

Estudios venezolanos de comunicación • Segundo trimestre 2004 • N° 126



## Ciudadanías *y Desarrollos*



**Director**

Andrés Cañizález

**Consejo de Redacción**

Jesús María Aguirre

Francisco Tremonti

José Ignacio Rey

Andrés Cañizález

Gustavo Hernández

Carlos Guzmán

Agrivalca Canelón

Narsa Silva

Carlos Correa

Marcelino Bisbal

**Asistente del Consejo**

Iván Alonso

**Asesor Gráfico**

Víctor Hugo Irazábal

**Producción Editorial**

Signet Comunicación Global

**Colaboradores**

Elsa Pilato

David De Los Reyes

Francisco Pellegrino

Acianela Montes de Oca

Carlos Delgado-Flores

**Impresión**

Ex Libris

**Suscripción**

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 30.000,00

Número suelto: Bs. 9.000,00

*Exterior*

Correo ordinario: US\$ 50,00

Correo aéreo América : US\$ 55,00

Otro país (aéreo): US\$ 60,00

**Forma de pago:**

*En Venezuela*

- Cancelando en nuestras oficinas
- Depositando, a nombre de:  
Fundación Centro Gumilla,  
en alguna de las siguientes cuentas:

**Banesco**

Cta. Cte. No.: 413-1-01041-4

**Banco Venezolano de Crédito**

Cta. Cte. No.: 001-0152283

(en este caso envíenos copia  
del depósito)

*En el extranjero*

- Remitiendo cheque en US \$  
a nombre de  
**Fundación Centro Gumilla**  
a nuestras oficinas.
- Realizando una transferencia  
en US \$ a la siguiente cuenta:  
Bank of New York  
ABA: 021-000-018  
Correspondent Services Corp.  
A/C 8900186968  
OBI=FBO: Fundación Centro Gumilla  
Acct: GY-13166

**Centro Gumilla**

Edificio Centro Valores,  
local 2, esquina de la Luneta,  
Altagracia. Apartado 4838  
Caracas 1010-A- Venezuela  
Teléfonos: 564.9803 - 564.5871  
Fax: 564.7557

**Redacción Comunicación:**

comunicacion@gumilla.org.ve

**Redacción SIC:**

sic@gumilla.org.ve

**Unidad de Documentación:**

documentacion@gumilla.org.ve

**Administración:**

administracion@gumilla.org.ve

**Depósito Legal**

pp 197502 DF851

ISSN: 0251-3153

**Comunicación** no comparte necesariamente las opiniones vertidas en los artículos firmados, que expresan, como es obvio, la opinión de sus autores.

Los textos publicados en la sección de Estudios de Oca de la Revista son arbitrados.

**Visite nuestra página en la Web:**

<http://www.gumilla.org.ve>

**Esta publicación  
ha sido patrocinada por**

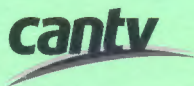


MINISTERIO  
DE EDUCACIÓN  
CULTURA  
Y DEPORTES

VICEMINISTERIO  
DE CULTURA



CONAC



---

# comunicación

N° 126

Estudios venezolanos de comunicación

CENTRO GUMILLA

Perspectiva Crítica y Alternativa

Integrantes de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura

<b>Presentación</b>		<b>2</b>
<b>Entrada</b>	<b>Para acercarnos al capital social</b>	<b>4</b>
	■ Francisco A. Pellegrino	
	<b>Culturas populares y comunicación participativa</b>	<b>12</b>
	■ Rosa María Alfaro Moreno	
	<b>Ética y comunicación</b>	<b>20</b>
	■ David De los Reyes	
	<b>El match Socorro-Villegas: De políticos, intelectuales y periodistas</b>	<b>26</b>
	■ Carlos Delgado-Flores	
	<b>Medios y constitución de lo público</b>	<b>32</b>
	■ Andrés Cañizález	
	<b>Información sobre ciencia en los diarios venezolanos</b>	<b>40</b>
	■ María A. Berroterán y Patricia Pérez	
<b>Estudios</b>	<b>Dinámicas de percepciones sobre prácticas de comunicación y salud</b>	<b>44</b>
	■ Luz Neira Parra	
	<b>Panorama de las industrias culturales en el Mercosur</b>	<b>54</b>
	■ Octavio Getino	
<b>Hablemos</b>	<b>Mireya Lozada: "Hay que descentrar el rol de los medios en la construcción de la ciudadanía"</b>	<b>64</b>
<b>Perfiles</b>	<b>Olga Dragnic: Intereses, pasiones y preocupaciones</b>	<b>68</b>
<b>Reseñas</b>		<b>72</b>
<b>Informaciones</b>		<b>75</b>
<b>Documento</b>	<b>La comunicación y el desarrollo democráticos en Latinoamérica.</b>	<b>79</b>
	■ Luis Ramiro Beltrán	

---

# Presentación

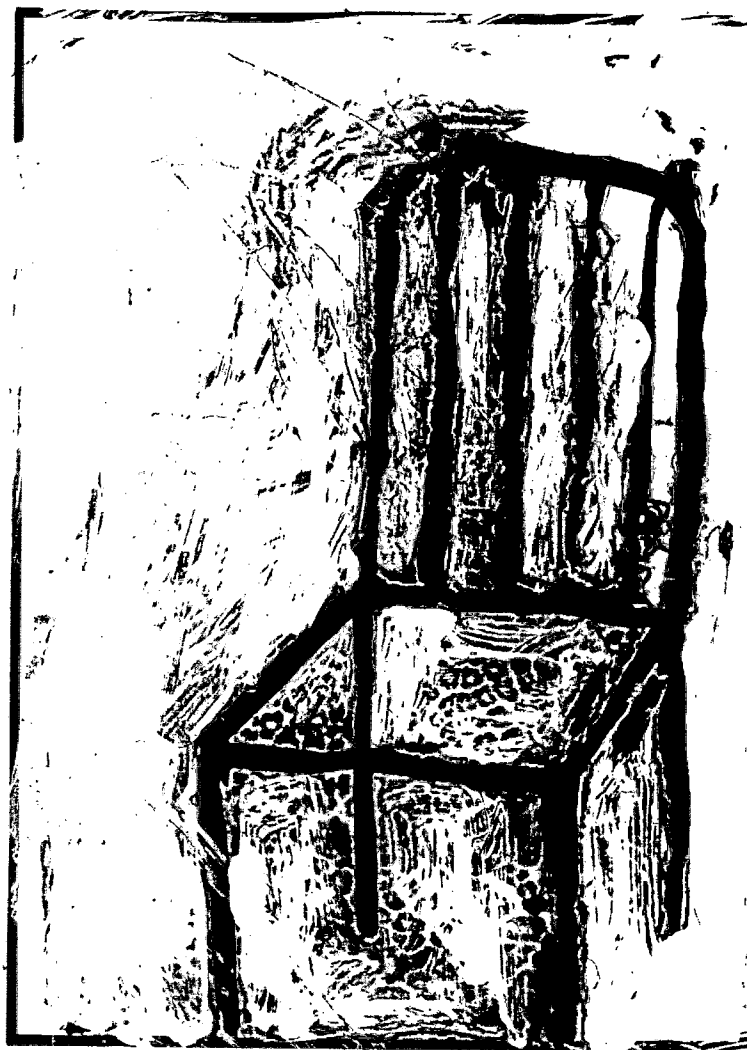
**L**a idea del desarrollo es un itinerario pendiente, todavía no realizado. Su fuerza conceptual todavía no se traduce en una realización generalizada en las sociedades de América Latina. Primero surgió en el contexto del optimismo tecnológico que también generó funcionalidades comunicativas y presuponía una modernidad en el corto plazo para todos y todas. Poco después desde la ciencia política, se superaban visiones románticas en torno a los sujetos políticos del cambio y se indicaba una agenda pendiente en procura de fortalecer la posibilidad de una ciudadanía para la realización de la vida digna y plena.

El desarrollo se llenó de adjetivos y abundaban las precisiones teóricas. Ideas que fluían en los discursos de los instrumentos y declaraciones internacionales; y por otra parte construían una simbiosis con la propia práctica comunicativa. El discurso crítico frente a los medios masivos de comunicación se tradujo en una respuesta centrada en los procesos de participación en los medios que recorrió una diversidad de propuestas y ensayos: desde la comunicación grupal, alternativa hasta las propuestas con claros desafíos políticos –popular- y la influencia en los medios masivos tradicionales.

En la última década se observaron avances para la generación de comunidades simbólicas masivas universales que se centran en la constitución de unas identidades basadas en una comunión de intereses temáticos con grandes potencialidades transformadoras. La noción de la ecología; los nuevos abordajes asociados al género; las propuestas centradas en las nociones de la diplomacia ciudadana; el campo de los derechos humanos; la salud y las nuevas pandemias y así sucesivamente en una lista de nuevos temas con sus sujetos políticos.

En el nuevo escenario de lo público se observa un protagonismo de las redes comunicativas en la constitución de identidades, modificando nuestra vida cotidiana, nuestras ideas de mundo, transformando el desarrollo de la enseñanza y la actividad científica y académica e influyendo en nuestros imaginarios colectivos. Los temas centrales están los valores intrínsecos de la democracia: sustentabilidad, igualdad, pluralismo, libertad, desarrollo, diversidad e inclusión en los flujos y productos de la comunicación. Junto con ello se desarrollan y nos muestran nuevos dispositivos de control, concentración del poder y nuevas formas de exclusión que surgen al interior de la sociedad de la información.

El concepto de ciudadanía está en transformación en la medida en que se consolidan los nuevos espacios públicos que su-



peran las barreras nacionales y que se articulan en torno a las identidades compartidas que se traducen en la construcción de un discurso compartido y una acción coordinada en el ámbito global. Los ecologistas, las organizaciones feministas y de derechos humanos quizás constituyeron el primer grupo de acción local coordinada globalmente. La ciudadanía de este tiempo es una noción provisional que se muestra con fuerza en las movilizaciones y aspiraciones. Su fuerza reside en la reacción frente a lo que se considera injusto pero con debilidades en sus propuestas. La dimensión que se presenta con mayor fuerza es la reactiva.

La idea de democracia está transformándose y de modo recurrente es imposible huir de su relación el ámbito de la comunicación masiva. En los medios existe un nuevo espacio de interlocución pública que tiene repercusiones en las formas de producción de conocimiento e incluso en las modalidades de las relaciones económicas. Un mundo en el que coexisten en-





Galería de Papel. Starsky Brines. (2004)

tre los postulados de la modernidad y la tradición; la tensiones entre la racionalidad que sobrestima los mercados y la centralidad de la persona. Los puntos de inflexión y contraste de las sociedades contemporáneas son diversos e incluyen la reflexión acerca de los modelos de desarrollo; las nuevas expresiones políticas de las comunidades; la funcionalidad de la participación en aras de la gestión pública local: todo ello en un contexto de crisis en el capitalismo que se expresa en el crecimiento de la pobreza global; la profundización de las desigualdades; y la distinta capacidad y velocidad de los países en producir conocimiento científico.

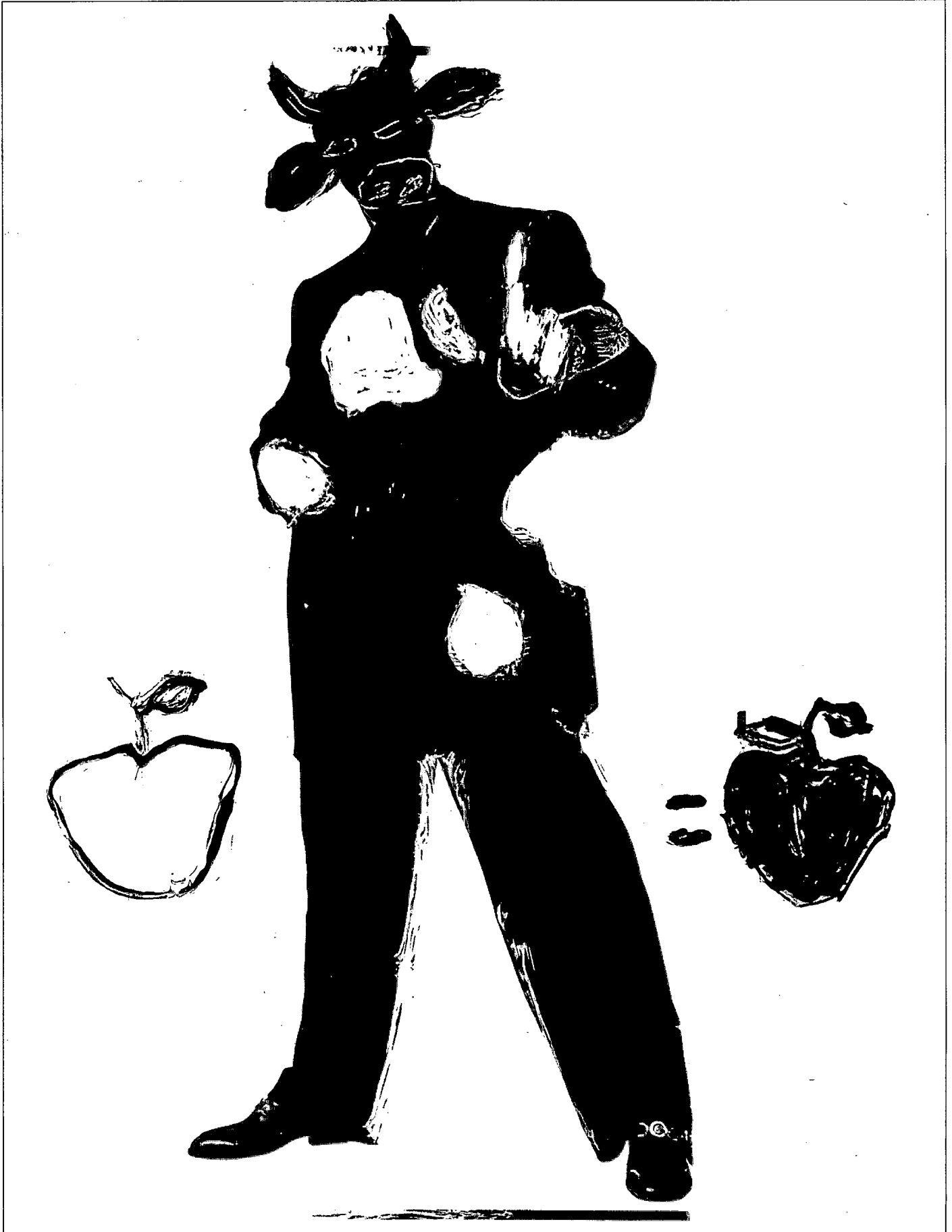
Junto con la larga tradición de reflexión y práctica de la comunicación que se llenó de adjetivos, en el último cuarto de siglo pasado asistimos a una provisionalidad de las propuestas que está asociada de modo estrecho al crecimiento de la incertidumbre en las sociedades contemporáneas. Dar cuenta de los proce-

dos de institucionalización de las propuestas alternativas y los nuevos modos de expresión ciudadana es el pretexto original de este número. Mostrar la lógica comunicativa del desarrollo y la posibilidad de la realización ciudadana en este escenario resulta un desafío dada la precariedad las realizaciones y la enorme agenda pendiente. Pareciera una suerte de laberinto que después de un largo andar nos devuelve a un mismo punto.

La propuesta de este número aborda esta relación entre los distintos tipos de desarrollo y la pluralidad de expresiones ciudadanas que se observan en la actualidad. Francisco Pellegrino realiza una aproximación conceptual al tema del capital social que está cada vez más presente en la discusión acerca de los procesos de desarrollo exitosos. El capital social es el nuevo desafío que enfrentan las instituciones multilaterales junto con el concepto de cohesión social. Ideas que sustituyen a otras para construir un desplazamiento continuo en procura de un abordaje concreto con realizaciones.

Rosa María Alfaro, investigadora peruana, da cuenta de las relaciones entre el tema de las culturas populares –incluyendo las tradicionales– y los modos de participación en las prácticas de la comunicación. De modo indisoluble confluye la realización de la ciudadanía con la posibilidad de ser un sujeto relevante en la comunicación. Sólo así se puede avanzar en la posibilidad de la construcción de un sujeto social con capacidad de incidencia pública. La apropiación de la palabra es el preámbulo para la acción política.

David de los Reyes, suma reflexiones acerca del deber ser compartido por una sociedad y sus expresiones en los medios masivos. El trabajo explora y propone en el campo de la relaciones entre la ética y la comunicación. Igualmente presentamos en la sección estudios un trabajo sobre las prácticas comunicativas asociadas a la comunicación y la salud entre los jóvenes junto con un trabajo que nos muestra un panorama del desarrollo de las industrias culturales en el MERCOSUR. En la sección Hablemos presentamos una conversación entre los miembros del consejo de redacción con la profesora Mireya Lozada, en ella plantea la necesidad de resituar el papel de los medios en la construcción de la ciudadanía en el contexto venezolano. Junto a estos trabajos de investigación presentamos varios textos. Entre otros uno que abordan el tratamiento de la información científica en los medios venezolanos; otro con un recorrido conceptual por la construcción de la noción de lo público y las secciones acostumbradas de la revista.



Galería de Papel. Starsky Brines. (2004)



# Para acercarnos al capital social

*Peca el hombre que quiere recibir de su prójimo más de lo que él no quiere dar de sí*

SAN FRANCISCO DE ASÍS

En el Informe PNUD (1994) se afirma que “lo esencial del desarrollo humano sostenible es que todos tengan igual acceso a las oportunidades de desarrollo, ahora y en el futuro”, entendiendo por todos a millones de seres humanos. Sin embargo, si la situación de los millones es como se ilustra a continuación, pareciera que a pesar de la expansión vertiginosa de los avances tecnológicos, por ahora, no se ha concebido la puesta a punto de una técnica, siquiera con un definitivo marco científico, que materialice las tan suspiradas oportunidades equitati-

vas de desarrollo a largo plazo, para los países más desfavorecidos.

Para investigadores como Bernardo Kliksberg, en su *Capital social y cultura. Claves olvidadas del desarrollo*<sup>1</sup>, ese hallazgo científico social determinante para la transformación de la humanidad lo constituyen “las relaciones de confianza que genera una sociedad”, esto es lo que se ha denominado capital social. De esa investigación y de *Capital social: articulador del desarrollo sostenible*<sup>2</sup>, de María Teresa Szauer y María Silvia Castillo, se extrajeron las siguientes definiciones formales de capital social con la intención de sintetizarlas en un enunciado *ad hoc* para este trabajo. En opinión de los autores citados, se debe entender como capital social (...)

*Partiendo de una primera definición de capital social como “las relaciones de confianza que genera una sociedad”, se repasa en este artículo un significativo número de autores que han abordado el tema. Los diversos conceptos coinciden en la idea de que el capital social favorece la cohesión social y por lo tanto propicia un clima de mejoría. En diferentes aspectos de las sociedades. El autor se propone en este trabajo responder brevemente tres preguntas; en primer lugar ¿existe el capital social?, y seguidamente ¿cómo se mide? y ¿cómo puede generarse?*

Cuadro 1

Los millones de la pobreza	
Personas que viven con menos de dos dólares diarios:	3.300 millones
Personas que no tienen instalaciones sanitarias básicas:	3.000 millones
Personas que sufren serios problemas de salud:	2.000 millones
Mujeres y niñas menores de 18 prostituidas anualmente:	1.300 millones
Adultos analfabetos:	1.000 millones
Niños utilizados como mano de obra infantil:	250 millones
Los millones de la riqueza	
Pobres que suman la riqueza de las 358 personas más ricas:	2.800 millones

Fuentes:  
**Eduardo R. Mondino.**  
 Defensor del Pueblo de la Nación Argentina, Presidente de la Federación Iberoamericana de Ombudsmen  
**Bernardo Kliksberg.**  
 Coordinador General de la Iniciativa Interamericana de Capital Social, Banco Interamericano de Desarrollo

■ Francisco A. Pellegrino

Bourdieu (1985): “ (...) el agregado de los recursos reales o potenciales que se vinculan con la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento mutuo”

Coleman (1990): “ (...) una diversidad de entidades con dos elementos en común: todas consisten en algún aspecto de estructuras sociales y facilitan cierta acción de los actores – ya se trate de personas o actores corporativos – dentro de la estructura”

Banco Mundial (1994): “ (...) a las instituciones, relaciones y normas que conforman la calidad y cantidad de las interacciones sociales de una sociedad. Numerosos estudios demuestran que la cohesión social es un factor crítico para que el desarrollo sea sostenible. El capital social no es sólo la suma de instituciones que configuran una sociedad, sino que es así mismo la materia que las mantiene juntas”

Newton (1997): “ (...) un fenómeno subjetivo, compuesto de valores y actitudes que influyen cómo las personas se relacionan entre sí. Incluye confianza, normas de reciprocidad, actitudes y valores que ayudan a las personas trascender relaciones conflictivas y competitivas para conformar relaciones de cooperación y ayuda mutua.

Baas (1997): “ (...) lo que tiene que ver con cohesión social, con identificación con las formas de gobierno, con expresiones culturales y comportamientos sociales que hacen a la sociedad más que una suma de individuos.

Joseph (1998): “ (...) un vasto conjunto de ideas, ideales, instituciones y arreglos sociales, a través de los cuales las personas encuentran su voz y movilizan sus energías particulares para causas públicas.

Bullen & Onyx (1998): “ (...) redes sociales basadas en principios de confianza, reciprocidad y normas de acción.

*Un grupo imaginario de personas, teniendo todas un interés común, conscientes de ese interés y pudiendo cada una contribuir a la realización de ese interés, puede en condiciones generales no hacer nada para promoverlo*

OLSON

### ¿EXISTE EL CAPITAL SOCIAL?

Los objetos materiales y formales de las anteriores definiciones pueden resumirse, a los efectos de un estado del arte, con esta expresión:

“

**En resumen, allí donde se ha hecho carne el capital social, si bien en pequeña escala, no sólo se ha probado su existencia, su tangibilidad, además se ha hecho evidente su vínculo con el desarrollo, tanto en términos económicos como en términos de tejido ciudadano.**

”

*El capital social es la materia subjetiva de la cohesión social. Con base en principios de confianza, mantiene juntas las redes de relaciones y reconocimiento mutuo, favorece la acción colectiva de los actores y hace de las sociedades más que una suma de individuos, sinergia social.*

Pero, como Aristóteles dixit, antes de definir la cosa es menester demostrar primero que la cosa existe. De ello se encargó Robert Putman, profesor de la Universidad de Harvard, en su libro: *Making Democracy Work, Civic Traditions in Modern Italy* (1993). Al intentar aprehender una explicación razonable y razonada del porqué en el norte de Italia las instituciones públicas funcionan mucho mejor que en el sur, descubrió que en esa región el entramado de la sociedad civil se encuentra estructurado de manera horizontal por organizaciones tales como: sociedades de ayuda mutua, cooperativas, uniones, gre-

mios, asociaciones de artesanos y profesionales, incluso clubes de fútbol y sociedades literarias. A través de ellas, el ciudadano interactúa con sus semejantes con base en la certeza de que cada quien, individuos y grupos, van a cumplir cabalmente sus funciones. No así en el sur, donde los grupos, organizados verticalmente, sólo se dedican, en la práctica, a distribuir las soluciones que, para los problemas cotidianos, provienen desde lo alto.

En *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*, Putman logra probar que el éxito de la sociedad norteamericana se funda también en una buena dosis de capital social, si bien ahora, en su criterio, este se esté deshilachando. Por su parte, James Coleman, de la Universidad de Chicago, afirma la existencia de dos planos del capital social uno micro (individual) y otro macro (colectivo). Sobre esto último, Kliksberg comenta:

“El capital social se presenta tanto en el plano individual como en el colectivo. En el primero tiene que ver con el grado de integración social de un individuo, su red de contacto sociales, implica relaciones, expectativas de reciprocidad, comportamientos fiables. Mejora la efectividad privada. Pero también es un bien colectivo. Por ejemplo, si todos en un vecindario siguen normas tácitas de cuidar por el otro y de no-agresión, los niños podrán caminar a la escuela con seguridad, y el capital social estará produciendo orden público”

En uno de los lugares de Latinoamérica donde puede observarse la presencia de capital social, según Kliksberg, es en Aguascalientes, donde los grupos organizados de lecheros muestran un desempeño económico superior al de su contraparte de Altos de Jalisco, si bien ambos estados mexicanos, fronterizos entre sí y apenas al norte de D.F., presentan características similares en cuanto a edad promedio de los productores, experiencia en los negocios, cantidad promedio de hectáreas de terreno. La diferencia de resultados se debería a:

Cuadro 2

	ALTOS DE JALISCO	AGUAS CALIENTES
Nivel de Confianza	ESCASOS	BUENOS
Líderes con iniciativa	NO	SI
Importancia percibida de los grupos	70%	85%
Otros servicios prestados por los grupos	35%	100%
Pertenencias a grupos de 2do. nivel	2%	25%
Programas de capacitación	AUSENTES	PRESENTES

Fuente: Gómez Cruz, y otros, (2001) en Bernardo Kliksberg



Otro ejemplo de presencia de capital social, reseñado en el trabajo de Kliksberg, es (¿o ha sido?) el caso de las Ferias de Consumo Familiar del estado venezolano de Barquisimeto. Los trabajadores, que ganan en promedio una remuneración modesta, que sin embargo es un 57% mayor que el salario mínimo nacional, se organizaron con “mecanismos concretos de operación que incluyen: reuniones semanales de cada grupo para evaluar y planificar; toma de decisiones por consenso; información compartida; disciplina y vigilancia colectiva; trabajo descentralizado de cada grupo, y una rotación de responsabilidades”. El evidente grado de confianza mutua y de cohesión colectiva, permitió su desarrollo exponencial en apenas 15 años:

Un tercer caso provisto por Kliksberg, es el de la fiebre participativa (Navarro, 1998) que contagió a los habitantes de Porto Alegre, en el estado de Rio Grande do Sul de Brasil. Tras la elección del nuevo alcalde, que invitó a la cogestión del presupuesto asignado al Municipio, se presentó un fenómeno descrito como muy exitoso por el Libro Maestro sobre Participación del BID (1997) al haber:

- expresado su comprensión de los problemas cruciales que enfrentaba la ciudad;
- establecido prioridades y generado soluciones prácticas;
- tenido la oportunidad de comparar las soluciones;
- decidido en invertir en los programas menos costosos y más factibles de atender;
- tomado la decisión definitiva sobre la aprobación, o no, del plan de inversiones; y
- revisado los éxitos y fracasos del programa de inversiones para mejorar.

En resumen, allí donde se ha hecho carne el capital social, si bien en pequeña escala, no sólo se ha probado su existencia, su tangibilidad, además se ha hecho evidente su vínculo con el desarrollo, tanto en términos económicos como en términos de tejido ciudadano.

En consecuencia, la cosa existe, posee un nombre de aceptación general, si bien se han asomado otros tales como capital humano o capital cultural, y en líneas generales la cosa ha sido definida, aun si sus contornos siguen siendo difusos debido a lo novedoso del enfoque, por más que se trate de una materia antigua. Ahora, toca pasar a la siguiente cuestión.

