HABANA.

EL SALVADOR

A) MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL COMERCIALES

- **DIARIOS:** 12 Circulación: 234 000 (1975).
- **RADIOS:** 1 cada 2.8 habitantes (1975)
- **TV.:** 1 cada 29 habitantes (1975).

* PERIODICOS.

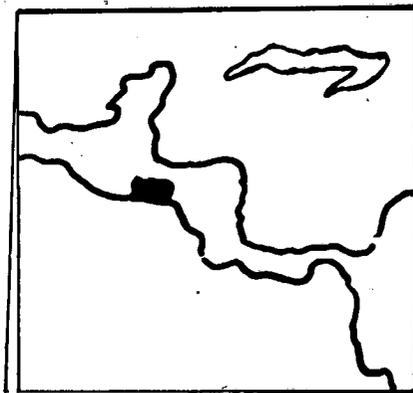
EL DIARIO DE HOY.
 DIARIO LATINO.
 LA PRENSA GRAFICA
 TRIBUNA LIBRE
 EL MUNDO

- * **SANTA ANA.**
 DIARIO DE OCCIDENTE.

- * **SONSONATE.**
 EL HERALDO.

- * **SAN MIGUEL.**
 DIARIO DE ORIENTE.

- * **USULUTAN.**
 LA TRIBUNA.



B) MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL POPULARES.

- * **OPINION ESTUDIANTIL.** Publicación de centro Estudiantil de la Universidad de El Salvador. Periódico de aparición aproximadamente mensual que expresa posiciones de lucha de los universitarios frente a todos los temas que hacen a los claustros, y el país en general. En su trayectoria reconoce varias etapas de vida, por cuanto muchas veces fue prohibido, en otras la situación imperante interrumpió sus ediciones. Es un órgano que siempre mantuvo una intransigente postura antimperialista y en favor de la clase obrera, campesina y el pueblo en su conjunto.

- * **LA VERDAD.** Organó del Comité Central del Partido Comunista de El Salvador. Periódico de índole teórica pedagógica, no publica información de masas, sino que preferentemente se dedica a análisis del marxismo y a rescatar el pensamiento de los clásicos de la teoría revolucionaria.

- * **TRIBUNA POPULAR.** Periódico sobre temas sindicales y populares que edita el Partido Comunista de El Salvador. Reclamos obreros, huelgas, reivindicaciones salariales ocupan la mayor parte de sus páginas. También presenta notas de índole cultural y un resumen informativo internacional.

- * **PRIMERA PLANA.** Boletín periódico semanal que editan alumnos y profesores del Departamento de Periodismo de la Universidad de El Salvador. De índole informativo periodístico, recoge noticias de agencias socialistas y tercermundistas sobre los países del mundo, desde una posición antimperialista y antidominante.

- * **CRITICA.** Publicación de la Agrupación Gremial de Estudiantes Universitarios.
- * **POLEMICA.** Organo del Frente de Acción Popular Unificada (FAPU).
- * **PUEBLO.** Organo de divulgación ideológico-política del Frente de Acción Popular Unificada (FAPU).
- * **ORIENTACION.** Semanario de la Arquidiócesis de San Salvador.
- * **NOTICIAS DEL SALVADOR.** Organo informativo del Comité Mexicano Pro-derechos Humanos de El Salvador.

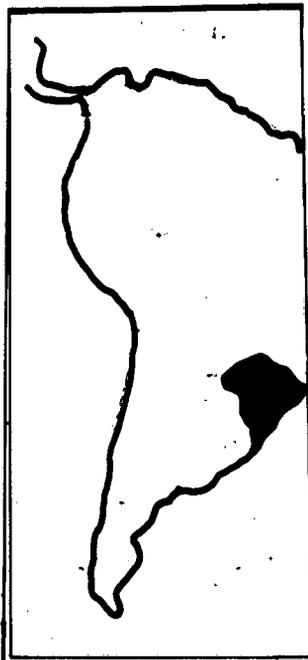
URUGUAY



A) MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL COMERCIAL.

- **DIARIOS:** 30 20 de ellos con circulación de 400 ejemplares.
- **RADIOS:** 1 cada 1,8 hab.
- **TV.:** 1 cada 8,6 hab.

- * **Maldonado:**
PUNTA DEL ESTE
- * **Mercedes:**
ACCION
EL DIA
EL RADICAL
- * **Minas:**
LA UNION
- * **Parsandú:**
EL TELEGRAFO
- * **Rivera:**
NORTE
- * **Rocha:**
EL ESTE
LA PALABRA
- * **Salto:**
LA PRENSA
TRIBUNA SALTEÑA
SAN JOSE
AQUI ESTA
- * **MONTEVIDEO:**
EL DIA
EL DIARIO
EL PAIS
EL POPULAR
LA MAÑANA
ACCION
B.P. COLOR
DIARIO ESPAÑOL
GACETA COMERCIAL
EL DEBATE
EL PLATA
LA TRIBUNA



- * **Canelones:**
EL NOTICIERO
NUEVOS RUMBOS
- * **Carmelo:**
EL MUNICIPIO
- * **Colonia:**
EL IDEAL
- * **Florida:**
EL HERALDO

B) MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL POPULAR.

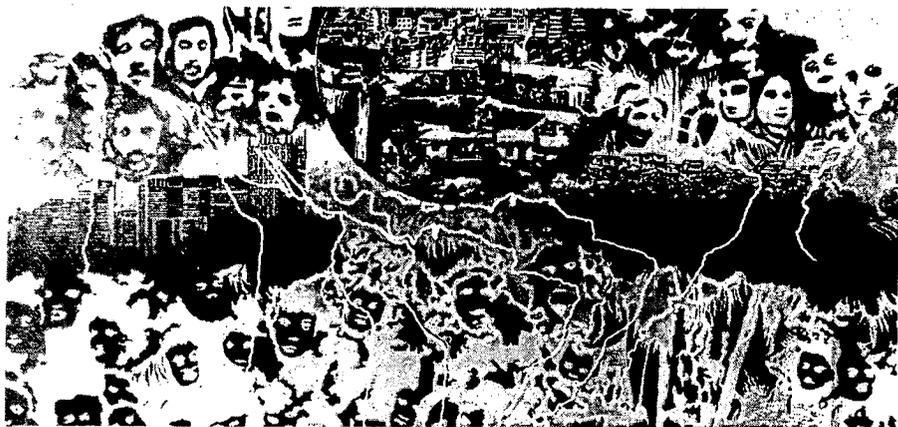
* **BOLETIN DE LA RESISTENCIA.** Publicación que editan desde el exilio militantes uruguayos de orientación anarquista y marxistas. Se propone como órgano político — periodístico de contrainformación, para oponerse a la tendenciosa comunicación diaria que sobre la realidad de su país realizan las agencias internacionales de noticias. Confecciona un calendario diario de sucesos donde quedan registrados los más importantes hechos.

* **DESDE URUGUAY - CARTA.** Publicación y volante que imprime y difunde el partido Comunista Uruguayo desde el país, en forma clandestina y para distintos frentes de masas uno, y con información más internacional el otro.

* **INFORMACIONES.** Publicación semanal editada por un secreto o corriente del Movimiento de Liberación Nacional de Tupamaros, en el exilio. Es un boletín que abarca la denuncia de torturas y asesinatos que cometen sobre militantes populares y activistas Tupamaros los regímenes de Uruguay y Argentina. Analiza la realidad uruguaya y difunde el estado del país bajo el gobierno represivo proimperialista.

* **MARCHA.** Tradicional periódico semanal uruguayo, de línea nacionalista de izquierda, que expresó durante sus 40 años de vida temas latinoamericanos y mundiales desde una clara posición antimperialista. Dirigido por Carlos Quijano, "Marcha fue cerrada y clausurada por la actual dictadura fascista de Bordaberry. Muchos de sus periodistas debieron exilarse. Otros se encuentran en prisión. La fotocopia de la primera plana que informa sobre "Los últimos días de Allende" es el último número editado.

* **NUEVO TIEMPO.** Periódico de grupos de izquierda, comunista, socialista y nacionalista, de denuncia, concientización y movilización política de los trabajadores, que se edita irregularmente en el Uruguay.



LA CONFERENCIA CUMBRE DE LOS PAISES NO ALINEADOS EN LA PRENSA VENEZOLANA

Durante los primeros días de septiembre de 1979 se celebró en La Habana la Conferencia Cumbre de los Países No Alineados. Por vez primera se reunía un encuentro de esa magnitud en América Latina. Asistieron delegaciones de 95 países, 55 de ellas encabezadas por presidentes, jefes de gobiernos o de movimientos de liberación. En esos mismos días, el gobierno norteamericano denunció la presencia de una brigada del ejército soviético en Cuba, como un hecho que afectaba la propia seguridad de los Estados Unidos. Las agencias noticiosas dieron gran despliegue a estos hechos durante varias semanas. Particularmente las agencias transnacionales norteamericanas, ofrecieron mayor volumen informativo a la denuncia de la Casa Blanca. Consecuentes con una línea de acción que se ha evidenciado en otras ocasiones, esta vez la política informativa de la AP y de la UPI estuvo en correspondencia con la política del Departamento de Estado, y lograron que la mayoría de los periódicos de América Latina reflejaran esa línea informativa.

En la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, en el seminario sobre **La Sección Internacional de la Prensa Venezolana**, que dicta el profesor Eleazar Díaz Rangel, un grupo de alumnos, coordinados por Víctor Suárez, adelantó una investigación sobre el tratamiento de ambos hechos en tres diarios de Caracas. La investigación se adelantó durante cuatro semanas a partir de la instalación de la Conferencia de los No Alineados, a objeto de determinar el tratamiento periodístico a esos dos acontecimientos o hechos noticiosos. En este caso, la investigación se limitó a su aspecto cuantitativo, y a continuación ofrecemos algunos de sus resultados.

	Conferencia de Países No Alineados		Tropas Soviéticas en Cuba		Superficie Total
	Cm. x Col	%	Cm. x col.	%	
EL UNIVERSAL	2.663	63,55	1.527	36,44	4.190
EL NACIONAL	2.398	49,34	2.461,5	50,66	4.859,5
D. DE CARACAS	971	64,13	543	35,87	1.514

Este primer cuadro es bastante revelador de un hecho inexplicable, desde el ángulo periodístico. Como puede observarse, **El Universal** y **El Diario de Caracas** ofrecieron un volumen de información sobre ambos acontecimientos bastante parecido. **El Universal** destinó el 63,55% del espacio a informaciones sobre la conferencia de los No Alineados, mientras **El Diario** destinaba el 64,13%. En cambio, **El Nacional** distribuyó su espacio en forma pareja; prácticamente la mitad del volumen a cada uno de los dos hechos, lo que, aparentemente revela que les dió igual importancia como hechos noticiosos.

Sin embargo, no hubo explicación al siguiente hecho: **El Nacional** fue el único de los tres diarios que, apenas se produjo la denuncia del Presidente Carter sobre la presencia de tropas soviéticas en Cuba, advirtió que se trataba de una maniobra distraccionista con el propósito de restar importancia a la Conferencia. Si esta interpretación era correcta, no se explica que **El Nacional** hubiese dado a la denuncia igual importancia en su tratamiento cuantitativo (igual espacio) que a la Conferencia de los No Alineados.

Por tratarse de diarios con características similares, incluido el formato, en los cuadros que se reproducen a continuación sólo se incluyen los resultados de las mediciones en ambos.

Primera página

	No Alineados		Tropas Sov.	
	cm.col	%	cm. col.	%
EL UNIVERSAL	178	52,50	161	47,49
EL NACIONAL	90	40	135	60

Agencias Noticiosas (textos y gráficas)

	No Alineados		Tropas Sov.	
	Cm.col	%	cm. col	%
EL UNIVERSAL	1.243	60,19	822	39,80
EL NACIONAL	1.036	40,38	1.530	59,62

Nota: El mayor volumen de información sobre TSC (tropas soviéticas en Cuba) fue suministrado en ambos diarios por las dos agencias norteamericanas. **El Nacional** se publicaron 551 cm. x col. de la UPI y 353 de la AP; 165 de Reuter, 68 de EFE y 40 de PL; y en **El Universal**, fueron publicados 510 cm. x col. de la AP y 168 de AFP-EFE. En cambio, el mayor volumen de noticias sobre NA (conferencia de países No Alineados) fue suministrado por PL (262), Reuter (212) y AP (128) y AP (128) en **El Nacional**, mientras en **El Universal** la AP suministró 560 cm x col. y la AFP-EFE 508.

Redacción del Periódico

	No Alineados		Tropas Sov.	
	cm. col	%	cm. col	%
EL UNIVERSAL	387	100	00	00
EL NACIONAL	68	26,35	190	73,65

Se refiere el material procesado por el personal de redacción de cada diario. En **El Nacional** se excluyen comentarios de su columnista L.E. Rey (317 cm. sobre NA y 159 cm. sobre TSC).

Número de Informaciones (títulos)

	No Alineados	Tropas Sov.
EL UNIVERSAL	32	24
EL NACIONAL	27	28

Informaciones en la 1a. página

EL UNIVERSAL	8	6
EL NACIONAL	3	4

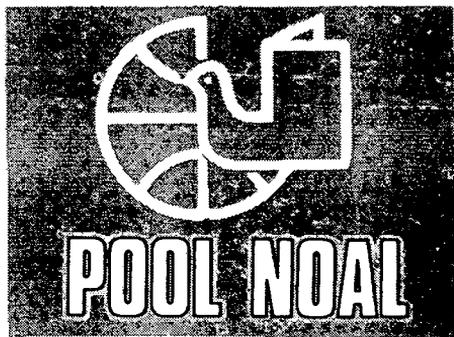
Despliegue informativo

(Este cuadro permitirá distinguir la superficie ocupada por textos y gráficas sobre cada uno de los dos hechos, de la superficie ocupada por los títulos. La distinción es importante porque esta última revela la valoración que dió la Redacción en cada periódico a través del despliegue en los titulares).

	No Alineados			Tropas Soviéticas		
	Superficie	Títulos	%	Superficie	Títulos	
EL UNIVERSAL	2.663	672	21,6	1.527	467	21,6
EL NACIONAL	3.106	1.410	78,4	2.461	388	

Nota: En **El Universal**, el 59% de los títulos correspondió a noticias sobre los NA y el 41% a títulos de informaciones sobre TSC. En **El Nacional**, el 75.20% del espacio de los títulos correspondía a NA y el 24.80% a TSC.

De esta medición realizada por los estudiantes del Seminario mencionado, la conclusión más importante es que la prensa venezolana, y seguramente la latinoamericana, fue instrumento —en muchos casos consecuente— de la política del Departamento de Estado vehiculizada por las transnacionales de la información.



Prensa Comunitaria en el Brasil

(Discusión conceptual y alternativas para la acción)

JOSE MARQUES DE MELO

“Una prensa sólo puede ser considerada comunitaria cuando se estructura y funciona como medio de comunicación auténtico de la comunidad. El periodista desempeña un importante papel en el desenvolvimiento de esa prensa cuando concibe su mandato a partir del poder popular y no como una mera delegación formal”.

En 1978, por invitación del Departamento de Periodismo y Editorialización de la Escuela de Comunicación y Artes de la USP, participamos en la IX Semana de Estudios de Periodismo, componiendo un panel con la finalidad de discutir los caminos de la prensa comunitaria en el país. Las reflexiones hechas en aquella ocasión son retomadas en el presente artículo y pretenden ampliar la discusión conceptual sobre esa modalidad de prensa periódica e indicar alternativas posibles para su desenvolvimiento en una sociedad de clases.

Discusión conceptual

Los organizadores de la IX Semana de Estudios de Periodismo formulaban, en la carta de invitación a los participantes, una conceptualización en los siguientes términos: “El encuentro de este año tiene como objetivo particular trazar la discusión sobre una de las modalidades de prensa más importante, y paradójicamente, más desprestigiadas: la prensa comunitaria, entendida como tal el conjunto de los vehículos que integran la prensa de barrios, la prensa del interior, la prensa negra, la prensa religiosa y la prensa de emigrantes” (1).

¿Será que ese concepto puede merecer una aceptación tranquila en el caso brasileño? ¿Constituyen modalidades de prensa comunitaria todas las especies discriminadas?

Consideramos que no. Y al tomar tal posición nos basamos en la idea de que la prensa comunitaria debe ser al mismo tiempo el vehículo aglutinador y el portavoz de un grupo de individuos conscientemente organizados (sin importar si esa organización asume una naturaleza geográfica, económica, institucional o ideológica).

En otras palabras, una prensa sólo puede ser considerada comunitaria, cuando se estructura y funciona como medios de comunicación auténtico de una comunidad. Esto significa decir: producido **por y para** la comunidad.

¿La **prensa de barrios**, en nuestro país, es una prensa comunitaria?

Para responder a esta cuestión tomemos como punto de apoyo el concepto de comunidad propuesto por Max Weber: “Llamamos comunidad a una relación social cuando y en la medida en que el comportamiento en la acción social se inspira en un sentimiento subjetivo —afectivo o tradicional— de los participantes en el sentido de constituir un todo” (2).

Siendo así, ¿es posible decir que la población que vive en un barrio de nuestras grandes ciudades constituye una comunidad? Creemos que no. Pues, más allá del factor geográfico, que aproxima a los individuos allí insertados, no existe una acción social colectiva que los aglutine, que los identifique. ¿Es que la lectura de un periódico editado en aquella área y para ella dirigida no cumpliría ese papel aglutinador? También creemos que no, pues tales vehículos no son

frutos de acción de la cual el grupo social por sí mismo consigue gestar una acción orgánica de la población o una conciencia social en torno del espacio que cubren. Son vehículos producidos para el barrio y no por el barrio. Son canales de comunicación que operan de fuera para adentro, casi siempre atendiendo a intereses que no coinciden con los de aquel agrupamiento humano especialmente localizado.

En el caso de los periódicos de barrio existentes en Sao Paulo, dice Bernardo Lerer que todos se autoproclaman "comunitarios" —"hay una línea de conducta común a todos: formar una comunidad, servir de vehículo a los intereses de esa comunidad, ser un puente de convergencia de las actividades de esa comunidad". Por eso señala Lerer que "eso es muy poco en el diario. El resto es lucro". Y explica que los primeros diarios de barrios de la capital paulistana se destinaban a "funcionar como órgano de presión para conseguir algo para la comunidad que ella atendía o para el hombre que lo dirigía". Pero esos diarios pioneros desaparecerían rápidamente "porque no había alguna razón para que la población los aceptase". Ellos sólo han encontrado posibilidades de sobrevivencia cuando se han orientado para servir a los intereses publicitarios de los comerciantes locales (3).

¿Y la **prensa negra**? ¿Será que refleja la conciencia comunitaria de los 'pretos' brasileños? También opinamos negativamente, una vez que su producción y consumo se restringe a los intelectuales negros o a intelectuales blancos que participan de las ideas anti-racistas, sin que se configuren como una aglutinación suficiente para ser caracterizada como comunidad. Como dice Roger Bastide: "los diarios de 'pretos' representan mucho más la opinión de la clase media de los negros que de la masa". Y apunta una de sus funciones principales: "el diario es una señal de ascenso de tales o cuales individuos de una clase cuya reivindicación principal es la movilidad" (4).

¿Podrá considerarse a la **prensa religiosa** como una prensa comunitaria? En las condiciones en que es producida en nuestro país, esa prensa no pasa de una actividad comunicativa con objetivos adoctrinadores, reflejando mucho más los altos escalones de las jerarquías eclesiásticas y siendo rara vez protección de los anhelos de los fieles, considerados simplemente como receptores pasivos de los mensajes allí diseminados. Analizando, por ejemplo, los diarios católicos, Romeu Dale traza el siguiente cuadro: "De un modo general, los diarios católicos todavía existentes tienen una presencia muy limitada y sufren de una dificultad congénita: son propiedades de organismos oficiales de la Iglesia. De un lado, estos no deben tomar partido en las cuestiones propiamente temporales; de otro lado, un diario sólo puede ser actualizante si está comprometido en esas realidades económicas, sociales, culturales y políticas. Los semanarios ejercen todavía una influencia menor, y, con raras excepciones que tienden a multiplicarse, presentan un estilo eclesiástico, cuando no clerical. La imagen de Iglesia que ostentan deja, por esos mismo, que desear, siendo fácilmente parcial y a veces incluso deformada" (5).

¿Y qué decir de la **prensa del interior**? ¿Cuál es la articulación que existe entre los periódicos editados en las pequeñas ciudades de nuestro país y las respectivas poblaciones? Quien ofreció respuesta para esa indagación fue Wilson de Costa Bueno, en su tesis de maestría, defendida en la ECA-USP. El constató, por ejemplo, que la prensa del interior en Sao Paulo no tiene otra vinculación con la comunidad (si es que podemos aceptar la afirmación de que existe comunidad auténtica en una ciudad del interior) sino la de que circula en aquel determinado espacio geográfico.

Comprometida con el poder político local, y editada por personas idóneas, la prensa paulista del interior representa una empresa personalista de sus propietarios, cuyas relaciones con los lectores se limitan al aspecto mecánico de la circulación y eventualmente la aceptación de ciertas presiones que puedan acarrear peligros para la estabilidad mercadológica o política del periódico (6).

Quedaría por considerar también la **prensa de emigrantes**. Se trata de un caso típico de empresa comunitaria en el país, por lo menos en lo que se refiere a su período inicial —una prensa que circuló en algunas ciudades brasileñas a fines del siglo pasado y comienzos de éste. Fue una prensa hecha por comunidades cerradas, cuyas dificultades lingüísticas y culturales y cuyos intereses económicos provocaron una aglutinación consciente, gestando la necesidad de creación de canales propios para la expresión de sus sentimientos étnicos y para la mantención de los patrones culturales de origen, como bien ha demostrado Sergio Caparelli (7). Sin embargo, como también ha ocurrido en otras áreas de inmigración intensiva— Estados Unidos, Canadá y Austra-

lia— esa prensa declina tan luego ocurre el proceso de integración de esos grupos minoritarios en la sociedad nacional (8). Por eso mismo, podemos afirmar que una prensa de emigrantes que todavía perdura en nuestro país no constituye una auténtica prensa comunitaria, pues ha desaparecido la motivación comunitaria que aglutinaba a aquellos grupos adventicios. Los vehículos que continúan manteniéndose (en el caso de periódicos, programas de radio o de televisión) no pasan de ser empresas comerciales, que exploran un dudoso comunitarismo, ciertamente rentable para sus propietarios. Pero es preciso destacar algunas excepciones, como tal vez sean los casos de los periódicos coreanos y chinos, grupos minoritarios aun no asimilados totalmente por la cultura luso-brasileña;

Por tanto defendemos la tesis de que la prensa comunitaria lamentablemente no ha encontrado condiciones para desenvolverse en nuestro país. Las experiencias detectadas, las dos emigrantes, no han reflejado iniciativas de una prensa brasileña, por tratarse de una prensa europea o asiática en tierras brasileñas.

¿Por qué la prensa comunitaria no ha encontrado ambiente para desenvolverse en el Brasil? Exactamente por los mismos motivos que han marcado la lenta y acallada evolución de la gran prensa burguesa y la de la pequeña prensa política.

Las raíces de ese fenómeno están en los elementos que marcan la estructura socio-cultural del país: el analfabetismo de nuestro pueblo, más efecto a la comunicación oral que a la comunicación impresa; el autoritarismo político, que también ha sido una constante en nuestra historia, impidiendo o dificultando la movilización y la participación de los ciudadanos en la conducción de los destinos nacionales; la concentración de la renta en manos de una élite burguesa y pequeño burguesa, que marginaliza vastos sectores de la población del consumo de productos industrializados, inclusive de las mercaderías culturales. Y así en adelante.

Si esas trabas han impedido el desenvolvimiento de la gran prensa nacional, convirtiendo la información impresa en privilegio de la clase dominante y de sus asalariados pequeño-burgueses, es comprensible que la prensa comunitaria no haya encontrado ambiente propicio para su nacimiento y evolución en el Brasil.

Sobre todo debe considerarse el hecho de que no existe vida comunitaria en el país, por lo menos en lo que se refiere a las áreas urbanizadas y alfabetizadas, pues muestra estructura política, autoritaria y desmovilizadora, no tiene permitida la diseminación de los ideales democráticos indispensables a cualquier aglutinación comunitaria.

Tal vez esas experiencias propiamente comunitarias en el Brasil (además de las sociedades tribales, aisladas de la sociedad nacional) sean aquellas que encuentran en la **miseria** un factor de aglutinación: en las "favelas" de las grandes ciudades o en los poblados de las áreas rurales, constituidas respectivamente por migrantes o inmigrantes potenciales. Pero, en esas comunidades, la prensa no tiene ninguna función, por el analfabetismo dominante o por el pauperismo económico. Lo que no significa que no existan vehículos comunitarios de comunicación popular, o, como prefiere llamarlos Luis Beltrán, vehículos de folkcomunicación (9).

Alternativas para la acción

Ante tal panorama, se torna evidente que los caminos de la prensa comunitaria en el Brasil están inseparablemente ligados a la lucha por la transformación de la estructura social y económica del país, en el sentido de la implantación de una democracia política. Lucha que asegura las condiciones para el establecimiento de organizaciones auténticamente comunitarias. Lucha por la socialización económica, de tal modo que se retire a la mayoría de nuestra población de las condiciones de hambre y miseria en que se encuentra actualmente, integrándola a la vida nacional, en condiciones de participar plenamente de la sociedad.

Esa lucha implica un rompimiento del atomismo que es el responsable de la desmovilización de nuestra sociedad y que facilita la dominación ejercida por las élites autoritarias, de aquí y de ultramar. Por lo tanto, es necesario superar el estadio de incomunicación en que vive nuestro pueblo, sea por el aislamiento en relación a los centros de decisión, sea por el conformismo generado por los propios medios de comunicación de masas, hábilmente manipulados por la clase dominante.

El cardenal de Sao Paulo, Dom Paulo Evaristo Arns, sitúa con mucha previsión ese fenómeno: "La incomunicación se vuelve particularmente dolorosa en nuestros tiempos, por ser sentida

en lo que es más intolerable: en la convivencia. Más aún cuando ella nos impide ser plenamente hombres. Y, finalmente, cuando se vuelve en obstáculo principal para la convivencia de los hombres. En nuestros tiempos modernos, los sociólogos verifican, como igualmente los pastoralistas, que es precisamente la familia la mayor víctima de la incomunicación. Algunos recuerdan que la televisión y la radio cortan casi todas las posibilidades de un intercambio espontáneo de ideas en casa. (. . .) Para los que no gozan de estos medios burgueses de diversión, el transporte y el cansancio recortan las horas y dificultan la atención necesaria para una conversación amistosa y fecunda en la familia. Hasta parece que ésta ha perdido el alma de su relacionamiento, esto es, estar junto y al mismo tiempo atento a lo que cada cual es y puede significar para los otros. El mismo análisis atañe a las condiciones de trabajo y a las relaciones en la sociedad. Basta haber observado las máquinas y la esclavización del hombre por ellas, para notar que es imposible tener comunicación en ambiente de trabajo. La filosofía misma del trabajo parece criar ambiente de incomunicación. Si, en otros tiempos, el hombre trabajaba para vivir, hoy vive para trabajar. (. . .) Los medios de comunicación social, en vez de despertar en nosotros el deseo de comunicación, nos quitan y nos inhiben, cuando no llegan a cortar el propio deseo de llevarnos las noticias que nos fueron transmitidas en masa" (10). Todavía, el cardenal Arns no se queda inmóvil, efectuando el mero diagnóstico de la situación. El tiene una propuesta efectiva para la creación de una imprenta comunitaria en nuestro país, que viene siendo intentada, a duras penas, por las comunidades de base, respaldadas hoy por la periferia de muchas ciudades brasileñas. "Precisamos de medios capaces de romper la atmósfera compacta de incomunicación producida por los diarios, radios y televisores. Esos folletos, pequeños diarios o comunicados, sólo llegarán a ser verdadera comunicación en caso de que se tornen **convivenciales**. En caso de que provoquen la convivencia. Si consiguen transmitir vida que despierta nueva vida. Si llegan a tocar puntos de interés vital y comunitario. Si colocan al hombre en el centro de sus comunicaciones. Sin embargo, tales pequeños medios sólo serán eficaces y duraderos si tienen un buen asesoramiento y se respetan las reglas de comunicación:

a) Ellos precisan de un verdadero asesoramiento. De personas capaces de verificar datos. Y los hechos sólo interesan en cuanto los hombres que leen los boletines y periodiquitos encuentran gestos de amistad, comprensión del sufrimiento, soluciones posibles para problemas que duelen y afligen. Las noticias por tanto precisan ser bien planeadas, organizadas y presentadas.

b) Las fases y reglas de comunicación incluyen siempre una búsqueda o recepción de informaciones en la cercanía y en la vida medio confusa de los hombres. Ellas precisan además especializarse, sin ceder a la tentación del especialismo, transmitiendo lo que parece obvio, más que lo que tiene que ser dicho. Lo que convence sin hacer presiones. Lo que empuja, sin exageraciones en promesas irrealizables. Tales medios deben ser simples, como es simple el alma del pueblo. Pero han de transmitir vida, sangre y fe, porque el Pueblo se nutre de esperanzas de vida, de renovación y de ideales. Ninguno puede esperar que se alcance, desde luego, el ideal de esos pequeños medios de comunicación. Es preciso como siempre, aprender haciendo, y hacer aprendiendo. Comenzar en cuanto existe la convicción de que los medios serán útiles y apreciados por aquellos a quienes se dirigen" (11).