Cuadro 3

	1984	1990	1997
Unidades de venta (ferias y centros)	1	87	105
Ventas semanales (toneladas)	3	168	300
Número de familias atendidas	300	20.000	40.000
Número de trabajadores	15	400	700
Número de productores agrícolas	15	100	500
Número de organizaciones	1	n/d	18
Número de unidades comunitarias	1	9	12

Fuente: CECOSOLA (1997) en Luis Gómez Calcaño (1998) en Bernardo Kliksberg

### ¿CÓMO SE MIDE EL CAPITAL SOCIAL?

*A diferencia de las otras formas de capital que se consumen con su uso, es la única forma de capital que cuanto más se usa más crece.*

HIRSCHMAN

*“El capital social se ha medido de variadas e innovadoras maneras (...) Primero, las definiciones (...) son multidimensionales e incorporan distintos niveles y unidades de análisis. Segundo, cualquier intento de medir las propiedades de conceptos inherentes ambiguos, como comunidad, red y organización es problemático. Tercero, (no se cuenta con información histórica de elementos como) la medida de confianza en el gobierno, los índices de intención de voto, el índice de participación en organizaciones cívicas y el número de horas de voluntariado. Las nuevas encuestas que se están realizando producirán indicadores más directos y ajustados”.*

(En: [www.worldbank.org/poverty/spanish/scapital/SChowmeas1.htm](http://www.worldbank.org/poverty/spanish/scapital/SChowmeas1.htm))

La cita hace entrever las dificultades epistemológicas que enfrentan los investigadores dedicados a la observación del capital social. Lo cual se traduce en la existencia de tantas herramientas de medición como investigadores a ello se han dedicado. En la misma fuente del Banco Mundial de la cita precedente se resumen estas experiencias:

- Anderson (1995) estudió el papel de “las cabezas viejas”, los ancianos miembros de las comunidades pobres urbanas de la comunidad Afro-americana, como fuentes de capital social.
- Fernández-Kelley (1996) entrevista a muchachas en las comunidades de barrios marginales en Baltimore y descubre lo fuerte que son las presiones nor-

mativas para abandonar la escuela, tener un hijo en la adolescencia y rechazar un empleo formal.

- Gold (1995) provee información sobre cómo las comunidades judías en Los Ángeles tratan de mantener la integridad de la estructura comunitaria al tiempo que participan activamente en la vida económica.
- Heller (1996) estudió el caso del estado sureño de Kerala (India), donde las tasas de analfabetismo, longevidad y mortalidad infantil han sido las más favorables del sub-continente.
- Knack, Keefer e Ingelhart (1997) han usado indicadores de confianza y normas cívicas empleados en la Encuesta Mundial de Valores, que incluye una muestra de 29 economías de mercado.
- Narayan y Pritchett (1997) elaboraron una medida del capital social en el sector rural de Tanzania utilizando cifras de la Encuesta sobre Capital Social y Pobreza de Tanzania (SCPS – Social Capital and Poverty Survey).
- Portes y Sensenbrenner (1993) examinan lo que sucede en las comunidades de inmigrantes cuando uno de sus miembros tiene éxito económico y desea abandonar la comunidad, donde algunos cambian sus nombres al inglés para liberarse de las obligaciones asociadas a su pertenencia a la comunidad.
- Portes (1995) y Light y Karageorgis (1994) examinan el bienestar económico de distintas comunidades de inmigrantes de los Estados Unidos. Demuestran que ciertos grupos (coreanos en Los Ángeles; chinos en San Francisco) prosperan mejor que otros (mexicanos en San Diego; dominicanos en Nueva York) debido a la estructura social a la que los nuevos inmigrantes se integran.

- Putnam (1993) midió en el norte de Italia el número de votantes, lectores de periódicos, miembros de grupos corales y clubes de fútbol, y confianza en las instituciones públicas.
- Putnam (1995, 1998) en Estados Unidos, utilizó la misma herramienta aplicada en Italia, combinando información de fuentes académicas y comerciales.
- Temple y Johnson (1998) ampliaron los trabajos previos de Adelman y Morris (1967) usando la diversidad étnica, la movilidad social y la extensión de los servicios telefónicos en varios países del África sub-sahariana como ejemplos de densidad de las redes sociales.
- Viana Mikel de (1998) lleva a cabo en Venezuela un trabajo práctico sobre la identificación de determinantes culturales que inciden en la generación de pobreza y rezago en la modernidad en este país. Lo interesante del trabajo es que propone acciones factibles para el logro de cambios culturales hacia la superación de la pobreza y el rezago de la modernidad en general aplicables a los países de la región.

Por su parte, la socióloga argentina Irene Isabel Novacovsky en su informe final del taller Capital social y ética aplicada en proyectos de desarrollo, propone un baremo para adoptar y adaptar a la realidad latinoamericana, que agrupa y sistematiza en un cuadro, una serie bastante completa de indicadores cuantitativos y cualitativos, que aquí se presenta de forma sintética y de manera conclusiva sobre el tema de la medición:

*La desconfianza ampliamente difundida en una sociedad impone una especie de impuesto a todas las formas de actividad económica, un impuesto que no tienen que pagar las sociedades con un alto nivel de confianza interna*

**FUKUYAMA**

**¿PUEDE GENERARSE EL CAPITAL SOCIAL?**

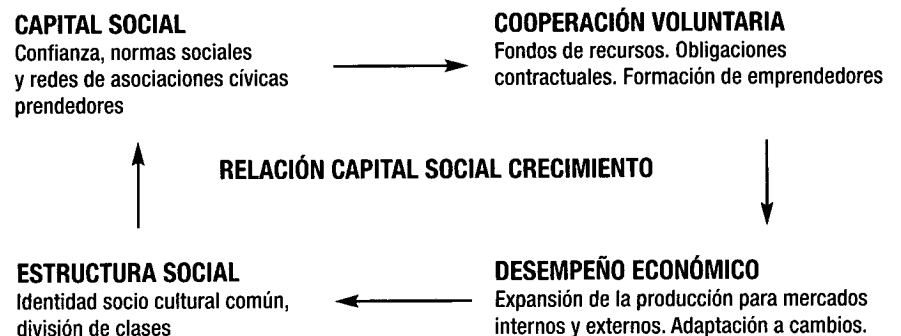
El actual estado del arte de la noción capital social y de los esquemas interdisciplinarios que la investigan, permite desde ya aceptar al capital social como una de las variables de poder que pueden impulsar un desarrollo menos desequilibrado de las naciones; junto a otro de los factores claves como es el uso eficaz de las tecno-

**Cuadro 4**

<b>14 INDICADORES DE CAPITAL SOCIAL</b>	
1. Red de protección social	(nivel macro)
2. Pertenencia a redes sociales	(nivel meso)
3. Estructura de las redes	
4. Bienes que fluyen por las redes	
5. Índice de clima de confianza	
6. Fortalecimiento de los lazos comunitarios	
7. Confianza intra-psíquica	
8. Activos educativos	(nivel macro)
9. Cobertura de salud	
10. Cobertura de servicios públicos	
11. Cobertura de seguridad social	
12. Acceso al crédito y a activos productivos	
13. Activos tangibles	
14. Características de los activos	(nivel macro)
<b>3 INDICADORES DE PARTICIPACIÓN</b>	
1. Participación cívica	(nivel macro)
2. Participación institucional	(nivel meso)
3. Participación comunitaria	
<b>6 INDICADORES DE CAPITAL SOCIAL NEGATIVO</b>	
1. Deterioro institucional	(nivel macro)
2. Anomia	
3. Segmentación social laboral	
4. Segmentación social educativa	
5. Segmentación social de salud	
6. Segmentación social del vecindario	
<b>7 INDICADORES DE SOLIDARIDAD SOCIAL</b>	
1. Distribución del ingreso	(nivel macro)
2. Pobreza	
3. Exclusión	
4. Discriminación	
5. Vulnerabilidad	
6. Movilidad social	
7. Aporte tributario y gasto social	
<b>3 INDICADORES DE CIVISMO</b>	
1. Ciudadanía	(nivel macro)
2. Saneamiento institucional	
3. Valores políticos	

logías de información y comunicación. Es más, el vínculo entre capital social y un crecimiento estrictamente económico, positivo, pragmático, es susceptible de ser demostrado con un elevado grado de contundencia.

Este es un ejemplo de circuito virtuoso, comprobado por Bazán y Schmitz (1997), en Capital social y competitividad de Celia Cornejo:





Sin embargo, no existe acuerdo aún sobre cuestiones fundamentales como: ¿el capital social puede ser inducido? ¿se requiere sólo de un acto de voluntad colectiva para provocar el capital social? y en definitiva ¿los obstáculos que impiden su formación pueden ser removidos?

Por un lado, hay quien toma distancias frente a una visión determinista de la cultura, que la conciba como inamovible y que, por ende, impida una intervención deliberada para el cambio de las actitudes a favor de más y mejores relaciones de confianza. Esta es la óptica de la mayoría de los investigadores consultados, los cuales concluyen su trabajos descriptivos con sendas propuestas de políticas para el desarrollo con base en el capital social.

Por otro lado, algunos autores como Harris (2001) y Madrid (2002) consideran que el capital social sólo puede ser fortalecido y fomentado donde este aparezca como consecuencia del contexto cultural preexistente. En este orden de ideas, Mikel de Viana en *La cultura venezolana. La perspectiva de la construcción de sociedad* (2004) concluye que el capital social no surge sin la presencia de unas condiciones previas que él denomina modernidad mínima y que por lo tanto, y paradójicamente, los escenarios de la globalización económica actuarían como caldo de cultivo para la generación de capital social.

■ **Francisco Pellegrino**  
Comunicador Social.  
Colaborador de *Comunicación*

### Bibliografía sobre capital social.

Elaborada a partir de las sugerencias de los Profesores Emilio Luque, Facultad de CC. Políticas y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid, y Fabio Sabatini, de la Universidad de Roma "La Sapienza":

Arrow, K. (1999): *Observations on Social Capital*, in "Dasgupta, P. e Serageldin, I. Social Capital. A Multifaceted perspective" Washington D.C.: The World Bank.

Alesina, A., La Ferrara, E. (2002): *Who Trusts Others?* Journal of Public Economics 85, 207-234

Bagnasco, A., Piselli, F., Pizzorno, A., Trigilia, C. (2002): *Capitale sociale: istruzioni per l'uso*. Bologna: Il Mulino.

Bourdieu, P. (1980): *Le capital social. Notes provisoires*. Actes, n. 31, 2-3.

“

**Sin embargo, no existe acuerdo aún sobre cuestiones fundamentales como: ¿el capital social puede ser inducido? ¿se requiere sólo de un acto de voluntad colectiva para provocar el capital social? y en definitiva ¿los obstáculos que impiden su formación pueden ser removidos?**

”

Bowles, S., Gintis, H. (2000): *Social Capital and Community Governance*. University of Massachusetts Department of Economics working paper.

Brehm, J., Rahn, W. (1997): *Individual-Level Evidence for the causes and consequences of Social Capital*. American Journal of Political Science, 41, 3, 999-1023.

Bruni, L., Sugden, R. (2000): *Moral Canals: Trust and Social Capital in the Work of Smith, Hume and Genovesi*. Economics and Philosophy, 16, 21-45.

Burt, R.S. (1997): *The contingent value of social capital*. Administrative Science Quarterly, 42: 339-365.

Burt, R.S. (2000): *The Network Structure of Social Capital*. En R.I. Sutton, B.M. Staw (edt), *Research in Organizational Behavior*, Greenwich: Jai Press.

Björnskov, C., Svendsen, G.T. (2003): *Measuring Social Capital. Is There a Single Underlying Explanation?* Aarhus School of Business. Department of Economics.

Björnskov, C. (2003): *Corruption and Social Capital*. Aarhus School of Business. Department of Economics.

Carpenter, J., Danieri, A., Takahashi, L. (2003): *Cooperation, Trust and Social Capital in Southeast Asian Urban Slums*. revise and resubmit at the Journal of Economic Behavior and Organization.

Cecchi, C. (2003): *Public Goods and Public Services. The process of Building Social Capital in Rural Areas*. Paper presented to the XL Sidea Annual Conferente, Padova, 18-20 September.

Coleman, J. (1988): *Social Capital and the Creation of Human Capital*. American Journal of Sociology, 94, Supplement, pp. 95-120.

Costa, D.L., Kahn, M.E. (2001): *Understanding the*

*Decline in Social Capital. 1952-1998*. NBER Working Paper 8295, National Bureau of Economic Research.

Durlauf, S.N. (2002): *On the Empirics of Social Capital*. Department of Economics, University of Wisconsin.

Durkin, J.T. (2000): *Measuring Social Capital and its Economic Impact*. Discussion Paper 2000/04, Population Research Center at NORC & University of Chicago.

Edwards, B., Foley, M.W., Diani, M. (1997): *Beyond Toqueville, Civil Society and the Social Capital Debate in Comparative Perspective*. Hanover and London, University Press of New England.

Ferlander, S. (2003): *Internet, Social Capital and Local Community*. PhD Dissertation, Centre for Research and Development in Learning Technology, University of Stirling.

Fine, B. (2001): *Social Capital versus Social Theory. Political Economy and Social Science at the Turn of the Millenium*. Londres y New York: Routledge.

Fukuyama, Francis (1995): *Trust: Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: Free Press.

Glaeser, E.L., Laibson, D. y Sacerdote, B. (2000): *The Economic Approach To Social Capital*. NBER Working Paper Series, n. 7728, National Bureau of Economic Research, Cambridge, Ma.

Grootaert, C., Narayan, D., Nyhan Jones, V., Woolcock, M. (2003): *Integrated Questionnaire for the Measurement of Social Capital*. The World Bank Social Capital Thematic Group, June 2003.

Grootaert, C. (2002): *Social Capital, household welfare and poverty in Indonesia*. Policy Research Working Paper no. 2148, Washington D.C., The World Bank.

Harper, R. (2002): *The measurement of social capital in the UK*. Paper prepared for the OECD-ONS Conference on SC Measurement, London, September 26-27

Healy, T. (2003): *Social Capital: Challenges for its Measurement at International Level* Paper presented at the Conference "Social Capital and Economic Development". University of Tilburg.

Hjollund, L., Svendsen, G.T. (2000): *Social capital: a standard method of measurement*. Aarhus School of Business, Department of Economics

Hooghe, M., Stolle, D. (2003): *Generating Social Capital: Civil Society and Institutions in Comparative Perspective*. New York: Palgrave.

Huang, F. (2003): *Social Capital, Cooperation, and Human Capital*. University of Pensilvania, Department of Economics.

Hudson, L., Chapman, C. (2002): *The measurement of Social capital in the United States*. Paper prepared for the OECD-ONS Conference on SC Measurement, London, September 26-27

Lin, N. (2001): *Social capital. A theory of social structure and action*. Cambridge: Cambridge University Press.

Li, Y, Pickles, A., Savage, M. (2003): *Conceptualizing and measuring social capital: a new approach*. Paper for BHPS 2003, Centre for Census and Survey Research, University of Manchester.

Mateju, P. (2002): *Social capital: problems of its conceptualization and measurement in transforming societies*. Paper prepared for the OECD-ONS Conference on SC Measurement, London, September 26-27

- Mutti, A. (2003): *La teoria della fiducia nelle ricerche sul capitale sociale*. Rassegna Italiana di Sociologia, n.4,2003, pp 515-536.
- Narayan, D., Cassidy, M.F. (2001): *A Dimensional Approach to Measuring Social Capital: Development and Validation of a Social Capital Inventory*. Current Sociology, 49, 2, 59-105.
- Paldam, M. (2000): *Social Capital: One Or Many? Definition And Measurement*. En Journal of Economic Surveys, 14, 5, pp. 629-653.
- Petro, N. (2001): *Creating Social Capital in Russia: The Novgorod Model*. World Development 29(2), 229-244.
- Portes, A., Sensenbrenner, J. (1993): *Embeddedness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action*. American Journal of Sociology, 98, pp. 1320-1350.
- Portes, A. (1998): *Social capital: its origins and applications in modern sociology*. Annual Review of Sociology 24: 1-24.
- Poulsen, A., Svendsen, G.T. (2003): *Rise and Decline of Social Capital. Excess Co-operation in the One-Shot Prisoner's Dilemma Game*. Department of Economics, Aarhus School of Business Working paper 03-10.
- Putnam, R. (1993): *The Prosperous Community*. American Prospect 13, Spring.
- Putnam, R. with Leonardi, R. and Nanetti, R. (1993): *Making Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press,
- Putnam, R. (1995): *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*. Journal of Democracy, 6, (1): 65-78.
- Putnam, R. (1995): *Tuning in, Tuning Out: The strange Disappearance of Social Capital in America*. PS: Political Science and Politics, 28, December, pp. 664-683.
- Putnam, R. (2001): *Social Capital: Measurement and Consequences*. En The Contribution of Human and Social Capital to Sustained Economic Growth and Well-Being. International Symposium Report edited by the OECD and HRDC.
- Putnam, R. (ed) (2002): *Democracies in flux*. Oxford: Oxford University Press.
- Rahn, W, Brehm, J., Carlson, N. (1999): *National Elections as Institutions for Building Social Capital*. En Morris, F. and T. Skocpol (Eds.), Civic Engagement in American Democracy: Frontiers of Theory and Research.
- Rothstein, B., Stolle, D. (2002): *How Political Institutions Create and Destroy Social Capital: an Institutional Theory of Generalized Trust*. Paper prepared for the 98th meeting of the American Political Science Association in Boston, Ma.
- Sabatini, F. (2003): *Cosa è il capitale sociale, Dis/uguaglianze Trimestrale per l'analisi dei processi di sviluppo e sottosviluppo*, vol 3/04.
- Sabetti, F. (1996): *Path Dependency and Civic Culture: some lessons from Italy about interpreting social experiments*. Politics&Society, v. 24, n. 1, March. pp. 19-44.
- Sides, J. (1999): *It Takes Two: The Reciprocal Relationship between Social Capital and Democracy*. Paper presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association, Atlanta, September 2-5.
- Sandefur, R.L., Laumann, E.O. (1998): *A Paradigm for Social Capital. Rationality and Society* 10(4), 481-501.
- Schneider, M., Teske, P., Marschall, M., et al. (1997): *Institutional arrangements and the creation of social capital. The effects of public school choice* American Political Science Review, v. 91, n. 1, March.
- Stone, W. (2001): *Measuring Social Capital*. Melbourne: Australian Institute of Family Studies, Research Paper No. 24/2001.
- Tarrow, S. (1996): *Making Social Science work across Space and Time: A Critical Reflection on Robert Putnam's "Making Democracy Work"*. American Political Science Review. v. 90, n. 2, June.
- Uslaner, E. (1999): *Democracy and Social Capital*. En M. Warren, ed., Democracy and Trust, Cambridge, Cambridge University Press.
- Uslaner, E. (2002): *The Moral Foundations of Trust* Cambridge: Cambridge University Press.
- Uslaner, E. (2003): *Political Parties and Social Capital, Political Parties or Social Capital*. En R.S. Katz and W.F. Crotty, eds., Handbook of Political Parties, Sage, forthcoming, 2004.
- Van Schaik, T. (2002): *Social Capital in the European Values Study Surveys*. Paper prepared for the OECD-ONS International Conference on Social Capital Measurement, London, 2002.
- Woolcock, M. (1998): *Social capital and economic development: toward a theoretical synthesis and policy framework*. Theory and Society, 151-208
- Woolcock, M., Narayan, D. (2000): *Social Capital: Implications for Development Theory*. The World Bank Research Observer, 15, pp. 225-251. Ibid

<sup>1</sup> Disponible, junto a otros en castellano, en:  
<http://www.caf.com/view/index.asp?pageMS=11674&ms=0> <http://www.iadb.org/etica/sp4321/DocSearch.cfm?Categoria=Capital%20Social&SortBy=Autores.PrimeraApellido>

### **Un listado de vínculos a las mejores páginas en Internet sobre capital social, en:**

[http://www.sfu.ca/~insna/INSNA/Hot/soc\\_cap.htm](http://www.sfu.ca/~insna/INSNA/Hot/soc_cap.htm)

### **Unas buenas exposiciones en diapositivas sobre capital social, para uso didáctico, en:**

<http://www.econ.uba.ar/www/ProgramaNUD/expositores/Capital%20Social%20y%20Pobreza%20-%20Bernard%20Kliksberg.ppt>

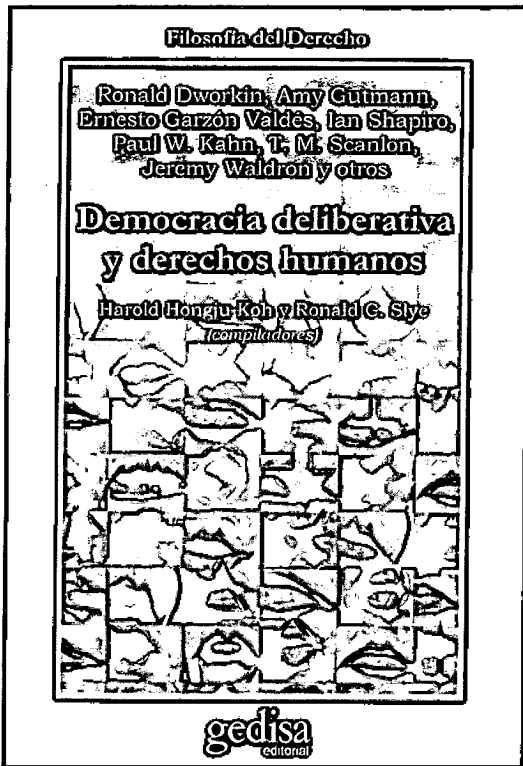
<http://www.aifs.org.au/institute/pubs/papers/stone7.ppt>

### **Además recomendamos:**

<http://www.worldbank.org/poverty/spanish/scapital/>

<http://www.casadeesperanza.org/sp/capitalsocial.html>





# FILOSOFÍA DEL DERECHO

La única colección  
original en castellano  
con el prestigio de

**gedisa**  
editorial



ISSN 1578-4223

LA COMUNICACIÓN POLÍTICA  
TRANSFORMACIONES DEL ESPACIO PÚBLICO

**FELS gedisa**

**FELS gedisa**  
editorial

Distribuye EDISA  
Calle San Luis, Qta. La Prince  
San Luis, El Cafetal.  
1061 Caracas  
58-212-9873459 edisa@telcel.net.ve

# CULTURAS POPULARES



Galería de Papel. Starsky Brines. (2004)

# y comunicación participativa:

## En la ruta de las redefiniciones

En los 70 y 80, la comunicación “alter-nativa”, entendida como la “otra”, llamada popular, educativa o comunitaria, tuvo su auge en Latinoamérica, comprometida con los movimientos sociales y la crítica frente a la sociedad imperante. Fue una época muy fructífera en experiencias, compromiso y reflexiones. Se conoció muy de cerca el mundo popular y su importancia en la sociedad. La apuesta por una organización popular y democrática articulada llenó y hasta suplió las utopías políticas de ese entonces. Los actores de sectores pobres se convirtieron en protagonistas y desde allí se les percibía como nuevos y auténticos gestores del cambio social. Evidentemente el contexto real de la sociedad, muy complejo, y de sus nociones de transformación cambiaron notablemente. La propuesta clasista desde la que se actuaba o que alimentó estas experiencias quedó trunca con la caída del socialismo restándoles sustento. Los actores de la sociedad dejaron de percibirse como sujetos contradictorios u opuestos. Los límites de lo popular se oscurecieron. A la par siguieron emergiendo procesos más amplios de globalización y la tendencia económica hegemónica, por lo menos en el discurso, busca en primer lugar una integración social y no precisamente una oposición radical. Asistimos así a una época donde los sujetos son constreñidos a una gran reflexividad, replegándose hacia sí mismos y al proyecto propio en medio de un proceso de desterritorialización (sin fronteras) y de hibridación de las culturas. Todo lo cual nos convoca a pensar en la búsqueda de nuevas utopías comunicacionales que deben orientar nuestro trabajo y el compromiso con la sociedad.

Sin embargo, este procesos de búsqueda y redefinición no es posible sin antes

realizar un balance exhaustivo de los procesos vividos. Es importante hacer memoria y rescatar aquellos aspectos que siguen siendo válidos para identificar las rutas del futuro. Igualmente, requerimos puntualizar y analizar dónde estuvieron las fallas y los vacíos, todo aquello que hoy no tienen sustento teórico, ni ético, ni de viabilidad práctica. Finalmente, necesitamos repensar una comunicación nueva y liberadora, en profundo diálogo con las utopías sociales y políticas que hoy empiezan a discutirse.

### I.- BALANCE: RESCATE Y REDEFINICIÓN HACIA EL FUTURO

Este trabajo no nos permite hacer un análisis riguroso. Sólo expondremos algunas pistas evaluativas recurriendo a un esquema simplista, pero justo sobre lo que vale ser rescatado y que sigue teniendo vigencia. Y todo aquello ubicado mas bien en el nivel de lo cuestionable y no válido. El marco teórico desde el que osamos mirar este conjunto de prácticas comunicativas con sentido social es el de los valores universales y éticos de una propuesta democrática radical que busca unir de manera profunda el desarrollo individual colectivo de los pueblos, la interacción o fusiónamiento entre la noción de justicia y libertad. El diálogo entre democracia y equidad como sentidos utópicos compatibles e inseparables en la nueva sociedad que queremos gestar.

#### 1) Aportes éticos que recuperar: Contra la desesperanza

Fueron años de experiencia y compromiso en todo el continente, unos apoyados por la cooperación internacional, otros sostenidos desde un trabajo voluntario.

*Apunta Rosa María Alfaro Moreno que durante la década de los 70 y 80 se vivió en la región un proceso vigoroso de comunicación alternativa, también llamada popular, educativa o comunitaria. Con el advenimiento de la globalización y los cambios políticos de los últimos tiempos, se modificaron las condiciones que justificaban ciertos paradigmas utilizados en las pasadas décadas. Por lo tanto, invita la autora a hacer un balance de los procesos vividos para recuperar los aportes del pasado que puedan servir y plantear nuevas utopías*

■ Rosa María Alfaro Moreno



De esa experiencia se puede recuperar un capital ético construido que queremos destacar y cuyo eje central estaría en el compromiso con los sectores oprimidos y necesitados buscando su desarrollo social y político. Algunas de las enseñanzas aprendidas y que siguen vigentes serían:

### **1.1) La comunicación es una cuestión en relación**

Se puso el énfasis en la existencia de sujetos de la comunicación. Estos debían producir relaciones entre sí: los miembros de una población o de una comunidad determinada, de un sector social, inclusive entre los comunicadores y el pueblo. No sólo se logró señalar su importancia en el proceso comunicativo sino que se pudo ver en ellos sus problemas y conflictos, el lado inconforme, la debilidad de los sujetos como víctimas de un orden social injusto. Y a pesar de concepciones simplistas en el nivel cultural, se consiguió destacar que eran sujetos más o menos complejos y no sólo revolucionarios políticos. Frente a comprensiones más estructurales de la sociedad, esta comunicación puso el lado humano aunque también político desde sus prácticas, reivindicando inclusive los aspectos recreativos del quehacer comunicacional y el contacto entre la gente, tanto desde los medios como en la relación directa.

### **1.2) Participación es protagonismo y democracia**

Se valoró y sobrevaloró la participación comunicativa. En muchos casos, se sobrevaloró de manera excesiva y frondosa produciendo estancamientos en el nivel de los formatos: muchas entrevistas, testimonios y hasta historias. Pero en otros casos, se apostaba a la promoción de una sociedad democrática y dialogante entre los pares, en una época donde aún no se valoraba la democracia como valor político societal porque sólo se le apreciaba como un sistema incompleto y poco satisfactorio. Ello significó una valoración de los sujetos populares en sus capacidades para comunicar. Y la gestación de un modelo dialógico de asumir los medios apostando a construir dentro de la comunicación a un pueblo que a la vez es emisor y receptor, en tanto ejercicio democrático alternativo.

### **1.3) La importancia de la comunidad y la acción colectiva**

Un cuestionamiento constante y de fondo a los modelos individualistas, llevó a realizar prácticas más bien tendientes a resaltar la importancia de la acción colec-

“

**Podemos comprender que más allá de las organizaciones representativas y de carácter territorial, vale la experiencia de solidaridad aplicable a nuevas comunidades flexibles.**

**No es posible pensar la socialidad humana sólo desde el individuo.**

”

tiva. La existencia de una comunidad organizada era muy respetada. En muchos casos y momentos se trabajaba para y por la organización, o con los movimientos sociales. La cohesión valórica que sostenía a la comunicación popular se situaba en el campo de la solidaridad humana entre sujetos de una misma clase o sector social. Se trataba siempre de crear vínculos y compromisos. Fueron las épocas de “darle voz al que no tiene voz”, permitiéndoles que pudiesen expresarse y ser protagonistas.

Esto hoy día es rescatable pues no tendría que haber oposición entre individuo y comunidad. Podemos comprender que más allá de las organizaciones representativas y de carácter territorial, vale la experiencia de solidaridad aplicable a nuevas comunidades flexibles. No es posible pensar la socialidad humana sólo desde el individuo.

### **1.4) Derecho a la comunicación: relevancia de la radio**

La comunicación popular y alternativa sustentada en la crítica a los medios masivos y comerciales optó por una formulación aún vigente sobre el derecho a la comunicación que todo receptor tiene, especialmente formulada en el campo informativo. En los últimos tiempos la perspectiva ciudadana trabajada en nuestro continente no ha recogido suficientemente esta noción de derecho para proponerla como contraparte de la libertad de expresión,

gestando una comprensión de la comunicación como una relación más equilibrada entre emisores y público. Si bien no se admitía visiblemente el derecho de propiedad de los medios ni la libertad de expresión, sin embargo se resaltó de manera práctica que las grandes mayorías podían y debían hablar, justamente porque la concepción dialógica los sustentaba así. La independencia informativa pero a favor de los pobres fue de alguna manera un enlace de la democracia. La radio fue el medio que mejor permitió explorar esta perspectiva. Experiencia que además comprometió a todo el continente, no sólo usando radios pequeñas de corto alcance, sino otras de gran potencia. Se coincidió desde la práctica con la imagen de las mil voces que propuso el informe MacBride como Nuevo Orden Internacional de las Comunicaciones.

### **1.5) La intención educativa de la comunicación**

La vocación educativa de la comunicación popular es incuestionable. No era sólo un adjetivo sino una apuesta por transformar a los sujetos en contacto y participación, recuperando así los postulados de Paulo Freire. Íntimamente ligado a lo comunicacional como proceso de encuentro del sujeto con su realidad y consigo mismo, importaba promover procesos de liberación de manera pedagógica. Educación que se perfiló, por lo tanto, como práctica de transformación. Quizá el valor más recuperable estaría en que se señaló que los receptores se educan a sí mismos en contacto con la comunicación, tanto en relación con la masiva como con la alternativa. No era una cuestión de enseñanza o didactismo sino de procesos de aprendizaje. En ese sentido, no puede dejarse la comunicación al ritmo espontáneo del encuentro con el público, sino que debía convertirse en todo un trabajo comunicativo de carácter formativo. Aporte que no siempre fue practicado con todas sus implicancias.

### **1.6) Comunicación y desarrollo**

A fines de la década de los 80 y comienzos de los 90 se avanza transitando desde el exclusivo y excluyente apoyo a los sectores populares hacia un compromiso mayor con un proceso social de cambio llamado desarrollo, el que redundaría también en tales sectores. Se relaciona así al sujeto con acción social y también política, es decir, se debía redundar en los sistemas de gobiernos, de ideas y necesidades sociales, para resolver problemas no sólo en el corto sino en el largo plazo,

de manera sustentable y sostenible. Perspectiva que continúa hasta hoy. Aunque algunas aplicaciones del marketing social fueron aplicadas de manera sumamente publicitaria y tergiversaron el compromiso de la comunicación con el desarrollo, en la medida que en un apoyo más instrumental y externo al cambio mismo.

### **1.7) La comunicación así adquirió vigencia temática más precisa**

Productividad y pequeña empresa, género, ciudadanía, salud, medioambiente, derechos humanos. Las recientes indagaciones en el campo municipal local le han dado a esta perspectiva un compromiso concreto a la comunicación. Esta obtuvo gran relevancia, a tal punto que proliferaron las instituciones y organizaciones dedicadas a la comunicación popular y a la relación entre municipio y comunidad ciudadana.

### **1.8) Un compromiso social con los sectores sociales populares**

Como balance general podemos afirmar que éste fue el valor más significativo y rescatable. para fomentar el diálogo entre la gente y con otros sectores sociales como segunda prioridad. Esto llevó a grandes aprendizajes culturales y a comprensiones menos ideologizadas y más humanas del compromiso con los otros.

Así podríamos hablar de la comunicación popular como una gran impulso ético y de responsabilidad con los más desposeídos, en dialogo participativo con ellos para su liberación. Este es el gran rescate de una experiencia que sigue siendo viable en algunos de sus principios valóricos básicos, dentro de una línea de renovación. La comunicación no fue un elemento accesorio ni un instrumento, era el lugar de los procesos de transformación. Si bien esta comprensión tiene algo de romántico, podemos destacar hoy que ella puso el dedo en una valoración de este campo por la comunicación misma. Es decir, que se apostaba por los diálogos que se lograban procesar y los enriquecimientos educativos que de allí surgían.

### **2) Deficiencias que superar**

Estas las presentamos en el sentido de mapear conflictos e identificar vacíos. Lo que nos llevará a repensar nuestros paradigmas comunicacionales.

#### **2.1) Mirada segmentada de la realidad**

Una comunicación que se encierra en un círculo imaginario. La importancia que

66

**De esa manera la comunicación se hizo cargo de la desigualdad existente. Se trató de construir solidaridad con ellos y de otorgar participación y dignidad con sentido educativo. Incluso se logra en muchas prácticas pasar del compromiso con la palabra del pueblo a una propuesta más coherente y constructiva del uso de los medios**

99

adquirieron los sujetos debilitó la preocupación por una visión macro de la sociedad y su destino económico político. No se miró con agudeza los cambios que venían ocurriendo. Los propios marcos teóricos lejanos o en ruptura con las anteriores teorías sociales, no permitieron examinar las situaciones nuevas ni el futuro. La propuesta comunicativa no remarcó la trascendencia de integrarse a la sociedad, trabajando la idea de pertenencia, más bien esta perspectiva generaba sospechas. Se acentuaba la idea de “no contaminación”, había que estar entre la gente como uno o con ideas y agrupaciones similares, en los marcos de una comunicación diferente. No se previó la posibilidad de una integración definida en términos críticos y de desacuerdo. Frente a una sociedad injusta y autoritaria se conquistaban espacios nuevos sin impactar al conjunto.

Para muchos la comunicación -y los medios- era el espacio de intervención preferencial. Se buscaba que ésta cambie, sin establecer suficientes relaciones con la sociedad y sus viabilidades de innovación. La democratización y la participación debían ocurrir dentro de la acción comunicativa, casi como una isla feliz. Se carecía de una propuesta seria, creativa y fundamentada utópicamente acerca de una democratización de la sociedad; mas bien se dudaba de ella. En el mundo social y político los paradigmas se centraban sólo en

la justicia. En los comunicativos, paradójicamente, la participación era el sentido y la práctica pero al interior de los sectores populares. Había evidentemente una cierta dosis de incoherencia entre ambos niveles, sustentando así esta tendencia comunicacionista. Y justamente por ello, cuando se enarbolaba una nueva teoría radial sobre la democracia en la sociedad, en estos tiempos, la comunicación popular empieza a perder vigencia. Este fue un movimiento eminentemente práctico y cometió el error de ridiculizar y tomar distancia frente a una reflexión teórica sobre esa relación cada vez más profunda entre comunicación y sociedad, hecha además de muchas armonías pero también de desencuentros y conflictos. Así el círculo se cerró agotando antes de tiempo la importancia de una comunicación para el cambio.

### **2.2) Modelos intransigentes sobre cultura y ética popular**

Un alejamiento del sujeto real y subjetivo. Esta etapa de compromiso y cercanía con los sujetos populares tuvo su contrapartida. Si bien se construían alianzas sociales y hasta políticas en las diversas comunidades, la comprensión sobre los sujetos se detenía sólo a mirar la problemática social objetiva y la capacidad organizativa del pueblo para construirse a sí mismo como sujeto colectivo. No se percibían los cambios culturales especialmente en el ámbito político; tampoco los cursos de procesos diversos de integración al sistema imperante, incluyendo el comunicativo; menos aún los cambios valóricos reales e imaginarios que dibujaban otros modelos de sociedad no consecuentes con los de la comunicación y la educación popular. La propia vida cotidiana y los sentidos comunes en constante producción y reproducción llevaban a otros sentidos, también coherentes con las propuestas hegemónicas del poder.

Evidentemente hay explicaciones que nos hacen comprender tales cegueras. En primer lugar está la preeminencia de una orientación cultural que miraba el pasado como tarea de rescate de lo nativo de los pueblos congelando así sus propias dinámicas de producción. Se trabajaba una oposición tajante entre lo tradicional y lo moderno. Poco se insistió en el cambio cultural presente y los proyectos de futuro. A la base, estaba una comprensión esencialista de las identidades, tanto las de clase, etnia, género, generacional, nacionalidad y otras, percibidas como casilleros fijos que encerraban la posibilidad de crecimiento y ductibilidad. Estábamos an-

te un pensamiento confrontativo que comprende la realidad de manera dicotómica, en blanco o negro, y consecuentemente una comunicación buena y auténtica frente a otra mala extranjerizante. Toda una ideología romántica que pone poco énfasis en el conflicto, por la cual el pueblo era puro, frente al poder y no estaba con él. Los conflictos sociales se imaginaban como fenómenos externos a los sujetos oprimidos. De allí que se diera tanto énfasis a los contenidos y mensajes emitidos, entendidos como verdades a divulgar, descuidando los aspectos comunicativos y culturales, esos que construyen relaciones, diálogos y formación de imaginarios y representaciones de forma entre razón y creatividad, entre responsabilidad y libertad. El descuido por las estéticas y la narratividad de muchas experiencias evidencian estas carencias. Las formas eran reducidas a formatos normativamente consignados de una forma específica.

A ello se añade una comprensión del cambio en los sujetos, desde la educación de una conciencia crítica como forma única y suficiente de relación con la realidad. No se trabajó la idea de las salidas a los problemas, del incremento de una ideología de la productividad, y de la promoción de una creación innovadora con experiencia emancipadora y de libertad.

### **2.3) La comunidad por sobre el individuo**

Se pecó de colectivismo pues atender y detenerse en el mundo de cada sujeto era caer en el individualismo. La ausencia de una mirada y propuesta de carácter individual para los sujetos, como también para el campo de la recepción más trabajada por instituciones dedicadas a la investigación, trajo problemas e incomprensiones basadas en la oposición absoluta entre individuo y comunidad.

Se desconocía cómo la modernidad occidental y el sistema de vida actual ha puesto el acento en un individuo reflexivo, quien debe optar y decidir, pensar, soñar e imaginar, formular sus propias necesidades, resolver sus problemas sólo y con otros, integrarse al mundo del trabajo y a las productividad, pero pasando siempre por el matiz personal.

Esto supone de un lado a un ciudadano cargado de responsabilidades, pero también se redefine a un sujeto más independiente, más individualizado, un ciudadano persona. Ello que en sí mismo no es negativo, casi se ignoró, en lugar de buscar nuevos caminos de concertación entre persona y colectivo. Es probable que haya

66

**Hay explicaciones que nos hacen comprender tales cegueras. En primer lugar está la preeminencia de una orientación cultural que miraba el pasado como tarea de rescate de lo nativo de los pueblos congelando así sus propias dinámicas de producción. Se trabajaba una oposición tajante entre lo tradicional y lo moderno.**

99

una explicación secundaria en el tipo de profesionalidad o saber con el que se enriqueció la comunicación popular, más sociológico que psicológico. Así se trabajó poco una nueva idea de comunidad que admita sujetos profundamente activos y apelados por la innovación y la búsqueda de progreso. Lo colectivo era percibido como una renuncia a la deliberación personal y la legitimación del bien propio. Y si bien la sociedad puede estar eliminando la importancia de la solidaridad y el quehacer colectivo, quienes buscan otra propuesta valórica no supieron estudiar los cambios que estaban ocurriendo en los sentidos comunitarios, en las definiciones pragmáticas de las organizaciones populares tan formales y a veces coercitivas, menos aún tuvieron la capacidad de pensar otra idea práctica y axiológica de comunidad moderna. El fenómeno comunicativo como encuentro placentero fue descubierto a medias, y en muchos casos se enarbolaron sólo tácticas de relación con los públicos, pero no verdaderos encuentros entre el mundo de la satisfacción, la creatividad y el cambio. Quizá por ello no se llegó a formular un manejo estético alternativo donde el sólo encuentro del entretenimiento sea en sí profundamente liberador. Curiosamente, muchos no comprendieron que ser actor social en el propio territorio o situación de pugna no es lo mismo que definirse como público de los medios donde

se tiende a coincidir o rechazar, que son posicionamientos diversos que requieren de estrategias de apelación diversificadas, aunque reintegrables.

### **2.4) Una comunicación sin perspectiva pública ciudadana**

Finalmente, podemos hipotetizar que la noción de comunidad no se ligó con la forma de entender un protagonismo más amplio en la propia conformación de las naciones en una etapa de globalización. Predominaba aún la noción de comunidad territorial e internamente coherente por sí misma. La noción de país y de comunidad amplia se fue perdiendo y con ella la de mundo, localizando o poniéndole cercas al desarrollo y explosión de nuevas formas de ejercer lo colectivo. Los principios axiológicos tendían a ser defensores y hasta conservadores, casi siempre simplistas. El debate público y la formación de ciudadanía que se configura lentamente y con muchos conflictos en nuestros países y durante la segunda mitad del siglo, requería de mucho apoyo. Perspectiva que no se asumió. Porque el ver a los sujetos más socialmente impidió ver su construcción como individuos miembros de una sociedad que también es política.

Quizá por ello, cada medio trató de intervenir de manera separada sin elaborar estrategias que abarcaran de diversos medios y espacios en relación con la movilización y acción comunitaria. Tampoco se diferenció unos medios de otros. La integridad de esfuerzos con otras áreas fue sólo metodológica al incorporar o aplicar mecanismos de la comunicación popular en otros campos, sin haber realmente construido una política educativa de confluencia. Es decir, estuvimos al interior de una perspectiva que protegía a los sectores populares, que se recluía en las experiencias alternativas aislándonos de los conflictos nuevos que planteaba una realidad cambiante, haciendo uso de viejas e intransigentes oposiciones. Es decir, toda una actitud más bien conservadora frente a los nuevos tiempos, buscando una marginalidad inconsciente. Sin embargo, fue y sigue siendo una experiencia rica, comprometida y participativa, profundamente ética, pero que exige rejuvenecimiento. Frente a ella no sólo podemos hacer críticas, sino recoger sus aportes e iniciar búsquedas prácticas, como ya muchos lo vienen haciendo, y también abordar reflexiones y búsquedas de sustento reflexivo tendientes a repensar la teoría social con la comunicativa.



### 3) Procesos inconclusos a ser recogidos por la investigación académica y comprometida

Sospechar o subvalorar a la comunicación popular ha sido y es un fenómeno más o menos común en el mundo académico, salvo excepciones. Tampoco la universidad debió relacionarse con ese ámbito sólo desde el compromiso místico y la defensa afectiva. El reto es situarse justamente con la investigación y la reflexión teórica ligada a la práctica, desde el campo de la comunicación social actual y su futuro.

También es cierto que desde el campo de los comunicadores comprometidos ha existido una negación casi absoluta del quehacer teórico y contra la actividad intelectual del mundo universitario. Y en este desencuentro hay no sólo saberes y valoraciones en competencia sino lógicas comunicativas de incomprensión mutua, unas argumentadas otras no, pues se ponía el énfasis en los errores y no en las posibilidades de mutuo apoyo. Sin embargo, ya se han abordado rutas interesantes de cambio y acercamiento, como por ejemplo el uso de la investigación por organizaciones como ALER; el cúmulo de tesis universitarias sobre algunos aspectos de esta promoción social; o la incorporación en las universidades de cursos o áreas profesionales como Comunicación y Desarrollo, Marketing Social y la propia Comunicación Popular.

Se trataría de recuperar información y convertirla en conocimiento. Las facultades y escuelas universitarias de comunicación se han dedicado preferentemente al análisis de los medios, muy poco al balance y las características históricas de las propuestas comunicativas alternativas, es decir de las puestas de cambio en camino. Han quedado interrogantes que resolver y se nos plantean retos que debemos examinar teórica y pragmáticamente. Algunos de ellos podrían ser los siguientes:

¿Cuál es la relación (parecidos, diferencias y antagonismos) entre la comunicación masiva y la alternativa? ¿cómo la reciben los sujetos que las consumen? ¿qué operaciones de síntesis y aplicación logran hacer? ¿qué nivel de impacto tienen ambas en la sociedad latinoamericana?

¿Cuáles han sido los puntos de partida y los procesos de cambio vividos en el campo de la comunicación popular? ¿Qué tipo de comunicación es la que se vive en los barrios? ¿Cómo convive ésta con la comunicación masiva nacional y la globalizada? ¿Hay interconexión o sólo superposición? ¿Cómo recuperar los sentidos, es-

“

**También es cierto que desde el campo de los comunicadores comprometidos ha existido una negación casi absoluta del quehacer teórico y contra la actividad intelectual del mundo universitario.**

”

tilos e imaginarios de los sectores populares para convertirlos en una nueva propuesta de acercamiento a los medios masivos? ¿Cómo lo popular puede irrumpir en lo masivo haciéndolo liberador?

La conexión entre comunicación participativa y comunicación política. ¿Cuáles son los sentidos que se requieren para combatir la apatía y la indiferencia frente a la política? ¿Cómo relacionar proyecto social con proyecto político? ¿Cómo ligar desarrollo y justicia con democracia?

La educación emprendida y sobre la cual hay muchos avances ¿En qué se transforma y cómo engancha con la educación más estructural y formal? La importancia de una propuesta comunicacional más integral

## II.- HACIA NUEVOS PARADIGMAS: UNA COMUNICACIÓN CIUDADANA PARA OTRA SOCIEDAD JUSTA Y SOLIDARIA

El reto nos queda grande. Pero en una sociedad tan comunicativa como la actual donde no es posible la vida económica, ni la cultural y la política sin su compromiso, ésta se convierte en un sector altamente estratégico para colocarse en el centro visible de la búsqueda de una sociedad distinta desde un nuevo paradigma comunicacional. Nuestra propuesta es que una fuente sumamente rica a incorporar es la vivida por la comunicación popular, invitándola a formar parte de una nueva búsqueda con sentidos utópicos. En ese sentido, proponemos algunos ejes temáticos

de reflexión. Y luego señalaremos algunos tránsitos que debemos hacer para arribar a nuevos modelos.

### Una ciudadanía de otra democracia radical

Si bien el concepto de ciudadanía fue creado por el liberalismo tradicional, hoy se está dando cita una producción teórica interesante. Desde el ámbito de la filosofía política se recogen principios democráticos y la importancia del sujeto individual, pero reivindicando la idea de comunidad, como la importancia de recuperar el horizonte de la justicia social. Producción que está dando origen a nuevos sectores de compromiso con una sociedad de cambio (comunitaristas y demócratas radicales) Dentro de ese espíritu nos ubicamos proponiendo la gestación de ciudadanía como un horizonte nuevo para la comunicación comprometida con la emancipación de nuestros pueblos.

Proponemos algunas definiciones básicas de ciudadanía para un futuro mejor en el que se equilibre el interés y protagonismo individual con el colectivo. Sabiendo que existen énfasis neoliberales, liberales, comunitaristas (López, 1997) y clásicos (precapitalistas).

### Repensemos la idea de ciudadanía así

Ciudadanía es igualdad legal, social y humana, en primer lugar, supone consideraciones y tratos mutuos de respeto y consideración igualitario. Pero también significa hacerse cargo del conflicto existente entre los principios y la realidad. Es, por lo tanto, hacerse responsable de la desigualdad social existente en nuestros países, estableciendo priorizaciones de problemas donde esta desigualdad es un elemento determinante. Es recuperar para la democracia la idea de justicia. Por ello, en este significado, la pobreza si es noticia y materia de comunicación. La ciudadanía es pertenencia activa. Los derechos y obligaciones que todo ciudadano requiere forman parte de una ligazón con la ciudad, el país y el mundo, que pasa por sentirse y comportarse como parte fundamental de la sociedad, mereciendo respetos y generando responsabilidades. La dinámica de los derechos sola, promueve integraciones individuales, de carácter defensivo, igualmente una participación responsable exige respeto a tales derechos. Pero pertenecer no significa sumisión ni estar de acuerdo con el sistema existente. Es una incorporación a la sociedad que puede ser mas bien incómoda y crítica, siendo minoría y disidencia que exige consideración. Ello

nos compromete con una comunicación mas bien ligada al debate. La ciudadanía supone compromisos con-ciudadanos con los otros. Toma en cuenta la importancia de lo común (Arent, 1993), de lo que es construcción de acuerdos, de la creación de redes, espacios y comportamientos de solidaridad, de la conformación de esferas públicas. Una comunicación que busque estos diálogos y fomento empoderamientos colectivos planteará de otra manera la idea de comunidad, ligada a las libertades e independencias individuales, en una política de continuos acercamientos y compromisos colectivos. Todo ciudadano tiene un saber y su propia verdad, se trata mas bien de construir una solidaridad colectiva que signifique eficacias y productividades concretas en la gestión local y masiva.

Finalmente quisiéramos plantear que no hay un solo modelo o prototipo de ciudadano de primera desde el que habría que juzgar a cada poblador. Mas bien se trata de admitir que hay procesos diferentes de acercamiento a la ciudadanía, con rutas de desarrollo a veces poco previstas. Se hace necesario re-conocer a esos ciudadanos concretos existentes, comprender la cultura política que han venido conformando, indagar sobre lo andado para desde allí abonar en propuestas participativas, educativas, y de diálogo. Se trata de indagar en los nudos conflictivos de la construcción de ciudadanía para desde allí adecuar los métodos de trabajo y la educación ciudadana.

### Los nuevos retos públicos

Le toca a la comunicación la promoción del debate público dentro de un modelo comunicacional que busca la creación y mantenimiento de "Redes de diálogo y producción simbólica" diferenciándose del modelo marketero publicitario (sin negar algunos usos importantes del mismo) y del difusionista centrado en la transmisión de información.

Se trata de definir una comunicación que se coloque al centro de la creación y el mantenimiento de lo público en el sentido constructivo, entendido como intereses, espacios e imágenes comunes, que garanticen una democracia culturalmente vivida, es decir asumida como valor y práctica. Sabiendo que entre consumo y ciudadanía se gestan hoy articulaciones significativas y que la democracia se relaciona mucho con los medios porque mediante ellos se visibiliza el poder.

Desfilan así nuevas líneas de trabajo tales como la producción amplia y concerta-

“

**Le toca a la comunicación la promoción del debate público dentro de un modelo comunicacional que busca la creación y mantenimiento de "Redes de diálogo y producción simbólica" diferenciándose del modelo marketero publicitario**

”

da de la agenda pública; la organización de un debate plural que garantice, escuche y respete y llegue a construir consensos, identificando disensos claves para el aprendizaje y el ejercicio democrático; la organización de relatos simbólicos recuperando la vida e historia cotidiana y los conflictos del ser ciudadano hoy; discusiones y producciones que alimenten las decisiones ciudadanas a tomar y abran otros espacios de participación que la ciudadanía forme una demanda de calidad a los medios y puedan ejercer vigilancia sobre ellos; que los programas políticos cambien totalmente siendo interesantes y no banales. Es decir, una comunicación que cree y recree lo público en relación con sus públicos ciudadanos. Una comunicación que *teste* el poder y ayude a forjar otros equilibrios empoderando al ciudadano.

Ello pasa por organizar un foro público permanente e incorporar a los sectores populares como protagonistas importantes, no los únicos, y cuyos temas recojan sus problemáticas y apunten a las inclusión social. Tarea no sencilla pues no sólo es política sino que significa una transformación de las narrativas y estéticas de comunicación de manera que posibiliten una expresión y un diálogo plural y creativo. Se tratan de inducir un encuentro de la sociedad consigo misma y con el futuro a buscar. Inclusive, las dimensiones educativas de carácter ciudadano a incorporar no sólo deben estar presentes en los medios, sino en las prácticas directas de la población, moviendo a la sociedad en su conjunto.

### TRÁNSITOS A DEFINIR

En medio del camino está el proceso de transformación de una comunicación popular a o otra más ciudadana. Nos parece relevante el levantar algunos ejes de cambio en sentido de tránsito. Señalamos algunos pasos a dar que invitan a la producción práctica y teórica colectiva, tales como:

#### De sujeto popular a ciudadano empoderado

Del espacio territorial comunitario a la generación de esferas públicas varias, móviles y entrelazadas: local, regional, nacional, abierto al mundo. Lo nacional como engranaje: justicia interna, recomposición de ubicación en el mundo. Recrear sentidos de comunidad y las definiciones institucionales. Tipos diferentes de comunidad a promover y articular. Las formales indispensables. Los medios las promueven no las sustituyen. De consumo, de interpretación, de intereses. La comunicación como tema de agenda pública, el derecho de los receptores ciudadanos a opinar, juzgar, proponer, vigilar. Observación de medios, expresión ciudadana, libertad de expresión y del consumidor, ética del equilibrio, democratización. La comunicación en el desarrollo: la preeminencia de lo local desde el lugar donde se vive, de la alternativa con participación (ciudadano con la banalización del marketing). Lo social y lo político. El poder de politizar el desarrollo y la comunicación social.

Participación para la producción cultural universal. Pasar por reconocimiento democracia, debate, propuesta influencia en decisiones: empoderar hacia las redes universales la calidad de la comunicación.

Participación desde la cotidianidad y el empoderamiento político: rehacer la política. Nos queda todo un trabajo por delante, que espero sea atendida por una academia que con un trabajo riguroso en el nivel teórico e investigativo alimente su compromiso social y le de sentido.