Ahora bien, eso presupone que la dinamización de una prensa comunitaria está íntimamente vinculada a la organización de las propias comunidades, o sea, a la concientización de la masa trabajadora para la reivindicación y conquista de su papel de agente de las transformaciones sociales. Es una posición no del todo distante de aquella estrategia sugerida por Enzensberger: "Una estrategia socialista de los medios de comunicación debe tender a la eliminación del aislamiento de los participantes individuales del proceso social de aprendizaje y producción. Pero esto no es posible sin la autoorganización de los interesados. Aquí está el núcleo de la cuestión de los medios. Aquí está la cuestión que separa las tendencias socialistas, neoliberales y tecnócratas. Quien cree que la emancipación se puede lograr con la ayuda de un aparato o sistema de aparatos tecnológicos, cualquiera que sea su estructura, sucumbe a una fe oscura en el progreso. Y quien cree que la libertad de los medios quedará implantada tan luego cada individuo se dedique a emitir y recibir, sucumbe a un liberalismo que, bajo ropajes actualizados, proclama la ya superada idea de una armonía preestablecida entre todos los intereses sociales. Frente a tales ilusiones, cabe hacer hincapié en el hecho de que el uso correcto de los medios exige y posibilita una organización. Toda producción que tenga por objeto los intereses de los propios productores presupone un método colectivo de producción. Eso es una forma de autoorganización de las

necesidades sociales" (12).

Las propuestas de Arns y Enzensberger constituyen alternativas robustas para pensar en la prensa comunitaria de las áreas subdesarrolladas, neutralizando propuestas ingenuas, como aquella que Miguel Angel Ferrara, técnico de la OEA, presentaba en el Seminario sobre Periodismo de Comunidad, que CIESPAL realizó en 1971, en Costa Rica.

Ferrara partía de un cuadro que contemplaba el autoritarismo, el caudillismo, la educación anacrónica y la sumisión popular a los intereses de clase, en las regiones agrícolas de América Latina. Para hacer frente a esos problemas, él sugería una "acción de la prensa como instrumento de cambio", enfatizando también la necesidad de realizar un "esfuerzo de movilización de opinión para criar y sustentar una conciencia favorable a la mudanza".

En verdad, la "mudanza" de que habla Ferrara tiene su desaguadero en el "progreso", en el "desarrollo", dejando al margen la cuestión de la transformación social que tenga en el pueblo a su protagonista. Por eso mismo, su "receta" de imprenta comunitaria se aproxima más a un proyecto liberal y reformista (centrándose en el editor preclaro capaz de catalizar los anhelos populares) y bastante menos a una acción democrática desencadenada y agilizada por la propia comunidad.

Esa es la idea que Ferrara tiene de un diario comunitario para las áreas rurales: "Queremos destacar las cualidades de una prensa comunitaria que acciona mecanismos de cambios, mediante el compartir de las inquietudes, de las quejas y satisfacciones, las bondades y las miserias del grupo que le da vida y donde encuentra sustento. La prensa de comunidades, especialmente rurales, es un hecho aglutinador del medio social. El editor típico de una hoja agraria comparte las dificultades de la vida, lleva y trae recuerdos familiares, y conmueve con simplicidad, traducida en su expresión popular. Este pequeño órgano de opinión, que no trasciende las fronteras del poblado (así ocurre en muchos casos), es el enlace de las familias, reúne a los amigos y ayuda a la comunidad a orientar sus aspiraciones. Casi siempre nos habla de novedades felices, aniversarios y encuentros de amigos, y, también, de las dificultades y favores de la naturaleza, del viento y de la temperatura. Sugiere formas de organización para facilitar el comercio de los productos de la tierra, reproduce aquellas medidas que afectan al trabajo y a la vida de los agricultores, incluye canciones populares en sus columnas y notas de actualidad, refleja el apego de sus autores a la tradición y a las costumbres locales".

Y completa esa imagen, refiriéndose al comportamiento del editor: "El editor la escribe, la diagrama y la vende. Es tema de actualidad en cantinas, en las esquinas, en las reuniones familiares y de amigos. La satisfacción mayor del editor está en que comenten noticias, agradezcan una mención oportuna, destaquen una iniciativa. El no se hace rico con su diario comunitario; sin embargo, es feliz de saberse portador de confidencias, de anécdotas y de poder ofrecer a la comunidad la información que no le llega por otro canal y que le ofrece con olor de tinta y de papel impreso" (13).

En suma, Ferrara piensa que el espíritu comunitario se movilizará por el sentimentalismo de los lectores y el paternismo del editor. Es como si las comunidades rurales de América Latina viviesen en el limbo y pudiesen ser despertadas por el accionamiento de variables puramente psicológicas.

Felizmente, ese tipo de propuesta, que mira tan solamente obtener alteraciones de fachada en la vida social de los países latinoamericanos, no encontraría eco, ni en el mismo Seminario de Costa Rica mencionando. Las recomendaciones del Seminario apuntan rumbos más identificados con las corrientes progresistas de la comunicación en nuestro continente, como se puede ver a continuación: "1) Es indispensable un replanteamiento de la problemática del desarrollo, teniendo por base la movilización y, consecuentemente, la participación de la comunidad en procesos de cambios y una regionalización de los países en zonas homogéneas, sectores amplios pero delimitados, con una población que tenga una estructura ocupacional semejante a una condición económica o tecnológica en los mismos grados o semejantes niveles; 2) Un estudio cuidadoso de los sistemas de representación por delegación, pues, como tal como opera hasta ahora, produce distorsiones respecto a la auténtica participación popular en las instituciones; 3) Establecer mecanismos para la formación de agentes elaboradores de contenido que pertenezcan a los propios grupos sociales emergentes, cuya movilización pondría término al papel que muchas veces ocupan, sin querer, intelectuales de otro origen social, los cuales se transforman en agentes que facilitan la imposición de patrones culturales que obstaculizan la maduración de la propia

conciencia de los grupos sociales que están iniciando el proceso de cambios estructurales" (14).

Es claro que el modo de operación de la prensa comunitaria, dentro de la nueva realidad que se preconiza, topa con algunos obstáculos, no siempre visibles a los que se disponen a cambiar la realidad. El principal obstáculo, según Mattelart, es "el **autoritarismo** implícito en la praxis burguesa de comunicación", del que están impregnados hasta los mismos comunicadores que se predisponen a colaborar en proyectos de naturaleza popular. Para neutralizarlo, se vuelve urgente "devolver el habla al pueblo". Eso implica un redimensionamiento del propio papel del periodista en la construcción de una prensa comunitaria efectivamente popular.

¿Cómo devolver el habla al pueblo? Mattelart ofrece algunas pistas, inspiradas en la tentativa chilena de transición pacífica para el socialismo: "Es preciso vincular la noticia con las iniciativas que se van gestando en el proceso: jornadas de trabajo voluntario efectuadas por los trabajadores, gestión popular de una industria, de una unidad agrícola, uniones concretas entre los distintos actores del proceso de cambio: he aquí algunas expresiones que testimonian la práctica social del pueblo y preanuncian una nueva sociedad. En un proceso revolucionario, el medio de comunicación de masas debe convertirse en organizador, al mismo tiempo que en agente de movilización y agente de identificación de los grupos dominados. La definición de pueblo, en cuanto protagonista, implica, sobretodo, el que las clases trabajadoras elaboren sus noticias y las discutan. Eso significa que ellas puedan ser emisores directos de sus propias noticias, de su comunicación. Para cumplir esta necesidad y esta exigencia, es necesario que tenga a su disposición y bajo su responsabilidad la emisión y confección de un órgano de comunicación, al nivel y en la órbita en que gravita su práctica social: diarios de fábrica, de barrios, de clubes de madres etc." (15).

¿Y cuál es el papel reservado al intelectual, principalmente al periodista, en la acción popular para la construcción de una nueva sociedad? ¿O sea, cuál es la contribución del profesional de la noticia para la edificación de una prensa auténticamente comunitaria? También la respuesta a esa cuestión es dada por Mattelart, quien vislumbra inclusive la responsabilidad de las escuelas de comunicación en la tarea de preparar comunicadores aptos para esa misión libertadora.

"La propuesta de creación de un nuevo medio de comunicación —dice Mattelart— implica una necesidad de redefinir el papel de profesional o del trabajador de la noticia, y, en sentido más general, el **status** del productor y transmisor del saber. En la nueva perspectiva, el periodista debe recibir su mandato del poder popular y no entenderlo como una delegación formal, procurando integrar todas las líneas de modo que, por su intermedio, el pueblo no sea mutilado en su expresión —que cumpla el papel de monitor del sentido. Esta nueva forma de periodismo— contra la cual conspira no solamente el carácter de asalariado del periodista, sino también la **ideología del periodismo**, consagrada por la burguesía como única forma de hacer periodismo— exige una formación ideológica que evita que al recorrer las bases se convierta en mero ejercicio formal de seleccionar o presentar noticias. Los periodistas tienen la responsabilidad de crear junto al pueblo una prensa revolucionaria. Esta tarea incumbe no sólo a los partidos, sino que debe ramificarse también a las escuelas que forman los periodistas y comunicadores . . ." (16)

NOTAS

1. Torquato do Rego, Francisco Gaudencio. "Carta-convite aos participantes da IX Semana de Estudos de Jornalismo. SP, USP, ECA, Departamento de Jornalismo e Editoração, 9 de maio de 1978.
2. Weber, Max. "Comunidade e Sociedade como estruturas de socialização. In: Fernandes, Florestan. Comunidade e sociedade. SP, Nacional, 1973, p. 140-143.
3. Lerer, Bernardo. "Jornal de bairro ajuda a desenvolver a vida comunitária". Cadernos de Jornalismo, (18): 45-51, RJ, Jornal do Brasil, 1969.
4. Bastide, Roger. "O negro na imprensa e na literatura". SP, USP, ECA, Departamento de Jornalismo e Editoração, 1972.
5. Dale, Romeu. "os meios de comunicação social e a Igreja, no Brasil, que se renova. Revista de Cultura Vozes, 63 (1): 5-10, Petrópolis, Vozes, 1969.
6. Bueno, Wilson da Costa. "Caracterização de un objeto-modelo conceitual para análise da dicotomia imprensa industrial/imprensa artesanal no Brasil (Tese de mestrado). SP, USP, Escola de Comunicações e Artes, 1977.

7. Caparelli, Sérgio. Identificação social e controle ideológico na imprensa dos imigrantes alemães. Comunicação e sociedades (1): 89-108. SP, Cortez & Moraes, 1979.
8. Park, Robert. "The migrant press and its control". New York, Harper and Brothers, 1922.
9. Weissberger, S.J. "The rise and decline of the Yiddish-American Press (Tese de doutorado). Ann Arbor, University Microfilms, 1972.
10. Beltrao, Luiz. "Comunicação popular e religião no Brasil". In: Marques de Melo, José (coord.). Comunicação / incomunicação no Brasil. SP, Loyola, 1976, pp. 37-47.
11. Arns, Paulo Evaristo. "Cidade, abre as tuas portas! SP. Loyola, 1976.
12. Iden, ibidem.
13. Enzensberger, Hans Magnus. "Elementos para una teoría dos meios de comunicação". RJ, Tempo Brasileiro, 1979.
14. Ferrara, Miguel Angel. "Experiência sobre periodismo de comunidad en América Latina. In: Periodismo de comunidad. Quito, CIESPAL, 1974.
15. Periodismo de Comunidad (Incomunicación Social y Marginalidad). Quito, CIESPAL, 1974.
16. Mattelart, Armand. "Comunicación masiva en el proceso de liberación". Buenos Aires, Siglo XXI, 1973.
17. Iden, ibidem.

(Tomado de COMUNICACÃO E SOCIEDADE, Dezembro de 1979, Nº 2)
Tradujo Jesús María Aguirre



ánalisis

REVISTA PATROCINADA POR LA ACADEMIA DE INVESTIGACIONES HISTÓRICAS

Entrevista:
La opinión
de los
socialistas
chilenos

13
AÑO II, MAYO 1978

LA RESTAURACION DEL LATIFUNDO

MAPSI

Revista de la
Asociación de Periodistas
e Investigadores

**AGOSTINHO NETO,
GISCARD Y LA CIA**

A la muerte de Agustín Netto (periodista, militante del Partido Comunista chileno, miembro del Comité Central del Partido y autor de la novela "El Comandante") se le dedica este número de MAPSI. El artículo de Agustín Giscard sobre la CIA y la CIA durante su vida profesional de los últimos años. Completar informe sobre el libro de los autores, T. G. 1977 y 81.

**UNION
NACIONAL
POR LA
CULTURA**

pagina 11

**PLAN LABORAL
(¿OÍ A LOS
TRABAJADORES?)**

SUMARIO

EDITORIAL: "Hacer productivo el trabajo" 10
COMENTARIO: "El problema del Poder Judicial" 11
Periodismo al servicio de la Patria 12
INFORMACIONAL: "Una entrevista con el profesor Carlos" 13
CULTURA: "El libro de la semana" 14

**VIVIR
CON EL
MINIMO**

pagina 2

HACIENDON°21 CAMINO

"Hacer productivo en las tareas de
May que siembra
y cosechar en él."

la bicicleta 3

mensaje

DERECHOS HUMANOS
Salarios reales 1978
Situación sindical
Rehabilitación de los torturados

SOLIDARIDAD

EDUCACION EN CHILE

APORTANDO CON LA VERDAD

LA PRENSA ALTERNATIVA EN CHILE: EL TESTIMONIO DE SUS PROTAGONISTAS

JORGE ANDRES RICHARDS

INTRODUCCION

En América Latina, especialmente en aquellos países que de una u otra forma han sufrido restricciones de las libertades públicas y concretamente de la libertad de expresión y difusión se ha constatado el surgimiento de una nueva forma de comunicación: la comunicación alternativa.

Así nos encontramos con la experiencia en Brasil donde existen más de 400 publicaciones, especialmente a nivel sindical. El caso de Chile que junto con la experiencia de las revistas alternativas, se da el mismo fenómeno en la radio y en algunas expresiones del arte. Importante también es destacar las formas de comunicación política emergente en Bolivia, no obstante los últimos acontecimientos. Asimismo el uso de la radio en República Dominicana y multiplicación de revistas populares en Perú.

En pocas palabras podríamos definir la comunicación alternativa como un proyecto que postula oponerse al dominio avasallador de la comunicación transnacional, adquiriendo características definitivamente antagónicas a ésta.

Los rasgos principales de la comunicación alternativa serían entonces, en términos muy generales, los siguientes:

- propiedad de organizaciones sociales y de editores colectivos
- producción artesanal de mensajes
- flujos horizontales multidireccionales de comunicación
- acceso amplio de sectores sociales en el proceso de emisión y transmisión de contenidos favorables al cambio
- formas de financiamiento no dependientes de la publicidad comercial tradicional
- distribución y circulación al margen de los circuitos comerciales establecidos.

Experiencias con estas características surgidas en América Latina son numerosas. Lamentablemente se ha detectado que entre estas experiencias no hay ninguna vinculación y por tanto ninguna articulación. Incluso más, muchos de los medios alternativos, no conocen la existencia de medios similares en otros países, que persiguen los mismos objetivos.

Esta realidad, en consecuencias, es la que reclama una coordinación que permita generar una dinámica continental, que se contraponga al actual sistema imperante en la comunicación, con el objeto de reemplazarlo por un nuevo orden participativo y democrático de la información.

Un nuevo orden que esté ligado directamente a la problemática del desarrollo. Esta interacción es vital. Por lo mismo que cuando se habla de "otra noticia para otro desarrollo", lo que se plantea es que para instaurar una nueva estructura informativa, es absolutamente imprescindible una nueva estructura económica, política, social y cultural, donde las condiciones y posibilidades para los diversos sectores sociales sean realmente igualitarias. Situación que les permita tener un acceso efectivo tanto en las decisiones de los procesos de desarrollo, como en la participación de los sistemas informativos.

En esta perspectiva y como una manera de contribuir al conocimiento de las distintas experiencias de comunicación alternativa en el continente, es que entregamos el presente estudio de caso de las revistas alternativas que circulan en Chile.

De manera testimonial los responsables de cada una de estas publicaciones transmiten lo que ha sido el surgimiento y desarrollo del medio que dirigen.

Las entrevistas a los directores de las revistas: Análisis, APSI, Haciendo Camino, La Bicicleta, Mensaje y Solidaridad fueron realizadas en Septiembre de 1979 en Santiago de Chile.

A la luz de estos testimonios se podrá apreciar la realidad que vive la prensa alternativa en ese país: cómo ha surgido, cómo se ha desarrollado, en definitiva, cómo se ha ido abriendo espacios frente a la gran prensa. Entre estas seis revistas suman aproximadamente 70 mil ejemplares de venta, llegando a los más diversos sectores: campesinos, poblaciones, juveniles, profesionales, intelectuales, y estudiantes.

Hasta aquí lo nuestro. Lo demás se lo dejamos a los entrevistados.

1.- JUAN PABLO CARDENAS - (DIRECTOR REVISTA "ANÁLISIS")

P: ¿Cómo, para qué y por qué nace la revista Análisis?

Análisis surgió hace un año y medio en circunstancias políticas sumamente difíciles en nuestro país, donde prácticamente todos los medios de comunicación en Chile estaban de alguna forma controlados por el gobierno, donde habían muy pocos canales de expresión para quienes no participaban de la política oficial, y en circunstancias de la existencia de varios decretos restrictivos, que impedían la aparición de todo tipo de medio de comunicación alternativa.

Un grupo de personas, fundamentalmente intelectuales en un primer momento, deciden crear, pese a las restricciones existentes, un medio de comunicación que pudiera ser tribuna de todas aquellas voces que de alguna forma empezaran a expresarse, a organizarse y a luchar por construir en Chile un régimen distinto al que estamos viviendo.

En estas circunstancias, hace un año y medio atrás, era imposible que pudiera una revista organizarse, si no tenía el patrocinio de la iglesia católica. En este período ha sido la Iglesia Católica entre otras, la que con sus múltiples actuaciones le ha permitido y le ha garantizado a algunos, el derecho a expresarse.

De ahí que se organiza una revista que fundamentalmente se define como una revista de opinión abierta y pluralista, de encuentro, de diálogo acerca del desarrollo del país y de la realidad internacional. De ahí también, se puede derivar su éxito, en cuanto se le permitió a mucha gente, a muchos sectores poder expresarse, sugerir líneas de acción y analizar la realidad nacional e internacional.

P: Después de un año y medio de puesta en marcha la revista, ¿cuál es la evaluación que se puede hacer?

R: En la evaluación se podrían manejar muchas cifras, pero nuestro gran éxito está en 16 ó 17 números que llevamos hasta la fecha, dándole espacio a mucha gente que pudiera expresarse a través de sus distintos artículos, gente que proviene de los pensamientos más variados y en número que ha sido ejemplar.

Cuando recién aparecimos y nos propusimos la tarea de hacer una revista de estas características, de más de 60 páginas, que incorpora más de 15 a 20 artículos por edición, prácticamente nadie nos creyó. Sin embargo hoy después de un año y medio, nuestras páginas se hacen estrechas para poder recibir todo el aporte que muchísimas personas, tanto en el país como en el extranjero, hacen a la revista. En 16 números tenemos más de 150 columnistas distintos.

La revista hoy día, dada la evolución que ha tenido el proceso social y político del país, está aspirando ya no sólo a ser tribuna de todos aquellos que por algún motivo tenían impedido su acceso a los medios de comunicación, sino pretende ser un canal de expresión, un lugar de en-

cuentro para la elaboración de un gran consenso político, económico, social y moral que lleve a la sustitución del actual régimen por uno de plena libertad y democracia.

P: ¿Cómo se financia la revista?

R: En ese sentido, también es muy valiosa la experiencia. Es una revista que surge sin vinculación a ningún grupo político y económico. Es una revista, que por lo tanto se financia con el aporte de mucha gente, lo que permite que pueda ser editada. Fundamentalmente, nuestros ingresos provienen de la suscripción tanto del país, como del extranjero y de algunos aportes personales, que espontáneamente la gente nos da. También, de recursos que se obtienen a través de algunas instituciones internacionales, vinculadas a la actividad cultural que se realiza en el país, o en relación a los medios de comunicación. El aporte más sustantivo proviene de nuestros mismos lectores. Nuestra revista es muy barata y quienes colaboran en ella lo hacen en forma gratuita. La mayoría de nuestros articulistas nunca reciben remuneración y los costos de impresión son bajos. En definitiva nos hemos amoldado a lo más modesto, dentro de lo medianamente aceptable.

P: ¿Qué nos puede decir con respecto a la distribución y circulación de la revista?

R: La revista por notificación del gobierno, para poder circular masivamente necesita una autorización oficial. Solicitud a la que nosotros hemos estado renuentes a realizar, por cuanto creemos que hacerlo es reconocerle al Ejecutivo una facultad que a nuestro juicio no debe tener bajo ningún concepto. Nosotros hemos preferido el camino de la distribución directa: la distribución al suscriptor, la pequeña venta en librerías e instituciones vinculadas a la iglesia, la cual tiene una red de instituciones que actúan en todo el país, a través de fórmulas de distribución no tradicionales.

P: ¿Cuál es el público de la revista Análisis?

R: Nosotros tenemos muy bien tipificado el público de la revista. Son profesionales, intelectuales, estudiantes universitarios y las élites laborales que están haciendo una tarea interesante en Chile. Sin embargo, en un año y medio hemos evolucionado considerablemente hacia los sectores populares.

P: ¿Por qué crees tú que la revista Análisis se constituye como un medio de expresión alternativo, hoy en Chile?

R: Fundamentalmente, porque quienes participan en ella y sus contenidos son de carácter disidente con la situación política y económica, que existe hoy en el país.

Es una revista disidente también, porque quienes la leen son aquellos que están encauzados por darle a Chile un nuevo destino.

P: ¿Crees tú que Análisis se constituye como medio alternativo, además por tratar de hacer un periodismo nuevo en la realidad chilena?

R: No sé si un nuevo o viejo periodismo, lo que nosotros hacemos es reivindicar lo que fue una tendencia creciente de nuestro gremio antes del golpe de estado. Los periodistas chilenos estaban aspirando y trabajando activamente tras la obtención y la creación de medios de expresión libre de toda tutela política o financiera y sujetos fundamentalmente a un quehacer profesional, libre y pluralista.

La revista aspira tener formas distintas a las que existen en el país, pero muy consecuentes con las aspiraciones del gremio de los periodistas chilenos, que por mucho tiempo estuvieron sumergidos en la desilusión del quehacer periodístico.

P: ¿Cuál es la diferencia que tú ves hoy día entre un medio de oposición y un medio alternativo?

R: En Chile no se puede decir que haya oposición. La oposición está por decreto y por ley suspendida. Lo que hay en Chile son diversas formas de sisidencia. Producto del receso político impuesto por el régimen no hay oposición como se entiende en el sentido tradicional de la palabra, no hay cauce político, no hay partidos políticos que expresen una alternativa frente al gobierno. Lo que existe hoy en día son voces organizadas e instituciones de distinto carácter que están bregando por la constitución de un orden nuevo. En ese sentido somos una revista de oposición, pero más que todo nos define el carácter de alternativa.

P: ¿Cuál es la relación de la revista con los lectores?

R: Limitado, no es como nosotros quisiéramos que se realizara. Por las mismas restricciones que existen en el país, es muy difícil mantener una relación sistemática con los que son nuestros lectores. Hoy en Chile es difícil reunirse, llamar a asambleas de receptores, de la misma forma resulta difícil para las personas que trabajan en la revista recurrir libremente a organismos de base, donde nos leen y nos siguen con interés. Pero estamos procurando, en la medida que ha existido una evolución en el país, tener una relación más estrecha con nuestros lectores.

Nosotros no queremos engañar a nadie. Nos hemos erigido como intérpretes, como voceros de un sector que está carente de expresión, pero en ningún caso nos tomamos la representación de nadie. Creemos que la tenemos, porque nuestras ideas son compartidas por muchas personas y porque damos libre acceso a las personas para que escriban y participen en la revista, pero no tenemos ninguna organización que nos permita decir que la revista tenga una definición clara de quienes en ella participan o la leen.

P: ¿Cuál es el tiraje actual y cuáles son las proyecciones futuras?

R: La revista por la situación que tenemos es corta de tiraje. Actualmente estamos sacando 3.500 ejemplares. Esto es un progreso, sobretodo si pensamos que hace un año y medio atrás surgimos con 800 ejemplares.

Estos 3.500 ejemplares se dividen así: la mitad son suscripciones y el resto es lo que nosotros vendemos directamente a través de algunos organismos y en la misma revista a personas que concurren a comprarla.

P: Si bien la revista no es de la Iglesia Católica, pero recibe el patrocinio de una institución de la Iglesia, por el contenido mismo de la revista ¿ha habido algún problema con la Iglesia?

R: Nunca hemos tenido problemas. Pese a que la Iglesia Católica cuenta con numerosas instituciones que tienen un claro carácter confesional, en todo este período ha creado otras que a las cuales no les ha dado ese carácter. En esta perspectiva, formó la Academia de Humanismo Cristiano que nos acoge como una instancia de encuentro, entre todos aquellos creyentes y no creyentes que tienen una identidad cultural que está tras la búsqueda de un espacio de libertad intelectual. En ese sentido nunca hemos tenido, ni la más mínima crítica de parte de la Iglesia Católica.

P: ¿Cuál es tu experiencia personal al estar dirigiendo una revista que se constituye como un medio alternativo, en un momento tan difícil del periodismo nacional?

R: Constituye un privilegio impresionante, el poder estar dirigiendo una publicación con estas características. Si uno piensa cuántos son los periodistas que hoy en Chile pueden trabajar libremente, decir libremente lo que ven, lo que piensan, realmente a uno lo ubican en una situación de mucho privilegio. Hoy en Chile casi no hay medios, tres o cuatro, que cobijen una tarea profesional absolutamente libre e independiente.

2.- ARTURO NAVARRO — (DIRECTOR REVISTA "APSI")

P: ¿Cómo, por qué y para qué nació APSI?

R: La revista nació a fines de 1975 como una fuente de trabajo. Lo que motivó la idea de APSI fue el cierre del Comité de Cooperación para la Paz en Chile, que se produjo a fines de ese año. Ante el cierre inminente de este Comité, los periodistas y profesionales que trabajamos allí recibimos la sugerencia de presentar diversos proyectos a distintas instituciones internacionales que financiaban el Comité, para paliar la cesantía de 100 funcionarios que trabajamos ahí.

Por razones profesionales y por razones coyunturales vimos que lo más adecuado era trabajar con información internacional.

A mediados de 1976 comenzamos con el número 1 de Actualidad Internacional, que poco a poco se convirtió en la obsesión y en la tarea única de esta agencia que había partido con un objetivo general y que comenzó a utilizar toda la capacidad de trabajo y toda la capacidad instalada que nosotros teníamos.

También nos dimos cuenta, que lo que había partido como una fuente de trabajo, no era tal, en la medida de que no era una fuente de financiamiento, de subsistencia, sino que los que allí trabajamos debíamos olvidar que nos íbamos a financiar y que debíamos hacerlo por otro lado.

Nos planteamos entonces objetivos nuevos, en el sentido de no ser ya una fuente de trabajo, sino que ser un medio de comunicación sobre aspectos internacionales, una revista especializada en asuntos internacionales.

Hacia fines de 1976 constituíamos un equipo especializado en temas internacionales de gran nivel y progresivamente fuimos avanzando en términos de contenido; lo que significaba ser una revista alternativa y entregar un enfoque en lo formal y en el contenido diferente a lo que estaban entregando los medios oficialistas. En lo formal periodístico realizamos un periodismo analítico, es decir entre lo que es el periodismo interpretativo y lo que es la sociología. En definitiva perseguíamos tener un alto nivel de análisis.

Esto fue construido en una primera instancia en forma muy cautelosa. Cuando nosotros comenzamos tuvimos que pasar todos los trámites de solicitud, de permiso y de autorización a la autoridad de gobierno, cuestión que era bastante complicada. No había ningún precedente de alguna revista en Chile que hubiese pedido autorización, ya que no había ninguna revista nueva después del golpe militar y no existía legislación al respecto.

Como decía anteriormente entonces, decidimos hablar del mundo en Chile, con una perspectiva muy simple: demostrar que el mundo es mucho más complejo de lo que trataban de demostrar los medios oficiales. En general, en Chile la información internacional era tratada entre buenos y malos y los buenos eran todos aquellos que estaban en la línea del régimen chileno. De allí, entonces que era un desafío, aparentemente muy fácil, pero muy complicado demostrar que habían matices, mostrando la realidad internacional como realmente es, con toda su complejidad.

A fines de 1978 resolvimos solicitar autorización para cubrir temas nacionales, lo que nos fue concedido: esto sucedió en Febrero de 1979.

Después de un tiempo prudencial de preparación de esta nueva etapa, comenzamos con APSI: Actualidad Nacional e Internacional que tuvo su primer estreno con el Número 59, don-

de aparecimos con temas de actualidad nacional. Esto lo planteamos, en un comienzo como la incorporación de una nueva sección a la revista y no como la total transformación de ella. Nosotros quisimos mantener el alto nivel que habíamos logrado como revista internacional y con nuestra sección cultural, en ambas se había desarrollado un equipo de muy buen nivel, con muchos colaboradores que escribían sobre actualidad internacional y el desafío era crear un buen equipo para lo nacional. Todavía estamos en esa etapa, haciendo el equipo nacional y por razones económicas no hemos podido ampliar el número de páginas, por lo que hemos tenido que reducir un poco las páginas internacionales y culturales, para poder agregar esa sección nacional.

El propósito que se ha planteado en esta nueva etapa la revista, con esta sección nacional, es constituirse en una revista que refleje en sus páginas la posición de las personas que no se inscriben en el sector partidario del gobierno.

En esa medida, nosotros queremos desarrollar un tipo de periodismo no coyuntural, la periodicidad que es quincenal, nos permite mirar los hechos con perspectivas, queremos mantener la línea analítica que desarrollábamos en la parte internacional.

Nuestro quehacer queremos basarlo en grandes principios, como los valores de la democracia, valores amplios que logren consenso y no discrepancias de estos sectores disidentes.

Es por eso, que nosotros hemos querido entregar nuestras páginas a sectores como a la Comisión de los 24, a las organizaciones sindicales, a los sectores que están planteando algunas cuestiones alternativas en el plano de la salud, de la educación, etc., es decir representar un poco la gran novedad en el panorama chileno y demostrar que hay una oposición que tiene rostro y que ya no es como en los primeros años del gobierno militar.

La creación de estas fuentes alternativas ha permitido que diversos sectores se vayan expresando y ese es el propósito de la sección nacional de la revista, sin perder la perspectiva de los temas internacionales, ni de los temas culturales.

Específicamente en lo cultural, hemos puesto el acento en el reencuentro entre los chilenos de adentro y los chilenos del exterior y creemos que este es el punto básico para la reconciliación o el rearmado de Chile en los años venideros. Es por esto que queremos hacer entrevistas o reportajes de personas que viven en el extranjero, de personas que pasan por nuestro país y abrirles las páginas a personas que están en exilio y que quieren mantener alguna relación con Chile.

P: ¿Quiénes son los propietarios de la revista y cómo se financian?

R: Partiendo del principio de la propiedad, la revista es de las personas que han invertido con su trabajo. Formalmente hay una escritura social con algunas personas inscritas, pero el convenio y el acuerdo entre todos es que la revista pertenece a quienes hayan hecho un aporte en ella. Ahora los aportes no han sido económicos, sino de trabajo y ese es el criterio de la revista.

En cuanto al financiamiento, en un comienzo la revista fue un proyecto financiado por una fundación de la Iglesia Católica belga y posteriormente hemos presentado proyectos a entidades financieras vinculadas tanto a la Iglesia Católica, al Consejo Mundial, como a organizaciones protestantes. En esa medida, son ellas las que han permitido la existencia de la revista, aprobando un proyecto anual que nosotros presentamos.

Esa es una parte importante del financiamiento, pero también es importante la venta la que se traduce principalmente en suscripciones. Con la nueva etapa de la sección nacional, la venta se ha incrementado mucho y por lo tanto la circulación también.

P: ¿En cuanto a la circulación y distribución de la revista?

R: La revista circula con 2.000 ejemplares, lo que no significa que todos sean suscriptores, porque también hay venta directa y convenios. La revista se distribuye a los suscriptores por correo o por mano.

P: ¿Qué entiendes tú personalmente por un medio alternativo de comunicación, en el Chile de Hoy?

R: Se puede definir en términos muy simples. Es tan evidente el intento de distorsionar la reali-

dad y es tan evidente la manipulación y el manejo a través de las agencias internacionales, muchas de ellas transnacionales de la información, que quizás la definición de un medio alternativo es decir la verdad: un medio que muestre los grises, que matice y que demuestre la complejidad de la realidad. Tal vez en un país con una apertura mayor eso no diga mucho, pero en Chile el mostrar matices, mostrar debate, mostrar diálogo es suficiente para definir un medio alternativo.

P: ¿Qué diferencia existe entre un medio alternativo y uno de oposición?

R: En la situación actual, yo creo que un medio alternativo es aquel que de alguna forma está marginado del sistema actual y tradicional de financiamiento y de circulación de las revistas. En cambio creo que es posible imaginar un medio de oposición tolerada, aquel que funcione con determinadas reglas del juego del sistema: circular en quioscos y obtener publicidad, sin perder su carácter de oposición al gobierno.

Yo creo que la característica fundamental de un medio alternativo, es su conciencia y su marginalidad de los aparatos que lo incorporan al régimen, como es la publicidad y la distribución masiva por los circuitos comerciales.

P: Hay elementos que globalmente pueden representar lo que es un medio alternativo de comunicación: la disidencia, una nueva forma de hacer periodismo, la relación entre emisor y receptor y la gestación de la revista. ¿Cómo actúa APSI frente a cada una de esas características?

R: Respecto a la disidencia, APSI se inscribe como un medio crítico, como un medio independiente, entendiendo la independencia como la no vinculación con los grupos económicos, con sectores eclesíasticos o con partidos políticos determinados. Pero si, reconocemos una gran dependencia desde el punto ideológico, nosotros nos sentimos tributarios del pensamiento tercermundista, del pensamiento progresista, del pensamiento democrático y estamos comprometidos con los valores que ellos pregonan. Desde esta perspectiva nos sentimos disidentes.

Creemos que estamos insertos dentro de una cancha rayada, que está limitada, pero la única forma de hacer crecer esos límites es estar adentro. Quedarse afuera es correr el riesgo de que esos límites se estrechen.

En la nueva forma de hacer periodismo, creo que existe un aporte nuevo. Creo que en Chile no hay verdaderas experiencias de un periodismo revolucionario o distinto al periodismo habitual. Creo que en Chile estamos muy marcados con un tipo de periodismo: la vieja escuela del periodismo informativo, interpretativo y de opinión representada por el Mercurio y por la revista Ercilla.

Nosotros creemos, que estamos desarrollando un periodismo más compartido, porque de acuerdo a la situación restrictiva que vivimos, a partir de nuestras páginas tenemos que promover y crear opinión frente a un tema determinado. Vale decir a partir de la existencia de la revista se van creando pensamientos.

P: ¿Cuál es la relación emisor-receptor?

R: Es una relación bastante estrecha, porque el receptor es conocido al igual que el emisor.

A fines del año pasado, con APSI Actualidad Internacional, nuestro público estaba constituido en un 41% por profesionales, de los cuales un 12% eran abogados, un 8% periodistas, un 6% educadores y un porcentaje menor eran médicos, científicos sociales y otros. Un 22% estaba constituido por estudiantes y un porcentaje cercano al 5% por organismos internacionales, embajadas, industriales y comerciantes. Eso constituían un 94% de la circulación de la revista en Chile y un 6% en el exterior.

Nuestra principal preocupación ahora es llegar a las personas. Es llegar donde se encuentre el pensamiento progresista. No queremos ser una revista que convenga a los convencidos, sino una revista que refleje el pensamiento y sirva como vehículo de encuentro y de expresión de las di-

versas opiniones.

3.- LIDIA BALTRA – (REVISTA “HACIENDO CAMINO”)

P: ¿Qué es ICECOOP y cómo nace “Haciendo Camino”?

R: ICECOOP es el Instituto Chileno de Educación Cooperativa. Es una sociedad privada auxiliar del movimiento cooperativo y tiene por objeto ayudar a las personas de menores recursos a subsistir y a llevar una vida digna en forma integral.

A partir de 1975, con la nueva política económica, el cooperativismo pasó a ser un sistema como cualquier otro, es decir, las empresas cooperativas tenían que competir en igualdad de condiciones con las empresas comerciales.

Se pudieron realizar, en ese entonces, dos planes pilotos, que subsisten hasta la fecha, en apoyo a dos cooperativas campesinas: una en Curicó y otra cerca de Lay-Llay. Pero eran más de mil cooperativas que estaban mal y el sector rural era el más afectado, por esa razón se decidió dar el mayor apoyo a este sector. Por otra parte, como los equipos técnicos eran pocos, se recurrió a los medios de comunicación masiva, para mantener encendida la llamita, para seguir creyendo en el sistema y encontrar en él una solución a los problemas de producción, de subsistencia y de una ayuda humana más digna. Así se planteó la posibilidad de crear medios de comunicación masivos, que difundieran los valores de cooperación, de solidaridad, de organización, del sentido de la humanidad para solucionar problemas comunes.

Por todos estos motivos nos decidimos a crear una revista mensual, que nos permitiera la independencia, la unidad de contenidos y llegar en forma directa al campesinado. Así nació “Haciendo Camino”, que poco a poco se le fue dando forma.

El contenido de la revista, al comienzo, fue limitado, porque nos circunscribimos al campo cooperativo, pero se empezaron a agotar las cooperativas por la situación desastrosa en el campo. Las que quedaban se encontraban agónicas, lo que era un mal ejemplo, de manera que había que buscar buenos ejemplos o bien aprovechar las lecciones que dejaban los fracasos.

Luego nos dimos cuenta que había que darle importancia al aspecto socio-político del programa, en el sentido de dar una orientación no sólo a los campesinos que podían agruparse en cooperativas, sino justamente a aquellos que no tenían ningún tipo de organización. Existía un sector muy amplio, incluyendo a los jornaleros en los fundos, que no tenían ningún medio de expresión y como no había ningún otro vocero del campesinado en Chile, se decidió ampliar el radio de acción.

Posteriormente, se tomó contacto con las federaciones sindicales, que estaban repuntando desde el comienzo de 1978, donde encontramos excelentes elementos y nos abrimos a organizaciones relacionadas con la iglesia católica. Este sería el primer sector no cooperativo que tocábamos y luego nos desplazamos a lo sindical.

La revista tiene no sólo secciones agrarias, sino también secciones de salud pública y de relaciones humanas. Se destaca, además en ella, al campesinado como persona, sus valores, etc. De manera que con todas estas secciones fue surgiendo la revista, que hoy tiene una línea muy clara y una gran acogida.

P: ¿Cuál es el tiraje?

R: El tiraje durante los dos primeros años fue de 10.000 ejemplares, pero en la segunda etapa aumentó a 15.000 ejemplares.

P: ¿Cómo realizan la distribución?

P: La distribución es un problema interesante en esta experiencia, ya que es gratuita. Para hacer la distribución contamos con la ayuda de institutos de apoyo, como el Instituto de Promoción Agraria, la Confederación de Cooperativas Campesinas, el Instituto de Educación Rural, la fundación de Radio Chilena, etc.

La distribución no sólo se realiza en Santiago, sino que también directamente a provincias, a través del correo y por buses. También la Iglesia Católica a través de sus obispados y sus departamentos de acción social nos ayudan en esta tarea.

P: ¿Cómo se financia la revista?

R: Este proyecto es financiado por la Fundación Interamericana, que pertenece al Congreso Norteamericano, los que están totalmente con nuestros postulados.

Semestralmente les enviamos un informe y representantes de la fundación vienen dos veces al año a conversar con nosotros. Se hacen auditorías del gasto del dinero etc. Nosotros tenemos un presupuesto de 350 mil dólares para dos años y el proyecto anterior tenía un presupuesto de 300 mil dólares, porque era menor.

El actual proyecto dura hasta Febrero de 1981 y tenemos posibilidades de ampliarlo un año más. Es decir el proyecto en total dura 5 años y por lo cual se están preparando comunicadores campesinos, para que cuando esto se termine quede algo, con el objeto que puedan resolver sus problemas de comunicaciones y puedan manejar medios de comunicación intermedios, como boletines de información hechos en mimeógrafos artesanales, diarios, murales, etc.

P: ¿Qué acogida ha tenido la revista en el campesinado?

R: Una gran acogida y lo hemos notado en las cartas que nos llegan. Todos sabemos que los campesinos no son buenos para leer, ni para escribir, por el alto analfabetismo en el sector agrario (24%). Es un éxito que nos lleguen 20 cartas mensuales, la mayoría es para pedir revistas y las cartillas que son parte del programa de capacitación, las cuales inciden en los problemas legales, de gestiones empresariales.

También, a través del Consejo de Planificación y Coordinación, el campesinado mediante sus representantes o de los técnicos de las instituciones de apoyo nos van guiando, nos van diciendo cuales son sus problemas; si estamos bien enfocados; si estamos bien orientados y nos hacen alcances de tipo formal, como por ejemplo, si es necesario poner más fotos o utilizar un tipo de letras más grandes.

P: Cuando se habla de medios alternativos, esto se refiere a dos cosas: una es la disidencia y la otra es la nueva forma de hacer periodismo. ¿Crees tú que la revista reúna estos dos objetivos?

R: Sí, la disidencia es una de las características de la revista. Nosotros hemos atacado siempre la política agraria y la política económica actual, porque ha afectado mucho al campesino. En ellas se fomenta el individualismo, cuando nosotros pensamos que la única manera de sobrevivir que tiene el campesino en una economía de libre empresa (que está llegando al campo), es a través de agrupaciones, de la unidad. Nosotros criticamos todo eso e instamos al campesinado a unirse en contraposición a la voz oficial que los incita a trabajar en forma individual, a disolver las cooperativas.

Desde el primer número de la revista tuvimos problemas con el gobierno, lo que nos obligó a bajar un poco la puntería, pero poco a poco hemos ido abriéndonos espacios y continuamos con el mismo mensaje.

En cuanto a lo de hacer periodismo, nosotros somos técnicos urbanos, de manera que hemos tenido que aprender el lenguaje del campesino y hoy hemos adoptado su lenguaje. Esto provocó al principio una gran polémica, porque en los cursos de comunicadores del campesino que tenemos para transferir nuestros conocimientos, a fin de que más adelante ellos puedan dirigir los programas de este tipo y manejar medios de comunicación intermedios, se resentían por el uso de nuestro lenguaje y opinaban que no teníamos por qué hablar mal, sino que teníamos que enseñarles a hablar. Pero eso fue muy discutido, y cuando se les explicó que no tratábamos de burlarnos de ellos, estuvieron de acuerdo que no sólo los campesinos hablan así, sino que todas las personas lo hacen igual.

P: ¿Cuál es la diferencia que tú ves entre prensa alternativa y prensa de oposición?

R: En estos momentos, prensa de oposición es la que ocupa los medios establecidos, son medios verticales que en el caso de las revistas son las que se venden en los quioscos. En cambio nosotros no podemos poner nuestra revista en los quioscos porque habrían serios problemas.

Para mí, prensa de oposición es aquella que es contestaria a la voz oficial, pero que se sigue distribuyendo a través de canales oficiales permitidos por la dictadura.

En cambio, medios alternativos son aquellos que hacen oposición a la voz oficial y deben buscar sus propios canales de distribución, porque no tienen acceso a los medios de distribución establecidos.

4.- EDUARDO YENTZEN (DIRECTOR REVISTA "LA BICICLETA")

P: ¿Cuáles son las características de La Bicicleta?

R: Hay cosas que nosotros consideramos significativas en las características de la revista. Por un lado no está basada sobre ningún modelo de revista anterior y toda su planificación se realizó de acuerdo a experiencias nuestras, dentro de las organizaciones culturales. En esa búsqueda detectamos cuáles eran las tareas y los objetivos que teníamos como movimiento cultural.

Por otro lado, en este período de planificación hay una estrecha relación con las organizaciones, no sólo en las que participábamos, sino todas con las cuales mantuvimos conversaciones para conocer sus objetivos e intereses. En base a eso formulamos la revista. El primer número por ejemplo es en buena medida la cuenta de varias de las agrupaciones y hubo muy poca intervención nuestra. Sólo fue un vehículo por el cual se dió a conocer lo que pensaban y reflexionaban esas agrupaciones.

P: Cuando tú hablas que es una revista bastante diferente al resto, ¿a qué te refieres?

R: En parte está el hecho de que no se basó en un modelo previo de revista y lo otro es que nosotros partimos sin ningún capital inicial, sin apoyo económico. Incluso nosotros financiamos el primer número, en buena medida sobre la base de suscripciones previas a su salida, con personas que se comprometieron con la iniciativa.

Para hacer la revista hicimos todo tipo de piruetas averiguando los costos más bajos. Todo lo que se podía hacer en forma artesanal, lo hacíamos nosotros mismos. Por eso el primer número aparece con un formato distinto.

Incluso en el tratamiento de las fotografías por el sistema de impresión tratamos de que esto pareciera un recurso y no una deficiencia. Todo esto produjo un primer número con ciertas peculiaridades que por lo que sabemos fue una innovación dentro de lo que habían sido otras publicaciones.

Otra cosa interesante es su distribución que no se hace a través del circuito comercial, en buena parte por no ser una revista masiva y además porque no nos podemos permitir perder el 40% que se llevan los distribuidores. La distribución se hace a través de las mismas organizaciones: se vende en los talleres, en los encuentros artísticos, musicales, teatrales, etc.

Estas características: formato, impresión y su modo de distribución, la hacen una revista distinta a las tradicionales.

P: ¿Quiénes son los propietarios de la revista?

R: El mismo grupo de personas que la ideó se constituyó como sociedad editora para el trámite

formal y para definir la propiedad de la revista con un capital nominal. El aporte ha sido el trabajo. El financiamiento: las ventas y pequeñas colaboraciones esporádicas y restringidas.

P: ¿Se financia la revista?

R: Estamos preparando el número 5 y lo que hemos conseguido es hacer sólo el siguiente número.

P: ¿A quién está dirigida y cuál es el público de la Bicicleta?

R: En un principio era una mezcla entre revista aficionada y revista juvenil que expresaba a algunos sectores más profesionales en el arte y en general en los oficios intelectuales. Pero ahora estamos preocupados de hacer una revista propiamente juvenil, que responda a la enseñanza media y a los sectores universitarios menos conscientes.

P: ¿Cuál ha sido la respuesta del público de La Bicicleta?

R: En los inicios hubo una gran acogida, en parte por el vacío que iba a llenar la revista y en parte por ciertas características que la hacían especialmente atractiva, ante otras publicaciones críticas de tradición muy seria. Había una cierta soltura en ella, por las condiciones en que vivíamos, lo que produjo un gran apoyo. Por otra parte, nosotros decidimos no salir bajo el alero de ninguna organización que nos respaldara y que entregara su nombre como aval para apoyar la publicación, nuestro aval fue la propia revista y nuestra participación previa en los organismos culturales.

P: ¿Cómo se configura el equipo y cuál es el método de trabajo?

R: Una de las peculiaridades del equipo y del método de trabajo, que la distinguen de otras publicaciones, es que el equipo de base no está formado por periodistas, hay una sola persona que es periodista. En general el equipo está formado por sociólogos, un egresado de comunicaciones, uno con formación en la escuela de economía. También hemos buscado revisar lo que es el concepto tradicional de periodismo y la formación clásica de los periodistas, cuestión en lo cual somos experimentales. No creo que en este momento tengamos resultados o conclusiones, pero sí hemos buscado nuevas formas de comunicación que sean más integradoras que parcelarias. Buscamos ligar el arte en la tradición liberal, con la práctica social y mostrar los vínculos permanentes que existen entre la expresión artísticas y la situación que está viviendo el país. En ese sentido por nuestra disciplina y por la forma que estamos tomando la actividad artística, hemos querido aportar una visión más integradora de lo que es toda la experiencia social y la práctica social.

P: ¿Con qué apoyo ha contado la revista?

R: Hemos tenido apoyo de artistas consagrados de renombre internacional como es el caso de Julio Cortázar y otros que nos han enviado colaboraciones especiales y trabajos inéditos de ellos. Por otro lado, muchos artistas chilenos que se encuentran en el exilio nos han apoyado y hemos difundido sus trabajos, ya que nuestro objetivo es también tratar de que exista algún nexo entre lo que es Chile en el interior con el Chile del exterior. Hemos llegado con nuestra revista a bastantes sectores de Chilenos en el exilio y creemos que con eso les hemos llevado parte de lo que se está haciendo y de lo que se está pensando en el país. Situación que por cierto los liga a una cierta esperanza y a un cierto proyecto futuro.

P: ¿Consideras tú que La Bicicleta es un medio alternativo en el Chile de hoy?

R: Es alternativo como proposición de expresión cultural valiosa para la sociedad en este mo-

mento, en contraposición con las que se pretende difundir y se difunde de hecho, en los canales más oficiales y tradicionales, es decir la cultura de consumo, que resulta enajenante y lesiva para la juventud. Juventud que está siendo manipulada en cuanto a gustos, motivaciones, comportamientos y valores.

Realmente, la juventud no tiene ningún asidero real sobre el cual sustentar sus proyecciones y sus aspiraciones de vida.

Por eso somos alternativos, porque tratamos de resituar a la gente con respecto a sus propias experiencias, a su realidad, a sus aspiraciones reales que vayan más allá del afán consumista que se busca inculcarles.

Estamos también, en forma experimental, viendo en que medida somos alternativos como tipo de periodismo. Estamos abiertos a detectar cuales son los efectos que van produciendo ciertos tipos de mensajes de comunicación que no son los tradicionales y que buscan dar al lector un papel más activo. Nosotros conocemos muchos medios de comunicación de masas que se plantean en una forma muy personal con el lector, creando la imagen de la participación, pero que en la realidad es el mensaje del dueño del medio o del sector dominante que poseen los medios, el que se está entregando.

Nosotros estamos en la búsqueda de alguna forma real de representar una expresión más directa y concreta del lector. Uno tiene que abocarse a la tarea de representante y tomar la responsabilidad de estar vinculado al sector del cual se quiere dar cuenta.

P: ¿Por qué el nombre de "Bicicleta"?

R: En nuestro primer número pusimos "En la era de los helicópteros concéntricos, surge como una paradoja necesaria la bicicleta". En ese número hay un poema del joven chileno Eric Polhamer, en que describe y hace toda una metáfora en torno a los helicópteros de una situación que nos tocó vivir en este período. En ese sentido La Bicicleta aparecía como imagen contrapuesta a la del helicóptero, que representaba lo mecánico, lo inhumano, lo sofisticado. La Bicicleta es lo humano por sobretodo: es el hombre guiando su producto, es el esfuerzo, es la simpleza del aparato.

5. RENATO HEVIA (DIRECTOR DE LA REVISTA "MENSAJE")

P: ¿Cómo y cuándo nació Mensaje?

R: Cumplimos 28 años de nacimiento de la revista. Fue fundada en octubre de 1951 por el padre Alberto Hurtado, para presentar una visión cristiana de los acontecimientos que van sucediendo en el país y en el mundo.

P: Mensaje, después de lo ocurrido en 1973, fue la primera revista que tomó una línea clara y decidida en torno a lo sucedido. ¿Por qué razón tomó esa línea?

R: Yo creo que la línea de Mensaje ha sido la misma desde hace 28 años, con algunos pequeños cambios en relación a los problemas del momento. Pero la línea de Mensaje ha sido la de ir interpretando los hechos que suceden e interesan al país en las líneas sociales, políticas, económicas, culturales e internacionales, a la luz de un pensamiento.

De modo que siempre la revista, desde su nacimiento, fue una revista crítica del acontecer, tratando de hacer un aporte al país, tratando de descubrir lo mejor que hay en el país para poder maximizarlo, partiendo de las necesidades básicas de los hombres: la justicia social. En definitiva hacer un país más igualitario en el que haya más participación social, lo que nosotros llamaríamos una democracia real.

Por lo mismo, Mensaje fue apoyando a través de los años, los movimientos políticos que iban en esa tendencia, pero sin comprometerse con ninguno. Así fue como apoyamos lo que en esta línea se propuso y empezó a hacer el gobierno de Frei. Lo mismo que el gobierno de Allende y lo mismo que eventualmente hubiera hecho este gobierno. Pero con una posición crítica, en el sentido de ir juzgando lo que se iba desviando a nuestra manera de pensar, y siendo duros en la crítica, cuando veíamos que las corrientes eran contradictorias. Así también juzgamos duramente al gobierno de Frei y al gobierno de Allende en muchos de sus puntos.

Con respecto a la crisis de 1973, Mensaje fue muy claro al señalar en qué tendría que intentarse por todos los medios, un consenso entre las fuerzas populares mayoritarias del país y propusimos cosas que no se harían tan fácil: acuerdos políticos. Todo esto porque veíamos la crisis tremenda que se avecinaba para el país, en una posible ruptura violenta, como efectivamente pasó.

Cuando se produjo el golpe militar, Mensaje tuvo serios problemas para salir en los números siguientes, porque fuimos muy críticos del golpe y salimos en forma muy censurada. Se nos pedía enviar previamente a los militares el número ya hecho, y ellos recortaban los trozos que no les parecían, incluso artículos completos. En estas circunstancias muchas veces las páginas salían en blanco.

Uno de los números de Mensaje, creo que el de octubre del 73, estuvo 20 días en manos de los militares, posteriormente fue aprobado.

Después de esto, el gobierno actual nos impuso autocensura, diciéndonos que dependía un poco de nosotros la responsabilidad de lo que podíamos decir.

P: ¿Mensaje, es una revista de la Compañía de Jesús? (Jesuitas)

R: Es una revista de la Compañía de Jesús, pero no representa oficialmente el pensamiento de la Compañía de Jesús. Desde entonces nosotros hemos estado interpretando lo que a nosotros nos parece una línea de la iglesia y de la Compañía, con respecto a la actual situación del país.

P: Desde el punto de vista de las personas que participan, ¿Es una revista pluralista?

R: Yo diría que pluralista dentro de ciertos límites. Nosotros no podríamos entrar a compartir las páginas con personas que tengan pensamientos anti-democráticos o que tengan pensamientos anti-cristianos. Que no compartan con nosotros las líneas de promoción humana, de liberación, de participación que la iglesia proclama: de justicia social, de democracia. Hay muchos colaboradores que no son cristianos, ni creyentes, pero marchamos en la misma dirección. Incluso la revista no es una revista para cristianos y creyentes. No más del 60% de nuestros lectores son cristianos o católicos, el 35% se confiesa no creyente.

P: ¿Cuál es el público de Mensaje, a quién va dirigida la revista?

R: Está dirigida a un público más o menos elitario de personas que son influyentes en sus respectivos campos del pensamiento y de la acción tanto en lo económico, político, social y cultural.

A grandes rasgos hay un 60% de profesionales, un 10% de universitarios, por lo que yo diría que el público de Mensaje es extremadamente culto, ya que el 80% de los lectores de Mensaje tienen estudios universitarios y alrededor del 70% son estudios universitarios completos.

Es una revista que interesa a las personas de una alta calidad en el pensamiento. Esto, incluso se constata en las suscripciones que tenemos en el extranjero, ya que de un promedio de ejemplares mensuales, un porcentaje significativo son enviados a 48 países del mundo, de todos los continentes, incluidos Presidentes de la República y altos personeros de entidades internacionales importantes. Es un público altamente selectivo e influyente en el quehacer nacional.

P: ¿Cómo se financia?

R: Mensaje tiene tremendos problemas de financiamiento. Tenemos un déficit de miles de dóla-

res y para solucionarlo tenemos que recurrir a la Compañía de Jesús que nos aporta algo, o bien a algunos amigos en el extranjero, que vamos alternando, para no cansarlos.

El déficit es grande, porque cualquier medio de comunicación social se financia mayoritariamente por los avisos y nosotros tenemos muy pocos, debido a que la gente no se atreve a avisar en la revista. Muchos de los avisadores en Chile nos han ayudado, rogándonos que no pongamos sus avisos. De la misma forma, la gente que nos colabora nos pide que guardemos silencio, porque de lo contrario, les suceden cosas increíbles en el plano financiero y legal del país.

P: ¿Cuál es el sistema de distribución de la revista?

R: Tenemos unos 6 mil ejemplares por suscripciones, lo cual es bastante, los otros 11 mil los vendemos en quioscos a lo largo del país y los distribuimos por camioneros. También distribuimos a librerías en Chile y en el extranjero, lo que hacemos por correo.