■ **Rosa María Alfaro Moreno**  
Investigadora peruana. Fundadora de la Asociación de Comunicadores Calandria

#### Notas y referencias bibliográficas

ALFARO MORENO Rosa María "De la conquista de la ciudad a la apropiación de la palabra. Calandria-Tarea. Lima 1986

"Participación para qué: un enfoque político de la participación en la comunicación popular" Diálogos 22. FELAFACS. Lima 1988

- "Una comunicación para otro desarrollo". Calandria. Lima 1993
- ARENDRT Hannah "La condición humana". Paidós. Estado y Sociedad. Barcelona 1993
- BERIAIN Josetxo "la integración en las sociedades modernas". Anthropos. Barcelona 1996
- BOBBIO Norberto. El futuro de la democracia. Fondo de cultura económica. Especialmente el capítulo IV "La democracia y el poder invisible" Buenos Aires 1993
- BRAUD Philippe. "El jardín de las delicias democráticas" FCE. Buenos Aires 1993
- CAMPS Victoria. "El malestar de la vida pública". Grijalbo. Barcelona 1996
- CASULLO Nicolás "Comunicación: la democracia difícil", Folios Ediciones ILET. Buenos Aires 1985, especialmente el capítulo de Periodistas y Medios.
- CERRONI Humberto "Reglas y valores de la democracia". Alianza editorial. Consejo Nacional para la cultura y las artes. México D.F. 1991
- CORTINA Adela "Ciudadanos del mundo. "Hacia una teoría de la ciudadanía" Alianza Editorial. Madrid 1997
- "Razón comunicativa y responsabilidad solidaria". Ediciones Sígueme. Salamanca 1995
- "El mundo de los valores. Ética y educación". Editorial El Buho. Bogotá 1997
- CORNILL Jesús y CORTINA Adela: Democracia participativa y sociedad civil. Una ética empresarial" Fundación Social Siglo del hombre Editores. Bogotá 1998
- DE SOUZA SANTOS Boaventura "De la mano de Alicia. Lo social y lo político en la postmodernidad" Siglo del hombre editores. Ediciones Unian-des. Universidad de Los Andes. Bogotá 1995
- ESCALANTE GONZALBO Fernando. "Ciudadanos imaginarios". Colegio de México 1993. Ver introducción: Moral pública y orden político.
- FRASER Nancy. "Lustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición postsocialista". Siglo del Hombre Editores. Universidad de Los Andes. Bogotá 1997
- GARCIA CANCLINI "Consumidores y ciudadanos. Conflictos culturales y democracia" Instituto Luis Carlos Galán. Bogotá 1995
- KAPLUN Mario. "El comunicador popular", Colección Intiyan. Quito 1985.
- Educación para la Comunicación Televisiva" UNESCO-Céneca. Chile 1986
- "Video, Comunicación y Educación Popular. Derroteros para una Búsqueda". Ipal Lima 1989 "A la educación por la Comunicación". UNESCO. Chile 1983 "Producción de programas de radio. El guión, la realización". CIESPAL. Quito 1978
- LECNER Norbert "Los patios interiores de la democracia. Subjetividad y Política" EFE, FLAC-SO. Chile 1990
- LELLOUCHE Rápale "El fundamento de la moral y la ética del discurso de Kart Otto Apel" en "Teoría política y comunicación"
- LOPEZ JIMENEZ Silesio "Ciudadanos reales e imaginarios. Concepciones, desarrollo y mapas de la ciudadanía en el Perú".—
- MARTIN BARBERO Jesús "La &#8216;¿comunicación plural: alteridad y socialidad" en "Los medios nuevas plazas para la democracia". Calandria. Lima 1995
- "El miedo a los medios. La nueva representación política en Colombia"
- MARTIN BARBERO Jesús y REY Germán. "El periodismo en Colombia. De los oficios y los medios". Signo y Pensamiento n.30 Sala de Redacción.
- MEJIA Marco Raúl y RESTREPO Gabriel "Formación y educación para la democracia en Colombia" UNESCO. Instituto Luis Carlos Galán. Bogotá 1997
- ORTIZ Renato "Mundialización y cultura" Alianza Editorial. Buenos Aires 1997
- SARTORI Giovanni. "Ingeniería constitucional comparada". PAGES 159-167 (lo difícil de la política. La videopolítica y la videodemocracia)
- SOL Ricardo "medios masivos y comunicación popular". ILET. Editorial Porvenir. Costa Rica 1984
- REY Germán, RESTREPO Javier Darío "Desde las dos orillas". Ministerio de Comunicaciones 1995
- REY Germán "Deambular, entretenerse, intercambiar: medios de comunicación y expresiones ciudadanas" en "Educación ciudadana, democracia y participación". Patricia Arregui y Santiago Cuelto (editores) USAID-GRADE. Lima, Junio 1998
- REYES MATTA Fernando "Comunicación alternativa y búsquedas democráticas". ILET y F. Ebert México 1982
- ROWE William y SCHELLING Vivian. "Memoria y modernidad. Cultura popular en América Latina". Grijalbo-Consejo Nacional para la Cultura y la Paz. México 1991
- VIDAL Beneyto José (editor) "Alternativas populares a la comunicación de masa" Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid 1991
- WHITE Robert "Factores sociales y políticos en el desarrollo de la ética de la comunicación" Diálogos n. 22

**Libros de varios autores**

- "El nuevo espacio público" Gedisa. El mamífero parlante. Barcelona 1995. Si bien todo el libro es interesante podemos destacar a:
- Wolton Dominique "La comunicación política: construcción de un modelo"
- Wolton Dominique "Los medios, eslabón débil de la comunicación política"
- LIVET Pierre "Medios de comunicación masiva y limitaciones de la comunicación"
- BREGMAN Dorine "La función de agenda: una problemática en transformación"
- VERON Eliseo "Interfaces sobre la democracia audiovisual avanzada"
- Escenografías para el diálogo" CEAAL Calandria 1997. Ver especialmente: REY Germán "Otras plazas para el encuentro"
- MACASSI Sandro "Las agendas públicas: de lo público al espectáculo"
- ALFARO Rosa María. ¿Transiciones de época o época de transición?
- LANDI Oscar (compilador) "Medios, transformación cultural y política". Legasa. Buenos Aires 1987
- "Comunicación y movimientos sociales" Carmen Caffarel, Francisco Bernete y Vicente Baca (editores) AECI, Universidad Complutense. Ayuntamiento de Almagro. Madrid 1994
- "Redes solidarias, culturas y multimedialidad" Servicio Conjunto de comunicación. Quito 1998
- "La democracia de los de abajo en México" compiladores Jorge Alonso y Juan Manuel Ramírez Sáiz. La Jornada Ediciones. Consejo Electoral del estado de Jalisco. Centro de Investigaciones interdisciplinarias en Humanidades/UNAM. Jalisco de la Universidad de las Naciones Unidas. México 1990

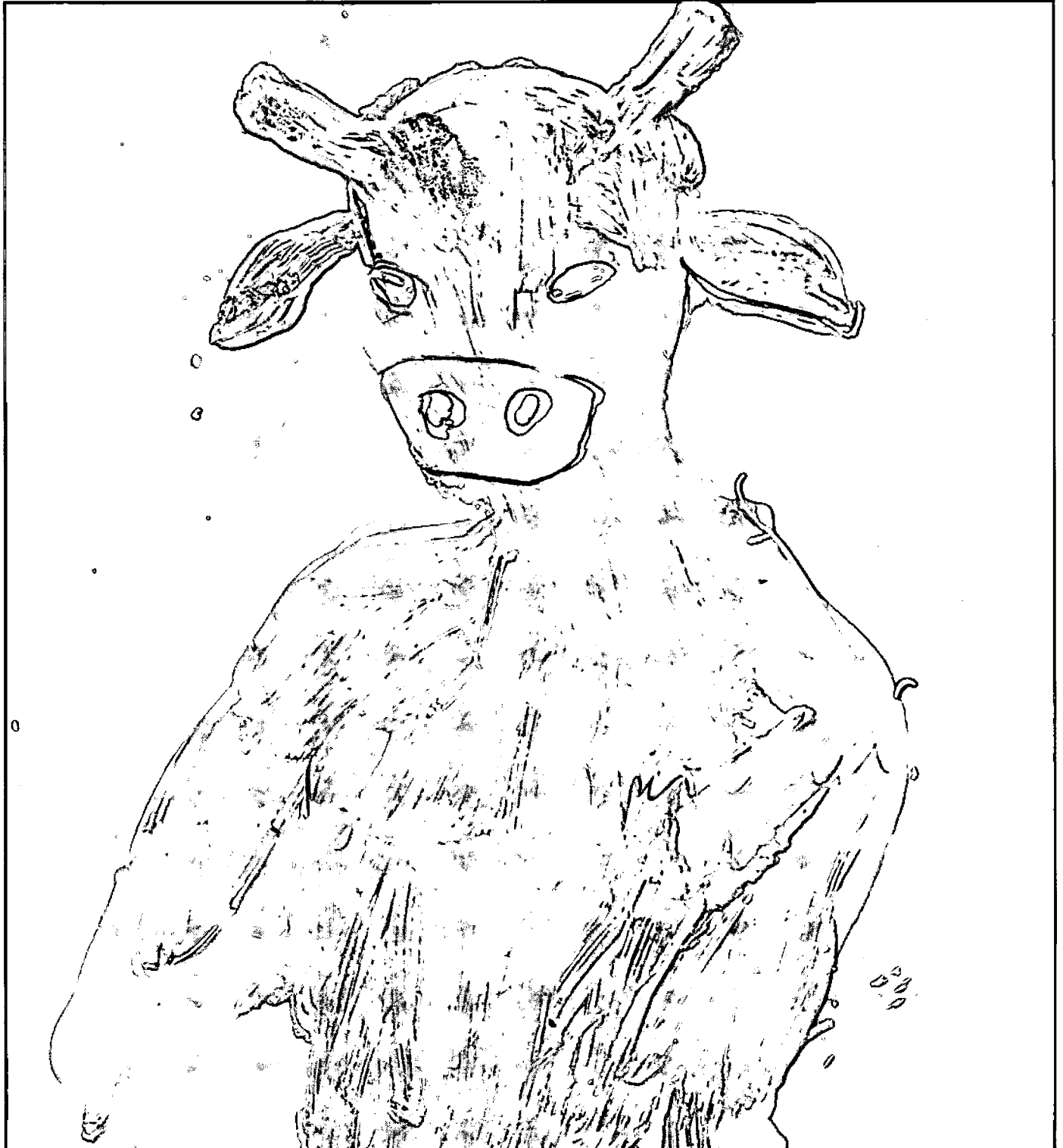
**Ver especialmente:**

- LAUER Mirko "Cultura Política y democracia representativa en Perú" pág 162-176
- BRUNNER José Joaquín. "Chile: entre la cultura autoritaria y la cultura democrática, págs. 85-98
- "Entre públicos y ciudadanos". Calandria. Lima 1996
- GARRETON Manuel Antonio "Democracia, ciudadanía y medios de comunicación. Un marco general". Op.cit. Calandria 1995
- ALFARO M. Rosa María "Descifrando paradojas ciudadanas. Una mirada cultural a la política". Op.cit Calandria 1995
- PROTZEL Javier "Participación ciudadana en los medios" Op.cit. Calandria 1995
- CHARLES Mer cedes "Educación para la recepción ciudadana" Op.cit. Calandria 1995
- Empres privada y responsabilidad social. Olga Lucio Toro y germán Rey editores. Utópica Ediciones. Bogotá 1996
- REY Germán "Las espaldas del vecino".
- SANTOS Rafael "Responsabilidad social y medios de comunicación: la veeduría para la administración de justicia"
- TULANDE Francisco "Los medios de comunicación y la solidaridad ciudadana"
- HERRAN María Teresa "La responsabilidad social de los medios de comunicación" "La necesidad de información para la acción social responsable" varios autores.
- Revista Iberoamericana de Educación. N. 7. Madrid 1995
- HOYOS VASQUEZ, Guillermo "Ética comunicativa y educación para la democracia"
- CORTINA Adela "La educación del hombre y el ciudadano"
- MARTINEZ MARTIN Miquel "La educación moral: una necesidad en las sociedades plurales y democráticas"
- CALANDRIA: varios sondeos de cultura política "Materiales para la Comunicación Popular", varios números desde 1983. ILET. Lima, Perú.
- "Nuevos Rostros para una Comunicación Solidaria" OCIC-AL. UCLAP, UNDA-AL. Quito 1994

*“Los animales no ven el límite  
sólo nosotros lo vemos”.*

*Rilke*

# Ética y



Galería de Papel, Starsky Brines. (2004)



# comunicación

*Advierte David De los Reyes que la complejidad moderna o postmoderna, dependiendo de los criterios de cada quien, ha provocado una dinámica social donde ciertas ataduras éticas se han flexibilizado, provocando un vuelco de las sociedades hacia posturas más individualistas y hedonistas. Ante este panorama se han levantado ciertas voces reivindicacionistas de la ética. No obstante, estas voces tienen a veces otras agendas autoritarias o acomodaticias, donde puede prevalecer un interés por una ética que de alguna forma favorezca a los Estados o las corporaciones. En medio de esta vorágine, los medios de comunicación tienen su cuota de participación*

■ David De los Reyes

## UN MUNDO Y SUS MÚLTIPLES MIRADAS

Se dice que nuestro tiempo es más de posiciones éticas que de compromiso político. Lo político ha sido intensamente cuestionado en su ejercicio democrático tradicional, pero nunca antes, en nuestra nación y quizá en el resto del mundo, se había vuelto tan presente para y en nuestras vidas. Que la complejidad moderna –para algunos–, postmoderna –para otros–, de la dinámica social, ha disuelto las ataduras rígidas con las normas ética generales y nos adentramos en un espacio donde reina las posturas individualistas, las seducciones y los roces de las superficies corporales, de los mínimos compromisos, del goce del cuerpo, de unos Derechos Humanos cada día condenados, del hedonismo pronunciado, de la lógica del consumo para salvaguardar al sistema, decantando este conjunto de hechos en la preocupación por toda una *egonomía* (una atención narcisista por el bienestar del “yo”, indiferente a nuestros deberes con los otros y la comunidad). Un *crescendo* de permanentes efectos culturales dirigidos a los rostros individuales, advertido por distintos autores que se han pronunciado, desde hace algún tiempo, por la llegada de una *segunda revolución cultural del individuo* (Lipovetsky)<sup>1</sup>, constituyendo lo que Dominique Wolton (2000) llamó sociedad de individuos de masas.

Nos encontramos también ante impensados avances científicos, como son los propuestos por la biología genética, y

ante ello se comienza a proponer, desde distintos sectores, un cuerpo de normas casi inalterables que preserve las cualidades naturales, léase cuasi-divinas –la idea de *evolución* orgánica ahora coquetea con el creacionismo–, del genoma humano y sus variaciones gracias a la intervención de la ingeniería genética; además de la contaminación industrial ya adquirida como pobreza y legado humano al planeta, ahora polucionarán los desechos genéticos sin tener muy en cuenta cuáles pueden ser sus efectos dentro de la frágil y orgánica biosfera, sin entrar a hablar de la contaminación informacional diaria.

La ciencia, que desde Descartes siempre avanzó separándose de los autoritarismos religiosos ahora se topa con la autoridad de los Estados y sus cuerpos colegiados para determinar, por lo general siempre por un grupo de éticos –sonados algunos de religiosidad medieval– más algún científico añadido al grupo, sobre qué debe investigarse y qué no, pronunciándose al respecto con sendos manifiestos bioéticos casi de manera anual *urbi et orbe* ante las multinacionales de la genética y la proliferación comercial de sus organismos mutantes. Téngase claro que si alguna de esas investigaciones tienen fines bélicos se hará, pero hay que mantener la máscara hipócrita de la salvaguarda del genoma ante la opinión pública global. Como vemos la ética siempre adelante pero mandada a la retaguardia.

Los cambios operados por la globalización a todos los niveles en nuestros es-

tilos de vida hacen que irrumpa un campo abonado para desbrozar una ética de la globalización que le de algo de orden a la lógica del desorden mercantilista y devorador de recursos de ese estilo de mundo. Su contra-respuesta aparece desde los extremismos ideológicos: se repudia este libre mercado global en nombre de culturas étnicas, de regionalismos, fundamentalismos religiosos y patrioterios, y algún que otro “ismo” que puedo ahora olvidar.

Tantos son los campos que exigen una renovación de la reflexión ética que no deja de ser un coro común su presencia en todo foro público. Pero también nos lleva a ser suspicaces y tener el interés de poner tal preocupación ética en una sala de observación por la filosofía centrada en aquella “escuela de la sospecha” nietzscheana. Nos preguntamos: ¿Es que se ha perdido el gusto y la sensibilidad por la ética? ¿Hemos dejado ser del todo personas éticas? ¿En nuestro mundo la ética tiene fines distintos a la misma ética, fines de aceptar cierto uso del poder o de implementar un más extendido bienestar general? ¿El hombre se encuentra desprendido de toda norma que procure un mínimo de felicidad (eudaimonía) o un sentido de vida buena o un arte de vivir o un ejercicio correcto profesional en torno a su quehacer vital? (hoy hablaríamos de *calidad de vida*).

Lo más característico de nuestro ambiente cultural es la cercanía e intimidad que hemos desarrollado con todos los medios de comunicación. No en vano se nos dice que vivimos en la “era de la información”, en la “sociedad del conocimiento”, en la “sociedad red”, dentro del “capitalismo de ficción o informático”, en una “sociedad mediática”, que nos adentramos a pasos agigantados al ciber mundo y así por el estilo; nuestra sociedad del conocimiento nos sitúa ante un auténtico nuevo infinito, como lo es el *nuevo océano de la información*. Nos encontramos ante cambios fundamentales en el sistema y en los tipos de valores vigentes durante generaciones (Serrano, 2004:11s). Frente a ello hay sugerencias e imperativos surgidos desde diversas voces e intereses individuales, grupales y nacionales. Como aquello de que debemos preservar el derecho a la libertad de expresión, que se debe procurar una sana competencia y equilibrio de los enunciados informativos, que los medios nos proveen de nuestros temas de conversación y homogenizan conductas cotidianas, y por ello se nos pide que debemos mantener una vigilancia por la vestimenta cultural que nos proporciona toda ésta política electrónica que inunda has-

“

**¿Podía olvidarse, entonces, la relación entre ética y comunicación en un mundo signado por lo mediático? Por supuesto que no. La ética tiene aquí un rol importante que dilucidar y un campo abonado y minado por el que andar**

”

ta los más íntimos pliegues de nuestra piel y nuestro ser. El medio sigue siendo el *mensaje*, por supuesto, pero también *masaje*, decía el adorado/odiado Marshall McLuhan. Sólo por nombrar algunas de las sintomatologías del presente que encontramos alrededor y dentro de los medios; se trata, en cierta forma, de saber gestionar la incertidumbre en los momentos de cambio permanente?

¿Podía olvidarse, entonces, la relación entre ética y comunicación en un mundo signado por lo mediático? Por supuesto que no. La ética tiene aquí un rol importante que dilucidar y un campo abonado y minado por el que andar. No sólo acerca de las prácticas profesionales del personal que maneja este cerco mediático y comunicacional sino también encontramos una profunda y persistente preocupación por los efectos morales y ambientales (se pide una ecología de la información ante la entropía o ruido mediático; Morin habla de una *ecología de las ideas*), que se establecen no sólo por la relación estrecha que tenemos con los medios sino por los contenidos a los que nos hemos habituado y cómo nuestros modos de sentir y comprender nuestras vidas se vienen modificando de manera permanente casi invisible pero nunca indiferente y ya predigerido. Toda una ética de lo mediático y no sólo del hecho comunicacional o, por qué no, una *mediaética* -que debe ser lo más *completa* en sus intenciones y fines reflexivos alrededor de esa galaxia de dispositivos elec-

trónicos y no de reflexiones hechas a “mitad, a *medias*” respecto a los medios-, está por acercarse tímidamente a ordenar la comprensión de nuestro juego imaginario especulativo virtual debido a sus alcances espaciales y temporales culturales, por un lado. Por otro está lo que ocurre y nos sugiere la concreta realidad ficcional de la inercia cotidiana; una realidad en que cualquier instante puede ocurrir cualquier cosa.

Se presenta una necesidad de comprender y establecer diversas miradas desde el registro del racionalismo crítico para establecer los alcances y fines de esta transitoria época que ha llegado para inaugurar otro duradero momento del río de la civilización ya no occidental sino global; más que encontrar verdades está el afán de comprender los posibles errores de lo inhumano proceder habitando en ella.

En sus orígenes la palabra ética, como sabemos, procede de *ethos*, que quiere decir costumbre. Y en los medios de comunicación de masas encontramos un uso indistinto de los términos moral y ética. Pero ¿son y significan lo mismo? La ética viene a ser la reflexión general acerca de los hechos morales, en cambio la moral es la decisión individual y actuada, tomada en nuestra conciencia subjetiva, de determinados principios éticos. Al utilizar ambas definiciones nos encontramos que el *ethos* tiene una significación más amplia y algo más restringida que la moral. Aunque la reflexión ética puede que lleve igualmente a restringir nuestras acciones de acuerdo a determinados principios o fines consensuados que se establezcan en tanto bien común, social o, en la conocida definición aristotélica de búsqueda de la *vida buena* o *arte de vivir*, que es también como la asume Savater.

#### **LA VIGILANCIA ÉTICA DE LO MEDIOS**

Es ampliamente conocida la preocupación de denuncia de injusticias y defensa de la libre expresión y de los Derechos Humanos que han incorporado ciertos medios y comunicadores como forma permanente de estar en contacto con el público que le es fiel y que le expresan confianza al reiterar su necesidad de seguir adquiriendo, leyendo, escuchando o viendo a determinados espacios informativos u opiniones reveladoras y interpretativas de una realidad. Situación que para el común de los mortales la sintiera aún mas lejana o ignorada si no tuviese el comodín de las informaciones periódicas y la mirada atenta de

los acontecimientos por parte de individualidades con las que compartimos puntos de vistas ideológicos, políticos, culturales, etc. La información de masas como vínculo general que establece la sociedad mediática con la sociedad civil.

Es por ello que hoy los medios, desde la posición que asuman, vienen a darnos visiones que han dejado de ser *objetivas, veraces y oportunas*. Ante ello ¿qué hacer? Los usuarios de medios tenemos que asumir que el poder de los medios y su continuidad estriba, más que otra cosa, en la confiabilidad de sus enunciados y formatos y estructuraciones de la data noticiosa en función de la asertividad que proporcionan. Esto hace que más que basarse en un principio únicamente metodológico o científico, como es la tan buscada *objetividad*, o el grado de *verdad* de sus contenidos tienen que ver con su posición ética en relación al público al que pretenden captar para sí y sin dejar de lado los fines crematísticos que toda empresa significa dentro de la economía de provecho en que nos encontramos.

Es aquí donde la ética del medio, la *¿medioética?*, se hace imposible de soslayar a la hora de analizar y detenerse en la acción comunicativa que trata de consolidar. Es esta relación comunicativa, esa *puesta en común* entre medio y público tiene que cuidar no sólo por una *deontología periodística*, es decir, conjunto de reglas que regulan las relaciones de los periodistas, comunicadores en general, entre ellos mismo o con su relación con el público y la empresa, además de la establecida entre la sociedad y ellos en tanto poder comunicacional; hecho que ayuda a establecer ciertos códigos profesionales en su ejercicio que dan coherencia al periodismo a nivel local, regional y hasta global. Si esta deontología es requerida no es suficiente. Debe establecerse una ética comunicacional en el sentido que aspire a mejorar y perfeccionar la condición moral, tratando de elevar la dignidad de la condición humana. Sin esto quedaría a faltar una buena parte de su justificación de existencia en tiempos donde lo único que se nos hace es vestirnos por tendencias cambiantes y por valores que sólo rozan la superficie del animal humano y dejan de agudizar el sentido de la responsabilidad que tenemos todos aquellos que participamos dentro de una sociedad que pretendemos, en tanto ciudadanos, que sea menos violenta y más justa, ¿democrática?, más libre en lo individual pero solidarios con la asistencia de aquellos que están a menos y con los que compartimos el gentili-

“

**Debe establecerse una ética comunicacional en el sentido que aspire a mejorar y perfeccionar la condición moral, tratando de elevar la dignidad de la condición humana. Sin esto quedaría a faltar una buena parte de su justificación de existencia**

”

cio o la simple, pero insoslayable, condición humana. Toda reflexión ética presupone una reflexión sobre determinada humana condición (Agnes Heller, Hannah Arendt), y es por ello que la ética siempre tendrá cabida aunque vivamos rodeados de injusticia, pobreza moral/material y corrupción.

#### EL PODER-QUERER-ENTENDER DE LA COMUNICACIÓN

Un aspecto ético interesante surge en la diferencia entre intersubjetividad y comunicación. Se quiere llamar aquí la atención al definir el proceso de la comunicación en términos sesgados y únicos de entendimiento, el cuál estriba en que sólo se realizaría tal vínculo comunicante si es que el *otro*, mi interlocutor, puede llegar a entender lo que digo. Ante esta condición propia de una *comunidad discursiva* (Habermas), debemos agregar una *condición volitiva*, pues no se trata sólo de entender el sentido de la información sino el *poder querer* comprender, presente en toda acción que emprende el entendimiento. Visto así, el exigir solamente la interacción o la intersubjetividad (el *compartir un mundo común*, en términos de Husserl o el hablar un lenguaje inevitablemente *público*, en la de Wittgenstein) es del todo insuficiente. La exigencia intersubjetiva promueve ciertas carencias que despiertan sospechas al carecer del acto, de la volun-

tad, del poder querer entender requerido en las partes implicadas en la comunicación y que conforman así el previo acuerdo ético para establecer un vínculo de reciprocidad aceptada. Hay necesidad de una recreación de la información y de la fuerza volitiva de lo que el otro dice, por parte de quien escucha; toda información no es recibida de manera inerte por el receptor pues para que sea efectiva hay que procesarla de manera inteligente y ello exige un grado de capacidad, voluntad y aceptación; aún corriendo el peligro que esa maravillosa capacidad recreativa puede llevar a dramáticos equívocos y desencuentros.

El plano donde comienza a distorsionarse la comunicación está más centrado dentro del plano volitivo, en ese impulso de la voluntad, que en el del entendimiento; se requiere, ante cualquier comunicación una postura ética de *querer entender* al otro, lo que nos lleva a definirnos en tanto receptores; los cuales, si se quiere establecer una comunicación eficiente, no deben ser individuos de *mala voluntad* o imbeciles.

Lo anterior nos lleva a concentrarnos éticamente en el plano moral del individuo al inducirlo a que mantenga esa condición volitiva abierta para la propuesta entendible dentro de toda comunicación con el otro.

La mala fe en la comunicación se da cuando no se quiere establecer ese vínculo por un ejercicio unilateral de poder o de un no querer entender, aunque se trate de persuadir por distintas vías a nuestro interlocutor de que desista de tal elección. Todo se reduce al plano de *poder-querer-entender* (Cabrera, 1996:94). Lo contrario entraríamos en el espacio de la inhabilitación moral al construirmos en un permanecer en contra-de-los-otros y a favor de nosotros mismos, es decir, en el redil del reducido egoísmo. Campo que nos puede llevar a una *incomunicación radical*, donde se perfila al *otro* como *enemigo*, aquél que se intenta eliminar en la sociedad afirmativa en el ejercicio unilateral del poder. Como se nos dice: *el enemigo de una guerra es tan sólo la extrañeza del otro, la ajenidad del “prójimo” llevada hasta sus últimas consecuencias* (idem: 95).

De esta forma nos encontramos que para establecer una comunicación ética no sólo con entender basta; se requiere de otro mecanismo, el volitivo, que vendría a aceptar la existencia del otro tan válida como la nuestra, estableciéndose un soporte ético que nos llevaría a un *poder-querer* vinculante y no meramente reducido a entender lo dicho. Quedándonos sólo en el ni-

vel del entendimiento podemos hasta alcanzar una fase de intersubjetividad que puede retornar a un ensimismamiento por parte de los interlocutores, pero no a una comunicación cabal, equidistante y nítida. De ahí el ingrediente volitivo de aceptar y tolerar al otro, pero en la medida en que en ambas partes esté establecido el interés ético del *poder-querer-entender* como requerimiento de comunicación afirmativa.

#### **INDIVIDUALISMO Y MEDIOS EN UNA POSTMODERNIDAD A MEDIAS**

Si bien se creyó por mucho tiempo en la estandarización u homogeneidad de gustos y creencias, en una pasividad y adormecimiento del público por el efecto de los medios, nos encontramos que los últimos estudios comunicacionales (Wolton) han podido rescatar cierta positividad para el proyecto ilustrado del ejercicio de la razón individual por parte de todos nosotros; como hemos visto antes, se vuelve a tomar interés por el receptor.

En ciertos niveles de formación educativa y cultural, y en determinado público, que puede ser una buena tajada de esa audiencia, han demostrado tener juicios propios sobre todo lo que les presentan a los medios y ello hace que sean más cautos algunos si quieren seguir teniendo a su invitado diario ante las pantallas, las radios o los tabloides. Pero a pesar de los grados de formación, todo público siempre reaccionará ante lo emitido y no aceptará tan pasivamente todo lo mandado por los medios. Más que buscar confianza se busca distracción e información en los medios de hoy.