P: En Chile hoy se habla mucho de Medios Alternativos de Comunicación. ¿Crees que Mensaje se constituye como un Medio Alternativo de Comunicación en el Chile de hoy?

R: Nosotros ciertamente no somos un medio de oposición al gobierno, aunque somos muy duros para juzgar en particular a este gobierno. Pero creemos que no es culpa nuestra, sino del gobierno, porque nosotros vamos a ir juzgando la acción de un gobierno, conforme éste se aparte más o menos de una línea de bien común. Si llega un gobierno como éste, en que se aparta radicalmente de lo que nosotros juzgamos el bien común de la nación, al no establecer siquiera un Estado de Derecho después de seis años, por supuesto que nuestra crítica va a ser mucho más dura y en la medida en que el gobierno atropelle más los derechos humanos, más duramente y más claramente vamos a hablar, como ha estado sucediendo. Nosotros creemos que este gobierno ha conculcado los derechos humanos en forma bastante grave y eso lo hemos venido diciendo en la revista.

P: Me has contado que tuvieron problemas con el gobierno en el primer tiempo ¿también han tenido problemas con la iglesia chilena?

R: No, con la iglesia chilena no hemos tenido problemas, porque estamos dando la misma batalla por el pueblo de Chile. Estamos muy unidos y nosotros somos la iglesia.

La jerarquía mira con enorme simpatía a Mensaje, nos ha apoyado abiertamente, lo que para nosotros es un estímulo muy grande. Incluso todos los Obispos reciben la revista y nos envían felicitaciones número a número. Ellos aprecian la revista como un pensamiento profundo, un pensamiento objetivo y valioso con respecto a todos los temas.

Lo que hace valiosa a la revista, es que ésta recoge el pensamiento de muchas personas en el país. Por ejemplo para elegir los temas se reúne mucha gente experta en diversas materias y los artículos se preparan a través de sesiones de trabajo, en las cuales se van descartando muchos pensamientos. Es por eso que a veces los artículos se demoran meses en su preparación. Por ejemplo artículos de asuntos delicados como el de la DINA, que preparamos el año pasado, se demoró cinco meses. De igual forma artículos sobre juicios estructurales de la política económica del gobierno, o juicios sobre los seis años de la política internacional, nos han costado meses. En estos casos ha habido un tamiz de mucha gente trabajando, gente valiosa de todos los sectores, tanto de la Academia de Humanismo Cristiano, como de FLACSO, de CEPAL, etc., que nos ayudan con su aporte, con su pensamiento y con sus documentos que nos iluminan.

P: ¿Cuál ha sido tu experiencia personal, al ocupar el cargo de Director de Mensaje, durante este tiempo tan conflictivo en la historia de nuestro país?

R: Una experiencia muy rica, pero muy exigente, porque es meterse en el cruce de caminos en

un momento en que verdaderamente Chile pasa por una crisis muy profunda. Esta crisis de la dictadura actual ha significado para el país enormes repercusiones, porque aquí se está estructurando una sociedad diferente y se está estructurando contra el pensamiento mayoritario del país, en una línea que Chile había abandonado. Se está revirtiendo la historia. Se está incluso cambiando la cultura, con una nueva manera de pensar, con una nueva manera de valorar las cosas, en una dirección que se había dejado hace mucho tiempo. Chile iba hacia una sociedad mucho más participativa, mucho más igualitaria y mucho más social. Todo esto se está invirtiendo y se va hacia una sociedad individualista, basada en la eficiencia económica y en la libertad absoluta, sólo en lo económico.

Otra cosa importante de la labor que ha desarrollado la revista en estos últimos seis años, es que ha ido abriendo, cada vez más, un mayor espacio de libertad para el pensamiento en Chile.

El temor a la represión que ha existido en el país, ha puesto una autocensura muy fuerte en toda la prensa chilena y creo que la autocensura es más fuerte que la censura misma.

Nosotros hemos ido midiendo con prudencia, pero con decisión los pasos que hay que ir dando para hablar de ciertos temas, para hacer críticas constructivas, y para tener un mayor índice de seguridad que otras revistas. Lo hemos podido hacer porque para el gobierno es muy complicado tener problemas con una revista de este tipo. Sin embargo creemos que no podemos dejar de aprovechar cualquier instancia que nos lleve a elevar un poco el debate y ampliarlo conforme a los problemas de la institucionalidad chilena, como por ejemplo el retorno al Estado de Derecho. En el fondo buscamos fórmulas que conduzcan a una mayor justicia social y bienestar para el pueblo, que es lo esencial y es lo que define todo: cuando el país está mal y los pobres sufren, todo lo demás hay que cuestionarlo.

6.- AUGUSTO GONGORA (SUBDIRECTOR REVISTA "SOLIDARIDAD")

P: ¿Cuál es la historia del nacimiento de la revista?

R: La revista Solidaridad nació junto con la Vicaría de la solidaridad a comienzos de 1976 y hay dos hechos fundamentales que explicaron y siguen explicando la necesidad de tener una revista como la nuestra.

En primer lugar, la Vicaría continuó las tareas del Comité de la Paz, en el trabajo de apoyo a los cesantes, a los perseguidos y a los detenidos. Siguió haciendo una obra de solidaridad en las poblaciones: creando bolsas de cesantes, apoyando la creación de comedores infantiles, etc., es decir había una tremenda experiencia nueva para Chile, nueva para la iglesia, nueva para las personas que la desarrollaban y que debía ser de alguna manera transmitida, comunicada, difundida. Desde ese punto de vista se vió la necesidad de tener un medio de comunicación, que específicamente divulgara la experiencia, que en materia de solidaridad, defensa y promoción de los derechos humanos se estaba desarrollando en Chile.

Por otro lado, la revista tiene su justificación en un contexto como el del año 1976, que aún mantiene algunos rasgos sustantivos, en que la libertad de expresión estaba gravemente limitada y en donde muchos órganos de difusión independientes habían sido suprimidos, lo que estaba provocando una desinformación grave en la comunidad.

Estos son los aspectos determinantes en el nacimiento de la revista Solidaridad: transmitir la experiencia en materia de derechos humanos y darle una voz a los sectores marginados.

Por otra parte, en un plano más doctrinario, Solidaridad representa de alguna manera, en el plano de las comunicaciones, la opción por los pobres que caracteriza fundamentalmente a la iglesia latinoamericana. Esta opción significa en el plano de las comunicaciones: informar y dar a conocer la realidad desde los pobres, con los pobres y para los pobres, entendiendo que ellos son una opción preferencial de la iglesia y que requieren una atención predilecta.

P: ¿La revista responde completamente a la línea de la iglesia chilena?

R: La revista no es la revista oficial de la iglesia chilena, pero es la revista oficial de una de las

instituciones de la iglesia en Chile: la Vicaría de la Solidaridad.

En el plano de los contenidos la revista expresa lo que la iglesia ha dicho y lo que ha hecho en este último tiempo, es decir expresa el compromiso con los pobres, el trabajo solidario y todas las denuncias en contra de los derechos humanos. Desde ese punto de vista la revista, su línea gruesa interpreta a la posición de la iglesia chilena, pero no hay de parte de ella una autocensura, al contrario hay bastante libertad dentro de los marcos de la iglesia, para describir la realidad y contar lo que está pasando. Evidentemente que nosotros no escapamos a la autocensura que predomina en el ambiente y que está relacionada con todas aquellas limitaciones legales, que el régimen le ha impuesto a los medios de comunicación.

P: ¿Cuál es el tiraje de Solidaridad?

R: Cuando Solidaridad recién nació tenía 3 mil ejemplares, al poco tiempo subió a los 5 mil y posteriormente al cabo de unos meses llegó a 12 mil ejemplares.

Al medio año de existencia, se comenzaron a editar 30 mil ejemplares cada quince días, porque evidentemente la revista vino a llenar un vacío, ya que existía una verdadera necesidad de información y una necesidad de transmitir lo que los medios tradicionales estaban ignorando.

P: ¿A qué regiones llega la revista?

R: El 40% llega a provincias y circulamos desde Arica a Punta Arenas. Un 50% circula en Santiago y un 10% son suscriptores individuales que se encuentran en el extranjero.

El público prioritario de la revista son trabajadores, comunidades poblacionales, comunidades cristianas, la jerarquía eclesial, etc., lo sustancial es un público popular de muy bajos recursos.

P: ¿Qué es para tí un medio de comunicación alternativo en el Chile de hoy?

R: Yo creo que un medio alternativo es aquel que es capaz de establecer una relación con sus lectores a través de la revista y tener una relación pedagógica educativa y humanista que vaya contribuyendo al crecimiento de su conciencia crítica, de su libertad, de su autonomía, de su capacidad de decidir libremente. En suma que respete a sus lectores y que vaya entregando los elementos que a un medio periodístico le compete entregar, para contribuir a un crecimiento de lo antes señalado.

Otro elemento es aquel que dice que un medio alternativo debe responder a lo que son sus lectores, en el caso de Solidaridad al mundo popular. De manera que cada uno de los artículos, lo que constituye la esencia de esos medios no sea producto de la subjetividad de la persona que lo hace, sino que sea elaborado en conjunto con aquellos sectores con los cuales se estableció una relación. De lo contrario se cae en el problema de tener una relación unilateral, verticalista, en que más bien el receptor ya no es un receptor, sino un receptáculo, que recibe contenido y lo digiere. En cambio un medio alternativo establece una relación pedagógica educativa y liberadora, en el cual el receptor es también un emisor, que el medio debe considerar.

P: Un medio alternativo reúne varios elementos, uno sería la disidencia, otro sería una nueva forma de hacer periodismo y por último sería un problema de gestación participatoria de las personas que en él trabajan. ¿Tú crees que Solidaridad reúne estos elementos?

R: Respecto a la disidencia, Solidaridad no se define por ser un medio disidente políticamente, porque un medio de iglesia no puede actuar políticamente. Nosotros nos definimos por una opción por los pobres y por una defensa intransable de la dignidad humana.

Sí somos disidentes de la mentira y de la violación de los derechos humanos y es indudable

que eso tiene una connotación política de tipo general, por eso algunos sectores han interpretado que Solidaridad es un medio de oposición al gobierno. Sin embargo, yo diría que es un medio que critica duramente al atentado de la dignidad humana. Nuestro marco de referencia no es el gobierno, es el hombre.

En cuanto a la nueva forma, efectivamente Solidaridad es diferente en lo que se refiere a la relación con los lectores a los canales distintos de distribución, lo que nos permite esa nueva forma. En el plano de lo periodístico, Solidaridad está permanentemente atento a que nuestra forma de transmitir la realidad y la información sean adecuadas a nuestros lectores y creo que en ese sentido le hemos dado prioridad, a partir de ese principio básico de la comunicación de trabajar con el receptor. Eso significa respetar sus propias formas de expresión, lo que nos ha llevado muchas veces a usar un lenguaje duro, concreto, directo, bastante poco intelectual, pero partimos de la base que nosotros construimos el medio desde los marginados, con los marginados y para los marginados, por lo tanto tenemos que tener la capacidad de asumir sus propios destinos, sus propias formas, sus propias maneras de decir las cosas.

Respecto a la participación en el medio, aquí predomina en la dirección la instancia colectiva, en esa instancia hay una persona que dirige, que va implementando, tomando decisiones, pero basada en la discusión colectiva. La Vicaría y la revista la hemos ido construyendo todos en un proceso pedagógico bastante rico, comprendiendo cuáles son las posibilidades y cuáles las limitaciones de este medio de comunicación. Las instancias colectivas se las dan los propios trabajadores del medio, que no son sólo los periodistas, sino también el personal administrativo, los diagramadores, los fotógrafos, el corrector de pruebas y la dirección. Yo diría que hay una coincidencia en lo sustancial, en los artículos y en los temas propuestos. En este caso, para mí y para las personas que tienen que coordinar esta tarea ha sido fácil ya que hay un denominador común entre la Dirección de la Vicaría, la dirección superior de la revista y cada uno de sus trabajadores. Eso ha sido producto a que las instancias colectivas han funcionado en íntima relación con la dirección de la revista y hay una comprensión real y cabal de lo que son nuestras posibilidades y cuáles nuestras limitaciones. El grueso de lo que se hace, de lo que se escribe, de lo que se propone, se determina en instancias conjuntas en donde participan todos los trabajadores. En el caso de los periodistas al proponer una pauta, un artículo, un tema se basan en investigaciones que ellos han realizado en los sectores que cubren y luego de conversar con los dirigentes, con las personas representativas del sector y hacer un análisis de lo que está ocurriendo en el lugar, entran a proponer el tema.

Por lo tanto hemos logrado una participación bastante amplia de todos los trabajadores del medio y hemos logrado dejar fuera la subjetividad personal, tratando de ser lo más objetivos posible en la elección del tema, en la jerarquización y en la elaboración de ellos.

P: ¿Cuál es la diferencia para tí, entre prensa alternativa y prensa de oposición?

R: Yo creo que a lo que apunta la expresión-medio alternativo y medio de oposición-son distintos. Yo diría que un medio de oposición es coyunturalmente de oposición, es un medio que será de oposición a un determinado gobierno, pero cuando ese gobierno no exista, dejará de serlo y puede ser incluso oficialista.

Sin embargo, el medio alternativo es más amplio, más complejo que eso. Creo que apunta a una nueva forma de comunicación, a una nueva forma de relacionarse con los lectores, a buscar el énfasis no en el mercantilismo de la noticia, sino que en un proceso pedagógico, educativo, liberador de los lectores, en que uno de sus objetivos fundamentales es el crecimiento de la conciencia crítica. Por lo tanto, el medio alternativo apunta a una realidad más compleja que el medio de oposición. Puede ser que éste sea opositor, pero sin embargo puede ser terriblemente reaccionario en su forma, en su contenido, en su estilo, en su constitución.

Por lo tanto pienso que apuntan a niveles distintos. En definitiva yo diría que un medio alternativo apunta a un sentido más radical de las comunicaciones, tanto en su forma, objetivos y contenidos.

SOBRE LA "COMUNICACION ALTERNATIVA"

MARIO ARRIETA ABDALLA

"Se habla de los medios de producción y decimos que éstos deben pasar a manos de los trabajadores a través de un Estado de carácter revolucionario, como administrador de estos bienes sociales. Cuando se habla de los medios de difusión, nos preguntamos, y les preguntamos a todos aquellos fantasiosos soñadores que creen que podrán detener nuestra irreversible marcha, que en manos de quién creen que deben estar estos medios".

Pronunciamento de la Central Sandinista de Trabajadores (CST). Managua, noviembre 1979.

La pregunta que se hacen —y nos hacen a todos— los trabajadores de la CST de Nicaragua, plantea el fondo del problema de la información/comunicación —liberadora, paralela, alternativa, u "otra" — para el cambio, o como quiera que se llame la necesidad — vislumbrada y debatida teóricamente por comunicólogos y especialistas, pero que debe ser enfrentada objetiva y concretamente por los trabajadores en el trance revolucionario de convertirse en emisores de sus propios mensajes— de encontrar un escape al monopolio internacional de la información y de los medios de comunicarla, ejercido por intereses económicos de clase igualmente concretos.

La experiencia que tuvimos en nuestro primer contacto con los medios de comunicación en la Nicaragua de hoy, ilustra algunos aspectos del tema.

Llegamos a Managua, para asistir al Primer Seminario Latinoamericano de Periodismo en Nicaragua Libre, en la tarde del día 8 de noviembre pasado. Una vez en el hotel, nuestra primera mirada al televisor, instalado en el vestíbulo, se encontró con la "característica" del "Sistema Sandinista de Televisión", acompañada en el audio por una melodía que, como bolivianos, reconocimos inmediatamente: "La Pastora", interpretación del conjunto folclórico "los Jairas". Segundos después, la pantalla dio paso al siguiente programa: "Archie". . .

Sin mayor sorpresa, reencontramos el viejo problema de con qué alimentar los sistemas de difusión, (cine, radio, TV, etc.) cuando un país del llamado "Tercer Mundo", mediante una revolución política y militarmente triunfante, debe tomar a su cargo los medios de comunicación sociales para ponerlos al servicio ineludible de la construcción —o reconstrucción— nacional. Consultando el reloj, nos fue fácil imaginar que a esa misma hora (17:30) quizás también la televisión cubana estaría pasando su programación de "muñequitos", inalterable desde nuestra primera visita a La Habana, en 1961, hasta la última en 1973 (1).

Mientras en la pantalla se sucedían las peripecias del pecosco estudiante norteamericano, sus amigos y el infaltable director, seguidas con diversos grados de interés por el pequeño grupo de personas que allí se encontraban, la incongruencia de la situación nos resultó particularmente notable; entre el grupo de espectadores se destacaba un muchacho, aproximadamente de la misma edad de los personajes del dibujo animado, medio apoyado en un moderno "fal", con la familiaridad y la sultura que sólo el continuado manejo de las armas puede proporcionar. Bajo la boina verde-olivo, sus ojos seguían intermitentemente el desarrollo de las estúpidas —nunca lo parecieron tanto— aventuras del despreocupado grupo de jovencuelos. ¿Qué podrían significar para él, recién salido de los combates reales, con "aventuras" dolorosamente ciertos y con miles de muertos de carne y hueso entre sus compatriotas, los intrascendentes acontecimientos que,

con gran derroche de color y recursos técnicos, se proyectaban en la pantalla? ¿Qué podría significar para su pueblo, a punto de enfrentarse a la campaña de alfabetización nacional por la cual se pondrá fin a un analfabetismo que alcanza nada menos que el 70% de la población, la visión irreal de esas travesuras estudiantiles?

El programa concluyó; la "característica" del Sistema Sandinista de Televisión volvió a aparecerse y fue seguida de un impresionante documental acerca de la recepción que la población de Managua había deparado a los restos del Comandante Carlos Fonseca, trasladados el día anterior a la capital para ser sepultados con los sencillos honores que la Revolución depara a sus héroes. Era la realidad, que recuperaba nuevamente la pantalla y la conciencia de sus espectadores. Era la realidad, también, en la presentación descarnada de los problemas que debe enfrentar una revolución cuando debe iniciar la recuperación para su pueblo de los sistemas de comunicación/información recién heredados —con todas sus deformaciones estructurales y funcionales— de un pasado de alienación e ignominia.

Al día siguiente, pudimos escuchar las apasionadas exposiciones de los periodistas nicaragüenses, que recreaban las luchas libradas junto a su pueblo y bajo su protección por encontrar y mantener abiertos canales de comunicación paralelos a los manipulados por la tiranía de los Somoza, por los cuales difundir la información censurada y negada por ésta, para desmentir los infundios diversionistas, para comunicar —en suma— la verdad.

Pudimos enterarnos, por boca de sus protagonistas, cómo se implementó el llamado "periodismo (o información) de catacumbas", mediante el cual unos pocos primero, decenas luego, y finalmente centenas, se dieron a la tarea de redactar y difundir boletines informativos que eran leídos en las iglesias, una o más veces al día, eran grabados en "cassettes" por locutores improvisados, o simplemente copiados a mano para ser llevados a lugares más apartados o de mayor riesgo. Acompañando a los expositores en todo este recuento, llegamos con ellos hasta las instancias finales, extraídas de su experiencia directa: "**La información de catacumbas la hizo el pueblo**"; concluiría el radialista Freddy Rostrán; "**Seremos periodistas libres mientras nuestra Patria sea libre**", declararía Danilo Aguirre, del diario **La Prensa**.

El debate y los comentarios posteriores profundizaron y ampliaron la visión del papel cumplido por los medios de comunicación en Nicaragua. Desde las colectas populares, realizadas por los periodistas para poder pagar las multas que imponía el Código de Radio y Televisión —llamado por el pueblo "código negro"— y que debían ser cubiertas para poder levantar la clausura impuesta, hasta el curioso efecto de "feedback"—con seguridad jamás imaginado por los adeptos al mismo— desencadenado por "Radio Sandino" cuando determinó que en cierta etapa de la insurrección toda Nicaragua escuchara las radios de Costa Rica, para poder oír la emisora rebelde (2).

La experiencia de Nicaragua —como antes la de Chile, de Cuba y de Bolivia, para citar sólo los países en los que la revolución se consumó o estuvo a punto de consumarse— viene a sumarse al patrimonio histórico de los pueblos latinoamericanos, a su memoria colectiva, en la que se registran éxitos y derrotas, de tal manera que bien pudiera afirmarse, para fraseando la primera vieja ley de la termodinámica, que en la historia revolucionaria de los pueblos, nada se pierde, todo se transforma.

Y son justamente estas experiencias —precisamente por ignoradas o minimizadas— las que deben ser estudiadas por teóricos y especialistas. Especialmente por quienes propugnan la creación de "circuitos paralelos" o "comunicación alternativa", ya que en ellas se encuentran muchas de las posibles respuestas a los problemas que les preocupan.

En nuestro apoyo viene el hecho de que, en esos mismos momentos, mientras las experiencias del pueblo nicaragüense estaba siendo públicamente analizadas, al otro extremo del continente, en Bolivia, se proyectaba nuevamente al ámbito internacional una de las mayores y más exitosas realizaciones populares del continente, en cuanto a sistemas de comunicación "alternativos" se refiere. En efecto, a consecuencia del golpe militar del coronel Natusch Busch, ocurrido en la madrugada del día 1º de noviembre, en Bolivia se daba el caso de que —como resultado de la censura impuesta y de la huelga general decretada por la Central Obrera Boliviana (COB)— no circulaban los diarios ni salieron al aire las emisoras, y las únicas fuentes de información masivas eran el canal de televisión oficial, la radio del Estado y la de las propias fuerzas armadas.

En este contexto, los medios de **desinformación** masivos, manipulados por los golpistas, trataban de aprovechar el silencio interno y el control de las noticias al extranjero para dar a co-

nocer supuestos reconocimientos al autoproclamado gobierno por parte de diversos Estados, propalar pronunciamientos de apoyo a los golpistas, justificar las masacres, fraguar comunicados sindicales llamando al retorno al trabajo, etc.

El monopolio hubiese sido total y perfecto, de no existir el circuito de emisoras mineras, que eran captadas afanosamente por la población de todo el país y el extranjero y que se convirtieron en la única fuente de información confiable, a la que acudían periodistas y corresponsales extranjeros para elaborar sus notas sobre lo que estaba aconteciendo en Bolivia.

No pretendemos aquí exponer el tema de las emisoras mineras bolivianas (3), que no por ignorado deja de ser el caso más notable e importante en América Latina de empleo, propiedad y dirección de medios de comunicación masivos por parte de los trabajadores. Queremos, eso sí, llamar la atención sobre la curiosa circunstancia de que mientras se estudia y escribe bastante acerca de la prensa independiente en los Estados Unidos, sobre las emisoras radiales ilegales en Francia o distintas manifestaciones de la llamada "comunicación paralela" y se trata de establecerlas como posibles modelos de comunicación "alternativa" para nuestros pueblos, se desconocen las experiencias concretas de cómo éstos han implementado sus propios circuitos de información y comunicación.

Las emisoras mineras bolivianas existen, sin solución de continuidad, desde hace nada menos que veintisiete años; abarcan a las dieciséis empresas mineras expropiadas a los "barones del estaño" por la Revolución de 1952 y son propiedad de los trabajadores aglutinados en la Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia (FSTMB), quienes determinan por sí mismos la totalidad de la programación, contratan o suministran directamente el personal técnico y de planta de locutores, redactores, reporteros, etc.

Más importante aún: son los trabajadores, por mediación de sus sindicatos y el personal a cargo de las emisoras —con tratado y bajo control de éstos— los que determinan, por sí y ante sí, qué es información y qué es noticia para ellos y sus familiares. No existe en toda América un caso de propiedad y control total y autónomo por parte de los trabajadores de un medio de la importancia de la radio que pueda compararse (4).

Naturalmente, mientras la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) ha mantenido su escrutadora mirada sobre el continente, tratando de avizorar el menor atropello a "su" libertad de prensa, jamás reparó en la sucesión de crímenes que se cometieron, especialmente desde 1964, contra las emisoras de los trabajadores (ignoradas olímpicamente, por lo demás, por buena parte de los propios periodistas bolivianos y los habitantes de las ciudades que no están directamente en contacto con las minas nacionalizadas), ocupadas por el ejército, dinamitadas o incautadas por los organismos de seguridad y control políticos, ni se molestó en averiguar los nombres de los radialistas balaceados ante los micrófonos abiertos, secuestrados, detenidos o muertos combatiendo en defensa de las instalaciones de sus emisoras.

Bastaría con repasar los pliegos de peticiones de los trabajadores mineros desde hace quince años, para encontrar, después de cada conflicto con el gobierno (propietario y administrador directo de la Corporación Minera de Bolivia), entre los primeros cinco puntos, inmediatamente después de "retiro del ejército"; "reposición de sueldos y salarios"; "liberación de los trabajadores detenidos (o indemnizaciones para sus deudos, según el caso)", **"devolución de la emisora de los trabajadores"**...

¿Cómo se mantienen las emisoras mineras? Naturalmente, no cuentan con subvenciones del Estado, ni de organismos internacionales, fundaciones o institutos. Tampoco dependen de la publicidad. Las sostienen los trabajadores, quienes en una admirable y palmaria demostración de conciencia de clase y de visión política, entregan puntualmente una cuota de sus míseros salarios para el sostenimiento de "su" emisora, la única en la que confían, a la que recurren en busca de noticias fidedignas, de opinión, no sólo "comprometida" sino propia; de la que reciben instrucciones en la hora del conflicto y del peligro, cuando se integran en cadena nacional todas las emisoras de los trabajadores.

Así pues, la más cabal respuesta a la pregunta formulada por los trabajadores de la Central Sandinista, proviene —aun si ella no llega jamás a ser formulada en palabras— de la Central Obrera Boliviana, de su experiencia concretada y triunfante: los medios de comunicación deben (y pueden) estar en manos de los trabajadores bolivianos cuando, a raíz de una situación similar a la que ahora vive Nicaragua —triumfo político y militar del pueblo organizado— se encontraron con que nadie puede elaborar y difundir mejor los mensajes de una clase determinada que los

propios miembros de esa clase.

También pueden atestiguar que, aun cuando la situación revolucionaria que posibilitó la expropiación de los medios de comunicación por los trabajadores involucre y desaparezca, los medios así obtenidos y empleados ya no pueden ser arrancados de sus manos ni por la represión más feroz, puesto que en el enroque histórico que los lleva a ocupar el lugar del emisor —real y directo—, que durante siglos les había sido negado, la voz propia adquirida sólo puede ser arcallada con el aniquilamiento físico, no de individuos, sino de la clase toda.

Y esto, precisamente en el capitalismo, es ya imposible.

Le Monde en español (Edición para América Latina, Abril, 1980)

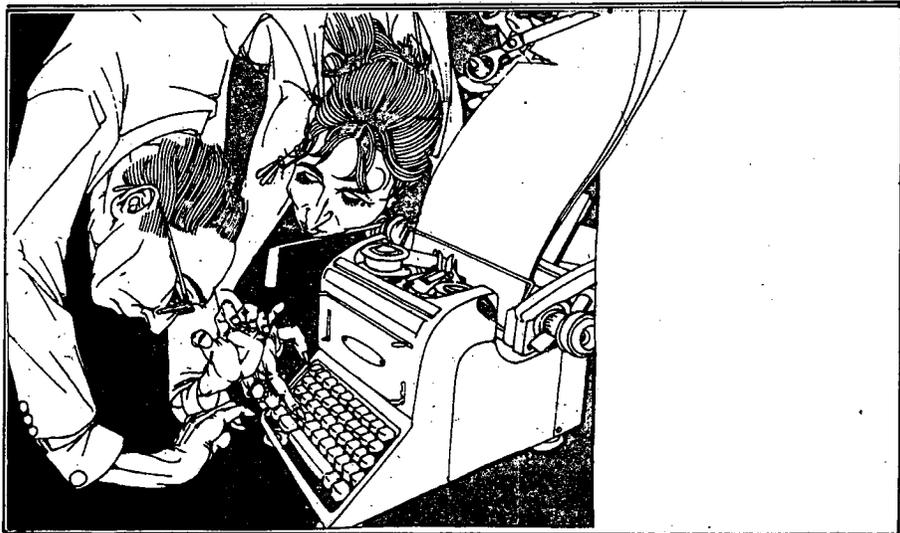
NOTAS:

(1) No hay de qué extrañarse. En determinado momento, después de la independencia, más del 50% de las salas de cine de Argelia tuvieron que permanecer cerradas, al haberse cortado el suministro de películas francesas. Por otra parte, aún en países que se tienen por infinitamente más desarrollados que Cuba o Nicaragua, ¿con qué podrían ser sustituidos esos espacios de programación —especialmente de entretenimiento— que son cubiertos por "enlatados" y que llegan a constituir el 70, 80 e incluso el 90% de los tiempos de emisión?

(2) La explicación es sencilla; los equipos de Radio Sandino no eran, naturalmente, muy potentes y estaban permanentemente sujetos a interferencia electrónica. Durante el tiempo en que la emisora operó desde el frente sur, sus emisiones eran bastante bien captadas en Costa Rica, donde los radialistas decidieron grabar los principales programas y retransmitirlos, en muy superiores condiciones técnicas, desde sus emisoras que eran, esas sí, captadas perfectamente en todo el territorio nicaragüense.

(3) Objeto de una amplia investigación, con el concurso de los trabajadores mineros y el personal de sus radioemisoras, que esperamos esté concluida en junio de 1980.

(4) En este sentido, la efectividad de la radio —dada la situación de aislamiento geográfico que determina la ubicación de los yacimientos de minerales, el alto grado de analfabetismo que prevalece entre los pobladores de los distritos mineros, el carácter bilingüe y aun trilingüe que deben revestir los mensajes destinados a un público en buena parte de origen campesino y de habla predominantemente quechua y aymará— es incomparablemente mayor a la de cualquier otro medio. Esto es compendado desde un inicio por el proletariado boliviano, que accedió a la propiedad de emisoras de radio no sólo en las minas, sino en las ciudades, en las cuales ferroviarios, "fabriles", trabajadores de la construcción y otras poseen también sus emisoras sindicales.



GUÍA BIBLIOGRÁFICA

La bibliografía ha sido tomada del Informe: "COMMUNICATION METHODS TO PROMOTE GRASS ROOTS PARTICIPATION FOR AN ENDOGENOUS DEVELOPMENT PROCESS" (A Summary of Research Findings from Latin América, and an Annotated Bibliography), preparado por Jeremiah O'Sullivan-Ryan y Mario Kaplún, y concluido en Caracas en enero de 1979.

El informe elaborado para la UNESCO recoge los hallazgos de las investigaciones en Latinoamérica sobre los métodos de comunicación en la promoción de la participación autóctona para un proceso de desarrollo endógeno y va acompañado de una extensa bibliografía comentada que reproducimos a continuación. Por razones de brevedad hemos eliminado las anotaciones bibliográficas del informe original.

- 1.- Adelman, Irma
"Development Economics "A reassessment of Goals", *The American Economic Review*, Papers and Proceedings, May, 1975, pp. 302-309.
- 2.- Alfonso, Almino.
"Participación de los campesinos en la Reforma Agraria" (Peasant Participation in Agrarian Reform). *Desarrollo Rural en las Américas*, V, 1 (1973): 37-51.
- 3.- Alba Robayo, Vincente and Rincón Rincón Hernán.
"Canales de Comunicación que usan algunos líderes rurales para obtener información Agropecuarias" (Communication channels that some leaders use to get agricultural information). *Revista ICA Colombia* 5 (1): 17-41. 1970.
- 4.- Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). (Latin American Association of Radioschools). A.S.E.R. Analysis of Systems of Radio education.
- 5.- Alvarez Vásquez, Edmundo and Byse Patrick. El área de Jocotan: Análisis de sus problemas de desarrollo, diagnóstico de sus proyectos de asistencia, y sugerencias metodológicas. (The Area of Jocotan, analysis of its development problems, diagnostic of its assistance projects and methodological suggestions), 1974.
- 6.- Ansorena, Ignacio. "La Extensión rural en el Desarrollo" (Rural Extension in Development). *Desarrollo Rural en las Américas* (Colombia) 4 (1): 80-96. Enero-Abril, 1972.
- 7.- Araujo, José E.
"La Reforma Agraria y la Empresa Comunitaria". (Agrarian Reform and Community Enterprise). *Desarrollo Rural en las Américas*, II, 3 (1970) (Colombia): 193-206.
- 8.- Arévalo A., Manuel And Victoria López, Freddy.
"Canales de comunicación que utilizan los campesinos del Proyecto de Desarrollo del Altiplano de Bogotá de Nariño". (Communication channels that the peasants use in the Development Project of the Highland of Nariño). *Boletín de Investigación Instituto Colombiano Agropecuario*, Programa de Comunicación de Masas, (Bogotá) N° 18 1975, 53 p.
- 9.- Arnove, Robert.
"Educación y Participación política en áreas rurales en América Latina". (Education and political Participation in Rural Latin America). *Desarrollo Rural en las Américas* (Colombia) V, 2 (1973): 83-96.
- 10.- Arnove, Robert.
"Sociological Implications of Educational Televisión" *Journal of Communication* (USA.) 25 (2): Spring 1975.
- 11.- Assman, Hugo
"Evaluación de algunos estudios latinoamericanos sobre comunicación masiva, con especial referencia a los escritos de Armand Mattelart". (Evaluation of some latin American studies on mass communication with special reference to the writings of Armand Mattelart). San José, Costa Rica, 1974.

- 12.— Azcueta, Miguel.
"Comunicación de Masas y Cultura Popular" (Mass communication and popular culture). Paper presented to the first Latinamerican Seminar on cooperative communication, Garanhuns, Pernambuco, Brazil. 1978. 20p.
- 13.— Barcelo, Víctor M.
"Cambios Requeridos para la mayor participación de grupos marginados en los beneficios del Desarrollo" (Required Changes for Greater Participation of Marginal Groups in the Benefits of Development). **Desarrollo Indo-Americano**, X1, 32, (1976): 42-50
- 14.— Barraclough, Salon.
"Rol de las organizaciones agrarias en programas de desarrollo rural". (The role of Agrarian Organizations in Rural Development Programs) **Desarrollo Rural en las Américas** (Colombia) 11, 2, (1970): 160-180
- 15.— Barraclough, Salon.
"Estrategia de Desarrollo Rural y Reforma Agraria" (Rural Development Strategy and Agrarian Reform). **Desarrollo Rural en las Américas**, (Colombia) IV, 1 (1972): 61-79.
- 16.— Barrera de Velazco, Beatriz.
"Utilización de medios de comunicación en el proceso de adopción por los líderes campesinos". (Use of communication media in the adoption process by peasant leaders). Tesis de Licenciatura. Medellín, Universidad de Antioquia, Facultad de Ciencias y Humanidades, Departamento de Ciencias de la Comunicación, 1972, 91 p.
- 17.— **Educación Popular y Proceso de concientización.**
(Popular Education and the Process of Conscientization). Siglo XXI, México, 1974.
- 18.— Beaulieu, G.M.
"Análisis de la participación de cuatro instituciones en un proceso de difusión". (Analysis of the participation of four institutions in the diffusion process).
- 19.— Beltrán, Luis Ramiro.
"Communication and Modernization: The Case of Latin America". **World Conference of the Society of International Development: XV New Delhi, India, 1969** 40p.
- 20.— Beltrán, Luis Ramiro.
"Las Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina. (National Policies of communication in Latin America). SENDIP, Bogotá, Colombia, 1974, 37 p.
- 21.— Beltrán, Luis Ramiro.
"Rural Development and Social Communication: Relationships and Strategies" in **Communication Strategies for Rural Development**, Proceedings of the Cornell-CIAT 1974 International Symposium, Cornell University. Ithaca, New York, 1974.
- 22.— Beltrán, Luis Ramiro.
"Communications Research in Latin America: The Blindfolded Enquiry". Leipzig, 1974.
- 23.— Beltrán, Luis Ramiro.
"Alien Premises, objects, and Methods in Latin American Communications Research" in **Communication and Development** Ed. Everett M. Rogers, Saga Publications, Beverly Hills, 1976.
- 24.— Beltrán, Luis Ramiro.
"Social Structure and Rural Communication in Latin America: The Radiophonic Schools of Colombia". in **Communication for Group Transformation in Development**, East West Center Communication Institute, Honolulu, 1976.
- 25.— Beltrán, Luis Ramiro et al.
"Bibliografía sobre Investigaciones en Comunicación para el Desarrollo Rural en América Latina (Bibliography about Investigations in Communication for Rural Development in Latin America).
Central International de Investigación para el Desarrollo, Bogotá, Colombia, 1976.
- 26.— Benítez de Castro, Cecilio.
Política de Participación, (Policy of Participation). Ed. Universitaria de Buenos Aires. Buenos Aires, 1969, 175 p.
- 27.— Blair, Enrique.
"La decisión política y la participación popular" (Political Decision and Popular Particip-

- pation). **Desarrollo rural en las Américas**, (Colombia) 11,3 (1971): 29-34.
- 28.— Bodenstedt A. Andreas.
Ed. **Sel-Help - Instrument or Objective in Rural Development**. Research Center for International Agrarian Development, West Germany, 1976. 120 p.
- 29.— Bonanni, Camillo
"Participatory Approach in planning local Development Projects: Some thoughts based on the experience gained in San Miguel y Morazan, (El Salvador, Central América). UNESCO, 1974. 12p.
- 30.— Bonilla, Víctor D.
Et. al. "Causa Popular, ciencia popular; una metodología del conocimiento científico a través de la acción. Bogotá, La Rosca, 1972,78 p. (Serie: Por ahí es la cosa N° 2).
- 31.— Braun, Juan Ricardo.
"Comunicación y educación no formal en Latinoamérica: Las Escuelas radiofónicas del Ecuador y la participación campesina". (Communication and non formal education in Latin America: The radio Schools of Ecuador and the peasant participation). Buenos Aires, 1975.
- 32.— Braun, Juan Ricardo.
"La Participación campesina en programas de educación no formal. El sistema Tarci. (Participation of farmers in non formal education programs. The Tarci system). **Revista Chasqui**, N° 14, CIESPAL, Quito, 1976.
- 33.— Braun, Juan Ricardo.
"Los medios masivos y las redes de comunicación interpersonal en la difusión de innovaciones agropecuarias y el control de la natalidad" (The mass media and the interpersonal communication in the diffusion of innovations on agriculture and control of birth). **Revista Chasqui**, CIESPAL, Quito, Ecuador, 1976. N° 13.
- 34.— Cardoso, Fernando.
"Dependency and Development in Latin America". *New Left Review*, 74 (1972) pp. 193-226.
- 35.— "Estudio de la Participación de los usuarios de las Agencias de desarrollo rural de Mariquita y Mata-dima en the local programming). Colombia, ICA 1975 61 p.
- 36.— Castro, Leandro.
"Las cooperativas del campo y el mercadeo de los productos agrarios" (Rural Cooperatives and Marketing of Agricultural Products). *Revista de Estudios Agro-Sociales*, XII, 44 (1963): 99-118.
- 37.— Centro de Comunicación social "Jesús María Pellín". "Comunicación y Marginalidad (Communication and Marginality). N° 12 of *Revista Comunicación*, Caracas, 1977.
- 38.— Cento de Estudios educativos.
"Evaluación de los Efectos del uso de medios de comunicación masiva en la promoción suburbana: El caso de IMDEC - Santa Cecilia (Evaluation of the effects of the use of communication mass media in sub-urban promotion - The Case of IMDEC - Santa Cecilia) Centro de Estudios Educativos, México 1976, 175 p.
- 39.— Center for International Educativos.
"An approach to Non Formal Education", University of Massachusetts, 1975, 224 p.
- 40.— Centro International de Mejoramiento de Maíz y Trigo "The Puebla Project" Seven Years of Experience 1967-73. E. Batán México 1974, 120 p.
- 41.— Chain, Beberly J.
"An Analytical Description of three Adult Literacy Programs in Bolivia, Honduras and Guatemala" Unpublished Ph.D. Dissertation, Columbia University, U.S.A. 1974,330 p.
- 42.— Chenery, Hollis.
et al. **Redistribution with Growth**, Oxford University Press, London, 1974.
- 43.— Chesterfield, Ray A. and Rendle, Kenneth R.
"El uso de canales indígenas de comunicación en el desarrollo rural venezolano (the use of indigenous communication channels for rural development in Venezuela). **Revista Chasqui**, CIESPAL, Quito, 1976.
- 44.— Chilcote, Ronald.
"Dependency: A Critical Synthesis of the Literature", **Latin American perspective I**, (1974), pp. 4-29.

- 45.— Centro Internacional de Estudios superiores para América Latina, Serie: Comunicación y Sociedad (Series: Communication and Society), Seminario: Comunicación y Salud, 1976, 98 p.
- 46.— Centro Internacional de estudios superiores para América Latina. Serie: comunicación y Sociedad (Series: Communication and Society), Seminario: Comunicación Grupal, 1977. 62 p.
- 47.— Centro. Internacional de Estudios superiores en Periodismo para América Latina (CIESPAL). Informe Preliminar de los grupos de trabajo del Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria". (Preliminary report on the first Latin American Seminar on Participatory Communication). CIESPAL, Quito, 1978, 13 p.
- 48.— Clifford, Roy A.
"Las organizaciones de base y el desarrollo" (Grass roots organizations and development , **Desarrollo Rural en las Américas**, 111, 1 (1971) 45-52.
- 49.— Cohen, M. John.
"Participation at the Local Level: A Working Bibliography". Cornell University, Rural Development Committee, Ithaca, 1978.
- 50.— Cohen M. John and Normal T. Uphoff.
(Rural Development, Participation: Concepts and Measures for Project design Implementation and Evaluation. Cornell University Rural Development Committee. New York 1977 317 p.
- 51.— Colle, Royal D.
"The Frontiers of Communication" in **Communication Strategies for Rural Development**, Cornell University, Ithaca, New York, 1974, 280 p.
- 52.— Colle, Royal D.
"Cassette Special Communication Systems" A preliminary inventory and outlook for their use in Rural Development.
Paper prepared for the International Conference on "Non Formal Education and the Rural Poor", Michigan State University, Michigan, 1976 16 p.
- 53.— Colle, Royal D. and Susana Fernández de Colle.
"The Communication Factor in Health and Nutrition Programs: a case study from Guatemala". Paper prepared for World Health Organization, 1977.
- 54.— Comisión económica para América Latina.
(Economic Commission for Latin America) "Participación popular y principios de desarrollo de la comunidad en relación a la aceleración del desarrollo económico y social (Popular participation and Principles of Community Development in relation to the Acceleration of Economic and Social Development). **Boletín Económico para América Latina**, XI, 2 (1964 225-256).
- 55.— Crawford, Robert H. and William B. Ward (Editors).
Communication Strategies for Rural Development. Proceedings of Cornell—CIAT Seminar, Ithaca, 1974.
- 56.— Cuellar G. David et al.
"Análisis de la investigación y de la aplicación del "difusionismo". (Analysis of research and the application of "diffusionism"). Segunda Reunión de los Comunicadores Rurales Cali, Colombia, 1971, 11 p.
- 57.— Cujia M., Carlos
"Canales de Comunicación que utilizan los campesinos del Proyecto. de desarrollo en la Zona Bananera". (Communication channels that are used by peasants in the Projects of the Banana zone). Tesis Mag. Sc. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia. Instituto Colombiano Agropecuario, Programa de Comunicación de Masas. Boletín de Investigación, N° 28. 1974. 91 p.
- 58.— de Janvry, Alain.
"The Political Economy of Rural Development in Latin America: An Interpretation", **American Journal of Agricultural Economics**, Vol 57. N° 3 Aug. 1975, pp. 490-499.
- 59.— Díaz Bordenave Juan
"Extensión, Comunicación y Desarrollo", IICA—CIRA. Bogotá, Colombia, 1969.
- 60.— Díaz Bordenave, Juan.

- "Comunicación y Desarrollo" (Communication and Development). Unpublished paper.
- 61.— Díaz Bordenave, Juan.
"Novas Técnicas para o desenvolvimento de comunicação no medio rural (New Techniques for the development of communication in the rural areas). Unpublished paper, 1978.
- 62.— Díaz Bordenave, Juan.
"Aspectos Políticos e Implicaciones políticas de la Comunicación Participatoria" (Political Implications of Participatory communication). Paper presented at the First Latin American Seminar on Participatory Communication, CIESPAL Quito, 1978 26 p.
- 63.— Díaz Bordenave, Juan.
"Training in Communication for Rural Development Personnel", in **Development Communication in the Rural Areas: strategies and models**, Río de Janeiro, 1974.
- 64.— Díaz Bordenave, Juan.
"Communication and Adoption of Agricultural Innovations in Latin America, in **Communication Strategies for Rural Development** Cornell University, Ithaca, 1974.
- 65.— Díaz Bordenave, Juan.
"Teleducação e cultura popular" Teleducation and popular Culture, Rfo de Janeiro, 1975, 18 p.
- 66.— Díaz Bordenave, Juan
Communication and Rural Development UNESCO 1977. 107 p.
- 67.— Díaz Bordenave, Juan and Martins Pereira, Adair.
Estrategias De Ensino—Aprendizagem (Strategies for Learning and Teaching). Editorial Vozes Ltda. Petropolis, Brazil.
- 68.— Díaz Heliodoro. **et al.**
"Communication and Institutional Change in Mexican Agricultural Development". World Congress for Rural Sociology. III, Baton Rouge, Louisiana, August 1972, 27 p.
- 69.— Dos Santos, Theotonio.
"The Structure of Dependence", *American Economic Review*, 60, 1970: 231-236.
- 70.— Do Valle, Raul.
"Comunicación de Experiencia Participativa en el campo de Desarrollo Rural" (Communication of a participatory experience in Rural Development). Paper presented in the first Latin American Seminar of Participatory Communication, CIESPAL, Quito, 1978.
- 71.— Dubly, Alan.
Evaluación de las Escuelas Radiofónicas de Pichincha — Tabacundo. (The Evaluation of Radioschools of Pichincha—Tabacundo) Instituto Ecuatoriano para el Desarrollo Social, Quito, 1973, INEDES.
- 72.— Dubly, Alan.
Evaluación de las Escuelas Radiofónicas Populares De Riobamba (Evaluation of the popular Radio schools of Riobamba. INEDES, Quito, 1973 70 p.
- 73.— Dubly, Alan.
Evaluación de las Escuelas Radiofónicas de Sucua "Radio Federación". (Evaluation of the Radio schools of Sucua "Radio Federación" / INEDES.
- 74.— Dubly, Alan.
Evaluación de las Escuelas Radiofónicas de Riobamba, Sucua y Tabacundo. (Evaluation of the Radioschools of Riobamba, Sucua and Tabacundo). Informe de Síntesis, INEDES, Quito, 1973, 96 pag.
- 75.— Duhourq, Carlos Alberto,
"Proyecto Deyoom: an intent at popular communication" *Revista del Centro de Investigación y Acción Social* (Argentina) 21 (215) 17—19 August 1972.
- 76.— Echeverría, Castillo F. **et al.**
Ideología y Medios de Comunicación Amorrortu Editores, Buenos Aires, 1973. (Ideology and Communication Media).
- 77.— El Bushra, Judy and Susan Perl.
"Family Planning Education in Action: Some Community Centered Approaches International extension College, International Planned Parenthood Federation, 1976.
- 78.— Enclada, Marco.

- "Marginalidad y Medios Masivos en la Sierra del Ecuador". (Marginality and Mass Media in the highlands of Ecuador). CIESPAL, Quito, 1977.
- 73.— Espinosa Rojas, Ignacio *et al.*
"Evaluación de Folletos: Análisis de lecturabilidad" (Evaluation of Magazines: Analysis of Readability). Ministerio de Agricultura y Pesquería, Ecuador. 1969. 17 p.
- 79.— Fals Borda, Orlando.
"El Liderazgo Rural y la Reforma Agraria". (Rural leadership and Agrarian Reform). Estudios Agrarios, 111, 8 (1964) 133-144.
- 80.— Fanon, Frantz.
The Wretched of the Earth. Grove Press, New York. 1963.
- 81.— Federación nacional de cafeteros de Colombia.
Revista cafetera de Colombia N^{os}. 146-147-148. Temas: Grupos de Amistad (Friendship Groups) Bogotá, Colombia.
- 82.— Felstehausen, Herman.
"Economic Knowledge, Participation and Farmer decision-Making in a Developed and Under-Developed Country" International Journal of Agrarian Affairs. 5 (4) July 1968.
- 83.— Ferrara, Miguel Angel.
"Programación de la comunicación social para el desarrollo rural". (Programming Social Communication for Rural Development). **Desarrollo Rural en las Américas**, 111, 3 (1971): 63-75.
- 84.— Flores Quiroz, Luis.
"La Empresa comunitaria y la participación campesina" (The Community Enterprise and Peasant Participation). **Desarrollo Rural en Las Américas**, V1, 3 (1974): 77-95.
- 85.— Food and Agricultural organization.
"Peoples's Participation In Development. Vols. I and 2, Proceedings of the Asian Regional Workshop. Indian 1973.
- 86.— Food and Agricultural organization, "The Participation of Local Volunteers in rural development in Africa A Luxury or Necessity"? Fao Rome.
- 87.— Fordham, Paul, Poulton, Geoff and Randle, Lawrence.
- 88.— Fraser, Colín.
"Technology for Participatory Communication".
Paper presented at the first Latin American Seminar on Participatory Communication. CIESPAL, Quito, 1978.
- 89.— Freire, Paulo.
Pedagogía del oprimido, Ed. América Latina, Bogotá, **Pedagogy of the Oppressed**, Herder and Herder New York 1972.
- 90.— Freire, Paulo.
Conscientization: Cultural Action for Freedom (Parts 1, 11, 111) Harvard Educational Review. Cambridge (Mass.) 1971.
- 91.— Freire, Paulo.
Extensión o Comunicación. La concientización en el Medio Rural (Conscientization or Communication, Conscientization in the Rural area). Siglo XXI, México, 1973.
- 92.— Freire, Paulo.
"La alfabetización de adultos. Bogotá IICA—CIRA, Material didáctico N° 63, 1969 10 p. (The Alfabetization of Adults)
- 93.— Freire, Paulo.
"La Concepción bancaria de la educación y la deshumanización. La concepción problematizadora de la educación". (The Banking Concept of education and deshumanization. The Problem Concept of Education). Bogotá, IICA—CIRA, Material Didáctico N° 67, 1969. 7 p.
- 94.— Freire, Paulo.
"Sobre la Acción Cultural; ensayos escogidos". Santiago de Chile, Instituto de Capacitación e Investigación en Reforma Agraria, 1969 182 p. (About Cultural Action: selected writings).
- 95.— Freire, Paulo and Illich, Ivan.
"The Pedagogy of the oppressed. The Oppression of Pedagogy". Geneva Institute of cul-

- tural Action — IDAC, Document N° 8, 1975 40 p.
- 96.— García, Antonio.
 "Puede existir una ciencia social latinoamericana?". (Can a Latinamerican Social Science exist?). **Revista Chasqui**, (Ecuador CIESPAL N° 1: 31-38. 1972.
- 97.— Gerace L. Frank.
Comunicación Horizontal, (Horizontal Communication). Cambio de Estructuras y Movilización social. Studium, Lima, Perú, 1973.
- 98.— Gerace L. Frank.
 "Participación y Comunicación" (Participation and Communication). VI Seminario Latinoamericano para Directivos de Teleducación en Lima, 1972. Published by the Institute for International Solidarity ISI, 1972.
- 99.— Gerace L. Frank.
 "Cinco Experiencias de Comunicación Participatoria" (Five experiences in participatory communication .Paper presented at the first latin American Seminar on Participatory Communication, CIESPAL, Quito, 1978.
- 100.— Germani, Gino.
El Concepto de Marginalidad (The Concept of Marginality) Ediciones Nueva Visión Buenos Aires, 1973.
- 101.— Gómez Posada, Lucila.
 "Opinión de los líderes sobre el funcionamiento de las Escuelas Radiofónicas en Colombia" (Opinions of leaders on the functioning of the radioschools in Colombia). Bogotá, Acción Cultural Popular. 1967.
- 102.— Gotsch, Carl H.
 "Technical Change and the Distribution of Income in Rural Areas", **American Journal of Agricultural Economics**, May 1972, 54, pp 326—341.
- 103.— Griffin, Keith.
 "Policy Options for Rural Development", Background paper for the Ford Foundation Seminar in Rural Development and Employment, Ibadan, Africa, 1973.
- 104.— Gustavo Gutiérrez.
 Teología de la liberación Ed. Sígueme, Salamanca, 1972 **A Theology of Liberation**, Orbis Books, New York. 1973.
- 105.— Gutiérrez de Zárate, Clara María.
 "El Liderazgo de opinión como refuerzo de la acción de los medios masivos de comunicación". (Opinion leadership as a reinforcement of the action of the mass media of communication). Universidad Javeriana, Departamento de Sociología, Documento de Trabajo, N° 23, Bogotá, 1973, 176 p.
- 106.— Gutiérrez Pérez, Francisco.
 "El Desafío de la comunicación Social (The Challenge of social communication). Centro de Estudios de Participación Popular, Lima, Comunicación y Participación, Lima, CEN-TRO, 1974, pp. 132-156.
- 107.— Gutiérrez Pérez, Francisco.
 "Comunicación participada o comunicación horizontal" (Participated communication or horizontal communication). In: **El Lenguaje Total; Pedagogía de los Medios de Comunicación**, Buenos Aires. Humanitas, 1973.
- 108.— Habermann, Doris and Peter.
Comunicación y Desarrollo, Published by the Friedrich—Ebert Foundation, 1976.
- 109.— Hall, Budd L.
 "Participatory Research, an approach for change". **Convergence**, (Canadá) 7 (2) 24-32. 1975.
- 110.— Hague, Metha, Rahman, Wignaranja.
 "Towards a Theory of Rural Development", **Development Dialogue** N° 2, 1977 pp 1-67.
- 111.— Havens, Eugene.
 "Methodological Issues in the Study of Development", Paper presented at the Third World Congress of Rural Sociology, Baton Rouge, Luisiana, 1972.
- 112.— Herrera Cerda, Monica and Daniel Ramírez Estay.
 "Presentación de un Modelo de Comunicación, aplicado a la metodología educativa"

- (presentation of a communication model, applied to an educational methodology). Paper presented to the Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior.
- 113.— Hoxeng, James.
"Programming by the people: An Ecuadorean Radio Experiment" Educational Broadcasting International, Vol. 10, Nº 1, March 1977.
- 114.— Institute for communication research,
"The role of Communication in Nutrition". Paper prepared by Institute members for the Agency for International Development (AID), Washington. Stanford, University, 1978.
- 115.— Jamison, Dean T. and Mcanany, Emile.
Radio for Education and Development. Sage Publications, Beverly Hills, Calif. 1978 220 p.
- 116.— Jouet, Josiane.
"Community Media and Development: Problems of Adaptation"— Paper presented as Working paper to meeting on Self-Management, Access and Participation in Communication, UNESCO Meeting held at Belgrade, Yugoslavia, oct. 77.
- 117.— Jouet, Josiane.
"Participatory Communication, in the Third World: A Critical Outlook" Paper prepared as as complementary to the Belgrade paper, for the first Latin American, Seminar an Participatory Communication, held at CIESPAL, Quito, 1978.
- 118.— Kaplún, Mario.
Cassette—Foro: Un sistema de Comunicación Participativa. (Cassette—Forum, a system of Participatory Communication). Informe Final de la experiencia de cassette—foro Rural Realizado en Uruguay. IPRU, Montevideo. 1978.
- 119.— Katzman, Natan.
"The Impact of Communication Technology: Promises and Prospects". **Journal of Communication**, Vol. 24, 1974, pp. 47-58.
- 120.— Khan Akhter, Hameed.
"Reflections on the Comilla Rural Development Projects". Overseas Liasion Committee, Paper Nº 3, 1975.
- 121.— Krotz, Esteban.
"Las cooperativas en el campo mexicano": Perspectivas" (Perspectives en Cooperative Organizations in Rural Mexico). **Controversia** 1, 3 (1977) 72-80.
- 122.— La Belle, Thomas J.
"Liberation, Development, and Rural Nonformal Education" **Council on Anthropology and Education Quarterly** (4) pp. 21-26. 1975.
- 123.— Lasswell, Harold B.
"The future of world communication; quality of life". Honolulu, Hawaii, East West Communication Institute, papers Nº 4, 1972. 19 p.
- 124.— Lehell, David.
"Hacia un análisis de la consciencia de los campesinos". (Analysis of Peasant Consciousness). **Cuadernos de la Realidad Nacional**, 2 (1970): 31-59.
- 125.— Lessa, Carlos.
"Marginalidad y Proceso de Marginalización" (Marginality and the Process of Marginalization). in **América Latina: Dependencia y subdesarrollo**, EDUCA, Costa Rica, 1975.
- 126.— Lewis, Peter M.
"Tecnologías apropiadas para las Comunicaciones" (Appropriate technologies for communication). Paper presented to the First Latin American Seminar on Participatory Communication. CIESPAL, Quito, 1978 7 p.
- 127.— Maestre Z., Juan Manuel.
"Canales de Comunicación que utilizan los habitantes del área de la Alta, Media, y Baja Guajira" (Communication channels that the inhabitants of the High, Middle and Low Guajira use). Tesis M.S. Bogotá. Universidad Nacional de Colombia. Instituto Colombiano Agropecuario, Programa de Comunicación de Masas, 1975. 128 p.
- 128.— Manduley, José C.
"El foro de radio rural como una estrategia para educar adultos para el desarrollo comunitario". (The rural radio forum as a strategy for adult education for community deve-