Como ya lo advertimos antes, hay un creciente sentido de autonomía y de individualismo dentro de nuestras sociedades y públicos mediáticos. Lipovetsky (2003) propone que la obra de los medios de comunicación dentro de las sociedades democráticas modernas ha contribuido al advenimiento histórico de una nueva cultura individualista. En los medios subyace una fuerza que lleva una formidable dinámica de individualización de los modos de vida y comportamientos característicos de nuestra época; todos los frentes mediáticos han expandido las cambiantes normas de felicidad y consumo privados, de la libertad individual, del ocio y los viajes, del goce erótico: "la plenitud íntima y los deleites privados han pasado a ser ideales de masas que se exaltan sin cesar"; los medios de comunicación de masas se convierten en enterradores de tradiciones, de

“

**Los medios trabajan para individualizar los comportamientos, por individualizar costumbres, por privilegiar lo individual en detrimento de lo colectivo: un individualismo desregularizado, desincronizado, a la carta**

”

enquistadas percepciones de clase, de añejas culturas populares, abriendo fisuras a las morales rigoristas y a las ideologías políticas; lo que ha impuesto a la mayoría aquí y ahora es vivir según nuestro propio libre albedrío.

Los medios trabajan para individualizar los comportamientos, por individualizar costumbres, por privilegiar lo individual en detrimento de lo colectivo: un individualismo desregularizado, desincronizado, a la carta, nos dice. "Amplificadores de comparaciones, los medios se esfuerzan por liberar las mentes de la influencia de las tradiciones y de las culturas de grupo o de clase, contribuyen, si quiera sea de manera muy imperfecta y desigual, a individualizar las opiniones, a multiplicar los valores de referencia, a hacer que los individuos pierdan la confianza en los partidos políticos y las iglesias, a emanciparlos respecto de ideologías monolíticas", (idem:107). Entre el sensacionalismo de los medios avanza la astucia de la razón individualista. Una secuela de la ilustración y el uso de la razón pero de una razón sensualista, *fronteriza* (Trías, 2003), que mira tanto al ejercicio de una *egonomía* de los medios de satisfacción individual y no sólo a un sacrificio gratuito y sin rédito a nombre de una patria, religión o idea sin más garantías de proseguir la vida a ofrecer dentro del capitalismo ficcional (Verdú, 2003).

En la actualidad los medios se han vuelto incómodos para determinados regímenes que aspiran a una sociedad centrada alrededor de una actitud mágica, tribal,

sin tener la obligatoriedad de confrontar sus decisiones frente al conjunto de los ciudadanos que los han elegido para ocupar la dirección y fines de un Estado; gobiernos que sólo huelen a fracaso encorbatado. Y el hecho está en que los medios informan al público independientemente de la autoridad del Estado, de un partido o de una Iglesia, favoreciendo globalmente al uso acrecentado de la razón individual. Aun cuando ya no existan grandes ideologías opositoras, sino ambiciones distintas de acaparar, usufructuar y utilizar el poder para sí y su camarilla, el espíritu crítico de la sociedad civil no se desvanece, sino que tiende a generalizarse, extendiéndose a todas las cuestiones de la vida, sea política, cultura, economía, arte y vida personal. Las críticas radicales (llamasen de *derecha* o de *izquierdas*, ¿eso existirá?), se extinguen, las críticas y rechazos parciales dejan de tenerse en cuenta. A largo plazo, los individuos tienen mayores posibilidades de replantearse sus opiniones, de ejercer un libre examen, de tomar distancia en relación con las posiciones de las cuestionadas y estériles autoridades institucionales desde el diván occidental electrónico de su razón individual (Lipovetsky, idem, p.108).

Vemos entonces que, por ejemplo, la TV funciona como *una comunicación sin respuesta*, sin embargo constituye una fuente de *actos de habla* social, genera conversaciones entre amigos y desconocidos, miembros de familia. Se ven los programas pero luego se habla de ellos. Wolton ha observado que la TV reconstruye, en cierta forma, una forma de vínculo social en la medida que el ver un programa da conciencia al televidente de que otros también están mirando lo mismo y estos saben que yo hago otro tanto como ellos (ver *Elogio del Gran Público*). Y es esto lo que hace posible la puesta *emocional* común que aproxima toda comunicación y que establece un vínculo de bien compartido más allá de nuestra individualidad. Los medios nos dan una respuesta ecuménica a nuestra soledad individual al comprender que no estamos viendo *solos* lo que acontece, otros también compartirán nuestra opción.

Los medios si tienen como finalidad divertir, distraer, tratar de hacer pasarla bien a sus usuarios, pero también tienen el rigor de informar y marcar pautas de libertad, justicia y asistencia, en fin, responsabilidad ciudadana ante el mundo y ante ellos mismos. Por eso que la ética no puede separarse de este entorno, pues los medios no pueden nunca obrar solos, unilateralmen-



te, pues el público se resentirá y sabrá que ante el engaño, la deformación, el tráfico de la mentira y de la estética de carnicería histórica está jugando con el grado de aceptación de ese mismo público.

Como podemos notar, el paisaje ético comunicacional luce interesante. Estas palabras sólo han querido ser unas cuantas reflexiones sugerentes en torno a un tema que no ha dejado nunca de permanecer siempre con un grado intenso de interés para cualquier pensador, ciudadano u hombre *mediaticus* que quiera estar viviendo en un presente y con una conciencia lúcida ante el mundo. Ante la oscuridad inminente de la tragedia humana que pareciera muchas veces estar alrededor y encima nuestro, no es menos importante seguir intentando pensar cómo debemos encarar con coraje y carácter moral a la vida y su entorno comunicacional, acción que hoy se hace más acuciante que nunca. Por ello no dejan de ser oportunas e inspiradoras las palabras del tímido Spinoza para finalizar esta declaración de dudas y propuestas personales que han escuchado: "Un hombre libre en nada piensa menos que en la muerte, y su sabiduría no es una meditación sobre la muerte sino de la vida".

■ **David De Los Reyes**  
**Doctor en Filosofía. Profesor**  
**de la Universidad Central**  
**de Venezuela (UCV). Colaborador**  
**de Comunicación**

**Notas y referencias bibliográficas**

Cabrera, J., 1996: *Crítica de la moral afirmativa*. Gedisa, Barcelona.

De los Reyes, D., 2001: *El calidoscopio mediático*. Comala, Caracas.

Lipovetsky, G., 2003: *Metamorfosis de la cultura liberal*. Anagrama, Barcelona.

Serrano, S., 2004: *El regalo de la comunicación*. Anagrama, Barcelona.

Trías, E., 2003: *Ética y condición humana*. Península, Barcelona.

Verdú, V., 2003: *El estilo del mundo*. Anagrama, Barcelona.

Wolton, D. 1995: *Elogio del Gran Público*. Gedisa, Barcelona.

— 1997: *Penser la communication*. Champs, Flammarion. Paris.

1999 : *Interet et après ?* Flammarion. Paris.

— 2003 : *L'autre mondialisation*. Flammarion. Paris.

- 1 La primera revolución del individuo aparecería en el siglo XVIII con la llegada de la Ilustración, el liberalismo político. Kant advertía ya la necesidad del uso de la razón individual con aquella frase de *atrévete a usar tu propio entendimiento*.
- 2 La lógica no falla: a más información en una sociedad, le corresponde mayor independencia y responsabilidad, mayores grados de libertad y creatividad, ampliación de las dimensiones de la vida y su complejidad; a mayor alternativas tendremos más variables que son preciso controlar, más mundos posibles, mayor incertidumbre desbordante. Sólo demos un ejemplo: la información en los '60 del s.XX necesitaba más de una generación para duplicarse, en cantidad almacenada y acumulada, al llegar el fin de siglo se requirió sólo tres años para duplicarse, cifra que para el momento presente se reduce nada más que a 26 meses; a finales de la primera década de nuestro presente siglo (sólo nos faltan seis años...) se requerirá unos ochenta días para esa tan vicaria duplicación, ¿qué información quiere consumir? Ya sólo su uso tendrá no sólo un tinte de funcionalidad del usuario sino también un elemento ético intencional en su hacer y quehacer. "Las cifras son impresionantes: hoy, una persona puede acceder en un solo día tanta información como la que tenía a su alcance a lo largo de toda su existencia una persona que hubiera vivido a comienzos del siglo XVIII" (Serrano, 2004:14).



Esquina de La Luneta, Edif. Centro Valores,  
 P.B. Apartado 4838. Telfs.: 564.9803  
 564.5871. Fax: 564.7557. Caracas 1010-A.  
 Venezuela.

**TARIFAS DE SUSCRIPCIÓN REVISTA SIC**

<b>VENEZUELA</b>	
Correo ordinario	Bs. 34.000
Suscripción de apoyo	Bs. 68.000
Número suelto	Bs. 3.400
<b>EXTRANJERO</b>	
Correo ordinario	US\$ 60
Correo aéreo América	US\$ 60
Otros países	US\$ 65

**Buzones correo electrónico**

- REDACCION SIC / [sic@gumilla.org.ve](mailto:sic@gumilla.org.ve)
- REDACCION COMUNICACION / [comunicacion@gumilla.org.ve](mailto:comunicacion@gumilla.org.ve)
- UNIDAD DOCUMENTACION / [documentacion@gumilla.org.ve](mailto:documentacion@gumilla.org.ve)
- ADMINISTRACION / [administracion@gumilla.org.ve](mailto:administracion@gumilla.org.ve)



# El *match*

## De políticos,

*La entrevista que Milagros Socorro le realizara a Vladimir Villegas, presidente de Venezolana de Televisión publicada por El Nacional el 15 de febrero de este año, revela mucho del conflicto que el gobierno plantea con los periodistas y medios de comunicación y motiva una reflexión sobre el rol político que éstos últimos juegan en el con texto de la crisis venezolana*

■ **Carlos Delgado-Flores**

Galería de Papel. Starsky Brimes. (2004)



# Socorro - Villegas

## intelectuales y periodistas



**D**urante la primera quincena de febrero, la periodista Milagros Socorro entrevistó al periodista y político Vladimir Villegas Poljak, entonces recién asumido presidente del canal de televisión del Estado, *Venezolana de Televisión* (VTV) y quien venía de ser embajador de Venezuela en Brasil. El diario *El Nacional* publicó la entrevista el domingo 15 de febrero, titulándola, como es lógico, por lo que le pareció más relevante al editor, en este caso la expresión de Villegas: “Venezolana de Televisión es una trinchera frente a las mentiras de los medios”. La periodista, no obstante, resume en el sumario, su lectura de lo que fue el tono y situación del encuentro: “Una entrevista entre dos reporteros con distinta percepción del país se desencaminó de la objetividad en la que ambos fueron formados y se desvió por el desencuentro y el intercambio de gritos. Aquí se transcribe esa evidencia de la locura de la polarización pero también del intento de entenderse (tras el bochorno y el vaporón que dejan los disgustos)”.

Objetividad y polarización (objetividad en la polarización): en la dinámica social de estos dos conceptos transcurre buena parte de la crisis planteada entre el gobierno y los medios. Socorro los coloca en la perspectiva de la aparente contradicción de estar entrevistando a un amigo que ahora ocupa un cargo público, cosa que usualmente la objetividad (o la nobleza) obliga a no revelar; pero el amigo no sólo es un funcionario, es un periodista político o un político periodista (según como se quiera ver), es decir, un hombre que parece alber-

gar en sí mismo a su alter ego, como el Doctor Jekyll a Mr. Hyde, y revelarlo es una manera de singularizar la escala de este conflicto político y social.

No hay bandos unilaterales en una confrontación. Milagros Socorro se arma de preguntas para intentar sacarle lo que obtuvo con creces: una confesión. Por boca de Villegas nos enteramos de hechos que la colectividad había venido sospechando: que VTV, el canal oficial del Estado, hace propaganda a favor del gobierno (al cual hay que entender, hoy más que nunca, como una parcialidad política), presenta serios sesgos informativos en contra de la oposición y lo hace obedeciendo a un esquema de confrontación política, que podía entenderse como guerra con múltiples episodios de agresión a medios y periodistas, pero que ahora, hecha la manifestación expresa de los propósitos (cosa que no se había logrado de ningún personero del gobierno hasta el momento) no podrá entenderse de otra manera.

#### **LOS MEDIOS COMO EXPRESIONES DEL PODER INTELECTUAL**

Medios y periodistas son actores políticos, y no de ahora, sino desde que existen en el marco de una sociedad donde se entiende que la política es el ámbito del interés público, del bien común y de la administración de los intereses particulares, lo cual la caracteriza como propia de una sociedad abierta y de democracia liberal. Pero la acción política de los medios no es

“  
**Los medios no pueden suplir a las instituciones, ni liberar a la opinión pública de la contingencia de los hechos, su relato y su tratamiento informativo o de opinión, porque no pueden sustituir la acción política de la colectividad organizada con sus informaciones**  
 ”

de del ámbito institucional, sino -con mucho- la de formar y conducir corrientes de opinión pública, bien con las versiones que generan de los hechos, bien con las interpretaciones y opiniones legitimadas. Los medios y los periodistas contribuyen a generar eso que Norberto Bobbio calificaba como poder intelectual, representado por la voz de los intelectuales, fueran ellos expertos o ideólogos, “clérigos o mandarines”, partidarios o no de una posición.

Marcelino Bisbal, por su parte, caracteriza la situación en estos términos: “No

es que los medios quieran ser partidos políticos, pero la manera como ellos están construyendo y reconstruyendo la realidad, haciendo sociedad, hace que se comporten como partidos políticos y los periodistas se han convertido en un grupo social privilegiado, un grupo de referencia política al que hay que acudir porque, tal como lo expresa la ciudadanía, a los políticos de oficio no se les puede dejar solos en el manejo de la cosa pública porque ellos se deslegitimaron en ese manejo por la corrupción creciente, por la falta de sentido para gobernar y por la ausencia de un liderazgo capaz de conducir a la sociedad hacia pautas y valores de crecimiento y desarrollo de la propia sociedad como colectivo humano de intereses”.

Mucha -quizás excesiva- responsabilidad para unas organizaciones de derecho privado, que se dedican a ofrecer un servicio útil y valioso, como puede serlo la información. Los medios no pueden suplir a las instituciones, ni liberar a la opinión pública de la contingencia de los hechos, su relato y su tratamiento informativo o de opinión, porque no pueden sustituir la acción política de la colectividad organizada con sus informaciones: el realismo y la veracidad, más que una cuestión de estilo, son normas éticas del oficio y cambiarlas equivale a dejar de informar para comenzar a hacer propaganda. Bisbal afirma: “Nuestra situación de extrema conflictividad y polarización, de debilidad institucional y de creciente anomia social se topa con unos medios y periodistas que han visto crecer su grado de in-

## **A confesión de partes, relevo de pruebas**

**M**ilagros Socorro revela el contenido de una conversación *off the record* con el entrevistado, como recurso para destacar una postura personal en el marco de la entrevista. “(...) Vladimir se queda callado y entonces aprovecho para reprocharle que, siendo los dos reporteros, él se esté comportando como uno de esos voceros que tanto nos chocan, que no dicen la verdad, su verdad, sino que adaptan sus declaraciones al troquel del poderoso. Le echo en cara que me ha dicho muchas tonterías, que nadie le creará eso de que él no les pide el carnet del partido a los empleados y que los diputa-

dos de la oposición no vienen a VTV porque no quieren (...)”

—Demasiadas pendejadas, Vladimir.

—Prende esa vaina, que te voy a decir unas cuantas cosas. Tú me preguntas mi posición ante los maltratos a periodistas y yo, que he sido dirigente gremial, no puedo sino decirte que rechazo esas acciones. Pero, sin justificar cualquier acción de violencia, hay que decir que los periodistas tenemos que revisarnos. Muchos colegas se han mimetizado con las líneas informativas de los medios; y, a la hora de entrevistar a los asistentes tienen

una pregunta recurrente: “¿cuánto le pagaron?”. Por qué se irrespeta de esa manera a personas humildes que vienen del interior a un acto de Chávez. Eso es una grosería. Y el tópico para cubrir las concentraciones es hacer la contabilidad de los autobuses que llevan a los asistentes, pero no hacen lo mismo con las movilizaciones de la Coordinadora Democrática.

“Yo estoy en VTV como político, no como periodista. No milito en ningún partido en este momento pero soy un dirigente político. No me oculto detrás del periodismo para hacer política. Voy a ser claro contigo, nosotros esta-

mos en una lucha; tú me preguntabas por el equilibrio informativo de VTV porque ves la planta como un hecho aislado y eso no es correcto. El canal 8 no se ve así, tienes que verlo en una perspectiva que incluya a los canales comerciales. Si yo decido poner en la pantalla de VTV a 10 voceros de la oposición y a 10 del gobierno, en vez de equilibrar las fuerzas estaría contribuyendo a desequilibrarlas más porque estaría aumentando la suma de intervenciones de la oposición en desmedro de la nuestra. Tú acusas al canal de que hacemos propaganda, bueno, sí, hacemos propaganda, pero también es verdad que esta-

fluencia hasta límites que ellos ni siquiera pensaron. Razón por la cual su responsabilidad crece no sólo en la medida de la credibilidad que han adquirido, sino del papel que ellos dicen estar jugando en estos precisos instantes”.

¿Cuál es el papel de los intelectuales en momentos de polarización política? Respóndase a esta pregunta y se tendrá alguna claridad sobre lo que tiene que hacer la prensa en nuestro contexto nacional, sin obviar, por supuesto, el cumplimiento de las normas del oficio y su deber de esforzarse por no escatimarle al público la información que le corresponde por derecho. De allí el valor que tiene la entrevista de Milagros Socorro a Vladimir Villegas, porque en ella, en la elección de las preguntas y en las respuestas del entrevistado convergen algunos de los aspectos centrales de esta crisis, donde la confrontación entre el gobierno y los medios es apenas un episodio – sintomático, no hay duda- pero acaso revelador de un drama más profundo: el de la falta de validez (asignada o ganada) entre los interlocutores de un diálogo que nos involucra como nación: el de las verdades a medias y la pragmática política por encima de los principios.

#### ENTRE INFORMACIÓN Y PROPAGANDA

Socorro pregunta a Villegas por la diferenciación entre información y entretenimiento y la propaganda en la programación de VTV. Villegas responde con la lógica de la ética aprendida del oficio, que una cosa

“

**De esta entrevista, ¿qué puede quedar para el lector? Quizás que en VTV, la información y la propaganda están confundidas porque en los otros medios también lo están, por aquello de que “lo que es igual no es trampa”**

”

no es la otra (información y propaganda). Presiona Socorro afirmando que en VTV ambas se hallan confundidas y Villegas responde un argumento de triangulación (típico de este gobierno): “Yo podría decir que la propaganda de la oposición está contenida en la programación de los canales comerciales”. Así, no niega la afirmación de Socorro, pero la desdibuja como acusación, pues ¿con qué legitimidad se le critica a VTV aplicar la misma estrategia de mezclar información con propaganda? Es

inútil seguir por ese camino, porque implica remontar los días hasta encontrar quien fue el primero en mezclar las cosas, el gobierno o los medios, y si hay la mezcla pernicioso, en uno y otro bando, y en medio de ambos el público que necesita la información, pero ¿también necesitará la propaganda?

#### LA INCLINACIÓN POLÍTICA DEL PERIODISTA EN SU DESEMPEÑO PROFESIONAL LA DOCTRINA DE LA OBJETIVIDAD (UNA VEZ MÁS) LA INFORMACIÓN Y LA OPINIÓN (PERSONAL O EDITORIAL)

Socorro intenta otra ruta, acaso aun más minada, en el camino de la entrevista: precisarle a Villegas la impresión generalizada que se tiene, de que no hay libertad de conciencia en los periodistas de VTV, de que en el canal del Estado sólo trabajan periodistas chavistas. Villegas primero afirma no saber, porque dice no haberle preguntado a ninguno si es el del gobierno o de la oposición, “a algunos los conozco y lo sé pero yo no llegué aquí con la idea de hacer maccartismo periodístico ni de fichar a nadie”. Lo otro que hace es intentar una nueva triangulación: “No sé si el tema de la entrevista es *El Nacional* –señala- pero podemos discutir muchas cosas de ese periódico, como la línea informativa, los titulares, la forma como algunos reporteros hacen opinión dentro del reportaje. Tú misma has dicho que con frecuencia se rompe esa línea que debe separar la información de la opinión”.

mos en una lucha contra cinco canales que han estado dedicados a conspirar para tumbar el gobierno.

“Los medios de comunicación y la oposición, en general, le piden a VTV un equilibrio que ellos están muy lejos de exhibir. Yo estoy atrincherado aquí, esa es la verdad, frente a la mentira permanente de cinco canales de televisión. No me pidas equilibrio informativo cuando estamos en una batalla. Y yo en esta batalla no soy imparcial como tampoco lo es VTV. La planta tomó partido. Que VTV es del Estado, bueno, y qué, la señal de los canales comerciales también es del Estado venezolano, y quienes las tienen asignadas apoyaron y promovieron a las fuerzas que

intentaron derrocar al gobierno y cerrar este canal que, efectivamente, es del Estado. No podemos ser imparciales, además, porque VTV es un objetivo militar de la oposición; y si alguna vez vienen a tomarla, nosotros vamos a resistir.”

“Tú me exiges que reconozca las fallas de la programación de VTV, bueno, sí, tiene fallas. Hemos descuidados muchas cosas por estar defendiéndonos del ataque implacable de los medios comerciales, pero no me pidas que diga que el personal es una mierda...”

–Eso lo dices tú. Yo no he dicho eso, ni lo pienso. Lo que sí pienso es que muchos de ustedes cometen el error de ejercer

su lealtad con mediocridad, en tu caso, con una pésima programación que, supuestamente defiende al régimen. Pienso que nada es más eficiente que la calidad. Y pienso que todo lo que este Gobierno toca lo convierte en un horror, ahí están tu hermano, Ernesto, y tú para probarlo, a ambos los conozco...

–Y estamos convertidos en un horror.

–No. Están cometiendo penedajas para justificar lo injustificable.

–No se trata de justificar, Milagros, se trata de actuar conforme a lo que uno cree. Tú me pides que me comporte como un periodista y te dé una buena entrevista. Me has dicho que te de-

fraudé. La equivocada eres tú: tienes que entrevistarme como político, como presidente de una institución política”.

No, Milagros no se equivocó, porque su actitud como periodista fue la de una intelectual, y como tal, política (y bastante hábil, además). Buscó al periodista y consiguió al político escudándose en su otro oficio. Milagros no va a fundar un partido o una ONG con su trabajo periodístico, que de eso se encarguen quienes asuman la acción política por esa vía, pero mientras tenga sentido de la inteligencia para hacer las cosas y apueste por un periodismo trascendente, su labor servirá para que cada quien se forme una opinión y actúe conforme a ella de cara a la colectividad.



– Sí, y lo dije en *El Nacional*, no detrás de una puerta. ¿Cuántos periodistas de VTV pueden decir que son críticos de lo que se hace en su medio de trabajo?

– Un canal de televisión no es un periódico, donde hay una página de opinión.

Vale decir que años de crítica a la “doctrina de la objetividad, formulada en nombre de la responsabilidad propia del periodista, su nivel de compromiso profesional y el derecho del público a conocer la información sin fragmentaciones, ideas en las cuales se formó Villegas, parecen haberse esfumado con esta “respuesta patronal” del presidente de VTV, que intenta esquivar el lance.

Pero lo que luce como un acto de cinismo, en realidad parece traslucir una velada ironía: si VTV no tiene una página de opinión, ¿será que realmente la necesita? ¿será que la fórmula de “los hechos son sagrados y la opinión es libre” es la que conviene para la garantía del derecho social a la información (con o sin apostillas)?

#### **EL (DES) EQUILIBRIO DE LAS FUENTES**

Un nuevo episodio del match es el de la presencia de voceros de corrientes diferentes. Socorro pregunta por los voceros de la oposición y su presencia en la programación informativa de VTV y Villegas responde: “¿A dónde queremos llegar? Aquí viene Chúo Torrealba, Domingo Alberto Rangel, Teodoro Petkoff. Ocorre que muchos miembros de la oposición se niegan a venir. Ahora, si me preguntas si yo invito a Enrique Mendoza para que venga a VTV, la respuesta es no, porque él dijo que quería cerrar esta basura”.

–¿Por qué dijo Mendoza eso?

–Porque es un golpista(...)

Una vez más, el funcionario ha esgrimido el argumento preferido del gobierno: la condena de toda la oposición por los sucesos del 11 de abril de 2002, que tantos dividendos políticos le ha generado al gobierno en su confrontación. Es una salida fácil, que escurre el bulto de la acusación de parcialidad informativa en lo que parece una lanza personal quebrada por el honor de la institución.

#### **¿VERDAD ES LLAMAR A LAS COSAS POR SU NOMBRE? (LA OPOSICIÓN GOLPISTA, CHÁVEZ GOLPISTA)**

La mención de Mendoza en la entrevista abre el momento más movido del match,

“

**Tres veces preguntará Socorro si Chávez es o no es golpista, y tres veces Villegas evitará en el diálogo el reconocimiento directo de esta realidad. Insiste en la mención de Mendoza y al final intentará un argumento que parece ir por la vía de “el golpista que fue golpista pero luego obtuvo legitimidad democrática”**

”

la cuestión de “quién es el golpista”. Socorro apela a la mención de Chávez -acaso ya provocada por Villegas- señalando “Cada vez que se refiere a los medios de comunicación, Chávez dice que son golpistas”. Villegas asiente y Socorro recuerda que Chávez también intentó el golpe en 1992 (cosa verificable, por demás). El entrevistado no acepta la jugada: “Estamos hablando de Mendoza y tú me dices algo del Presidente que yo no comparto. No comparto que el Presidente ofenda a todo el mundo ni que tú lo califiques de golpista, porque es el Presidente”.

Tres veces preguntará Socorro si Chávez es o no es golpista, y tres veces Villegas evitará en el diálogo el reconocimiento directo de esta realidad. Insiste en la mención de Mendoza y al final intentará un argumento que parece ir por la vía de “el golpista que fue golpista pero luego obtuvo legitimidad democrática”, al referirse concretamente a Rómulo Betancourt. “También fue golpista pero no vas a pasar toda la vida llamándolo el golpista Rómulo Betancourt, porque participó en la Revolución de octubre. Si un golpista señala a otro de golpista para acusarlo, pues claro que hay que recordarle que él también lo es. ¿Y tú reconoces a Betancourt como un golpista? Respóndeme”.

–No respondo porque eso no tiene nada que ver. El presidente de VTV eres tú...

De esta entrevista, ¿qué puede quedar para el lector? Quizás que en VTV, la información y la propaganda están confundidas porque en los otros medios también lo están, por aquello de que “lo que es igual no es trampa”. Que en el canal del Estado todos los periodistas trabajan conforme a la línea informativa del medio, y por no tener espacio propio de opinión, no tienen derecho a disentir o promueven la obra de gobierno y el ataque a la oposición, o se van; que la oposición no es considerada como fuente, porque son unos golpistas, y que Chávez es un golpista redimido por la legitimidad de una elección.

Y la evidencia (y acaso el mal sabor) de que pese a la alta dosis de cinismo mostrada por Villegas —el político periodista— en realidad quienes perdemos somos todos, porque la sindéresis hace falta para poder construir un país, o por lo menos para evitar que se nos siga hundiendo.

■ **Carlos Delgado-Flores**  
Comunicador social con amplia experiencia en la fuente cultural y editorial. Colaborador de *Comunicación*

#### **Notas y referencias bibliográficas**

Socorro, Milagros: “Venezolana de Televisión es una trinchera frente a las mentiras de los medios.” Entrevista a Vladimir Villegas, presidente de VTV Diario El Nacional, Cuerpo B Sección política., Domingo 15 de febrero de 2004.

Bisbal, Marcelino: *Medios, ciudadanía y esfera pública en la Venezuela de hoy*. Revista SIC. Marzo 2004, páginas 52 – 54.