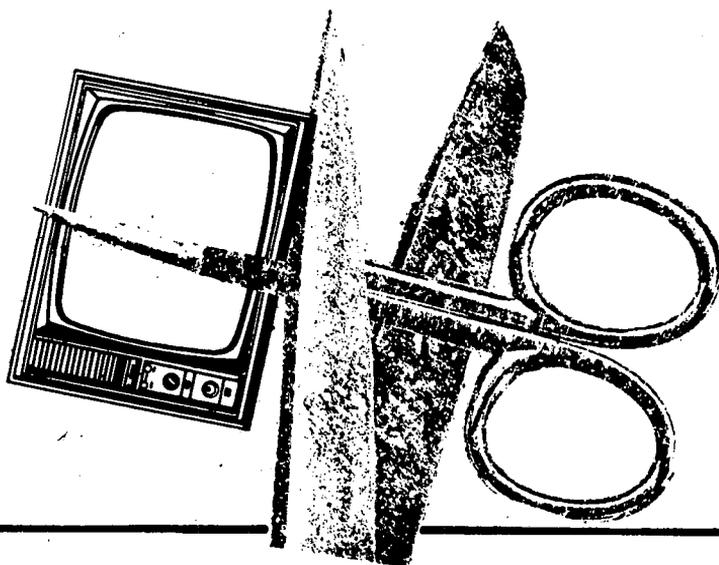
- lopment) / in **Revista CHASQUI**, N° 13, CIESPAL, Quito, 1976.
- 129.— Marchioni, Marco.
 "Iniciativas para el desarrollo comunitario en comarcas rurales". (Initiatives for community development in rural sectors). **Revista de Estudios Agro-Sociales**, XVI, 61 (1967): 29-65.
- 130.— Martínez, Jorge.
 "Las alternativas de la reforma agraria Mexicana frente al proceso de marginalización" (The alternatives of Mexican Agrarian Reform to face the Process of Marginalization). **Desarrollo Rural en las Américas**, V, 3 (1973): 243-261.
- 131.— Mata, José Ignacio.
 "Proyecto de Comunicación Rural al Servicio del Desarrollo". (Rural Communication Project at the Service of Development) Paper presented at the First Latin American Seminar on Participatory Communication. CIESPAL, Quito, 1978. 22 p.
- 132.— Meister, Albert.
 "Cambio Social y participación social en asociaciones voluntarias" (Social Change and Social Participation in Voluntary Associations). **Desarrollo Económico**, 11, 3 (1962): 5-18.
- 133.— Millwood, David.
 "**The Poverty Makers** World Council of Churches, Geneva; 1977.
- 134.— Moran, Michael.
 "La comercialización agropecuaria y su significación para el desarrollo socioeconómico del campesino" (Agricultural Commercialization and Its Meaning for Peasant Socioeconomic Development). **Desarrollo Rural en las Américas** VII, 2 (1975): 137-146.
- 135.— Morss, Elliott R. et al.
 "Strategies for Small Farmers Development: An Empirical study of Rural Development Projects. **Development Alternatives Inc.** Washington, D.C. 1975.
- 136.— Muñoz, Marín, Milton G. And Alba Robayo, Vioente.
 "Canales de Comunicación que utilizan los campesinos: Proyecto Oriente de Cundinamarca". (Communication Channels that peasants use in the Project of the North of Cundinamarca). Bogotá Instituto Colombiano Agropecuario, Programa de Comunicación de Masas, Boletín de Investigación, N° 10, 1974, 63 p.
- 137.— Murcia, Héctor.
 "Análisis sobre modelos de desarrollo rural en América Latina". (Analysis of Rural Development Models in Latin America). **Desarrollo Rural en las Américas**, VIII, 2 (1976): 137-152.
- 138.— McAnany, Emile G.
 "Communication with the Rural Poor in the Third World: Does information make a difference"? Institute for Communication Research, Stanford University, Cal. 1978.
- 139.— Nethol, Ana María.
 "Los Mecanismos de discurso: El campo del poder y las perspectivas de Participación popular" (Discourse mechanisms: the field of power and the perspectives for popular participation). Paper presented at the First Latin American Seminar on Participatory Communication. CIESPAL. Quito, 1978.
- 140.— Neito, María del C.
 "La Agricultura de grupo en relación con las regiones deprimidas" (Group agriculture en relation to Backward Regions). **Revista de Estudios Agro-Sociales**, XII, 42 (1968): 129-150.
- 141.— Noguera, Aníbal.
 "La empresa comunitaria como estrategia del desarrollo rural" (The community enterprise as a Rural Strategy) **Desarrollo Rural en las Américas**, 11, 3 (1970): 207-214.
- 142.— Novoa, Barrero, Andrés Ricardo.
 "Sistema de comunicación e integración entre técnicos y agricultores: Un estudio en el Plan Puebla". (System of and Integration between Technicians and Farmers: A Study in the Puebla Plan). Escuela Nacional de Agricultura, Colegio de Post-Graduados, Chapingo: Puebla, México, 1972.
- 143.— Núñez, Pilar, and De vela, Gloria.

- "Modelos de desarrollo y participación popular" (Development Models and Popular Participation). Quito, 1978.
- 144.— Ocampo C., Manuel J.
 "Canales de comunicación que utilizan los habitantes del Proyecto de desarrollo sur del Cauca-Norte de Nariño" (Communication Channels that the Inhabitants of Norte of Nariño, use in the Development Project Sur del Cauca). Instituto Colombiano Agropecuario, Programa de Comunicación de Masas. Boletín de Investigación, N° 9, 1974. 97 p. Bogotá.
- 145.— Ohliger, John and Niemi, John.
 "Annotated and quotational bibliography on-participatory research". **Convergence** (Canada) 7 (2); 82-87. 1975.
- 146.— Oliart, Francisco, and Araujo, José E.
 "Perspectivas de la reforma agraria y las empresas comunitarias en 1974. (Perspectivas on Agrarian Reform and Community Enterprises in 1974). **Desarrollo Rural en las Américas**, VI, 3 (1974): 63-76.
- 147.— Oliveira, Rosisca Darcy de and Oliveira, Miguel Darcy de
 "The Militant observer a Sociological Alternative" Geneva, Institute of Cultural Action. IDAC. Document N° 9, 1975, 35 p.
- 148.— Orchard, Jorge and Ortiz, Jaime.
 "Presión campesina, reforma agraria y empresas comunitarias". (Peasant pressure, Agrarian Reform and Community Enterprises). **Desarrollo Rural en Las Américas**. V, 2 (1973): 97-120.
- 149.— Ordóñez Andrade, Marco.
 "La Incomunicación en los grupos marginados de las áreas rurales del Ecuador" (The incommunication of marginal groups in rural Ecuador). CIESPAL' Unpublished paper, Quito, 1973.
- 150.— Ordóñez Andrade, Marco.
 "Papel de los medios de comunicación colectiva en los procesos de desarrollo económico y social" (Role of the communication media in the processes of social and economic development). in: **Comunicación colectiva y Desarrollo**. San José, Costa Rica. Centro de Estudios Democráticos de América Latina, 1972.
- 151.— Ordóñez Andrade, Marco.
 "Periodismo de Comunidad: Seminario de consulta. Diseño tentativo de las investigaciones sobre la comunicación en grupos marginados" (Community press. Seminar for consultation. Tentative design of the investigation of communication in marginal groups). CIESPAL, Quito, 1972.
- 152.— Ortega Andapia, Alfonso.
 "Flujo de dos etapas para la innovación; la formación de líderes de opinión agrícola". (Two-step flow for innovation; the formation of agricultural opinion leaders). Chapingo, Colegio de Postgraduados Escuela Nacional de agricultura, México, 1970.
- 153.— O'Sullivan Ryan, Jeremich.
 "El rol de la información en la vida del agricultor de subsistencia: Un estudio en el Altiplano de Guatemala" (The role of information in the life of the subsistence farmer: A study in the Highlands of Guatemala). **Revista ECA**, Estudios Centroamericanos, Número Especial, Guatemala, Drama y Conflicto social. Julio 1978.
- 154.— O'Sullivan Ryan, Jeremich and Robers, Everett M.
 "Communication in Agricultural Development" Study prepared for the U.S. Agency for International Development. **Institute for Communication Research**, Stanford University, 1978.
- 155.— Parker, Edwin B.
 "Utilization of Satellites for Medical Communication". Paper prepared at the **Institute for Communication Research**, Stanford University, 1972.
- 156.— Pasquali, Antonio.
 "Por una política Nacional de la radio y la televisión" (For a national policy for radio and Televisión) **El Nacional**, Caracas, 1, 2, July 1974.
- 157.— Perrett, H. E.

- "Applied Communication Technology in Rural Development". Report prepared for **Academy for Educational Development** Washington, 1976.
- 158.— Pinto, Juan Bosco.
"La comunicación participatoria como Pedagogía del cambio: Fundamentos Epistemológicos" (Participatory communication as a Pedagogy for change: Epistemological Bases). Paper presented to the First Latin American Seminar on Participatory Communication CIESPAL' 1978.
- 159.— Pinto, Juan Bosco.
"Análisis científico de las empresas comunitarias campesinas" (Scientific Analysis of Peasant Community Enterprises). **Desarrollo Rural en las Américas**, IV, 3 (1972): 236-248.
- 160.— Pinto, Juan Bosco.
"Extensión o educación: una disyuntiva crítica" (Extension or Education: A critical choice). **Desarrollo Rural en las Américas**, V, 3 (1973): 165-186.
- 161.— Pinto, Juan Bosco.
"Educación Liberadora: supuestos teóricos. (Liberation education, theoretical bases). IICA-CIRA, Paper presented in a National Seminar on Adult rural education. Bogotá, 1972 29 p.
- 162.— Pinto, Juan Bosco.
"Sub-desarrollo, núcleo de comunicación de masas" (Underdevelopment, nucleus of mass communication). In Centro de Estudios de Participación popular, Lima, Comunicación y Participación, Lima CENTRO, 1974, pp. 1-39.
- 163.— Prebisch, Raul.
"Commercial Policy in Underdeveloped Countries". **American Economic Review**, 44 (1959) pp. 251-273.
- 164.— Quijano, Anibal.
"La formación de un Universo Marginal en las Ciudades de América Latina" (The formation of Marginal Universe in the cities of Latin America). *Espaces et Sociétés* 3 (1971).
- 165.— Quijano, Anibal and Weefort C., Francisco.
Populismo, Marginalización y Dependencia. EDUCA, Costa Rica, 1973.
- 166.— Quiroga, Néstor Hugo and Albo, Xabier.
"La Radio como expresión libre del Aymara" **Revista CHASQUI** N° 7, 109-131. 1974.
- 167.— Revista "Participation", Lima, Perú. Year II, N° 2 Feb. 1973. Im. Industrial Gráfica.
- 168.— Reyes Matta Fernando.
"Un modelo de comunicación con participación social activa". (A communication model with active social participation). Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, México, 1978. 33 p.
- 169.— Rich, Thomas A, and Nesman, E. G.
"Basic Village Education Project - Evaluation component. University of South Florida, 1976.
- 170.— Ríos Navarro, Norberto.
"Experiencias de Trabajo del Centro Laubach de Educación Básica de Adultos —CLEBA" (Experiences of work with Basic Adult Education at the Laubach Centre). Paper presented to the Latin American seminar on Participatory Communication, CIESPAL, Quito, 1978.
- 171.— Rogers, Everett M. and Mayer, Anthony.
"Communication aspects of Integrated Rural Development". Paper prepared for the Academy for educational development, Washington, 1976.
- 172.— Rojas Medina, Zilia.
"Transferencias de tecnología y la estructura agraria en América Latina: análisis crítico del modelo de adopción de innovaciones" (Technology transfer and the agrarian structure in Latin America: a critical analysis of the adoption of innovations model). Tesis Licenciatura (Ciencias de la Comunicación Social). Bogotá, Universidad Javeriana, Facultad de Ciencias de la Comunicación. 1975. 112 p.
- 173.— Romero Sánchez, Neiro, et al.

- "Algunos factores que determinan la respuesta (retroalimentación) de grupos campesinos a mensajes tecnológicos" (Some factors that determine the feedback from peasant groups to technological messages). Chapingo, Colegio de Postgraduados, Escuela Nacional de Agricultura, Rama de Divulgación agrícola, 1975.
- 174.— Roppa, Guy M.
 "Proyecto de comunicación social y Educación el programa Nacional de Salud Materno Infantil y Bienestar familiar del Ecuador" (Social Communication project of education in the national program of mother and child care and family health in Ecuador). Paper presented to the First Latin American Seminar of Participatory Communication, CIESPAL, Quito, 1978, 8 p.
- 175.— Rothkegel-Ortúzar, Edgardo.
 "The Ecuador Project: a Discussion". Center for International Education, University of Massachusetts. 1976.
- 176.— Rusque A., J.
 "Bases para la implementación de un sistema de participación de la población en el proceso de planificación Regional del Ecuador" (Bases for the implementation of a system for participation in the planification at a regional level in Ecuador). Quito, 1976.
- 177.— Sampaio, Plinio.
 "Anotaciones sobre el problema de integración campesina" (Notes on the Problem of Peasant Integración). **Desarrollo Rural** en Las Américas, II, 3 (1970): 229-248.
- 178.— Sancho, Roberto.
 "La promoción y selección de líderes locales en el marco del desarrollo comunitario" (Promotion and selection of local leaders for Community Development). **Revista de Estudios Agro-Sociales**, XVI, 61 (1967): 66-83.
- 179.— Santos, Paulo de Tarso.
 "Reforma Agraria Cambio Estructural" (Agrarian Reform and Structural Change). **Desarrollo Rural en las Américas**, V, 1 (1978) 52-62 .
- 180.— Secretaría de coordinación de la Junta nacional de Educación Extraescolar. "Investigación de Base para el Módulo Básico de Educación Extraescolar". Guatemala, 1977.
- 181.— Schanitzman, Josiane.
 "Mass Communication and mobilization in adult education. LACDES: Latin American And Caribbean Development Education Students 5 (2): 32-41. March 1976.
- 182.— Seminario sobre periodismo de comunidad.
 "Periodismo de la Comunidad; incomunicación social y marginalidad" (Community Press, social Incomunication and Marginality). Seminar held in San José de Costa Rica, and organized by CIESPAL, Quito 1974. 274 p.
- 183.— Silva Fuensalida, Ismaél.
 "**Marginalidad, Transición y conflicto social en América Latina**". (Marginality, Transition and Social Conflict in Latin America). CEDIAL, Herder Edit., Bogotá. 1972.
- 184.— Smith, William A.
The Meaning of Conscientizaio: the Goal of Paulo Freires Pedagogy Center for International education. University of Massachusetts, 1976.
- 185.— Spain, Peter et al
 "Radio for Education and Development". Case Studies Vols. I and 11. World Bank Working Paper N° 266, Washington, 1977.
- 186.— Suárez, Melo, M.
 "La empresa comunitaria en Colombia: El caso de la Bertha" (The Community Enterprise in Colombia, The la Bertha Case). **Desarrollo Rural en las Américas**, 11, 3 (1970) 251-218.
- 187.— Suárez, Melo, M.
 "Empresas Comunitarias en América Latina". (Community Enterprises in Latin América). **Desarrollo Rural en las Américas**, IV, 2 (1972): 139-159.
- 188.— Sunkel, Oswaldo and Paz, Pedro.
El Subdesarrollo Latinoamericano y la teoría del Desarrollo. (Underdevelopment in Latin America and Development Theory). Siglo XXI, México, 1970.
- 189.— Tirado C., Nazario.

- "Escuelas Radiofónicas en Bolivia" (Radio Schools in Bolivia). Paper Presented to the 6th. Latin American Seminar on University Teleducation, Caracas, 1978. 32 p.
- 190.— United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). "Final Report on Meeting on Self-Management, Access and Participation in Communication". Belgrade, Yugoslavia, 1977.
- 191.— United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). "Provisional Report on the Commission for the Study of Communications Problems. UNESCO, Paris, 1978.
- 192.— United Nations Childrens Fun (UNICEF) /World health Organization "Community involvement in Primary Health Care: A Study of the Process of Community Motivation and Continued Participation". OMS, Geneva, 1977.
- 193.— Victoria López, Freddy and Arvevalo A., Manuel.
"Canales de Comunicación que utilizan las campesinas del proyecto de desarrollo de la llanura del Pacífico" (Communication channels used by peasants in the Development: Project of the Pacific plains). Bogotá Instituto Colombiano Agropecuario, Programa de comunicación de Masas, Boletín de Investigación N° 23, 1975.
- 194.— Vignes, Enrique.
"Las organizaciones agrarias y el proceso socio-económico del campesino" (The Agrarian Organizations and Peasant Socioeconomic Progress) **Desarrollo Rural en las Américas**, V, (1973): 187-194.
- 195.— Vieira, César.
En busca de un teatro popular (In search of a Popular Theatre). UNESCO, Paris, 1977.
- 196.— White, Robert.
"An Alternative Pattern of Basic Education: Radio Santa María", Experiments and Innovations in Education, N° 30, UNESCO, Paris, 1976.
- 197.— White, Robert.
"Mass Communications and the Popular Promotion Strategy of Rural Development in Honduras" in Spain, et. al. (editors), **Radio for Education and Development**, Case Studies Vols 1 and 11, The World Bank, Washington, 1977.
- 198.— Wolff, Laurence.
"Communication Strategies for Development". Report Number 8, prepared for the Academy for Educational Development, Washington, 1973.
-



□ FESTIVAL DE CINE EN MERIDA

La Primera Edición del Festival Nacional de Cine, organizado en Mérida, entre el 20 y el 28 de junio pasados por la Dirección de Cine de la Universidad de Los Andes, el Consejo Municipal de Mérida, la Cinemateca Nacional y otras entidades y personas vinculadas a la actividad cinematográfica, no fue un encuentro para analizar, en toda la extensión del verbo, el cine venezolano; fue una vía para revisarlo y valorarlo, mediante la exhibición de la mayor muestra conjunta que se haya proyectado hasta ahora en el país: más de 200 filmes, entre cortos y largometrajes, de la más variada y heterogénea extracción. Desde una retrospectiva de Amábilis Cordero y Margot Benacerraf hasta "País Portátil"; desde una lacrimógena producción de Bolívar Films titulada "Territorio Verde", hasta "Los Nevados", documental sobre el pueblo homónimo que sorprendió a los no entendidos al ganar el segundo premio.

Se vendieron 20.000 tickets, lo que en realidad no da una idea exacta de la atención que captó el evento, ya que fueron además muchos los invitados y delegados que rebosaron los hoteles Holliday Inn, Chama y La Pedregosa por esas fechas. Cinco cines, uno de ellos con cuatro salas, se comprometieron durante esa semana con el Festival, a partir de las cinco de la tarde, y a veces antes, desde la mañana. Era imposible, entonces, abarcar toda la muestra.

Aunque se discutieron asuntos como la Ley de Cine, la crítica cinematográfica y la distribución del cine no comercial, lo medular del Festival fue el encuentro fraternal entre ciertas partes comprometidas con el cine nacional, u esa valoración a nivel sensorial de la vasta producción presentada.

El Festival fue, pues, una excusa "... para tomar contacto directo, intenso y sintético con el cine venezolano desde sus más primitivos albores a un hoy de necesaria madurez; aportativo intercambio en torno a puntos fundamentales y experiencia colectiva que permite medir fuerzas, potencialidades y situaciones específicas. ..." (Luis Masci, , El Nacional, Cuerpo E, 6-7-80). "Fue como un viaje hacia nosotros mismos. ... porque la cámara en manos de nuestros cineastas se ha convertido en un instrumento de investigación, de análisis, de reconocimiento, de juicio. ... Y el sentimiento general, luego de tan importante retrospectiva y de tan importante constataciones, es el de que aquí comienza otra etapa".

Ahora bien, todo eso es muy hermoso que se haya dado y que la gente haya captado la atmósfera de convivencia, unidad (cuidado: una unidad parcial, pero unidad al fin) y fraternidad en toda su magnitud. Pero ojalá esa alegría fraternal emanada del encuentro no obnuble la lucidez de quienes asistieron y tienen que ver directamente con el cine nacional (ANAC, FEVEC, AVCC, Sindicato), para que no confundan la noción de globalidad, de conjunto, con que debe enfrentarse la problemática cinematográfica, ni pierdan de vista el tenor de la lucha que lleva consigo.

Esto viene a colación a propósito de las declaraciones, muy espontáneas por cierto (pero dan qué pensar), de Alberto Monteagudo y Carlos Azpúrua:

"En cuanto al hecho de haber pasado varios días todos reunidos en Mérida, creo que ha sido muy positivo. Ultimamente, se estaban creando algunas divisiones artificiales entre nosotros, que nos estaban debilitando. En realidad, no eran más que barreras de papel, y en Mérida se cayeron solas. Ahora todo queda en un mejor nivel de comunicación". (Alberto Monteagudo, El Nacional, Cuerpo C, 3-7-80).

"Con respecto a esta convivencia que se dió en Mérida, para mí fue un momento muy importante. Allí nos revalorizamos como trabajadores del cine que forman parte de un gremio momentáneamente contraído por las actuales dificultades, pero lleno de vigor. Por esas mismas dificultades, hasta ahora existían ciertos resquemores entre algunos de nosotros, pero este encuentro en Mérida nos volvió a unir. Regresamos a Caracas fortalecidos, ya no nos sentimos tan solos y más que nunca tenemos conciencia de nuestra responsabilidad como creadores" (Carlos Azpúrua).

No es un secreto que a Mérida no asistió una representación oficial gubernamental, ni el sector exhibidor-distribuidor, ni la gente de CAVEPROL. Entonces, habría que ver si esa unidad

que se dió en Mérida es suficiente para garantizar el futuro del cine nacional. Aunque sí es un alivio saber que la gente que se reunió allí está ahora marchando como un sólo hombre y constituyéndose en un fuerte grupo de presión, como lo demuestra su actitud ante "Apocalipsis-Ahora" y la no inclusión del corto "Encuentro con Fredy Reyna".

A otro nivel, el Festival de Mérida definió avances prácticos muy positivos. Por ejemplo, se colocaron películas venezolanas en el mercado externo, especialmente en países como España, República Democrática Alemana, Suecia, Estados Unidos y Francia. Se rodarán co-producciones con Suecia y RDA. En Madrid, se preparará para el 81 la Semana de la Muestra del Cine Venezolano, y se anunció la apertura de una sala, en la plaza Chamartín de la misma capital, dedicada exclusivamente al cine latinoamericano. En París se prepara también una Semana del Cine Venezolano, para el próximo año.

Y, también para el 81, se acordó celebrar en Mérida el Festival Internacional de Cine del Tercer Mundo.

Para la Segunda Edición del Festival de Cine Nacional, en el 82 (ya que es bianual), se espera que asistan más delegaciones; sin embargo, este año asistieron personalidad como Kriztokff Zannusi (Espiral, Iluminación, Balance Trimestral) y Gordon Kitchins, crítico neoyorquino, quien trajo una muestra interesantísima del desidente norteamericano Joris Ivens; más los enviados en representación de Cuba, RDA, Francia, España, Panamá, Suecia y Chile (exiliados). Todos ellos refrendaron la importancia del Festival, y en buena medida contribuyeron a prestigiarlo.

Paralelamente a la exhibición de las películas, se organizaron trece exposiciones, la más interesante de las cuales quizás fuera la Feria del Libro, en donde coincidieron las editoriales que operan en el país para exponer sus novedades, sobre todo en materia de cine.

El material de apoyo del Festival (folleto contentivo del programa oficial, catálogo de películas, hojas multigráficas con críticas sobre las películas exhibidas, afiches, etc.) fue muy bueno y abundante; los jóvenes guías, casi todas muchachas estudiantes de Turismo en la misma ciudad, lo hicieron bastante bien, al igual que la gente de la Dirección de Cultura de la ULA. Lo que no estuvo tan bien fue la infraestructura turística: hoteles con servicio deficiente, aviones retrasados, transporte hacia y desde los cines.

Otro tipo de problemas se presentó a la hora de la exhibición en ciertas salas. Por ejemplo, en la retrospectiva de Amábilis Cordero, empezaban las películas al revés. Mientras volvían a colocarlas, 20 minutos de espera. Por suerte, dieron una explicación plausible.

El sistema de votación popular se reveló inoperante: entregaban un papelito a la entrada del cine, y generalmente no lo recogían a la salida. Además resultó ambiguo, porque junto con el largometraje venían varios cortos, de modo que el espectador no sabía qué partido tomar, ya que los cortos supuestamente también entraban en concurso y sólo daban **UN** papelito con **UNA** sola clasificación.

En cuanto a los premios, que aún siendo relativamente jugosos no fueron lo más importante, significaron más bien un espaldarazo de cara al futuro que un reconocimiento al pasado.

Resultaron los siguientes:

Mejor largometraje: "El Pez que Fuma", de Román Chalbaud.

Segundo lugar: compartido por "País Portátil", de Antonio Llerandi e Iván Feo, y "Los Nevados", de Freddy Siso y el Departamento de Cine de la ULA.

Tercer lugar: "Sías el Rey del Joropo", de Taelhman Urguelles y Carlos Rebolledo.

Mejor corto: "El Domador", de César Cortez.

Segundo lugar: "Yo Hablo a Caracas", de Carlos Azpúrua.

Tercer lugar: "Tiempo Colonial", de Mario Handler.

Cuarto lugar: compartido por "Manzanita", de Armando Arce, y "El Cuatro de Hojalata", de Alberto Monteagudo.

Quinto lugar: "El Afinque de Marín", de Jacobo Penzo.

Mejor actor: William Moreno, por "Muerte al Amanecer".

Mejor actriz: Hilda Vera, por "El Pez que Fuma".

Mejor actor de reparto: Julio Mota, por "Manuel".

Mejor actriz de reparto: Silvia Santelices, por "País Portátil".

Distinción especial para Virginia Urdaneta, por "Manuel".

□ MANIFIESTO DE MERIDA

El cine venezolano ha reafirmado en Mérida la solidez de su existencia que es rica en creadores capaces de expresar cabalmente la realidad del país y la de un público cuya lealtad e interés activo se ha manifestado de manera calurosa y masiva durante este Primer Festival de Cine Nacional.

El cine venezolano crece y como toda fuerza viva, gana adeptos todos los días. Frente a ello, continúan y se intensifican los esfuerzos de sus enemigos: el sector comercializador de la distribución y exhibición que cuentan con la complicidad de un sector de la burocracia estatal y de un pequeño grupo de cineastas que ha formado tienda aparte de su gremio.

El estreno en Caracas esta semana, de *Apocalypsis*. Ahora -una de las películas más importantes del año- es la última maniobra contra nuestro cine. Pese a su alto costo de producción, a que obtuvo la Plama de Oro del Festival de Cannes, dos Oscar de la Academia de Hollywood y un excepcional ingreso de taquilla en todo el mundo, los importadores no declararon esta película como "especial", según lo dicta el decreto 3057 de comercialización, para evitar exhibir con ella un cortometraje de autor venezolano, que debía recibir el 2 por ciento del ingreso neto de taquilla, bloqueando de esa manera una vez más, todas las vías de desarrollo, a una de las más exitosas expresiones culturales de Venezuela.

Esta maniobra contó con la aquiescencia de la Dirección de Cine del Ministerio de Fomento, que una vez más reveló su absoluta inoperancia para defender los intereses de la industria nacional y su creciente sumisión a los intereses de las transnacionales del cine. Al mismo tiempo, los cines país exhiben en los noticieros comerciales la prueba documental de un repudiable acto de entrega: el acuerdo que se gestó en las propias oficinas de la Dirección de Cine de Fomento, entre un grupo minoritario de productores venezolanos -autodenominados Caveprol- y los representantes de la distribución, la exhibición, los laboratorios y productoras comerciales, así como los representantes de las productoras y distribuidoras comerciales norteamericanas.

Este acuerdo defiende un aumento de los precios de las entradas de los cines, a costa del público venezolano, sin ofrecer a cambio otra cosa que un mayor drenaje de divisas nacionales hacia el exterior. Como consuelo para incautos, se ofrece además un ridículo porcentaje del 6,25 por ciento para un fondo de fomento al cine nacional.

Acuerdos como éste forman parte de una cadena ofensiva de las transnacionales del cine contra la cinematografía nacional de muchos otros países. El cine venezolano, reconocido en eventos internacionales como uno de los más vigorosos y prometedores de América Latina, exige mucho más que las condiciones deleznable que el citado acuerdo establece.

Para ello, los gremios cinematográficos han elaborado una copiosa documentación que se encuentra en manos de diversas instituciones del Estado y la cual conforma un proyecto completo de desarrollo de nuestra cinematografía.

Las instituciones representativas del medio cinematográfico venezolano, reunidas en Mérida, acompañadas por críticos, teóricos, técnicos, realizadores y productores internacionalmente reconocidos, quieren dejar constancia de:

a.- Su franco repudio y protesta al acuerdo suscrito por Caveprol, distribuidores-exhibidores y empresas norteamericanas, a espaldas de la mayoría de los gremios cinematográficos.

b.- Su repudio y protesta contra la actitud de la Dirección de Cine del Ministerio de Fomento, designada por el Poder Ejecutivo para defender los intereses nacionales y torpemente sometida a las conveniencias de los sectores transnacionales.

c.- Su rechazo a toda decisión que comprometa el desarrollo del cine venezolano, a espaldas de quienes trabajan en él.

d.- Su reconocimiento a un público que, cada vez que ha tenido ocasión de asistir libremente a la proyección de películas nacionales, ha manifestado su entusiasmo y su adhesión por un cine nuevo con el cual se siente identificado.

e.- Su disposición a enfrentar por diferentes vías, la violación del ordenamiento jurídico vigente, como en el caso actual de *Apocalypsis-Ahora*.

f.- Quienes participamos, desde diversas ubicaciones en el fenómeno cinematográfico nacional, exigimos al gobierno la formulación definitiva de una política coherente para el fomento y desarrollo del cine venezolano, para lo cual ha sido prometido un foro por el Ministro de Fomento, Manuel Quijada.

g.- Ratificamos la necesidad de una Ley de Cine que reglamente las situaciones irregulares emanadas de la carencia de una regulación específica.

h.- Denunciamos la censura cultural a que es sometido el público venezolano por la arbitraria actitud de los exhibidores, al negarse a estrenar films de calidad, para burlar el decreto 3057.

Mérida, 24 junio 1.980

PAÍS PORTÁTIL PREMIADO CON EL PREMIO "EL DORADO"

La Academia Nacional de Ciencias y Artes del Cine y la Televisión, adscrita al Canal 2, otorgó el día 14 los premios cinematográficos correspondientes a las películas venezolanas estrenadas en este último bienio.

Los premios fueron repartidos de la siguiente forma:

- Mejor película: "País Portátil"
- Mejor director: Antonio Llerandi por "País Portátil"
- Mejor actor: Simón Díaz, en "La empresa perdona un momento de locura"
- Mejor actriz: Mayra Alejandra, en "Carmen, la que contaba 16 años"
- Mejor actriz de reparto: Rhina Ottolina, en "Bodas de papel"
- Mejor actor de reparto: Arturo Calderón, en "Carmen la que contaba 16 años"
- Guión original: José Ignacio Cabrujas, en "El baño de los ángeles"
- Adaptación fílmica: Salvador Garmendia, en "Juan Topocho"
- Fotografía: Héctor Ríos, en "País Portátil"
- Sonido: José Antonio Arijita, por "País Portátil"
- Música: Jesús Sanoja, hijo, por "País Portátil"
- Montaje: Alberto Rorija y Antonio Llerandi, por "País Portátil"
- Vestuario: Tamara Bozo, Haydée Ascanio e Isabel Huizi, por "El Cabito"

Además, el jurado otorgó un reconocimiento público a la película chilena "Queridos compañeros", comenzada a filmarse durante el período presidencial de Allende, pero concluida en el exilio venezolano.

Los tres canales en cadena transmitieron la entrega de los premios, en la cual se produjeron dos incidentes significativos. Al leerse el reconocimiento oficial que siete de los catorce miembros del jurado hicieron a la película "Queridos compañeros" del chileno Pablo de la Barra, uno de los miembros del jurado, el chileno Manolo Olalquiaga, quien tildó de comunista a la película y al cineasta, levantó un dedo de protesta. Entonces el presidente del jurado Efraín de la Cerda tuvo que leer una segunda versión del texto de reconocimiento, en el que se mencionaban los siete votos salvados, entre los que se hallaba el de Olalquiaga. Aprovechando la coyuntura de la recepción del premio, Antonio Llerandi, denunciando la situación crítica del cine nacional, declaró: "Tenemos 17 premios pero ni un centavo para seguir filmando".

FOROS SOBRE TEATRO Y CINE NACIONAL

El lunes 30 de junio tuvo lugar en la sala Las Plamas el foro sobre el Estado y el Teatro, organizado por la Asociación Venezolana de Profesionales del Teatro. En él participaron José Luis Alvarenga, Alicia Alamo Bartolomé, Isaac Chocrón, Julio Cabello, Leonardo Azparren Jiménez, Ivonne Attas, Eduardo Morreo, Ras, Leandro Mora Luis Beltrán Guerrero. El foro, desarrollado a lo largo de cuatro horas y media, fue moderado por Gómez Grillo y entre las intervenciones tuvo particular importancia el pliego de peticiones leído por Isaac Chocrón a nombre de los profesionales del Teatro.

En síntesis las peticiones fueron las siguientes: 1) Subsidios, 2) Locales de teatro, 3) Escuelas de teatro, 4) Compañía nacional de teatro, 5) Museo del teatro, 6) Apoyo a la dramaturgia nacional 7) Festivales nacionales, 8) Exoneración de impuestos y clasificación de espectáculos, 9) Ley de protección al artista nacional. Después de la lectura intervinieron los panelistas y el

público, y naturalmente José Luis Alvarenga, presidente del CONAC, tuvo que responder a los puntos planteados por Isaac Chocrón. José Luis Alvarenga, tras admitir las fallas en la política teatral, acogió los planteamientos, aunque supeditó su cumplimiento tanto a la aprobación del crédito adicional de 145 millones como del proyecto de nuevo presupuesto por 200 millones de bolívares.

Como rasgos irónicos de las incongruencias en la política cultural cabe señalar algunos datos que salieron a relucir en el foro:

- Tan sólo el Ballet Internacional de Caracas recibe de Fundarte un millón y medio de bolívares, y otro millón del CONAC. Así se explica que para otros grupos no lleguen más que ayudas simbólicas para confeccionar afiches y otras bagatelas.

- El prestigio del Consejo del Distrito Sucre, que destina 600 mil bolívares al año para las actividades culturales, se vió aquilatao en su justa medida, cuando Julio Cabello comentó que esa cantidad repartida por el millón y medio de habitantes no alcanza más que a un 0.002 céntimos por persona.

- Los representantes del Estado insistieron en la insuficiencia de recursos económicos, y América Alonso, actriz premiada, ofreció la donación de su propia bolsa de diez mil bolívares como aporte inicial para el Museo Nacional de Teatro.

- Reinaldo Leandro Mora, senador de Acción Democrática, prometió su apoyo a la Ley de Protección al artista y al nuevo presupuesto y para contrapuntear Julio Cabello le recordó que tal proyecto Ley llevaba ya tres años en los archivos del Congreso.

- Para que todo no fuera contra los gobiernos de turno, Orlando Conde de la Unión de Teatro Popular reclamó a Isaac Chocrón su negativa de darle cabida a los miembros de estas agrupaciones en la Asociación de Teatro.

El foro concluyó con la conformación de una comisión integrada por J.L. Alvarenga, Alicia Alamo Bartolomé, Luis Beltrán Guerrero, Ivonne Attas e Isaac Chocrón, quienes estudiarán los planteamientos de los profesionales del teatro.

Al parecer la política cultural del actual gobierno va a desarrollarse en base a la organización de foros, pues ya el Ministro de Fomento Manuel Quijada anunció otro foro sobre la política cinematográfica del gobierno para agosto. Entre los puntos de discusión se han anunciado: la creación de un Fondo de fomento cinematográfico, la creación de una Academia de Arte escénico, la revisión de las normas reguladoras de distribución y exhibición para "mejorarlas y hacerlas aplicables" (¿no sería mejor para hacerlas cumplir?).

El comunicado del Ministerio finaliza: "quiero aprovechar esta oportunidad para exhortar a la Comisión de Economía del Senado de la República ante la cual fue introducido un proyecto de Ley de Cine en junio de 1979, para que con sus buenos oficios y empeño logre la aprobación de esa Ley, oídos los sectores involucrados en la materia" (El Nacional, 2-7-1980).

Sospechamos que si los decretos 3057 y 3058 han sido considerados inaplicables por Fomento, con mayor razón los congresantes van a considerar inaplicable el proyecto de Ley, lo que puede llevar la dinámica del Cine Nacional a un giro sin fin de nuevas comisiones, nuevos encuentros, nuevas correcciones del proyecto, nuevos foros, nuevas comisiones.

□ LAS MEJORES PELICULAS DE 1979

En el anterior número del Boletín informamos sobre los premios concedidos por la Asociación Venezolana de Críticos Cinematográficos a las mejores películas exhibidas en el país durante el año 1979 (Comunicación, n. 27, p. 72).

Sin embargo la crisis suscitada por el incumplimiento de los decretos 3057 y 3058 y el boicot de las distribuidoras asociadas a las transnacionales impidieron la visión de algunas películas significativas. Por eso consideramos importante reseñar las películas que han obtenido una crítica favorable en diversos países del extranjero.

En Francia descollaron "Alien, el 8vo. pasajero" de Ridley Scott (EE.UU), "Apocalipsis ahora" de F. Ford Coppola (EE.UU), "Barwy Ochronne" de Krzysztof Zanussi (Polonia), "La

cavaleur" de Philippe de Broca (Francia), "Banshum" de Yasujiro Ozu (Japón), "Manhattan" de Woody Allen (EE.UU), "Pieza inconclusa para piano mecánico" de Nikita Miklalkov (UR SS), "Prova d'orchestra" de Federico Fellini (Italia) etc.

En Estados Unidos y Canadá, además de algunas películas ya mencionadas, sobresalieron "El árbol de los suecos" de Ermanno Olmi (Italia), "Norma Rae" de Martin Titt (EE.UU), "Kramer vs. Kramer" de Robert Benton (EE.UU), "El francotirador" de Michael Cimino (EE.UU). La revista "Film & Broadcasting Review" comenta: en términos de calidad en cuanto a las películas estrenadas en 1979, se nota una mejora considerable respecto al año anterior, especialmente en lo que concierne a los filmes nacionales (USA). El año pasado los resultados fueron tan pobres que nos abstuvimos de hacer la lista de las diez mejores, contentándonos con señalar especialmente algunas películas y de las cuales sólo cinco eran norteamericanas".

En Cuba, más abierta a las producciones de los países socialistas, destacaron entre otros filmes: "Agnes va a morir" de Italia, "Circuito cerrado" de Italia, "Los días del pasado" de España, "Macheth" de Inglaterra, "Maluala" de Cuba, "Melody" de Inglaterra, "El monstruo y la virgen" de Checoslovaquia, "Pieza inconclusa para piano mecánico" de Rusia, "Sombras de un verano cálido" de Checoslovaquia, "El verano de mis quince años" de Noruega.

□ EL CIERRE DE RADIO CARACAS TELEVISION, CANAL 2

El pasado día 20 de Junio, viernes, Radio Caracas Televisión presentó en su espacio de las 8:00 p.m. un reportaje de la serie "Alerta". Dicho reportaje fue dedicado en su totalidad a mostrar la situación dantesca en la que viven los niños reclusos en la "Colonia Psiquiátrica Infantil", de Catia La Mar. Niños mezclados con adultos, carencia de los requerimientos mínimos en punto a ropa, alimentación y asistencia profesional, junto a un completo deterioro de las instalaciones del lugar.

Menos de 24 horas después, el Gobierno ordena el cierre del Canal de Televisión por 34 horas, aludiendo violaciones al Reglamento de Radiocomunicaciones, al Decreto 620 y a la Resolución 500, además de violaciones al Estatuto de Menores y al Código de Ética de la misma Televisión Venezolana.

Días antes, 22 de Mayo de 1980, es publicado en la Gaceta Oficial el Decreto 620 y seis días más tarde la Resolución 500, los cuales norman contenidos y horarios, tanto de la publicidad, como de la programación de las Plantas de Televisión. La reacción no se hizo esperar. Las empresas, al ver amenazados sus intereses económicos, aúnan esfuerzos para, a través de cuñas y programas especiales, crear en el público la imagen de que dichos Decretos y Resolución son realmente un sutil pero peligroso atentado contra la Libertad de expresión, lo cual debilita la Democracia. Dicha campaña alcanza su punto álgido con la transmisión del programa "Alerta" y la respectiva suspensión del canal por el gobierno.

Las Plantas Privadas de Televisión, ante el cierre de una de ellas, formaron un frente común en contra del Gobierno, aduciendo que sus temores respecto a la censura y la violación consiguiente de la libertad de expresión se habían hecho una realidad. La Radio Privada sigue con mayor o menor fidelidad los lineamientos trazados por la televisión.

Con respecto a la Prensa Nacional, ésta no siguió el modelo anterior. Si bien alguna de ella (quizás la más conservadora) apoyo a las empresas de televisión, una gran parte se manifestó en favor del mejoramiento de nuestra Televisión y de las reformas necesarias que conlleven a ese fin.

El Sindicato Profesional de los Trabajadores de Radio, Cine, Televisión y Afines, alarmado ante el cierre del Canal Dos, convocó a un Foro Público para discutir las implicaciones de dicha medida y del mismo Reglamento, al cual calificaron de atentatorio contra la Libertad de Expresión. Convirtiéndose en voceros inconscientes de las Empresas anunciaron despidos masivos a corto y mediano plazo de no rectificar el Gobierno las medidas y reglamento antes mencionados. Gran parte de los actores, capitaneados por el elitescos grupo de los mejor pagados por las empresas de televisión, orquestaron cara al público la postura de la Directiva del Sindicato y de las empresas respectivas.

El Gobierno, en la persona del Ministro José Luis Zapata, Ministerio de Información y Turismo, expresó que el cierre del Canal Dos de Televisión no fue producto de una medida de censura oficial, ni fue ésta en modo alguno atentatoria contra la Libertad de Expresión. La tónica sensacionalista del programa en cuestión, el uso de imágenes de menores en situaciones que pueden dañar su rehabilitación moral posterior y herir la sensibilidad de sus familiares, sumado a la incorrección del horario en el cual se transmitió fueron, según el Gobierno, las verdaderas razones para la suspensión de dicho Canal Dos de Televisión.

ELECCIONES EN EL COLEGIO NACIONAL DE PERIODISTAS

En el mes de junio se celebraron las elecciones nacionales del Colegio Nacional de Periodistas, en las cuales prevaleció la plancha UNO, presidida por Gilberto Alcalá (MAS) frente a sus contendientes de la plancha TRES, Omar Pérez (AD) y de la plancha CINCO, Santiago Betancourt (COPEI).

A diferencia de las anteriores elecciones los acción-democratistas prefirieron ir con plancha propia antes que aliarse nuevamente con Copei, mientras que la izquierda se presentó con una fórmula integrada.

El nuevo presidente electo, Gilberto Alcalá, considera como prioritarios los planes de reforma de la Ley de Ejercicio de Periodismo, el remate de la implantación de honorarios profesionales dignos y el centuamiento de los valores éticos en el ejercicio profesional. Asimismo propone reafirmar la presencia del CNP en la vida nacional, particularmente a través de su participación en la discusión de la Política Comunicacional del Estado.

A nivel de las elecciones distritales cabe destacar la reelección de Gustavo Aguirre, esta vez secundado por Desirée Santos Amaral, Bernardo Fisher, Efrén Sojo, Rómulo Rodríguez, Guillermo López y Zaida Rausseo.

A continuación los resultados definitivos, levantados en las actas por la Comisión Electoral Nacional:

JUNTA DIRECTIVA NACIONAL

PLANCHA UNO	760
PLANCHA TRES	420
PLANCHA CINCO	399
VOTOS NULOS	43

TRIBUNAL DISCIPLINARIO NACIONAL

PLANCHA UNO	745
PLANCHA TRES	418
PLANCHA CINCO	390
VOTOS NULOS	69

REFORMA A LA LEY DEL EJERCICIO DEL PERIODISMO

El cinco (5) de Marzo de este año se aprobó dentro de la Junta Directiva Nacional del Colegio Nacional de Periodistas el Proyecto de Reforma a la Ley de Ejercicio del Periodismo. Aquí las Reformas formuladas e introducidas al Congreso Nacional.

Reforma al Artículo 2°

Para el ejercicio de la profesión de periodista se requiere poseer el título correspondiente expedido en el país por una Universidad Nacional, o título revalidado legalmente, y estar inscrito en el Colegio Nacional de Periodistas.

Parágrafo Primero (agregado)

Mientras obtiene la reválida indicada en este artículo, y previa presentación de la constancia del Consejo Universitario el periodista graduado en el exterior será autorizado para ejercer por un lapso de un año, pudiendo ser prorrogable dicha autorización previa comprobación por el CNP del desarrollo normal del procedimiento administrativo de reválida y con el voto favorable de las dos terceras partes de los miembros de la Junta Directiva Nacional del C.N.P.

Reforma al Artículo 3°

Son funciones propias del periodista en el ejercicio de su profesión, la búsqueda, la preparación, la redacción, la ilustración fotográfica o de cualquier otro tipo y la diagramación o representación de noticias; la realización de entrevistas, reportajes y demás trabajos de información, interpretación y opinión tanto en los medios de comunicación social impresos, radioeléctricos, electrónicos y audiovisuales, como en las Agencias Informativas y en las secciones y oficinas de prensa de empresas o instituciones no periodísticas.

Reforma al Parágrafo Segundo del Art. 3°

Los Directores de diarios o publicaciones periodísticas de circulación regular y los Directores de programas de opinión de los medios de comunicación social radioeléctricos, electrónicos y audiovisuales, sin perjuicio de los derechos de los periodistas a dirigir dichos medios o espacios, quedan exceptuados del requisito de inscripción en el Colegio Nacional de Periodistas para ejercer las funciones inherentes a su cargo.

Se agrega el Parágrafo Tercero:

Los Directores, Subdirectores, Jefes de Redacción, Jefes de Información y todo directivo o ejecutivo con funciones de selección o decisión del material periodístico por publicarse en los medios de comunicación social impresos, radioeléctricos, electrónicos y audiovisuales, serán venezolanos.

Se agrega el Parágrafo Cuarto:

La Junta Directiva Nacional del C.N.P. podrá autorizar, según las necesidades del mercado de trabajo y con el carácter de auxiliares del periodismo, mediante el voto favorable de las dos terceras partes de sus miembros, el ejercicio de Reporteros Gráficos y Camarógrafos, en su especialidad, de acuerdo a los requisitos profesionales que establezca el Reglamento Interno del Colegio Nacional de Periodistas. Los interesados deberán cumplir con las normas que para su actuación fije el C.N.P.. La autorización a que se refiere este parágrafo no otorga derecho a ingresar en el Colegio Nacional de Periodistas.

Reforma al Artículo 8.

Cuando un periodista sea citado ante cualquier autoridad para declarar sobre hechos de los que ha tenido conocimiento en ejercicio de su profesión, no podrá ser obligado a revelar su fuente informativa. El secreto profesional es un derecho inviolable y una obligación inquebrantable del periodista.

Reforma al Artículo 36.

El ejercicio ilegal de la profesión de periodista será sancionado con pena de prisión de seis (6) a doce (12) meses. Es competencia de los Tribunales de Primera Instancia en lo Penal conocer en estos casos y, el enjuiciamiento será de oficio, por denuncia o a instancia de parte.

Reforma al Parágrafo Primero del Artículo 35

La suspensión del ejercicio profesional podrá ser aplicada por las violaciones a la ética previstas en los literales "a", "b", y "e" del Artículo 30 de esta ley que trata de los Derechos y Derechos de los periodistas. En ningún caso la suspensión será mayor de un año. El Tribunal Disciplinario Seccional que decida la suspensión por cualquiera de las causales establecidas en este artículo, consultará su decisión al Tribunal Disciplinario Nacional, que se reunirá de urgencia para resolver la apelación o la consulta en el término de quince (15) días.

Se elimina el Artículo 42.- Se elimina el Artículo 43.-

Se elimina el Artículo 44.- Se elimina el Artículo 45.-

Se elimina el Artículo 46.-

LA SIP CONTRA LA UNESCO Y LA COLEGIACION DE PERIODISTAS

La Sociedad Interamericana de Prensa en su reunión semestral en San José de Costa Rica clasificó el intento de la UNESCO de crear un instituto internacional para vigilar y supervisar el desarrollo de las comunicaciones globales, como el atentado más peligroso de UNESCO para controlar y limitar la libertad de información. El Presidente de la SIP, George Beebe, dirigiendo el debate de los 170 empresarios participantes, acusó a la UNESCO de convertirse "en un foro candente, político e ideológico para discutir asuntos que verdaderamente deberían discutirse en otros lugares" y abogó por una reorganización de la agencia de las Naciones Unidas.

También una vez más la SIP criticó la colegiatura de los periodistas en Nicaragua, Chile, Costa Rica, Venezuela, Colombia y Haití, y aprobó una resolución especial condenando esta práctica, a pesar de que Carlos Morales, director del semanario "Universidad" y el Padre Armando Alfaro, editor del semanario "Eco Católico", hicieron énfasis en los beneficios derivados del Colegio de Periodistas, como sindicato que negocia las condiciones de trabajo de sus miembros.

En esta misma oportunidad, James B. Canel, quien se retiró el primero de mayo, después de casi 20 años como Gerente General de la SIP, hizo un balance sobre el pasado y el futuro de la asociación.

Tras mostrar su preocupación por las acciones de la OIP y la FELAP hizo las siguientes críticas a los propietarios, y a la SIP misma:

"A los propietarios de periódicos de muchos, no todos, los países de América Latina se les puede criticar por pagar sueldos muy bajos a los periodistas. Sabemos de muchos países en que el periodista tiene que tener dos y hasta tres empleos - a veces empleos en dependencias oficiales - para alimentar y dar techo a su familia. A mi juicio este es el motivo principal que ha dado lugar a la colegiatura, en que los sueldos mínimos se imponen por ley y, por lo tanto, la política desempeña un papel, directo o indirecto, en la actividad periodística (. . .) Todo esto ha repercutido en la imagen que se ha pintado de la Sip - que es una organización elite de empresarios que defienden sólo sus intereses (. . .) Ahora bien, a la SIP se le puede criticar, como la criticó, por no tratar de cambiar esa imagen desfavorable. Su gran falla ha sido no haber establecido nexos de colaboración con las asociaciones profesionales que existen en los distintos países y que en muchos casos comparten nuestros principios. He tratado en mi primera y en esta última etapa con la SIP de que se inviten observadores de estas agrupaciones a nuestras asambleas, que se les consulte cuando surja un problema de prensa, en fin, que se les considere parte de nuestra lucha. Por motivos que no acabo de entender, mis propuestas han caído en el vacío. El resultado ha sido un distanciamiento, cada día mayor, entre la clase empresarial representada por la SIP y los trabajadores de la prensa" (Entreboletines, 8-V-80, n. 14).

Es incomprensible cómo unos empresarios, que han recibido tales consejos de su representante más ilustre, lleguen en definitiva a condenar los mecanismos de legítima defensa de los periodistas y trabajadores, sometidos a la explotación intelectual y económica de patrones asociados a la SIP, en lugar de resolver la mejora global de las condiciones laborales.

□ ENCUENTRO DE PRENSA POPULAR ESCRITA EN AMERICA LATINA

Entre el 14 y el 20 de marzo se desarrolló en Santo Domingo (República Dominicana) el II Encuentro de Prensa Popular Escrita en América Latina convocado por el CDII (Centro Dominicano de Intercambio de información).

La finalidad de la reunión fue compartir, entre las organizaciones de prensa relacionadas en América Latina con ALAI (Agence Latinoamericaine d'Information) y algunos observadores —como el caso de CELADEC y representantes de organizaciones sindicales y políticas dominicanas— el trabajo que realizan. Además, tratar de desarrollar mecanismos de intercambio y apoyo mutuo sentando bases para una coordinación entre los diferentes grupos de prensa popular.

En este sentido, se analizó la viabilidad de implementar un programa de trabajo común presentado por ALAI, que consiste básicamente en la recolección, ordenamiento, sistematización y difusión de información, documentos y análisis sobre la evolución del movimiento de masas de América Latina, teniendo como punto de referencia central el movimiento obrero y campesino.

Tras varios días de trabajo en los que se analizó la coyuntura latinoamericana y de los países representados, las políticas informativas de los grupos presentes y las perspectivas de trabajo en común, se elaboraron las conclusiones del Encuentro, algunas de las cuales revelan claramente el sentido de la reunión:

“Ciertos elementos parecieron básicos en lo que respecta a la viabilidad de una coordinación entre los grupos:

- Necesidad de confluencia en los objetivos que se persiguen a través del trabajo de prensa popular.
- Necesidad de una comprensión política de trabajo que los grupos están realizando.
- Necesidad de definir la problemática precisa en torno a la cual el trabajo común podrá elaborarse.

Se llegó a un consenso en cuanto a los objetivos de trabajo de los diferentes grupos que podríamos resumir de la siguiente manera:

- Sostener e incidir en el desarrollo y la organización del movimiento de masas en una perspectiva democrática y unitaria.
- Constituirse en un instrumento de información y formación para las diversas tendencias y sectores existentes en el movimiento de masas.
- Hacer del trabajo informativo un instrumento que conduzca a hechos políticos, es decir, una información a partir de y para la acción.
- Partir siempre de la práctica para consideraciones de carácter más global, asumiendo la dinámica que el movimiento de masas impone”.

A partir de esta unidad de criterios, los diversos grupos formularon una serie de proposiciones concretas tendientes a robustecer los mecanismos de intercambio y apoyo mutuo.

□ INFORMACION Y VIDA PRIVADA

Queremos en la presente nota informativa dar a conocer un importante libro, de reciente aparición, que plantea el conflicto entre dos derechos: el derecho de cada uno al secreto de su propia vida privada y el derecho de los demás a estar informados dentro de una sociedad de la que todos forman parte. Libro importante para los juristas y tanto o más importante para los profesionales de la comunicación social.

Si bien el conflicto no es nuevo, hay circunstancias de la vida actual que tienden a acentuarlo. Como acertadamente formula el propio autor en la introducción a su libro “El gran desarrollo que han adquirido hoy los medios masivos de comunicación, el relieve social que adquiere el periodismo (. . .), el estrechamiento de los vínculos sociales dentro de las comunidades humanas modernas, entre otras circunstancias, conducen a resaltar las ventajas de una información amplia y oportuna. No obstante, los temores de una masificación social que ahogue los valores

personales, lleva también a que cobren importancia aspectos de la vida individual que debieran quedar protegidos, entre ellos el respeto a la vida privada. Con ella la oposición se profundiza y los tropiezos aumentan”.

El tema, tan importante y de tanta actualidad, es tratado con la profundidad y claridad que le caracterizan por el conocido jurista latinoamericano Eduardo Novoa Monreal, quien fuera profesor de derecho penal y teoría general del derecho en la Universidad de Chile y, en su condición de exiliado político, se desempeña actualmente en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas de la Universidad Central de Venezuela. Dentro de su vasta producción anterior de estudios jurídicos, es particularmente conocido su trabajo sobre “El derecho como obstáculo al cambio social”.

El libro que ahora estamos presentando, además de recoger prácticamente toda la escasa documentación que existe sobre el tema en las distintas legislaciones del mundo (la venezolana incluida, por supuesto), tiene el mérito indudable de plantear con precisión los términos del conflicto y de intentar una solución del mismo en el plano jurídico. En la parte conclusiva de su libro, el autor formula textualmente: “De lo expuesto en las secciones precedentes se deduce que los dos derechos cuyo conflicto analizamos, el derecho a la vida privada y la libertad de información, son derechos humanos relativos; pero el primero tiene carácter individual pues interesa solamente al individuo, mientras el segundo tiene carácter social y su subsistencia y ejercicio comprometen ciertamente el interés general. Hemos argumentado también que el interés general debe prevalecer por sobre el interés particular, por lo que la libertad de información tiene preponderancia en el caso de que ambos derechos se coloquen en pugna”. Y un poco más adelante puntualiza: “Por consiguiente, cuando el derecho de información se ejerce procurando un cuidadoso respeto del derecho a la vida privada y, no obstante ello, subsiste un interés general de la sociedad para conocer hechos, actividades o manifestaciones personales que corresponden a la vida privada de un individuo, llega el instante en que el derecho a la vida privada debe ser sacrificado en aras del interés general. Así los disponen los principios jurídicos”. Conclusión tan interesante como seguramente polémica.