Bobbio, Norberto: *La duda y la elección, intelectuales y poder en la sociedad contemporánea*. Paidós, Colección Estado y Sociedad, Barcelona, 1998.

# comunicación

## REQUISITOS PARA EL ENVÍO DE COLABORACIONES

La Revista *Comunicación* del Centro Gumilla aceptará trabajos en calidad de colaboraciones para sus secciones de Entrada, Estudios, Informaciones y Reseñas de libros, siempre y cuando estén referidos al tema de la comunicación y sus diferentes orientaciones, y representen una perspectiva crítica y alternativa. Es indispensable que los trabajos enviados se apeguen a lo estipulado en los requisitos aquí expuestos.

El envío de una colaboración no garantiza su publicación. Los trabajos recibidos serán evaluados por el Consejo de Redacción, quien determinará si pueden ser publicados. Eventualmente el Consejo de Redacción realizará sugerencias de cambios a los trabajos que lo ameriten; sin embargo, quedará a juicio del autor si quiere realizarlos, y si se compromete a entregar el original modificado en el plazo convenido. El Consejo de Redacción notificará al autor, previo a la publicación, que su trabajo ha sido aceptado. Los trabajos para la sección Estudios son arbitrados.

Los materiales enviados deberán ser preferiblemente inéditos y en lengua castellana. Si algún autor envía un trabajo que ya ha aparecido en otra publicación o que está comprometido, deberá consignar una autorización que permita a *Comunicación* su publicación.

Los materiales podrán ser enviados por correo ordinario o electrónico a las respectivas direcciones:

### Revista *Comunicación*

Centro Gumilla. Edificio Centro Valores, local 2, esquina de la Luneta, Altagracia. Apartado 4838 Caracas 1010-A - Venezuela.  
comunicación@gumilla.org.ve

En caso que el autor utilice el correo ordinario, el trabajo deberá ir acompañado de un diskette con el archivo.

Los trabajos deben ser remitidos en Word 98 ó 2000 para PC o su compatible en Macintosh. La fuente debe ser Times New Roman de 12 puntos, y doble espaciado. Los intertítulos deben ir en negritas y subrayados.

Los trabajos para la sección *Entrada* tendrán que oscilar entre 20 mil y 25 mil caracteres con espacios (13 a 17 cuartillas). Los *Estudios* oscilarán entre 40 mil y 60 mil caracteres con espacios (27 a 40 cuartillas). Las reseñas y las informaciones no deberán pasar de 6 mil caracteres con espacios (4 cuartillas).

Las entradas deben venir acompañadas de un sumario no mayor a 70 palabras. Los estudios deben tener un resumen que oscile entre las 100 y 120 palabras; y en la medida de lo posible su traducción al inglés (Abstract). También es conveniente que tanto en las entradas como en los estudios señale el autor un máximo de seis palabras claves, a los efectos

de su registro en la base de datos de la publicación.

No será permitido el uso del subrayado como técnica para resaltar una información dentro de los textos. Para tales efectos se sugiere el uso de las cursivas. Asimismo, tampoco se aceptará el uso de las negritas para resaltar nombres, marcas, títulos de obras, entre otros.

Las notas y las referencias bibliográficas deben ubicarse al final del texto. No se aceptarán notas al pie de página. La bibliografía debe presentarse, lo más breve posible, de acuerdo al siguiente sistema:

- **Para libros con un sólo autor:**

Apellido en mayúsculas, nombre en altas y bajas (año): *título en cursivas*. Ciudad: Casa editora.

**Ejemplo**

DÁVALOS, Lorenzo (1992): *Cultura y filantropía empresarial*. Caracas: Ediciones IESA

- **Para libros con dos autores:**

Apellido del primer autor en mayúsculas, nombre del primer autor en altas y bajas y Apellido del segundo autor en mayúsculas, nombre del segundo autor en altas y bajas (año): *título en cursivas*. Ciudad: Casa editora

**Ejemplo**

MONCLÚS, Antonio y SABÁN Carmen (1997): *La escuela global*. Madrid: Fondo de Cultura Económica / Ediciones UNESCO

- **Para colaboraciones en libros**

Apellido en mayúsculas, nombre en altas y bajas (año) "título del trabajo entre comillas". En: Nombre y apellido del autor en altas y bajas: *título del libro en cursivas*. Ciudad: Casa Editora. Páginas.

**Ejemplo**

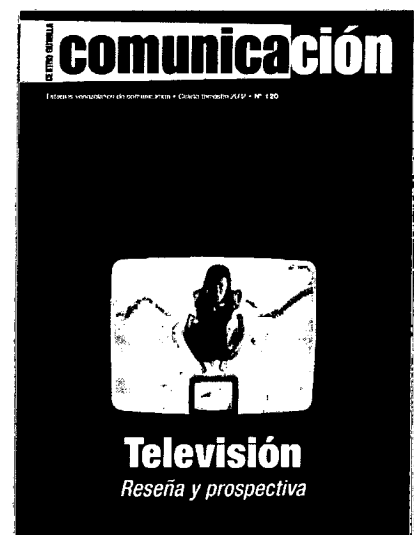
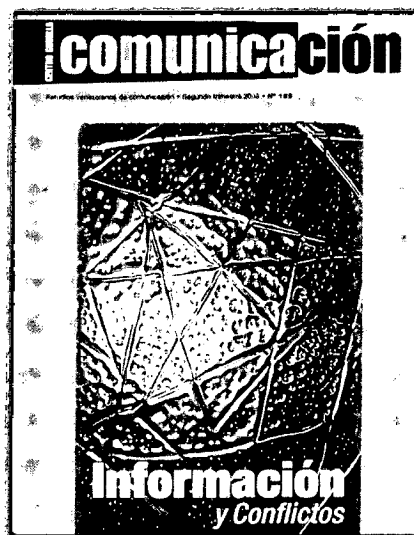
GARCÍA CANCLINI, Néstor (1999): "El Consumo cultural: una propuesta teórica". En: Guillermo Sunkel (coordinador): *El consumo cultural en América latina*. Santa-fé de Bogotá: Convenio Andrés Bello. pp 26-47

- **Para artículos en revistas**

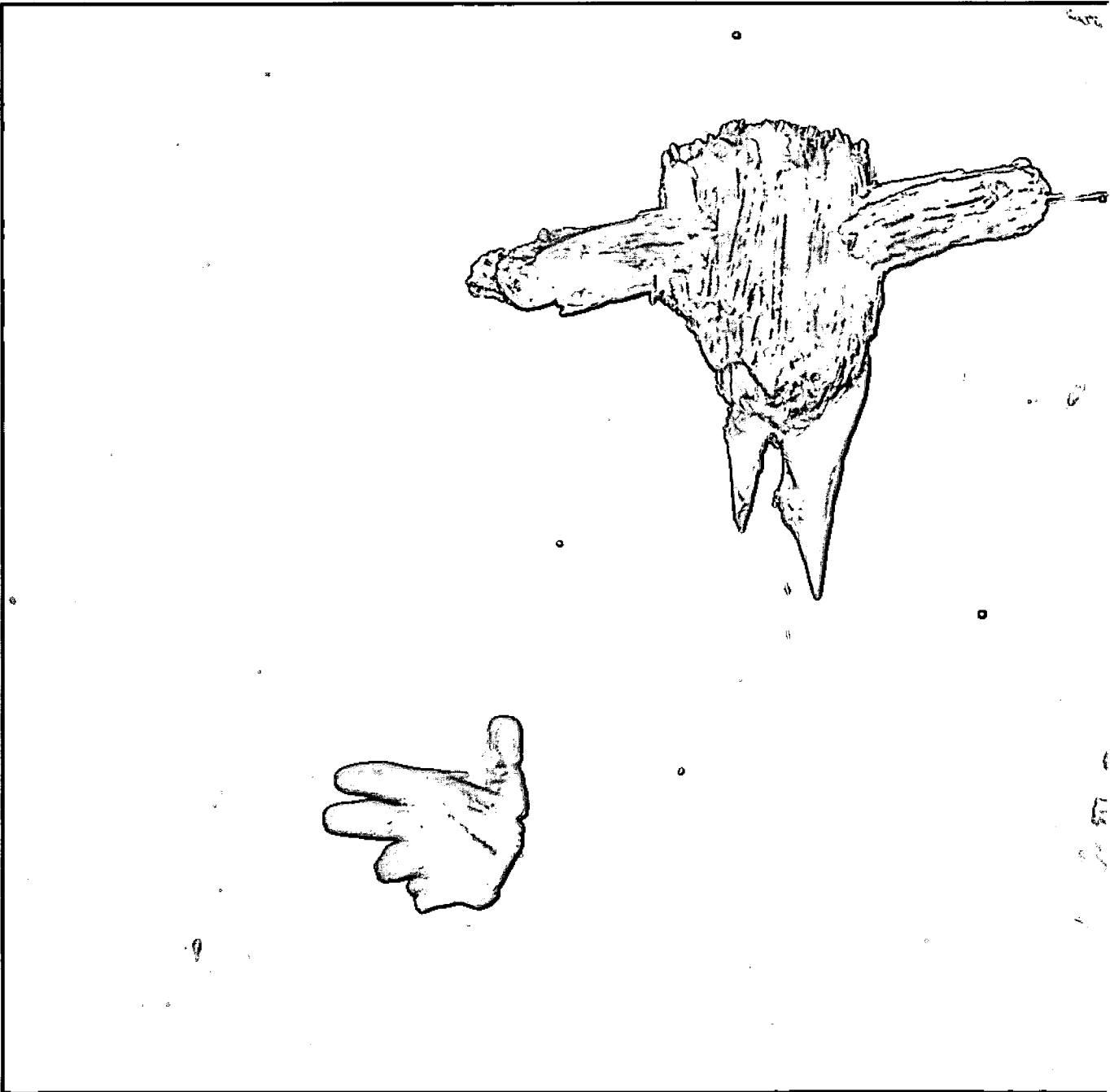
Apellido en mayúsculas, nombre en altas y bajas (año): "título del trabajo entre comillas". En: *Título de la revista en cursivas*, volumen y número (en caso de tener ambos), páginas.

**Ejemplo**

GONZÁLEZ DE PACHECO, Rosa Amelia (2000): "Entre el Estado y el mercado: el sector sin fines de lucro". En *Debates IESA*, Vol. 5, Nº 4, pp. 47-51.

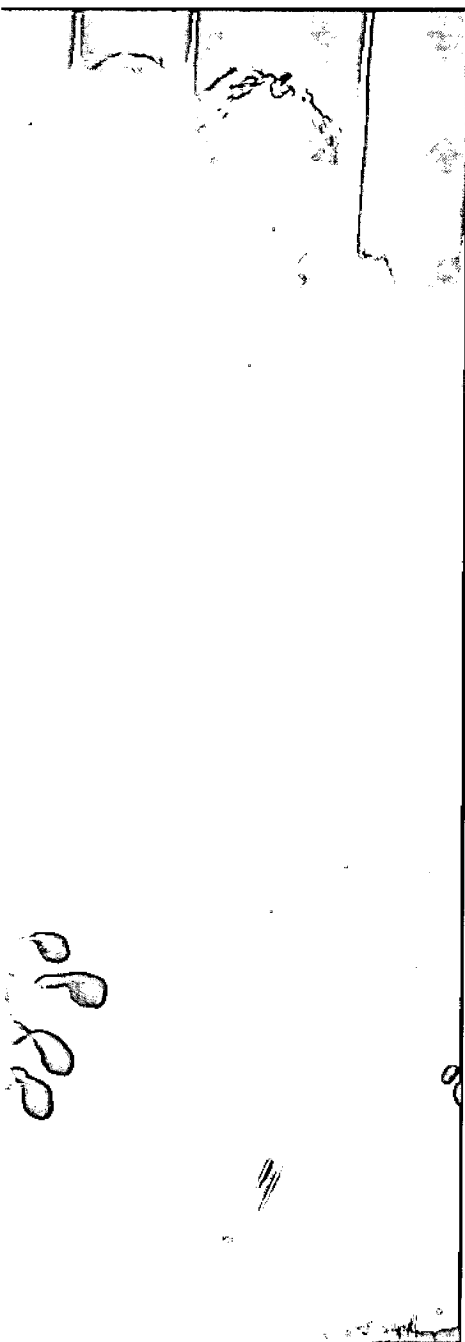


# Medios y



Galería de Papel. Starsky Brines. (2004)

# constitución de lo público



*Para Jürgen Habermas la expansión capitalista ha provocado que las actividades privadas desborden las fronteras de lo doméstico para pasar a convertirse en un asunto de interés público. Los individuos modernos están más preocupados por la vigilancia de sus propios negocios, por lo cual delegan el poder a la representación política. Este panorama genera una nueva esfera pública donde los intereses privados intervienen. El propio Habermas advierte que en esta construcción, la prensa juega un papel fundamental brindando "un nuevo forum para dirigir el debate público". Andrés Cañizález parte de estas reflexiones para llevar a cabo una mirada al escenario público y massmediático latinoamericano y venezolano*

□ Andrés Cañizález

El presente texto tiene por finalidad aproximarnos a la noción de esfera pública, cuyo desarrollo moderno Jürgen Habermas lo asocia al rol de los medios de prensa, a partir de una revisión histórica de tres sociedades de Europa occidental: Alemania, Inglaterra y Francia. Por las características propias de una presentación como ésta, no se trata de un abordaje exhaustivo, lo cual —lógicamente— deja abierta la opción de desarrollos posteriores.

La revisión de algunos aspectos planteados por Habermas en su "Historia y crítica de la opinión pública"<sup>1</sup>, a nuestro modo de ver, constituyen una plataforma apropiada desde la cual se puede abordar el tema.

Tras una primera parte, en la cual se abordará esta noción de esfera pública desarrollada por Habermas, en una segunda parte del trabajo se presentará un desarrollo a partir de lecturas, que desde el contexto latinoamericano y venezolano, intentará aproximarnos a "lo público", en un cruce de referencias en torno al papel creciente (y a veces totalizador) de los medios masivos de comunicación en la acción política actual, y la relación de esto con las organizaciones de la sociedad civil, siendo éste último un tema de particular interés para el autor. En torno a toda la temática que atraviesa este trabajo, compartimos la preocupación de que "la democracia se ve privada de voz si los medios, en lugar de pertenecer al mundo de la prensa, por lo tanto al espacio público, salen de él para convertirse ante todo en empresas

económicas cuya política está gobernada por el dinero o por la defensa de los intereses del Estado” (Touraine, 2001: 220)..

## DE LA ESFERA PÚBLICA Y HABERMAS

La discusión en torno a la participación de los privados en los asuntos que históricamente estaban reservados al Estado, y por tanto concernían al poder político, se observa a partir de la expansión de la actividad comercial, cuyo impacto económico termina tejiendo un nuevo marco de relaciones sociales, políticas y culturales. Los ciudadanos dedicados al ámbito de sus negocios, intuyen que la importancia que cobra dicha actividad, termina siendo un asunto en el cual el poder político intenta reglamentar, regular. Siguiendo a Constant, la actividad comercial “inspira a los seres humanos un gusto muy vívido por el valor de su independencia personal” (Durn, 1992: 50), por lo que enfatizó un sentido de no intervención estatal, de no injerencia, al menos mientras no se produjo la expansión capitalista a gran escala.

Desde un punto de vista político, y tomando un punto de vista del abate Sieyès, “la adopción del sistema político representativo está en el centro de la sociedad comercial como símbolo de una novedosa visión que emana de la realidad de la moderna sociedad política” (Noria, 1999: 163).

Es, entonces, en el marco del desarrollo moderno de las sociedades europeas que en una acción que persigue la defensa de los intereses privados, se termina incidiendo en lo público, pero sin ejercer el poder político. “El centro de su atención no se concentra en tratar de cambiar el dominio (político) como tal, sino de concertar con él las reglas generales del tráfico mercantil y del trabajo social” (Cunill, 1997: 29). Esto se produce porque dichas actividades, nacidas en un ámbito privado y familiar, superan debido a sus propias dinámicas de expansión, esos límites de la economía doméstica, familiar.

Para Habermas, “en la medida en que el tráfico mercantil rebasa las fronteras de la economía doméstica queda delimitada la esfera familiar —la esfera íntima— respecto de la esfera de reproducción social” (Habermas, 1981: 66). Todo esto conduce no sólo a que se produzca una polarización a lo interno de la propia esfera privada, en proceso de transformación, sino que “la dimensión pública de esa esfera privada se configura alrededor de aquellas ‘personas privadas’ para las cuales la influencia sobre el Estado es clave a los

66

**Estas personas que desde su actividad privada intentan incidir en lo público, son un segmento de la sociedad que en el sentido del autor alemán corresponden estrictamente a su noción de sociedad burguesa**

99

efectos de su propia reproducción” (Cunill, 1997:30). En esa línea, “Habermas sostiene que el desarrollo del capitalismo mercantil en el siglo XVI, junto con las cambiantes formas institucionales del poder político, crearon las condiciones para que, a principios de la Europa moderna, surgiera una nueva forma de esfera pública” (Thompson, 1998: 100).

A esto apunta básicamente Habermas, puesto que estas personas que desde su actividad privada intentan incidir en lo público, son un segmento de la sociedad que en el sentido del autor alemán corresponden estrictamente a su noción de sociedad burguesa. Para Habermas se trata de una esfera pública burguesa. Esta nueva realidad es fruto de una línea de separación, que resulta fundamental en dicho contexto, que “entre Estado y sociedad escinde a la esfera pública del ámbito privado” (Habermas, 1981: 68). Las líneas de “Historia y crítica de la opinión pública” claramente señalan que al hablar de ámbito público se está hablando de “poder público”, en tanto la ubicación de la nueva esfera pública burguesa sigue ubicándose “en el ámbito privado, puesto que se trata de una esfera de personas privadas”, que si bien participan en la vida social pública, no lo hacen desde una función de poder público, y justamente encuentra un canal en la opinión pública. “La esfera pública media a través de la opinión pública, entre el Estado y las necesidades de la sociedad” (Habermas, 1981: 68).

En este contexto, tendrá un rol importante por una parte el surgimiento y conso-

lidación de una prensa, que podríamos catalogar de voz crítica en algunos contextos como el inglés, y a la par está el establecimiento de partidos políticos, entre cuyos papeles está la formación de una opinión pública. La conjugación de estos elementos “resultan fundamentales en este proceso que Habermas designa como la constitución de una esfera en la que personas privadas se reúnen en calidad de público” (Cunill, 1997: 30). Para el autor alemán, “la esfera pública burguesa puede captarse ante todo como la esfera en la que las personas privadas se reúnen en calidad de público (...) oponiéndola al poder público mismo” (Habermas, 1981: 65); es este, a fin de cuentas, un nuevo espacio, que a la luz de la realidad social y económica resultaba absolutamente necesario “para concertar las reglas del tráfico en la esfera —básicamente privada, pero públicamente relevante— del tráfico mercantil y del trabajo social” (Habermas, 1981: 65-66).

“En relación al surgimiento de la esfera pública burguesa, Habermas concede una especial importancia a la aparición de la prensa periódica. Los semanarios críticos y morales que aparecen en Europa a finales del siglo XVII y durante el XVIII brindaron un nuevo *forum* para dirigir el debate público” (Thompson, 1998: 101). Para el autor alemán, la conformación de este espacio de debate, dirigido por una élite educada y económicamente fuerte, “tuvo a la larga un impacto transformador en la forma institucional de los Estados modernos” (Thompson, 1998: 102). Se trató de un momento significativo para la vida social de aquel entonces, debido a que “los periódicos pasaron de ser meros lugares de publicación de noticias, a ser también portadores y guías de la opinión pública, medios de la lucha partidista” (Habermas, 1981: 210).

Por otro lado, en esa contraposición a la que hemos hecho referencia que Habermas plantea claramente, entre sociedad y Estado, el ámbito privado guarda distancia, se distingue claramente del poder público. Sin embargo, la dinámica social y económica de esa expansión capitalista, ha hecho que estas actividades originalmente privadas desborden las fronteras de lo exclusivamente doméstico, de una esfera íntima, con lo que pasan a convertirse en un asunto de interés público. Habermas asegura que “la zona de continuado contacto administrativo se convierte zona ‘crítica’ también en el sentido de que reclama la crítica de un público racionante” (Habermas, 1981: 62). Esto facilita la consolidación, en aquel contexto, de un



instrumento mediador para intervenir en la vida social: la prensa. Instrumento, que en esa consolidación de la opinión pública, requiere de ciudadanos racionales - en la concepción de Habermas-, lo cual parece encontrar puntos de conexión con la preocupación de Sieyès -al referirse a la opinión pública-, pues el abate critica el atraso cultural del pueblo como un elemento a superar (Noria, 1999: 186).

La imprenta, los medios impresos, jugarán un rol importante en la conformación de la sociedad moderna, que debido a la conformación de grandes estados, requiere de canales en los cuales se pueda debatir los asuntos que conciernen al colectivo y que en la antigüedad podían realizarse en la plaza pública. En ese contexto, “la imprenta, como se sabe, se convierte en un instrumento de expansión de la opinión pública” (Noria, 1999: 191), y ésta última, la opinión pública, podría ser definida como “la discusión deliberada de aquello que puede ser universalizable por la discusión compartida de todo el mundo” (Noria, 1999: 191). Evidentemente se trata de ciudadanos con la suficiente preparación para intervenir en el debate público.

Para Habermas, resulta indisoluble la relación entre tráfico mercantil, su expansión en Europa, y el surgimiento y fortalecimiento de la prensa. Conjugación de elementos que hizo posible la aparición de una esfera pública burguesa. No se trata exclusivamente de que unido al traslado de mercancías, se transporten también noticias, un hecho característico del “capitalismo temprano” (Habermas, 1981: 53). El nuevo espacio, en todo sentido de expansión, traerá nuevas articulaciones que le otorgan el carácter liberal con el que se entendió, por ejemplo en Inglaterra, históricamente a la prensa. “El tráfico de noticias se desarrolla no sólo en relación con las necesidades del tráfico mercantil: las noticias mismas se han convertido en mercancías. La información periodística profesional obedece, por tanto, a las mismas leyes del mercado, a cuyo surgimiento debe ella su propia existencia” (Habermas, 1981: 59).

La prensa, producto de la sociedad mercantil, encuentra en el desarrollo político de las naciones modernas de Europa su fortalecimiento como instrumento político, en la conformación de la opinión pública. Las autoridades encontraron también un canal y “en la medida en que ese instrumento les servía para dar a conocer órdenes y disposiciones, se convirtieron los destinatarios propiamente por primera vez en público” (Habermas, 1981: 59).

“

**Para Habermas, resulta indisoluble la relación entre tráfico mercantil, su expansión en Europa, y el surgimiento y fortalecimiento de la prensa. Conjugación de elementos que hizo posible la aparición de una esfera pública burguesa.**

”

En ese contexto puede hablarse de una toma de conciencia por parte de ciudadanos dedicados a la actividad mercantil, se asumen “*publicum* –el abstracto oponente del poder público-, su autocomprensión como un competidor en el juego, como público de la naciente esfera pública burguesa” (Habermas, 1981: 61). Y es a partir de entonces cuando puede hablarse de esfera pública: “en la medida en que el interés de la esfera privada de la sociedad burguesa deja de ser percibido exclusivamente por la autoridad, y comienza a ser tomado como algo propio por los mismos súbditos” (Habermas, 1981: 61).

De forma paralela, las transformaciones económicas generadas por la expansión capitalista, que conllevaron los cambios reseñados, también tuvieron eco importante en la forma en cómo se producía la propia prensa. “El incremento y perfeccionamiento experimentados por el aparato técnico-organizativo exigía una ampliación del capital base, una elevación del riesgo e, ineluctablemente, la subordinación de la política empresarial al punto de vista de los beneficios” (Habermas, 1981: 212). Esta transformación que vivió la prensa para convertirse en compañías con intereses comerciales a gran escala, es un proceso característico de inicios del siglo XIX. Si bien no era un asunto nuevo la comercialización de los productos impresos, en muchos casos privada la razón política sobre los fines mercantiles. “Sin embargo, en el transcurso

del siglo XIX la escala de la comercialización se incrementó significativamente. Esto fue debido, en parte, a una serie de innovaciones tecnológicas en la industria de la impresión y, también, a la transformación gradual de las bases financieras de las industrias mediáticas y sus métodos de valoración económica” (Thompson, 1998: 108).

#### DE LA MASSMEDIACIÓN DE LO PÚBLICO

En las sociedades latinoamericanas contemporáneas se debate con insistencia el rol de los medios, dada la desarticulación de diversas instancias tradicionales de mediación (como partidos o sindicatos) y el descrédito que pesa sobre muchas de las instituciones públicas. La importancia que adquiere, desde tal perspectiva, la existencia del medio como el lugar en el cual se magnifican algunos aspectos de lo que ocurre al interior de la sociedad, permite que éste defina lógicas sociales dentro de las que se establecen parámetros que rigen lo público y cuyo curso será seguido por quienes saben que a través de ellos pueden posicionarse. “Es más, habría que decir que son los medios el escenario que buscan los políticos y los gobernantes para escenificarse de forma comunicacional bajo los géneros y las reglas impuestas por la comunicación masiva” (Bisbal, 2003: 126).

Son estas reglas las que hacen aparecer la lógica de que si algo es visto en los medios es porque existe, y lo contrario. En este contexto, la presencia de organizaciones de la sociedad civil juega un papel indiscutible, pues en muchos casos ellas podrían tener influencia directa en la reapropiación de espacios vinculados al quehacer del colectivo. Debe resaltarse el papel que muchas de estas agrupaciones de la sociedad civil han jugado y siguen jugando en la recuperación de lo público, que hasta inicios de la década de los 90 en Venezuela, y en otros países de América Latina, parecía identificarse exclusivamente con el Estado o lo estatal. “Hoy concebimos al Estado como lugar de articulación de los gobiernos con las iniciativas empresariales y con las de otros sectores de la sociedad civil” (García Canclini, 2000: 55) y esto ha sido, en parte resultado de las políticas de ajuste que implicaron un reordenamiento de las funciones del Estado, pero también -y no debe menospreciarse- a las presiones que desde distintos sectores sociales organizados se han hecho y se siguen haciendo para lograr influir en las políticas estatales que regulan al conjunto de la sociedad, en aras

de lo que apunta García Canclini de re-pensar al Estado en una concepción de agente de interés público.

Esto pasa necesariamente por la participación, “es la participación política, el ejercicio político de los ciudadanos, en sus más diversas formas lo que funda y configura lo público” (Sánchez-Parga, 1995:14). Se insertan entonces las organizaciones de la sociedad civil como espacios de comunión de intereses, aunque no necesariamente idénticos puntos de vista. Pero el hecho de saber que existen vínculos cambia la perspectiva para pasar a un estadio donde la pertenencia y la defensa de intereses son factores clave. Justamente, nuestra atención se centra en algunas organizaciones de la sociedad civil, que si bien creadas por una iniciativa privada en realidad se constituyen en un canal de participación, para ese grupo de interés, en aras de incidir en la vida social, y por tanto son expresiones políticas. “El riesgo de evacuar lo público de la sociedad civil no es tanto su despolitización, sino una repolitización que clandestinice la política” (Sánchez-Parga, 1995: 20).

Referirse a la sociedad civil como ente ajeno a lo político, a lo público, sería desconocer justamente la naturaleza de agrupación y alianza que persigue un fin dentro del espacio social, y admitida por el concepto al implicar participación e incidencia en diversos ámbitos sociales. “Nuestra sociedad civil está conformada por numerosas organizaciones y redes de organizaciones sociales que pretenden actuar en el ámbito de lo público manteniendo su autonomía respecto a los grandes partidos, a los poderes públicos que ellos controlan y a las organizaciones sociales (tales como asociaciones de vecinos, sindicatos o gremios) que responden a las líneas emanadas de algún CEN” (González Fabre, 1999: 388).

La actuación de algunos activistas del campo de Derechos Humanos en Venezuela va en esta dirección: por un lado, el intento de una reapropiación de la política en una dinámica de acción de la sociedad civil, en el marco de un sistema democrático. De alguna manera “la política ciudadana busca redefinir los problemas; ofrece el trabajo espontáneo de ciudadanos que asumen responsabilidades y se convierten ellos mismos en solución” (Capriles, 2003: 109). En Venezuela, por ejemplo, hace algún tiempo se nota un cambio en la relación de la sociedad con respecto al ejercicio de su ciudadanía. Si bien la posición años atrás se limitaba a realizar ciertas peticiones, hoy día se ob-

66

**Referirse a la sociedad civil como ente ajeno a lo político, a lo público, sería desconocer justamente la naturaleza de agrupación y alianza que persigue un fin dentro del espacio social**

99

serva, precisamente con la conformación de organizaciones activas dentro de la sociedad, una necesidad de búsqueda de soluciones desde el conocimiento de los propios problemas, dejándose un poco de lado la visión mesiánica de que todo llegará sólo desde el Estado. Precisamente el hecho de que las organizaciones de la sociedad civil se abran espacios dentro de la opinión pública a través de los medios de comunicación por sí mismas, da cuenta de ello.

Esto implica convocatoria a la participación desde diferentes flancos y ante distintas situaciones, en un momento en el que diversos sectores de la interacción social han abarcado espacios que antes les eran ajenos. La forma en la que se suscitan ciertos acontecimientos así lo determina. A inicios de la presente década Juan Navarrete, quien fuera coordinador de la Red de Apoyo por la Justicia y la Paz, una de las organizaciones venezolanas con mayor trayectoria en la defensa de derechos civiles y políticos, señaló en un espacio de encuentro de participantes de organizaciones no gubernamentales dedicadas al campo de los Derechos Humanos: “La aparición de una esfera pública no estatal, es una respuesta a la crisis del Estado, la cual puede ser entendida a partir de estas dos restricciones: la económica, que exige la eficiencia de los servicios sociales que el Estado presta o financia; y la política, que requiere decisiones tomadas en el ámbito democrático.” (Navarrete, 2001: 7).

En algunos estudios, (Paris Pombo, 1990: 102) se resalta el poder y la influencia de la construcción discursiva de estas agrupaciones o movimientos, llamados también simbólicos, tanto en las decisiones oficiales como en la constitución de la cultura política nacional. Además, configuradas en momentos de crisis sus acciones pueden responder a particulares necesidades sociales, pues llenan los vacíos que dejan preguntas sin responder por parte de otros sectores ante ciertas circunstancias. Tal vez su compromiso “moral” con la sociedad sea clave en esas situaciones, haciendo que su papel se eleve a los ojos de algunos ámbitos civiles que se sienten identificados con sus proyectos. Un ejemplo citado en este trabajo fue el papel jugado por grupos defensores de los Derechos Humanos (en general agrupaciones con números limitados de activistas e integrantes) para que se visualizaran -se hicieran de conocimiento notorio-, especialmente internacional, las aterradoras experiencias (torturas, desapariciones, ejecuciones) vividas bajo las dictaduras en varios países de Sudamérica en la década de los años 70 y 80 del siglo XX. Este accionar coincide con una visión amplia que no circunscribe territorialmente la noción, “ya que en público se constituye todo espacio, tiempo y prácticas sociales donde lo político y la política están en juego” (Sánchez-Parga, 1995: 21). Lo público, resumidamente, se articula entre el interés común, el espacio ciudadano y la interacción comunicativa (Rey citado en Martín-Barbero, 2001B: 76).

En este marco, “los medios se constituyen (...) en instrumentos válidos que proporcionan modos de comprensión y elementos de análisis a la opinión pública, en relación con determinados asuntos políticos y sociales” (Osorio Meléndez, 2002: 23). No se trata de construir una justificación todopoderosa del accionar de los medios de comunicación, empero no debe obviarse el papel central que juegan en las sociedades contemporáneas y especialmente latinoamericanas. “Los medios no son el único agente de socialización política, pero son los medios quienes llevan más eficaz y más rápidamente la información política a los hogares. Lo que ellos difunden y el modo en el que lo hacen influye en las creencias del público acerca de lo que es y de lo que debería ser la política” (Álvarez, 1995: 87).

Esta tendencia ha llevado a que muchas estrategias políticas, en la actualidad, se hagan desde lo comunicacional, pasando a ser este aspecto central en las

mismas y no un aspecto complementario. Así, observamos cómo elementos que años atrás no tenían mayor relevancia para las figuras públicas, hoy día forman parte integral de sus campañas políticas, como lo es la asesoría de imagen, que se ha convertido en práctica común para todos aquellos que aspiran ofrecer seguridad y credibilidad a través de los mass media a los posibles electores. Con esto, esta dimensión no sólo es un recurso, sino el propio espacio desde donde se efectúa la acción política, la intervención en la esfera pública. De modo que “el diálogo entre individuos y sociedad, sociedad y políticos, políticos y gobierno, se realiza, en buena medida, a través de los medios” (Osorio Meléndez, 2002: 23).

66

**Observamos cómo elementos que años atrás no tenían mayor relevancia para las figuras públicas, hoy día forman parte integral de sus campañas políticas, como lo es la asesoría de imagen, que se ha convertido en práctica común para todos aquellos que aspiran ofrecer seguridad y credibilidad a través de los mass media**

Autores con un marco de reflexión situado en América Latina, como Martín Barbero (2001A: 75-77), han apuntado que esta dinámica no resulta extraña a la experiencia social de nuestros países dado que estamos en sociedades en las que actores tradicionales como el Estado, Iglesia y partidos políticos ya no pueden vertebrarla, y hay una presencia masiva de la industria massmediática, con lo cual “lo público se halla cada día más identificado con lo escenificado en los medios”. La proyección de lo que sucede vista a través de ellos hace pensar que en muchos casos todo termina donde acaban los límites de lo que presentan. Por tal razón, el resto de un mundo que sigue generando otro tipo de construcciones comunicacionales queda excluido y “la comunicación” parece ser sólo asunto de los medios.

A partir de esta premisa, es en cierto modo comprensible que la sociedad civil sienta realizada una de las fases más importantes de su hacer cuando logra ocupar un espacio dentro de esa inmensidad, que a su vez, es sólo una parte del conjunto de expresiones comunicativas al interior de una sociedad. Pero tal vez por ser ésta la más pública y evidente, se desdibuja un poco el significado del resto de manifestaciones que, si bien no aparecen en la escena de lo mediático, pueden ejercer un peso igual de decisivo en la configuración de lo cotidiano.

Actualmente, “se habla de los medios masivos como lugar del encuentro, del reconocimiento, de la construcción plural de la opinión. Los medios son, para algunos, el lugar de la realización plena de esa comunidad inclusiva que nuestros países niegan, de esa ciudadanía meramente nominal o incompleta derivada de las profundas desigualdades económicas y sociales en que vivimos y que conculca no sólo los derechos ciudadanos sino que im-

pide el cumplimiento de las obligaciones que esa condición conlleva y hasta la misma posibilidad de reconocer y reivindicar aquellos derechos” (Mata, 2002: 67). No cabe duda de que independientemente de los valores que defiendan o de las posiciones que los medios asuman, la posibilidad de hacerse presente en ellos es, al menos, garantía de acceso a un espacio donde convergen diversos sectores cuyo encuentro propicia deliberaciones en torno a temas de interés colectivo.

Ello ocurre más allá del hecho de que, como en el caso venezolano, la polarización política y su suscripción por parte de los mass media haya conllevado a que en medios identificados con el gobierno se refleje en mayor medida la opinión de sectores que siguen esa línea y a que en medios que hacen oposición al mismo, prevalezcan sectores que igualmente están en contra del gobierno. Es de reconocer que incluso cuando los extremos llegan a ese ámbito, la mera existencia de un espacio que en esencia admite la generación de debates es importante en términos de consumación del ejercicio de ciudadanía. “Otro aspecto que acrecienta el rol de los medios por los efectos que consiguen es que, debido a la fascinación y encanto que ellos producen, condicionan automáticamente las verdades sociales, jurídicas, éticas y morales que entregan, convirtiéndolo-

las en verdades mediáticas autónomas. Las verdades sociales, éticas y morales obedecen a un discernimiento racional o al menos constituyen el producto de un ethos inspirado en la verdad como tal. Las verdades mediáticas, en cambio, obedecen a criterios de emotividad en los que adquieren valor de por sí” (Osorio Meléndez, 2002: 24).

La manera en que se presentan y relacionan acontecimientos a través de los medios de comunicación determina en buena medida el privilegio con el que cuentan por encima de otras formas de expresión que se producen fuera de ellos.

Lo que se muestra en ellos debe ser atractivo para la audiencia, no sólo en términos de captar su atención para garantizar *rating*, sino para lograr una identificación plena en relación con los puntos de vista que se transmiten. La especie de lupa que representa la pantalla, el micrófono o la página del diario, además de una estética particular que acentúa la posibilidad de atención sobre ellos, relativiza preceptos establecidos y los coloca en tela de juicio frente a otros que responden a conflictos más actuales y novedosos, pero no por ello menos idóneos. Por tal razón, el control y la responsabilidad de los medios sobre la manera en la que se jerarquiza lo que está o no en sus espacios, define también los principios inherentes a las formas sociales de organización, pues éstas saben que sólo verán reflejadas sus acciones en la medida en que se inserten dentro de la lógica massmediática.

Desde los medios se construye una idea de opinión pública con encuestas y sondeos, “que tienen cada vez menos de debate y crítica ciudadanos y más de simulacro” (Martín Barbero, 2002). Estamos ante una dinámica en la que cotidianamente se nos presentan resultados de estas consultas como la opinión pública legítima y válida, mientras que en este incessante bombardeo de información y toma de posiciones “la sociedad civil pierde su heterogeneidad y su espesor conflictivo para reducirse a una existencia estadística” (Martín Barbero, 2002). Apelando justamente a estos mecanismos de consulta, en el caso venezolano, cabe recordar que los medios de comunicación, según los sondeos de la firma Datanálisis, vinieron ocupando durante años un lugar privilegiado entre las instituciones de mayor credibilidad para los consultados; esta tendencia parece haberse roto –según estas propias consultas de opinión– durante el 2002 y especialmente con la crisis institucional vivida en abril de ese año

y el papel que jugó el sector comunicacional en la misma. Recordemos que en ese momento, los medios de comunicación venezolanos, privados y estatales, se suscribieron a una u otra tendencia política, a un sector o al contrario, respondiendo a lo que ellos mismos consideraban necesidades del público. Al recibir una retroalimentación positiva por parte de sectores sociales que se identificaban con sus planteamientos, construían y trataban de reflejar verdades parciales al margen de las posibles necesidades informativas de la población como conjunto.

Sin embargo, algunos autores consideran que "la verdadera importancia social de la acción de los medios de comunicación de masas no se sitúa en el plano más inmediato de las actitudes y opiniones individuales, en el cual su influencia es bastante relativa. Por el contrario, esta repercusión hay que buscarla en un plano más profundo, más a largo plazo, en los efectos que tienen sobre la comprensión de la realidad política por parte del público y, en consecuencia, sobre la formación de la opinión pública" (Benedicto, 2002: 35)

En un proceso en el cual ha habido una adaptación por parte de la sociedad al hecho de que los medios estén presentes en muchos ámbitos, no resulta extraño que los mismos se vean como integrantes de la esencia social. El impacto de su acción ya no se ubica en la influencia directa sobre actitudes y conductas, sino que va más allá, a la creación de significados que conlleva a la conformación de una realidad (Benedicto, 2002: 34). En un sentido general, sin embargo, la construcción mediática de la política no es asunto exclusivo de este país y de la particular coyuntura que vivimos. La tendencia apunta al conjunto de este quehacer en diferentes ámbitos y realidades nacionales: "ahora la política es cuestión de comunicaciones masivas" (Bisbal, 2003:125), pero ante el vacío de representación en la construcción de lo que se espera sea representativo, se facilita la adhesión del discurso de quienes intervienen o pretenden intervenir en lo público al modelo de comunicación hegemónico (Martín Barbero, 2002: 16).

En América Latina, estamos en sociedades en las que -con excepciones- no existen liderazgos consolidados, como los que fueron construidos anteriormente desde la base en una relación directa, y esta debilidad en la acción de quienes pretenden representar posibilita la intervención mediática en la definición de la propia agenda política, quedando ésta al servicio

“

**En América Latina, estamos en sociedades en las que -con excepciones- no existen liderazgos consolidados, como los que fueron construidos anteriormente desde la base en una relación directa, y esta debilidad en la acción de quienes pretenden representar posibilita la intervención mediática**

”

de aquella y, no como podríamos entender en una práctica coherente, en la cual lo comunicacional es una estrategia más en el conjunto de acciones y no la vértebra central del quehacer político.

#### **A MODO DE CONCLUSIÓN**

El aporte de Habermas, como han reconocido diversos estudiosos, ha sido capital para ubicar la importancia de la prensa, de los medios de comunicación en un sentido general, en la construcción de la acción política, dentro de las sociedades modernas. Esta conformación de la esfera pública a la cual hace referencia su significativo texto "Historia y crítica de la opinión pública", permite detectar un cambio de época, de mentalidad, en torno a la participación en los asuntos de interés público, y el rol mediador de la prensa en la compleja relación entre Estado y sociedad. La revisión histórica permite ubicar características particulares de aquel contexto, pero que a la luz de las sociedades contemporáneas no deja de tener validez su reflexión y revisión.

La constitución de lo público, tal como lo entendemos modernamente, tiene una deuda importante con la prensa, tras ver el papel que jugó ésta en los contextos de la expansión capitalista de varios países de Europa occidental. Mirando és-

te tema, hoy, con los pies puestos sobre un país latinoamericano, la cuestión de lo público y el papel de los medios de comunicación, sigue teniendo absoluta vigencia (y necesidad de ser abordado). Las crisis políticas que han debilitado a la institucionalidad democrática, han corrido de forma paralela al robustecimiento económico y político de los medios de comunicación, especialmente de la televisión. Esto ha colocado un poder muy importante en estos medios para intervenir en la vida pública. En no pocos casos estamos presenciando también un cambio de época en relación con la constitución de lo público, que vaciado de su razón política (de su interés precisamente público) puede quedar expresado en simple estrategia (y expresión) mediática.

■ **Andrés Cañizález**  
Director de *Comunicación*  
y Profesor de la UCV

#### **Bibliografía consultada**

- Álvarez, Ángel (1995) "Crisis de los partidos y auge de los medios como agentes de legitimación y de socialización política". En: Medios de comunicación y responsabilidad ciudadana. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas. pp. 85-108.
- Benedicto, Jorge (2002) "La construcción comunicativa del espacio público". Revista Foro, (45): 27-37. (Fundación Foro Nacional por Colombia, Bogotá).
- Bisbal, Marcelino (2003) "Cuando la política es asunto de medios". En: María Ramírez Ribes (compiladora): Venezuela: Repeticiones y Rupturas. Capítulo Venezolano del Club de Roma. Caracas. pp. 125-138.
- Capriles, Ruth (2003) "La ciudadanía en ejercicio". En: María Ramírez Ribes (compiladora): Venezuela: Repeticiones y Rupturas. Capítulo Venezolano del Club de Roma. Caracas. pp. 99-111.
- Cunill Grau, Nuria (1997). Repensando lo público a través de la sociedad. Caracas: Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo y Editorial Nueva Sociedad.
- Dunn, John (1992) "La libertad como valor político sustantivo". En: Luis Castro Leiva y otros: El liberalismo como problema. Caracas: Monte Ávila Editores.
- García Canclini, Néstor (2000) "Políticas culturales en tiempos de globalización". Revista de Estudios Sociales, (5): 19-35 (Fundación Social, Bogotá).
- González Fabre, Raúl (1999) "La cuestión cultural y política de la sociedad civil en Venezuela". SIC, (619): 388-391. (Centro Gumilla, Caracas).
- Habermas, Jürgen (1981) Historia y crítica de la opinión pública. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Martín Barbero, Jesús (2001) "Reconfiguraciones comunicativas de lo público". Anàlisi, (26): 71-88. (Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona).





*Las informaciones publicadas sobre ciencia son disímiles entre sí. La caracterización de textos periodísticos según el tratamiento del contenido permitió describir y clasificar distintas maneras en que se expone la ciencia a la sociedad. En este artículo se estudian las categorías Información noticiosa, Anticiencia, Publicidad redaccional, Explicación deficiente, Orientación al público y Seudociencia. Una de las conclusiones a la que llegan las autoras es que ha sido mayor el número de notas con orientación informativa que interpretativa, lo que evidencia que la formación intelectual de los lectores ha sido desplazada por la inmediatez que define al diarismo en los medios de comunicación.*

■ **María A. Berroterán  
y Patricia Pérez**



# Información sobre ciencia en **Una propuesta**

*“El poco espacio debe compensarse con la calidad del mensaje”*

**MANUEL CALVO HERNANDO**

**E**l periodismo científico, entendido como la especialización orientada a divulgar los logros y expresiones de la ciencia, es de importancia capital para la formación de un pensamiento ciudadano orientado hacia el desarrollo sostenible. De esta manera, entre los objetivos principales de esta especialización está la formación de una conciencia pública sobre el valor de los conocimientos que brinda la ciencia, y de la producción de tecnologías propias o adecuadas para cada comunidad. Así, la *divulgación* intenta crear actitud positiva y conocedora de la ciencia entre los integrantes de la sociedad.

De allí que para promover la divulgación científica como medio de educación informal del lector, que intenta moverse en un entorno cada vez más científico y tecnológico, es necesario primero conocer la realidad de este tipo de tratamiento en los medios impreso actuales.

En Venezuela se hace divulgación de la ciencia desde hace largo tiempo en las páginas de nuestros periódicos, pero aparentemente este no es el tratamiento mayoritario de las informaciones sobre ciencia. Todo parece indicar que los diarios de circulación nacional apuntan más a mantener un lector medianamente informado que a formarlos en conciencia crítica sobre los hechos científicos que acompañan su rutina diaria, según investigación realizada sobre las informaciones publicadas en estos medios durante el año 2002.

#### LA INVESTIGACIÓN

Desde que en 1999 Sami Rozenbaum se aventurara a poner en claro que seudociencia y anticencia son conceptos paralelos o contrarios a la ciencia, aunque en los periódicos se hable de ellos como de una misma cosa, no se habían realizado nuevas indagaciones que describieran las condiciones contemporáneas del periodismo venezolano dedicado a la diseminación de la ciencia.

Esto motivó la realización de este estudio, en el que se pretendió comprender las características de la información sobre ciencia en *El Nacional*, *El Universal*, *Últimas Noticias*, *El Globo* y *Panorama*. Además, durante la observación directa de los datos quedó en evidencia una dife-



Galería de Papel, Starsky Brines. (2004)

# los diarios venezolanos taxonómica

rencia notable entre la cantidad y variedad de textos con tratamiento meramente informativo frente los de tipo divulgativo (aquellos tradicionalmente caracterizados como Periodismo Científico). Esto obligó a la tarea de proponer una clasificación de esa masa heterogénea que conforman los textos de tratamiento informativo de la ciencia.

De esta manera, la selección por descarte de lo que correspondió o no al *tratamiento divulgativo*, o Periodismo Científico, se basó en la clasificación de Manuel Calvo Hernando, en los conocimientos previos de las investigadoras y en la observación de determinadas características en la revisión diaria de los ejemplares.

#### NOTA METODOLÓGICA

Se recurrió a dos métodos diferentes: el análisis morfológico y el de contenido. El primero de éstos correspondió a la aplicación de una matriz *cualicuantitativa* según el modelo de Jacques Kayser, por medio de la cual se identificaron las *cualidades* generales de la información de carácter científico y se *cuantificó* el espacio que ocupa en la prensa de circulación nacional el *tratamiento divulgativo e informativo* dado a esta fuente periodística.

En segunda instancia, ante la cantidad significativa de espacio físico ocupado en comparación con los textos divulgativos y frente a notables diferencias en el discurso, se examinó el contenido de los escritos *tratados de manera informativa*. A partir de la identificación de los rasgos propios de estos textos se formuló una propuesta de clasificación, para conceptualizar las diferentes modalidades en que se presentaron los acontecimientos científicos con *tratamiento informativo*.

Estas diferencias en la intención, o en el objetivo de la información al momento de la *encodificación* del mensaje, constituyeron los elementos que permitieron realizar la distinción entre cada una de las 6 modalidades que se presentan (Información noticiosa, Divulgación científica, Orientación al público, Publicidad redaccional, Explicación deficiente, Seudociencia y Anticiencia).

La información sobre ciencia publicada en la prensa diaria de circulación nacional desde enero hasta noviembre de 2002, constituyó el universo de la investigación. Después de un arduo proceso de revisión de 1.670 ejemplares, entre los cinco periódicos que conformaron el estudio, se tomó el 25% de los promedios mensuales por diario, de las unidades de

“

**El tratamiento informativo es una mayoría considerable pues representó el triple del valor del tratamiento divulgativo: de 3.710 textos de información sobre ciencia, 2.852 recibieron un tratamiento informativo.**

”

muestreo —que incluyen los textos que corresponden a los cánones del *tratamiento divulgativo e informativo*—. La muestra estuvo compuesta por un total de 89 unidades informativas, de las cuales 21 correspondieron al material divulgativo y 68 al informativo.

#### LOS DATOS HABLARON

La observación detallada del universo en estudio permitió reconocer dos maneras de exponer la ciencia: el *tratamiento divulgativo*, en que se explica al lector el proceso para que ocurran los diferentes hechos de la ciencia, y el *tratamiento informativo*, en el que simplemente se enuncian los datos más importantes acerca del acontecimiento.

Luego de medir el centimetro que ocupan cada uno de estos tratamientos, se determinó que el *tratamiento informativo* es el preferido, pues —aunque a los textos divulgativos se les cedió espacios más grandes por texto— se publicó con mayor frecuencia y goza de mayor centimetro que al año.

De hecho, el *tratamiento informativo* es una mayoría considerable pues representó el triple del valor del *tratamiento divulgativo*: de 3.710 textos de información sobre ciencia, 2.852 recibieron un *tratamiento informativo*. Pero, además de ser un grupo numeroso, no se presentan con una misma cara.

Las informaciones con este tipo de tratamiento no componen un conjunto homogéneo, aunque sí poseen características comunes. Predominan los factores pe-

riodísticos de actualidad e interés humano y se prefiere el lenguaje claro y sencillo, salvo las exigencias particulares de una de las clasificaciones (Anticiencia). No se emplea el seudónimo, sino que se prefiere la identificación del autor, aunque éste a veces sea una agencia de noticias. Los temas son variados, según los objetivos de cada categoría.

La identificación de los textos también permitió hacer suposiciones sobre la posible relación entre la publicación de los hechos científicos y el resto de la información presente en la misma página. Y fue de esta manera cómo se observó que el diario *Panorama* difundió avisos de pornografía al lado de las informaciones relacionadas con la temática científica. Así como también se localizó en varios periódicos cierta cantidad de avisos publicitarios relacionados con productos o servicios mencionados en los textos. También se evidenció una relación particular entre la tecnología, la información económica y el tratamiento de Publicidad redaccional. Por observación directa se constató que los temas tecnológicos se publicaron en las secciones de Economía y Negocios, y gran parte de ellos bajo la forma de Publicidad redaccional.

Entre los periódicos analizados, *El Universal* prestó mayor atención a la función de crear una opinión pública y de instruir a los lectores en temas científicos. Además, es el único diario que posee una valoración casi igualitaria para ambos tratamientos (1 texto divulgativo por cada 1,4 textos informativos).

*El Globo* muestra la cara opuesta de esta moneda periodística pues presentó un único texto divulgativo versus 33 textos informativos publicados en el período que se estudió. *El Nacional* y *Panorama* poseen valores intermedios similares, mientras que *Últimas Noticias* se encuentra por debajo de la expectativa medial.

En rasgos generales, pareciera que aún no existe una conciencia clara de la importante presencia de este conocimiento en el desarrollo de una sociedad, pues los registros varían considerablemente entre cada periódico cuyo equipo de redacción tiene una percepción particular que no comparte con sus homólogos de otros medios impresos. Así, aparentemente la ciencia se hace pública por compromiso individual de algunos profesionales y no como consecuencia de una estrategia editorial conjunta.

En el estudio, los textos se agruparon en seis renglones según rasgos en común que sugirieron la identidad de cada categoría. Su identificación y su respectiva

descripción, permiten tener ideas más claras sobre el periodismo que tiene a la ciencia como tema:

**Información noticiosa:** Son textos que se valen de un lenguaje claro y sencillo para exponer los principales hechos del acontecer científico actual, en especial sobre temas de interés directo del lector como las afecciones humanas. La información es generalmente suministrada por las agencias de noticias internacionales y cuyas fuentes plantean recomendaciones sobre el tema publicado, ofrece explicaciones en cuanto al hecho en sí y sus protagonistas; aunque omite algunos elementos, añade detalles en otros aspectos como la forma, el lugar, el momento, las causas y los afectados del suceso.

**Anticiencia:** Son textos que se valen de un lenguaje vago y poco comprensible para oponerse a los postulados científicos, sus procedimientos y resultados, e influir en la opinión de lector para ganar un partidario más. Para lograr mayor credibilidad, los autores —en su mayoría personas identificadas mediante su rúbrica— recurren a especialistas de universidades y centros de investigación quienes recomiendan seguir estas creencias.

Se ofrecen datos sobre fenómenos únicos, predicciones y alternativas médicas milagrosas. No se exponen las relaciones causales de los hechos que promocionan, ni la manera en que sucederán.

**Publicidad redaccional:** Son textos que se presentan con la forma de un género periodístico, pero sus datos están estructurados con el objetivo de inducir al lector a consumir un determinado producto o servicio, de manera que todos los datos —expuestos con un lenguaje breve, claro y sencillo— faciliten el acercamiento del consumidor.

La fecha y el responsable de creación o lanzamiento son elementos imprescindibles pues generalmente se refiere a avances tecnológicos e informáticos sobre el que diversos especialistas dan opiniones, sin dar recomendaciones.

**Explicación Deficiente:** Son textos caracterizados por un proceso de “traducción” incompleta de los mensajes del lenguaje de la ciencia al de los medios informativos, que resulta de la inconsistente utilización de las palabras o ejemplos que intentan hacer más perceptibles las ideas. La explicación presenta algún tipo de defecto, o no alcanza el nivel considerado normal, en la revelación de las causas o motivos de la información.

**Orientación al Público:** Textos que tienen la intención de persuadir al lector

por medio de las recomendaciones para provocar un determinado comportamiento, que en la mayoría de los casos viene dado por la modificación de los hábitos relacionados con los temas de la salud. Tiene como fin último inducir la adopción de nuevas costumbres.

**Seudociencia:** Son textos que valiéndose de un lenguaje vago y poco comprensible, intentan simular el carácter científico de hechos informativos que no corresponden a estos cánones; con el apoyo en términos parecidos a los de la ciencia, para la explicación de los procedimientos y resultados. Los temas reseñados no son susceptibles de experimentos o repeticiones, de allí que un factor determinante para su detección sea mostrar la condición irreproducible de un determinado hecho.

### ALGUNAS CONCLUSIONES

La clasificación adelantada sobre la manera en que se presenta la información sobre ciencia en los medios impresos de circulación nacional, permitió reconocer de qué forma la noción que internacionalmente se maneja sobre el “periodismo científico”, se aplica en los diarios venezolanos.