□ OTROS DOS COMUNICADORES ASESINADOS

El 21 de marzo, cuando abandonaba una función de cine, fue secuestrado el P. Luis Espinal, sacerdote jesuita, periodista y uno de los más destacados especialistas cinematográficos en Latinoamérica. Al día siguiente, luego de haber sido torturado y asesinado, su cadáver apareció en el barrio de “Achachicala”, zona industrial de la parte norte de la ciudad de La Paz. El hecho conmovió a la opinión pública y dió lugar a innumerables manifestaciones de repudio por parte de numerosas organizaciones, entre ellas, naturalmente, la Iglesia Católica. NO había otras razones para su asesinato que la lucha incansable que libró a favor de la justicia, los derechos del hombre y las clases populares. Su fidelidad a estos ideales, que consideraba inherentes a su compromiso cristiano, lo llevó hasta sus últimas consecuencias en el país hermano de Bolivia.

Tres días después en la república centroamericana de El Salvador fue asesinado Monseñor Oscar Arnulfo Romero, Arzobispo de San Salvador. Aunque Monseñor Romero no era comunicador profesional, la fuerza de los hechos lo convirtió en la voz de los salvadoreños que no tienen voz, particularmente a través de sus homilías transmitidas por la emisora “La Voz Panamericana”. Como el atentado dinamitero contra la emisora no fue suficiente para silenciarlo (Comunicación n. 27 p. 79) los terroristas de derecha, amparados en la impunidad que les otorga tácitamente la Junta Cívico-militar, segaron su vida el 24 de marzo al ser ametrallado mientras decía misa en el centro asistencial para cancerosos “La Divina Providencia”.

La Fundación Latinoamericana por los Derechos Humanos y el Centro de Comunicación Social J. M. Pellín han difundido sus últimos discursos y homilías, grabados en cassettes y transcritos, con el objeto de que se conozcan en Venezuela sus denuncias sobre la situación salvadoreña.

□ ENTRE LA DUDA Y LA NECESIDAD: LA MAESTRIA EN POLITICAS DE COMUNICACION

Transcribimos a continuación una comunicación enviada por Federico Alvarez ex-Director de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela:

En el principio fueron dos proyectos separados. El equipo del Ininco trabajaba silenciosamente en el diseño de una maestría orientada a la formación de investigadores en el campo de la comunicación. Al mismo tiempo, por encima del entrapamiento que significaba el llamado proceso de reestructuración, intentaba culminar el programa que me había propuesto al asumir la dirección de la escuela con la organización de un postgrado sobre comunicación y desarrollo, con las únicas ayudas de Juan Rojo de la Rosa y del Licenciado Antonio Marcano, para la fecha profesional al servicio de Maraven.

Las dos iniciativas caminaban impelidas por el influjo de realidades nacionales muy parecidas. Era cada día más evidente la necesidad de insertarse en el proceso de forjar políticas comunicacionales independientes de las que emanan del llamado Libre Flujo Internacional de la Información y contribuir al esfuerzo de conquistar un Nuevo Orden en el campo de las comunicaciones mundiales. El Estado venezolano parecía en aquel momento, firmemente solidario de este empeño tercermundista y se mostraba dispuesto a respaldar un proyecto universitario concedido en estos términos. La posibilidad de esta ayuda no era en absoluto desdeñable, debido a que nuestra Facultad de Humanidades y Educación carecía entonces de la más mínima infraestructura organizacional y administrativa en el campo de los postgrados.

Sobre nuestro propósito incidía, igualmente, el torbellino económico desatado por el alza de los precios del petróleo, el vértigo de proyectos industriales que sobrepasaban las expectativas de los países subdesarrollados y la creciente proyección del gobierno en esferas internacionales que antes estaban reservadas para las naciones poderosas del **centro** capitalista. ¿Qué significaba aquello? ¿Cuáles serían sus consecuencias? ¿Éramos víctimas de un encandilamiento o de los artilugios de un prestidigitador de feria? Buscar respuesta para esas interrogantes debía ser el trabajo de periodistas especializados en el área de la economía, especie de profesionales que, a juicio de las personas más lúcidas del gremio, era necesario formar de inmediato.

La elocuencia del temor fue suficiente para unir los dos caminos. Ambos - Ininco y Escuela - sabíamos que hacía muchos años no se organizaba un postgrado en estas disciplinas. Conocíamos de antemano la estrechez de recursos idóneos, no solamente en escala latinoamericana sino también en la mundial. Intuíamos lo peligroso que sería defraudar con un curso mediocre a decenas de periodistas y comunicadores ansiosos de mejorar su formación profesional en el país y no seguir pagando la servidumbre inevitable en los postgrados que se hacen en el extranjero.

Contagiados por el entusiasmo de Antonio Pasquali y la laboriosidad de Luis Aníbal Gómez (Ininco), Juan Rojo y yo comenzamos a trabajar en el proyecto de maestría común que, por razones coyunturales, pondría énfasis en políticas comunicacionales. Fueron varios meses de discusiones cordiales y efectivas, hasta que salió el curriculum. Se acordó, entonces, que yo coordinara la comisión con la ayuda de representantes de la escuela y del instituto. Y en eso estuve hasta enero de 1979, sufriendo el tremedal de la burocracia universitaria, cuando salí de año sabático. Héctor Mujica se encargó del timón y, con la veteranía que todos le reconocemos para navegar por caños y meandros, muchas veces traicioneros, logró iniciar la maestría en enero de este año, con la lección magistral que aquí se reproduce. Bien lo sabe él, bien lo sabemos todos, cuán difícil fue llegar hasta allí.

No incurriremos en la hipocresía de decir que todo salió como lo habíamos entrevisto a la hora de proyectos. Estamos conscientes de que no es así. Héctor también. Las dificultades, la escasez de profesores de este nivel, las inclementes imposiciones de la realidad han cobrado su tributo, y uno lo percibe en el rostro de los alumnos y en la angustia de los docentes. La proyección latinoamericana que habíamos previsto no se dio. La respuesta de los profesionales del periodismo fue menguada y poco estimulante.

Queda abierta la duda acerca de si era ése el mejor campo para iniciar esta experiencia. ¿Habría sido, acaso, más oportuno ensayar con cursos de especialización en áreas deficitarias de la

profesión, tales como información económica, judicial, cultural, policial o científica, y luego plantear el reto de la maestría sobre bases más firmes?

Es una inquietud que permanece vigente entre nosotros. Lo que no se discute es la necesidad de insistir en venezolanizar los postgrados en comunicación social, como medio de frenar una vía de penetración extraña y para comenzar a reducir la dependencia en una zona tan sensible de la cultura nacional.

□ X ANIVERSARIO DEL CONVENIO ANDRES BELLO

El Convenio "Andrés Bello" de integración educativa, científica y cultural entre los países signatarios del Pacto Andino, ha cumplido diez años de existencia. Los Gobiernos de Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Perú, Venezuela, han comenzado a evaluar las metas y resultados del Convenio a lo largo de la década.

Entre sus objetivos está el de fomentar el conocimiento y la fraternidad de los países de la región y preservar la identidad cultural de nuestros pueblos en el marco común del patrimonio latinoamericano. Sin embargo hay que señalar que han sido mayores los esfuerzos doctrinarios que los pasos reales dados en la realización de tales objetivos.

La "Declaración de Lima" (1971), el "Consenso de Caracas" (1973), la Declaración de Bogotá" (1976), la "Carta de Quito" (1978) ofrecen planteamientos valiosos que, si bien sirven de marco para el planteamiento de planes comunes, apenas han encontrado desarrollo práctico. Este es el caso, por ejemplo, del Proyecto conjunto de diseño, producción y distribución de mensajes educativos a través de medios de comunicación (educación a distancia o teleeducación), que no pasa de ser más que un cúmulo de planes y deseos aún en ciernes.

Por otra parte los cambios políticos, operados en la región han modificado la marcha del proceso. Entre los cambios negativos hay que destacar el retiro de Chile del Pacto Andino, si bien ha seguido participando del Convenio A. B. Al contrario ha sido alentador el Protocolo de adhesión de Panamá al Convenio a fines del año pasado ("Integración", n. 88, Enero, 1980).

□ MIGUEL OTERO SILVA: PREMIO LENIN 1980

El Comité de Premios Internacionales Lenin "por el fortalecimiento de la paz entre los pueblos", tomando en cuenta sus prominentes méritos en la lucha por la preservación y consolidación de la paz, según resolución del 17 de abril, le adjudicó a Miguel Otero Silva el Premio Internacional Lenin.

La medalla con la efigie de V.I. Lenin le fue impuesta el viernes 23 de Mayo en la Casa de Bello por Nicolay Blojin, Presidente del Comité Internacional del Premio Lenin de la Paz.

En unas declaraciones privadas Miguel Otero Silva anunció que el premio en metálico sería dedicado a la construcción de una estatua de Sandino, héroe nicaragüense.

Entre los latinoamericanos que antecedieron a MOS en la consecución del lauro figuran: Jorge Amado, Pablo Neruda, Nicolás Guillén, Lázaro Cárdenas, David Alfaro Siqueiros, Miguel Angel Asturias, Rafael Alberti y Salvador Allende.

Semejante distinción honra una vez más a los países latinoamericanos y enaltece a través de uno de los escritores, literato y publicista, a la colectividad venezolana.

Como señalara el Dr. Luis Pastori, Ministro de Estado para la Cultura en el discurso de entrega del premio: "Incansablemente productivo en literatura, ha sabido darse por entero tanto a la poesía como a la novela, sin olvidarse jamás de su humor y de su larga pasión de periodista, compañera de sueños y de hallazgos. En este último campo, la sola mención de la fundación del diario "El Nacional" - periódico que hoy rivaliza con los mejores de América - y también de "El Morrocay Azul" - semanario humorístico sin sucesor hasta ahora en Venezuela - configuran su prestigio bien ganado de aguerrido y risueño editor y promotor".

□ VIII CONGRESO DE LA UCBC

Entre el 1 y el 4 de noviembre del año pasado la Unión Cristiana Brasileña de Comunicación (UCBC), celebró en la ciudad de Natal su VIII Congreso, cuyo tema central fue "Comunicación e Ideología".

La discusión del tema "Comunicación e Ideología", se desarrolló en tres momentos: por la mañana, conferencias ("La comunicación en las comunidades eclesiales de base", por D. José María Pires; "Diferentes conceptos de ideología", por Onésimo de Oliveira Cardoso; "La comunicación en las clases subalternas en la historia del Brasil", por Oscar Beozzo; "Ideología y comunicación en el movimiento estudiantil brasileño: los 10 años de la JUC", por José A. Guillón de Albuquerque). A la tarde, los congresistas se reunían en diez paneles, según sus intereses profesionales, académicos o pastorales ("Ideología y escuelas de comunicación", "Ideología y literatura", "Ideología y cine", "Ideología e historietas", "Ideología y periodismo impreso", "Ideología y radio", "Ideología y televisión", "Ideología y música popular brasileña", "Ideología, publicidad y propaganda", "Ideología y comunicación comunitaria"). A la noche, los congresistas participaron en actividades culturales.

Es muy difícil, dado lo exiguo del espacio de que disponemos en este momento, analizar las conclusiones, tanto de los debates que sucedieron a las conferencias, como de los paneles en los que participaron todos los congresistas inscritos. Remitimos a los lectores al boletín **UCBC Informa** (Av. Graca Aranha 416 s. 724, 20030 Río de Janeiro), donde podrán obtener mayor esclarecimiento sobre el particular. Las conclusiones fueron:

1. "La invasión cultural extranjera, por la presencia de mensajes oriundos de otros países, ya sea a través de discos, de programas de televisión, a través de libros e incluso de la propaganda, amplía la dependencia del Brasil con respecto de otras naciones más desarrolladas tecnológicamente y económicamente".
2. "La llamada 'neutralidad de la prensa' es una farsa. No existe libertad de prensa en el país y no puede confundirse la relativa libertad de que gozan las empresas de comunicación, con la necesaria libertad de expresión de todas las capas de la sociedad, ya que la población no tiene acceso libre a las informaciones y tampoco puede comunicarse libremente a través de los medios de comunicación de masa, principalmente de aquéllos que, por naturaleza, deberían pertenecer al pueblo, en tanto se manejan por concesiones públicas, como es el caso de la radio y la televisión. En ese sentido, algunos congresistas se mostraron preocupados por la dirección que el gobierno está dando a la implantación de la TV por cable en Brasil, temiendo que la instalación de este poderoso e incontrolable vehículo de comunicación limite aún más la libertad de los ciudadanos".
3. "Los mensajes vehiculizados por los medios de comunicación (periódicos, radios, TV, cine, discos, etc.) generalmente escamotean la realidad ya que las empresas de comunicación son organismos comprometidos ideológicamente con las clases dominantes y una de sus principales funciones es inhibir el sentido crítico de los receptores".
4. "Existe, con todo, un esfuerzo muy grande en el sentido de encontrar caminos para una comunicación del pueblo con el pueblo. En este sentido fueron recordados los medios pequeños de comunicación, el teatro, las reuniones de las comunidades eclesiales de base".
5. "Se constató la necesidad de una preocupación seria con respecto a la formación de la conciencia crítica de los receptores".

Es interesante observar, por otro lado, que las temáticas de los congresos de la UCB vie-

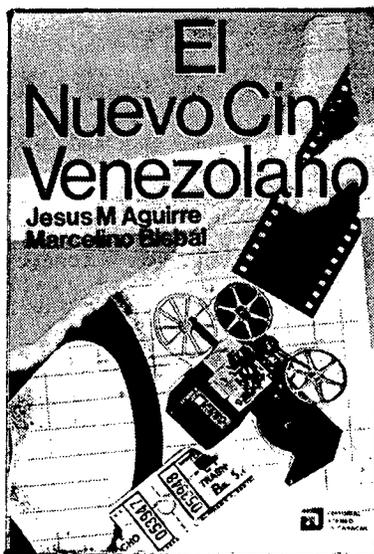
nen obedeciendo a una secuencia. Ella traduce un orden de intereses que, ciertamente, refleja su política de actuación. En 1970, en el Congreso de Río de Janeiro, fue estudiado el tema "Comunicación Social y Educación"; en 1972, en Guarantiguatá, "Comunicación Regional y Cultura Popular"; en Belo Horizonte, en 1974, "Comunicación Popular y Regional en Brasil"; en Campinas, en 1975, "Incomunicación Social"; en 1976, nuevamente en Río de Janeiro "Comunicación de masa y descaracterización de la cultura brasileña"; en 1977, en Sao Leopoldo, "Comunicación y Participación en la Comunidad"; finalmente, en 1978, en Bragança Paulista, "Comunicación y Conciencia Crítica".

AGUIRRE Jesús M. y BISBAL Marcelino:

El nuevo cine venezolano.

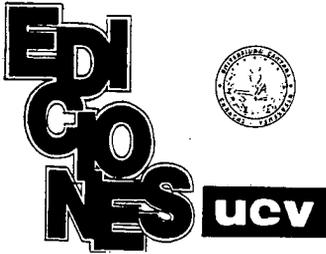
Sus problemas, su sociología.

Editorial Ateneo. Caracas, 1980, 170 pp.



CAPITULOS DEL LIBRO:

- I. Hacia un Cine Industrial Venezolano
- II. Política Cinematográfica y Financiamiento: Aspectos Económicos del Cine Venezolano.
- III. Hacia una Ley de Cine: Aspectos jurídicos del Cine Venezolano
- IV. Tendencias Actuales en el Cine Venezolano: Aspectos Sociológicos del Nuevo Cine Venezolano
- V. Moral y Censura en el Cine Venezolano



Agudo Freites, Raúl: **LA REGLAMENTACION LEGAL DE LA COMUNICACION EN VENEZUELA**. 262 págs. Bs. 30,00 0710801

Precedido de un marco sociohistórico sobre las primeras disposiciones sobre la materia, esta obra es el primer intento sistemático que se hace en Venezuela, de recoger en forma coherente la copiosa, dispersa y contradictoria legislación nacional que regula la comunicación impresa y audiovisual.

Aristarco, Guido
LA DISOLUCION DE LA RAZON (Discurso sobre el cine) (Traducción de Antonio Pasquali)

Ediciones de la Biblioteca - Colección Temas, 29 - 608 págs. (Rústicas), 15 x 20 cm. 1969 Bs. 25,00 - 3100701.

Baldelli, Pio
COMUNICACION AUDIOVISUAL Y EDUCACION (Traducción de Ambretta Marrosu).

Ediciones de la Biblioteca - Colección Temas, 30 - 256 págs. (Rústica), 15 x 20 cm. ilust., 1979 Bs. 13,00 - 3101101.

Cabello G., Julio: **EL PERIODISMO RADIOFONICO EN VENEZUELA**. Ediciones de la Biblioteca. Colección Comunicación Social, II. 252 págs. (Rústica), 11 x 19 cm., 1978. Bs. 27,00 - 3119301.

En esta obra, el autor hace un recuento de la radiodifusión mundial y, también por primera vez, suministra la información necesaria para estudiar la historia en Venezuela.

Mariño, Nery: **COMUNICACION Y DESARROLLO: APROXIMACION CUANTITATIVA**, 480 págs. Bs. 40,00 - 0711701.

El presente trabajo será una referencia obligatoria en el futuro, siempre que se quiera hacer un análisis de la situación de los medios de comunicación social en Venezuela.

Martínez Pozueta, Juan
MEDIOS AUDIOVISUALES Y SU "PRAXIS"

Ediciones de la Biblioteca - Colección Comunicación Social, I. 272 págs. (Rústica) 15 x 22 cm., 1974. Bs. 24,00 - 3114501.

Montagu, Ivor
EL MUNDO DEL CINE (Traducción de Carlos Augusto León).

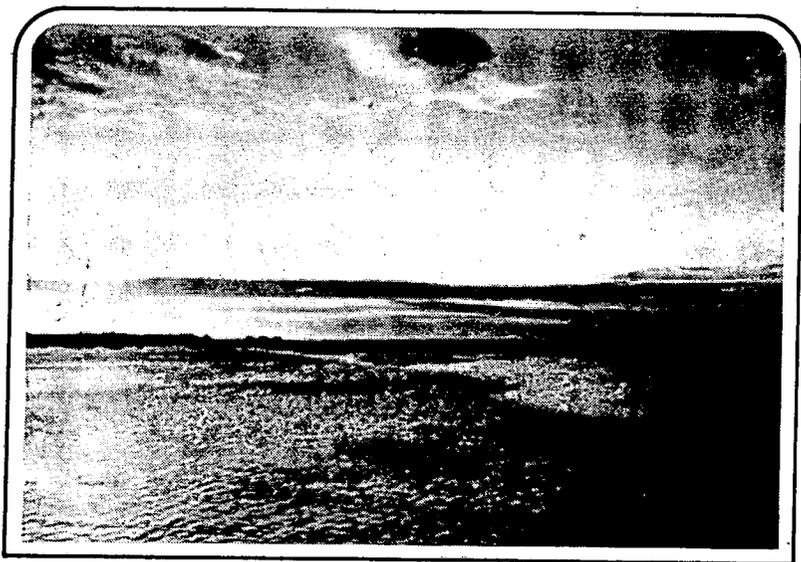
Ediciones de la Biblioteca - Colección Temas, 55 - 384 págs. (Rústica), 12 x 18 cm. 1971. Bs. 27,00 - 3115301.

Santoro, Eduardo: **LA TELEVISION VENEZOLANA Y LA FORMACION DE ESTEREOTIPOS EN EL NIÑO**. 3a edición corregida y aumentada. Colección Textos y Manuales de Enseñanza, II. 360 págs. Bs. 30,00 - 3115402.

Un análisis sobre las características del proceso de comunicación, los diferentes niveles de explicación y los hallazgos empíricos más importantes.



Solicite estos títulos en las principales librerías del país o en la Universidad Central de Venezuela, DEPARTAMENTO DE DISTRIBUCION DE PUBLICACIONES; Edificio de la Biblioteca Central, planta baja Librería Universitaria Telf. 619811 al 30, Exts. 2130 y 3116. Caracas 1051. Aptdo. 47004, Caracas 1041.



Tu conciencia ante Venezuela

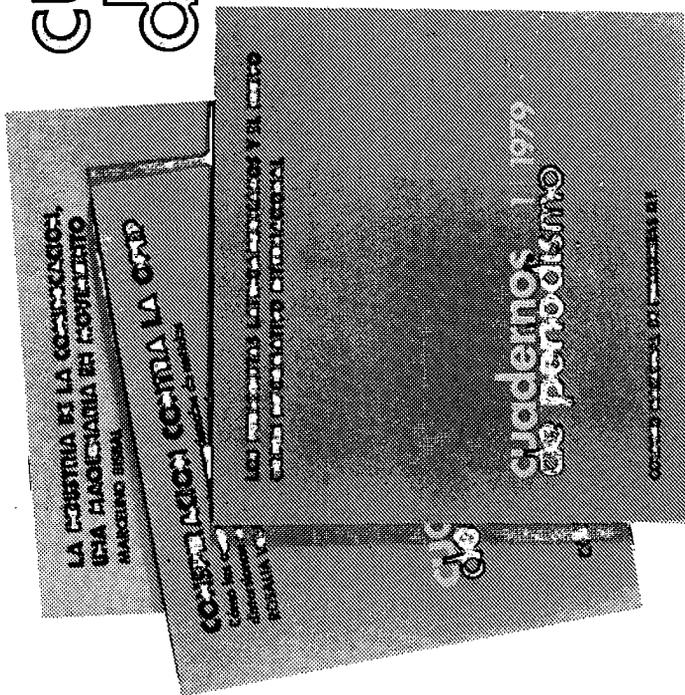
Cada ser se integra al paisaje donde vive, llega a amar esa tierra, ese cielo y cada árbol a cuya sombra descansa. Cuida la tierra de tus hijos. Destruir la naturaleza es dañarte a tí y a tus semejantes. Quiere a Venezuela.



MINISTERIO DE
INFORMACION Y TURISMO

Publicados por el Colegio Nacional de Periodistas D.F. están en circulación

cuadernos de periodismo



1 Los periodistas latinoamericanos y el Nuevo Orden Informativo Internacional.

2 Conspiración contra la OPEP. (Cómo las agencias transnacionales de noticias distorsionan su política y actividades), por Rosalía Villegas M.

3 La Industria de la Comunicación, una maquinaria en movimiento, por Marcelino Bissal.

4 Nuevo Concepto de Noticia, por Eleazar Díaz Rangel, Fernando Reyes Matta y Al Hester.

Solicítelos directamente en la Casa Nacional del Periodista, 2o. piso - Av. Andrés Bello, Caracas - Telf.: 781.51.65 - 781.67.11



fundarte

GOBERNACION Y CONCEJO MUNICIPAL DEL DISTRITO FEDERAL

libros

Serie Presencia Cultural de los Estados

Nº		P.V.P.
1	Jóvenes Narradores de Aragua, Carabobo y Miranda ..	Bs. 3
2	Jóvenes Poetas de Aragua, Carabobo y Miranda	" 5
3	Jóvenes Poetas de Anzoátegui, Sucre, Nva. Esparta ...	" 5
4	Jóvenes Narradores de Anzoátegui, Sucre, N. Esparta .	" 5
5	Jóvenes Narradores Andinos	" 8
6	Jóvenes Poetas de Lara y Yaracuy	" 10

Col. "En Venezuela"

Nº		P.V.P.
1	ALFREDO CORTINA / Breve Historia de la Radio	Bs. 3
2	GRAZIANO GASPARINI / La Arquitectura Colonial	" 3
3	ISAAC CHOCRON / Tres Fechas Claves del Teatro	" 3
4	RODOLFO IZAGUIRRE / El Cine	" 3
5	CARLOS DUARTE / Maestros Escultores de la Epoca Colonial	" 3
6	MIGUEL ARROYO / Breve Introducción a la Pintura	" 3
7	WALTER GUIDO / Panorama de la Música	" 3
8	JUAN CALZADILLA / El Grabado	" 3
9	BELGICA RODRIGUEZ / Breve Historia de la Escultura	" 3
	EDDA ARMAS / El Sol Cambia de Casa	" 10

Col. "Delta"

Nº		P.V.P.
1	RAFAEL CADENAS / Los Cuadernos del Destierro-Falsas Mon.....	Bs. 12
2	ALFREDO SILVA ESTRADA / Contra el Espacio Hostil	" 10
3	BAICA DAVALOS / Entreverando	" 10

DE VENTA EN LAS PRINCIPALES LIBRERIAS DEL PAIS

SUSCRIBASE A

Suscripción anual, Bs. 50. Puede pagarla por *giro postal o telegráfico, *valor declarado, *chequé 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 pre-cooperativa
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.-



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES

DIVISION DE PUBLICACIONES

ULTIMOS TITULOS PUBLICADOS

EL PANAMERICANISMO A LA LUZ DEL DERECHO INTERNACIONAL.	Sergio Matos Ochoa
VENEZUELA Y GRAN BRETAÑA-HISTORIA DE UNA USURPACION.	Rafael Sureda Delgado
CURIEPE: ENSAYO SOBRE LA REALIZACION DEL SENTIDO MAGICO-RELIGIOSO DE UN PUEBLO VENEZOLANO.	Alfredo Chacón
ALGUNOS CONCEPTOS DE MUESTREO (R).	Néstor Gabaldón Mejía
LA POBLACION DE VENEZUELA (R). VENEZUELA COLONIAL. DEPENDIENTE (R).	José Aguilera Manuel González Abreu
PROCEDIMIENTOS Y ALCANCES DEL ANALISIS DE FUENTES Y APLICACION DEL CAPITAL DE TRABAJO (R).	Dario Rico López
VENEZUELA FORANEA. OPOSICION ENTRE CIUDAD Y CAMPO EN VENEZUELA (R)	Manuel González Abreu Agustín Blanco Muñoz
LA ECONOMIA MINERA Y PETROLERA DE VENEZUELA (R).	Salvador de La Plaza
EL CONCEPTO DE MODO DE PRODUCCION.	Renata Machado
INTRODUCCION A LA TEORIA DE LA RENTA.	Jean Pierre Fray
EL PROBLEMA DE LA TIERRA Vols. I y II (R).	Salvador de La Plaza
EL PADRE DEL SINDICALISMO NORTEAMERICANO.	Rodolfo Quintero
ALGUNAS CONSIDERACIONES EN RELACION AL CONCEPTO DE SEGURIDAD SOCIAL.	Antonio Ramírez Jiménez
FINANCIAMIENTO DE LA EDUCACION UNIVERSITARIA.	José Bracho Sierra
HACIA UNA PRAXIS PROFESIONAL.	Helena Guerra
EL MARXISMO NO ES UNA CIENCIA.	Rigoberto Lanz
HACIA EL RENACIMIENTO OBRERO EN VENEZUELA.	Rodolfo Quintero
REGION Y LOCALIDAD GEOECONOMICA DEPENDIENTE.	Ramón Santaella

PROXIMOS TITULOS.

COMPORTAMIENTO TERRITORIAL HUMANO EN HABITAT URBANO	Rubén Monasterios
LA DIVISION DEL TRABAJO EN UNA MODERNA ORGANIZACION COOPERATIVA.	Jesús Salva

EL PUEBLO ANTE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

"Hermenegilda Cundengue al habla con su pueblo"

"El pueblo ante los medios de comunicación" es una serie de siete programas, grabados en cinco cassettes, que sirve para la orientación crítica del pueblo sobre los medios masivos.

Hermenegilda Cundengue, "alias la Super-bloque", es una negra que desde su emisora clandestina ha comenzado una campaña "sin pelos en la lengua" sobre el uso y abuso de los medios de comunicación social, particularmente en los países latinoamericanos y Venezuela.

A través de unas entrevistas con personajes ilustres de la cultura venezolana, nuestra negra va analizando con humor y picardía y con la sabiduría que otorga la universidad de la vida, los diversos medios y programas. Como dice ella ya es hora de terminar con "la colonización cultural" de nuestro pueblo.

Cassette CCS - 191:	Comiquitas y fotonovelas
Cassette CCS - 192:	Prensa y radio
Cassette CCS - 193:	La información
Cassette CCS - 194:	El cine y el folklore
Cassette CCS - 195:	La publicidad



*Hermenegilda
Cundengue.*



CENTRO DE COMUNICACION SOCIAL

"JESUS MARIA PELLIN"

Apartado 20133 - Teléfono: 42.40.01

CARACAS - Código Postal 1020-A

VENEZUELA

• Comunicación Alternativa y Comunicación Popular (—Aproximaciones a una Teoría de la Comunicación Alternativa—)	5
• Comunicación Ideológica y Formación Crítica de la Conciencia de Clases	9
• Presupuestos para una Investigación Alternativa	22
• Comunicación Grupal Alternativa en América Latina (—Características y Experiencias—)	32
• Centro de Comunicación Social, México: Coordinación en el Campo de las Tareas de Documentación y Comunicación Popular	40
• Una Alternativa para la Televisión Venezolana	45

PVP. Bs. 15.00



Centro de Comunicación Social
Avenida Monte Elena, El Paraíso
Apartado 20133 - Telf.: 42 40 01
Caracas (1020) - Venezuela