En este sentido y después de investigar las características de la información de temática científica, se podría afirmar que la *divulgación* de los hechos de naturaleza científica a través de los medios de comunicación que preconiza el periodismo científico (desde una perspectiva formadora y educativa) no fue el único tipo de tratamiento que se presentó en los textos estudiados. Por el contrario, la *divulgación* —que se enfoca en el tratamiento interpretativo y vulgarizador— parece agrupar una pequeña parte de la Información sobre ciencia que publican los medios impresos, orientados más bien a informar de manera coyuntural y fragmentaria.

Al distinguir en el estudio un mayor número de textos correspondientes al *tratamiento informativo* antes que el *divulgativo*, es posible constatar que de las diversas funciones del periodismo tal vez la que se destina a contribuir a la formación intelectual de los lectores, ha sido la más desplazada por la inmediatez que define al diarismo en los medios de comunicación.

Y si bien es cierto que esta característica se presenta como constante en la práctica general del periodismo, la información que se publica corre el riesgo de no ser lo suficientemente precisa, al tratarse de temas de significación social como los

que propone la ciencia. Es decir, tal vez se estaría contribuyendo más a la simple aportación acrítica de datos que a la formación de los lectores.

Tal vez, identificar los siete formatos que puede adoptar el registro heterogéneo de la *Información sobre ciencia* —Información noticiosa, Divulgación científica, Orientación al público, Publicidad redaccional, Explicación deficiente, Seudociencia y Anticiencia—, permitiría a los periodistas reconocer el alcance real de las informaciones que publican y tomar conciencia de las características de la información que recibirían los lectores.

Después de reconocer algunas de las principales características de la Información sobre ciencia que se publica en los medios impresos de circulación nacional, y de comprobar que los hechos científicos son tratados con la intención de *informar* antes que de *divulgar*, podría plantearse una revisión de la caracterización general del periodismo científico que hacemos en Venezuela.

Antes de esta propuesta de clasificación, ninguno de los principales autores de esta especialidad se había dedicado a definir, de acuerdo con la práctica real del periodismo científico, las diferentes modalidades de presentación no divulgativas que se utilizan en los medios impresos. Las teorías sólo sugerían la presencia de un formato más, al que se le dio el nombre de información pero sin describir sus características.

De allí la importancia de plantearse trabajos continuos de investigación en prensa, para comprender lo mejor posible las expresiones y modalidades de la práctica periodística venezolana.

### Fuentes consultadas

- Hernández, R. 1998. *Metodología de la investigación*. México; Editorial McGraw-Hill.
- Rozenbaum, S. 2001. *Ciencia, pseudociencia y anticiencia*. Ediciones Comala.com
- Van Dijk, T. 1990. *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Ediciones Paidós, España.
- Wimmer, R. 1996. *La investigación científica de los medios de comunicación*. Barcelona, Colecciones Bosch Comunicación.

## Dinámicas de percepciones sobre prácticas de Comunicación y Salud

# Los jóvenes y

### Resumen

*El artículo afronta la vinculación entre medios y prácticas de comunicación en cuanto a la difusión de tópicos de salud pública para adolescentes.*

*Los datos utilizados fueron obtenidos a través de un proyecto de investigación realizado*

*en varios países por COMSALUD, y auspiciado por la Organización Panamericana de la Salud (OPS), la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS)*

*y la Organización de las Naciones Unidas (ONU).*

*En este caso, se abordan los hallazgos realizados en Maracaibo, Venezuela.*

*La investigación se fija en horizontes como qué nivel de acceso tienen los adolescentes de la región a los distintos medios de comunicación, qué información relacionada con los temas vitales de salud pública reciben, y cuáles agendas informativas de los medios perciben y prefieren.*

*La Universidad del Zulia viene participando en el proyecto COMSALUD desde 1997 con diversas investigaciones.*

### Abstract

*The article deals with the role of the media in communicating public health information for teenagers. The data were obtained from a research project carried out in several countries by COMSALUD and sponsored by the Panamerican Health Organisation (PHO), the Latin American Federation of Journalism Faculties (FELAFACS) and the United Nations, and relate to findings in Maracaibo, Venezuela. The research looks at the degree of access teenagers in the region have to different media, what information they receive about vital health topics, and which media news agendas they perceive -and which they prefer. The University of Zulia has been participating in the COMSALUD project since 1997 with a number of different research programmes.*



# las significaciones



*Galería de Papel. Starsky Brines. (2004)*

## SOBRE LA TEORÍA DE LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

Todo individuo es un ser social que se desenvuelve en un campo de actuación prescrito por las normas, valores y tradiciones de la comunidad o sociedad a la que pertenece. Es así como los patrones de conducta o comportamiento social que exhibe responden a un guión o libreto aprendido como resultado de su interacción en grupos que le permiten insertarse en los procesos de socialización convencionales.

La percepción del individuo respecto a su entorno responde a un conjunto de estímulos provenientes del ambiente, que pueden significar para él oportunidades o amenazas, filtradas desde su posición imbuida por debilidades, fortalezas, gustos, preferencias, necesidades y expectativas, en un mundo regido por convenciones sociales. Ello, le proporciona tomar decisiones, desechando o aceptando aquello que juega un rol importante en la satisfacción de sus necesidades y expectativas, razón por la cual cada sociedad imprime al individuo un tipo de necesidad y un nivel de capacidad para la resolución de las expectativas.

En consecuencia, todo individuo responde a estímulos que provienen del entorno social (regido por normas, valores y tradiciones) a partir de la percepción que hace a través de los sentidos, las respuestas dadas están dirigidas a la satisfacción de necesidades, según las características que definen a su grupo, de acuerdo a edad,



sexo, estrato social, nivel educativo, nivel de información, gustos, preferencias y las pautas de conducta internalizadas por medio de los procesos de socialización.

Diversas investigaciones sobre el efecto y la recepción del mensaje massmediático, señalan su influencia en la creación, refuerzo y cambio de actitudes, opiniones y conductas, sobre todo la incidencia de los contenidos violentos de la televisión en niños, las consecuencias de la propaganda, y la publicidad.

La investigación de comunicaciones ha revelado firmemente, por ejemplo, que las personas tienden, en términos generales, a leer, observar o escuchar las comunicaciones que presentan puntos de vista con los cuales ellos mismos se encuentran en afinidad o simpatía y tienden a evitar comunicaciones de un matiz diferente. Se ha encontrado que las personas que fuman son menos propensas a leer artículos de periódicos acerca del cigarrillo y el cáncer, que los que no fuman. La percepción o interpretación también es selectiva, las personas que están expuestas a comunicaciones con las cuales no sienten afinidad o simpatía no es extraño que deformen el contenido de manera que terminan por percibir el mensaje como si apoyara su propio punto de vista.

Investigaciones realizadas por Bandura y Berkowitz (1996) Wimmer R. y Dominick J.(2000) desde el punto de vista del aprendizaje social, determinaron a través del análisis de los efectos de los contenidos violentos de la TV en niños y en adolescentes, que dichos mensajes no sólo refuerzan puntos de vistas preexistentes, sino que son capaces de causar conductas agresivas en estos segmentos del público, como consecuencia del aprendizaje obtenido de dichos contenidos, y que es más probable que ocurra por estimulación que por catarsis, es decir, que se exprese con un comportamiento violento en vez que con una sublimación de la agresión latente en el individuo.

La investigación de los años 90 basada en el aprendizaje social, no da tanta importancia a las consecuencias que pueda acarrear la exposición a los medios, por cuanto plantea que las personas se enteran de acciones prosociales o antisociales a través de la televisión, el video o el cine, y que esto puede ocasionar tanto una conducta similar (prosocial o antisocial) en la vida real, por su exposición repetida a los mismos contenidos, como una insensibilización a los mismos.

La exposición a los medios hace pensar a algunos investigadores que los contenidos

“

**Cifras como las que proporciona el Banco Interamericano de Desarrollo (1998) nos muestran que las sociedades latinoamericanas presentan la peor distribución de la riqueza en el mundo y el sector sobre el cual recaen los mayores porcentajes de problemas en salud, educación, desempleo e ingreso, es el de su juventud.**

”

violentos se impondrían en los libretos o guiones mentales de los jóvenes, quienes no teniendo contacto o experiencia en la vida real con la violencia, son propensos a memorizarlos y luego insertar dichas conductas o comportamientos presentados por los medios en su entorno social.

La nuevas concepciones sobre la relación medios-audiencia coinciden en reconocer y privilegiar la existencia de audiencias activas capaces de reinterpretar, transformar y apropiarse los mensajes provenientes de los medios masivos de comunicación (McQuail, 1994).

Desde el paradigma de las mediaciones muy conocido en América latina, particularmente por Martín Barbero (1987), la recepción de los mensajes de comunicación masiva no es pasiva por parte de las audiencias, sino que es afectada por una serie de mediaciones que relacionan el contenido de esos mensajes con aspectos contextuales. Al respecto Enrique Sánchez (1993:23) señala que este es el paradigma que “esta en boga” entre los investigadores latinoamericanos. Alude a la importancia indiscutible que esta teoría tiene al aportar elementos fundamentales, para comprender el proceso de recepción de un mensaje tal como sucede y de allí lo valiosa que resulta, tomando en consideración que posteriormente fue profundizada por el modelo de las Multimediaciones

de Guillermo Orozco (1996). Desde esta perspectiva, es de gran utilidad para una problemática que pretende articular comunicación y salud, una vía ideal para estudiar este tema.

Esto quiere decir, que si deseamos dar respuesta a los interrogantes planteados se debe tomar en consideración los diversos escenarios y situaciones que, de una manera u otra, pueden incidir en la forma en la cual un joven recibe el mensaje y el sentido final que le dará y del cual se apropiará.

## LOS JÓVENES

El estudio se centra en adolescentes de 12 a 19 años. Es importante conocer las *prácticas que le dan los adolescentes a la información de salud*, es decir, qué uso le dan a la información de salud recibida por parte de las diferentes fuentes a las que se ven expuestos, desde su familia hasta Internet, a fin de establecer ciertamente, si los jóvenes aplican de alguna manera los conceptos recibidos a través de los mensajes de salud, en su día a día, en la cotidianidad.

En el orden cronológico, la Organización Mundial de la Salud define a los adolescentes como a la gente joven con edades comprendidas entre los 10 y 19 años, (adolescencia temprana entre 10 y 14 años, adolescencia media de 15 a 17 años y adolescencia tardía entre 17 y 19 años).

El término adolescencia proviene etimológicamente de *adolecer*, es decir, sufrir y padecer; ella trae consigo cambios significativos tanto fisiológicos como psicológicos que afectan los deseos, estados de ánimo y comportamientos de este grupo poblacional. Lo de sufrir y padecer se compadece con los cambios que vive todo joven.

En la última década del siglo XX, las condiciones de vida, convivencia, justicia y equidad de la juventud en América Latina se han deteriorado, la situación actual es más grave que hace 10 años. Cifras como las que proporciona el Banco Interamericano de Desarrollo (1998) nos muestran que las sociedades latinoamericanas presentan la peor distribución de la riqueza en el mundo y el sector sobre el cual recaen los mayores porcentajes de problemas en salud, educación, desempleo e ingreso, es el de su juventud. Si se observa que 2 de cada 5 personas que habitan la región se encuentran entre 15 y 24 años, resulta evidente la magnitud numérica de una realidad aún más compleja, una de cuyas manifestaciones radica en el estigma de ser adolescente.

Los adolescentes y jóvenes, al igual que el resto de la población, necesitan para su salud física y mental tener múltiples opciones de desarrollo económico, social y cultural, así como de recreación y disfrute del placer en el uso del ocio. Las oportunidades que tienen los jóvenes no son las deseadas en ninguno de los ámbitos señalados, en especial para la población rural y marginal.

### ¿CÓMO SE HIZO LA INVESTIGACIÓN?

Esta investigación es, en primer término, de carácter exploratorio y descriptivo. Es exploratoria en cuanto intenta identificar pistas y tendencias de la relación medios-adolescentes en el contexto de la salud pública. Es descriptiva en cuanto nos permite identificar las características de una serie de elementos relacionados con el acceso a y uso de medios por parte de los adolescentes de la región, con énfasis en algunos temas de salud. Ciertamente establece algunas relaciones entre el *acceso a y usos de los medios* con los *usos de la información sobre determinados temas de salud pública*.

Así, a través de grupos focales, se propone profundizar acerca de algunos aspectos concretos en torno a los usos de los medios, a la información sobre salud en medios recibida por los adolescentes, a las percepciones sobre la información sobre temas relacionados con salud. Por ello, la propuesta metodológica se inicia con una mirada de corte cualitativo.

Es posible determinar los alcances que tienen los mensajes difundidos por los medios de comunicación, por su grupo de pares (los amigos) y en general por su entorno. El análisis realizado está categorizado según el sexo, la edad, el estrato y las zonas urbano-rural en donde viven los adolescentes. Es decir, que la información se segmentó por la zona de residencia del adolescente, si vive en un ambiente rural o si vive en zona urbana, esta diferenciación solo se realizó en nuestro caso Venezuela y en el Perú.

Ante la dificultad que implica por diversas razones lograr una muestra representativa a partir de la aplicación de una encuesta, que permita con certeza generalizar aspectos relacionados con medios, adolescentes y salud, la opción de los Grupos Focales cobra una pertinencia significativa.

Los Grupos Focales permiten profundizar en la mayoría de las variables de la investigación, permiten profundizar en los

“

**Se propone profundizar acerca de algunos aspectos concretos en torno a los usos de los medios, a la información sobre salud en medios recibida por los adolescentes, a las percepciones sobre la información sobre temas relacionados con salud**

”

mensajes relacionados con temas de salud pública existentes en los medios y cómo los adolescentes hacen uso de ellos con especial atención a las dinámicas de tipo social y cultural que afectan dicha relación. De esta manera, se indaga en torno a los procesos de recepción y de construcción de sentido, con especial atención a ciertos temas de salud que revisten interés para los adolescentes de la región.

Después de una extensa discusión en el Taller de Revisión en Ibarra, Ecuador, los participantes, investigadores responsables de las universidades invitados por OPS, definieron acuerdos mínimos para el desarrollo de esta parte de la investigación. En primera instancia, los Grupos Focales se trabajaron a partir de una guía temática de discusión que fue enriquecida a partir de las observaciones que se hicieron durante el Taller de Ibarra.

Con relación al número de grupos focales que deberán desarrollarse por país, en nuestro caso se consideraron los siguientes criterios: Grupos de edades<sup>1</sup>: 12-15; 16-19; Género: Masculino y Femenino; Estrato Social: Medio y Bajo (definidos de acuerdo a la clasificación oficial en cada país); Tipo de Población: Urbana y Rural; y solamente adolescentes escolarizados.

De acuerdo con lo anterior en nuestra región se logró una cobertura de 96 adolescentes por país, a través de la realización de 16 grupos focales. La duración de

cada Grupo focal fue de aproximadamente 45 minutos con 15 minutos, para un descanso acompañado de una pequeña merienda para los adolescentes.

Los participantes en los grupos focales se reclutaron a través de escuelas, de grupos juveniles, y de centros comunitarios. Los centros educativos de educación media y superior que consintieron en permitir que sus estudiantes discutieran junto a nosotros importantes temas vinculados a sus experiencias y facilitaron sus instalaciones para tal fin son las siguientes: Unidades Educativas Evelia Pimentel, Rómulo Gallegos, José María Antunez, Colegio Ana María Campos, Colegio Universitario Pedro Emilio Coll, y el Centro de Cultura Popular Santa Rosa de Agua, la escuela de Comunicación Social de LUZ, el Ministerio de Salud y Desarrollo Social y la Fundación Centro Regional de Capacitación (FUNDACENRECA).

Con el propósito de reducir algunos problemas asociados con la inhibición que puede producir en algunos adolescentes, hablar acerca de ciertos temas frente a miembros del sexo opuesto o frente a jóvenes de mayor o menor edad, y también para poder construir conclusiones sobre cada uno de estos grupos, los Grupos Focales contaron con un moderador y un relator. Desde esta orientación se entrenó a un moderador y un relator pertenecientes al mismo sexo de los participantes en las sesiones. Se trabajó muy bien con Jacqueline Escalona y con Mariano Alfonso Alí, ambos recién egresados en comunicación social. Realmente resultaron muy entusiastas y aportaron mucho de su creatividad para el éxito de la experiencia.

Los Grupos Focales fueron grabados<sup>ii</sup> y se realizó la transcripción de cada uno de ellos. Para facilitar el proceso de análisis de la información se utilizó el Software Ethnograph, cuyas características y ventajas para el análisis de datos cualitativos son ampliamente conocidas.

Durante el Taller de Revisión del Protocolo en Ibarra se acordó trabajar con una guía temática diseñada a partir de las variables del estudio, siguiendo algunos ejes orientadores de la discusión, fundamentalmente debido a que la relación de los adolescentes con los medios es hiperfragmentaria y múltiple. Es importante destacar en este aparte, que no era posible desarrollar un trabajo de esta envergadura sin la participación de personas y organismos que aportaron sus esfuerzos, dedicación y motivación que hicieron posible la realización de los grupos focales.

Para este trabajo de campo contamos

con el apoyo institucional brindado por la Dirección de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia, en la persona de la MSc. Margarita Sánchez. El trabajo de analizar la información fue realizado por los miembros del Departamento de Investigación de LUZ, profesoras María Isabel Neuman, Guadalupe Oliva y Ángel Páez, Berenice Camacho, Adriana Celys, Rosario Fonseca y Miriam Miquilena, además contamos siempre con el respaldo decisivo y permanente de los coordinadores del proyecto COMSALUD, a nivel de la OPS en WDC: Dra. Gloria COE, Dr. Robert Valdez y del Dr. Rafael Obregón y la Dra. Carmen Rosa Serrano en OPS Caracas.

La Dirección Sectorial del estado Zulia del Ministerio de Salud y Desarrollo Social, nos brindó su disposición y apoyo en la planificación de las distintas reuniones de trabajo. Y junto a esta institución, los centros de educación media y superior que consintieron en permitir que sus estudiantes discutieran junto a nosotros importantes temas vinculados a la adolescencia y facilitaron sus instalaciones para tal fin.

Pero la principal participación las hicieron los 96 adolescentes zulianos que estuvieron activamente en los grupos focales, cuyas ideas, expuestas abiertamente, nos permitieron llegar a importantes conclusiones que vinculan la temática de la salud con el uso de los medios

## PRINCIPALES HALLAZGOS

### Percepciones sobre la información sobre salud recibida por los adolescentes

La fuente y tipo de información que un adolescente elige y recibe no solo está determinada por las características que le son propias, también se ve afectada por el entorno y la dinámica social de la cotidianidad que vive día a día

Los medios de información ejercen una influencia significativa en el desarrollo de la convivencia ciudadana, sin embargo, por su misma naturaleza mediática, se constituyen realmente, en canalizadores de las necesidades de los distintos grupos sociales, coadyuvando a la formación de normas, percepciones y actitudes sociales que determinarán en definitiva, el comportamiento de los individuos.

En la elección de una fuente de información y en la captura de la información misma, intervienen tres procesos básicos de la cognición social como lo son: la

“

**La fuente y tipo de información que un adolescente elige y recibe no solo está determinada por las características que le son propias, también se ve afectada por el entorno y la dinámica social de la cotidianidad que vive día a día**

”

atención, la codificación y la recuperación. Cuando se le hace una pregunta a un sujeto sobre un tópico particular, su respuesta estará basada en el grado de atención que logró en la captación de la información solicitada, es decir, los aspectos del hecho, situación o persona, que fueron observados en un momento dado y que están determinados por los esquemas (marcos mentales) de observación que en forma consciente o inconsciente este sujeto puede usar; vale decir, que estos esquemas crean en el individuo imágenes o prototipos de comportamiento, a favor o en contra de la información recibida.

En segundo lugar, también ejerce influencia el proceso a través del cual se capta la información para luego ser almacenada en la memoria y finalmente, los mecanismos de recuperación de la información, que estarán altamente afectados por la utilidad que esa información ha tenido para el sujeto.

Los esquemas o prototipos que una persona puede manejar al momento de captar una información sobre salud también están afectados por los contenidos emocionales del mensaje. En líneas generales, los mensajes de salud, manejan contenidos de miedo, intentando generar temor y con ello, estimular la emisión de una conducta curativa o preventiva.

Por su naturaleza, el temor hace que se tome más en serio las consecuencias al emitir cierto tipo de comportamiento. También es claro que un mensaje con elevado conte-

nido de temor puede inhibir una conducta de prevención más que estimularla. Este tipo de información crea altos niveles de ansiedad y con ello, una conducta de rechazo como mecanismo defensivo para eliminarla, de allí, que se cuiden los elementos de miedo incluidos en él.

En todo caso, el adolescente será más sensible a aquella información que le concierne personalmente, bien sea para rechazarla o para aceptarla, en lo cual influirán también, los amigos y compañeros y todas aquellas personas con quién él mantiene un contacto más estrecho y de mayor confianza.

En el presente estudio, cuando se le preguntó a los adolescentes acerca de las fuentes y tipos de información sobre salud, a las que se exponían, sus respuestas clasificadas por estrato social, zona rural o urbana, edad y sexo, responden a patrones ya observados en adolescentes.

En cuanto a *fuentes de información*, fueron citadas las siguientes: familia, medios (radio, prensa, televisión, Internet), escuela, amigos, la iglesia, vecinos y médicos.

La fuente predominante en las zonas rurales y urbanas fue la familiar, seguida por los medios, escuela y amigos. En el caso *urbano*, se le da una importancia significativa a la información obtenida a través de la familia, Luego, se menciona a los medios (radio, prensa y mayormente la televisión) dándole posteriormente, similar importancia a la fuente escolar y a los amigos. Los amigos en los adolescentes tienen una gran importancia, porque a través de ellos, el joven busca su identidad y satisfacción personal:

“*Mi familia porque me explica*”

“*De mi familia y de los medios*”

“Depende porque yo me puedo enterar de una enfermedad por la televisión, pero si de verdad me interesa los busco a profundidad en Internet”

En el caso *rural*, igualmente se observa la jerarquización encontrada inicialmente, donde se le da mayor importancia a la familia y luego a los medios. Las diferencias encontradas con respecto al caso urbano son: en primer lugar, se le da menor importancia a los medios que la otorgada por el grupo urbano. Esta situación puede estar determinada por factores de tipo cultural y por la posibilidad de acceso a los medios que puede ser limitada en estos grupos geográficos.

En importante acotar que en el caso venezolano los adolescentes del sector rural no mencionaron la Iglesia, lo cual podría llevar a cuestionar la labor de la institución religiosa en la comunidad rural.

De igual manera, no se menciona a los amigos, y en cambio aparece una nueva fuente de información representada por los vecinos. Este dato, resulta congruente con la dinámica social que se vive en las zonas rurales donde el vecindario llega a formar parte de cada grupo familiar. En él se deposita casi la misma confianza que se da dentro de cada núcleo familiar. El vecindario resulta un apoyo en situaciones difíciles, en la solución de sus problemas, compartiendo penas y alegrías:

*“Los vecinos, la familia, los médicos, nos comunicamos”*

*“La familia nos trata de orientar, y en la escuela”*

En el caso de los jóvenes entre 16 y 19 años se observó una diferencia significativa con respecto al resto de los grupos de menor edad. En este caso, sucedió que la principal fuente de información referida resultaron ser los medios, con un marcado predominio de la televisión. Estos jóvenes hacen mayor uso de los medios como la televisión, la radio y la prensa, para dejar a la familia en segundo lugar de importancia:

*“Por la televisión, en los noticieros. En la prensa y en la calle, en las campañas que se realizan”*

*“Más que todo por el periódico y la televisión, porque a los jóvenes les gustan más estos medios”*

La escuela es citada en muy pocos casos por los jóvenes de más edad y sin alguna referencia especial, lo que la mantiene en el mismo nivel de importancia de otras fuentes escasamente señaladas, como la iglesia e Internet.

En relación a la percepción de la agenda de los medios sobre la información acerca de salud, se presenta de manera homogénea entre los adolescentes participantes del focus group. Están conscientes que los medios transmiten información positiva que pretende prevenirlos de la adquisición de enfermedades producidas por conductas inadecuadas, tales como el consumo de alcohol, cigarrillos, drogas y una sexualidad inmadura:

*“Los programas que pasan sobre el SIDA y eso, son para la prevención y nos ayudan”.*

Sin embargo, los grupos estudiados reflexionan sobre tres aspectos importantes que se relacionan con su interacción con los MCS y la familia y cómo ello influye en sus puntos de vista sobre la agenda y actuación que deberían expresar estas instituciones de socialización en el entorno social, cuyos resultados se presentan a continuación englobados en conjunto para el tema tratado (salud de los adolescen-

“

**En el caso rural, igualmente se observa la jerarquización encontrada inicialmente, donde se le da mayor importancia a la familia y luego a los medios. Las diferencias encontradas con respecto al caso urbano son: en primer lugar, se le da menor importancia a los medios que la otorgada por el grupo urbano**

”

tes) por zonas urbana y rural, edad y sexo.

En general, todos los grupos analizados coinciden en afirmar que la agenda de los medios no contempla todos los temas sobre salud que a ellos interesa. Piensan que los medios transmiten, principalmente, información sobre los daños que ocasionan las drogas en los consumidores, y eso les parece perfecto, pero creen que es importante que amplíen su espectro temático sobre otros temas de salud: cáncer, tabaquismo, niños de la calle, alcoholismo, hipertensión arterial, seguridad, embarazo temprano, sexualidad sana, entre otros.

Parece paradójico, pero las adolescentes, las chicas, tanto de la zona urbana como de la rural, son más críticas que los jóvenes respecto a estos temas. Para ambos estratos sociales (medio y alto) la información y la publicidad de los MCS promueven el consumo de alcohol, cigarrillos y explotan la sexualidad.

Las chicas adolescentes del estrato medio consideran que los MCS deben ser más educativos en la difusión de temas sobre la salud para los adolescentes, y deberían incluir como primordial en sus pautas informativas temas sobre las consecuencias del alcoholismo, el tabaquismo, y la anorexia, y los pircings. Estos últimos temas surgieron como preocupación entre las chicas de estratos medios, es impensable en el otro grupo.

Para las muchachas adolescentes del estrato bajo, la mayor preocupación es

que los medios deben ser más constantes en la promoción de información preventiva sobre “el embarazo precoz y la violencia doméstica”.

Es lógico que hagan estos planteamientos, de acuerdo a los contextos situacionales de los adolescentes. En los estratos de bajos recursos económicos, la preocupación esta en el embarazo y la violencia doméstica, producto del la violencia social y todos sus males.

Por otra parte, los participantes del sexo masculino, de ambas poblaciones y estratos sociales, tienden a favorecer un abanico más amplio de temas, por ejemplo, la información más general como inseguridad, niños de la calle, pobreza, falta de oportunidades para estudios, dengue, hipertensión arterial, SIDA, enfermedades de transmisión sexual, deportes, prostitución, ántrax, homosexualidad, futuro de la juventud y ecología; enfatizan que la responsabilidad en las conductas inadecuadas de la juventud como el consumo de drogas, alcohol o prácticas sexuales indiscriminadas, no corresponde sólo al mensaje de los medios sino también a una personalidad débil de los jóvenes, la agresión latente de algunas personas y al poco manejo de información sobre esos temas por parte de los padres:

*“Yo digo que todo lo que sale en los medios de salud influye mucho, pero hay que tomar en cuenta que hay jóvenes que hacen todo por hacer sufrir a los padres, porque algunos maltratan a sus hijos”*

*“Hay padres que no le informan a sus hijos sobre nada”.*

### **Dinámica de las percepciones recibidas por los adolescentes a través de los MCS, en relación con el rol de los jóvenes y del grupo familiar, por zonas urbana y rural, edad y sexo**

Todos los grupos entrevistados coinciden en afirmar, en mayor o menor grado, que los medios no son los únicos que deben manejar los temas sobre salud, “nosotros mismos”, expresan y “nuestras familias” también deben participar de ello. Como se explicó con anterioridad, principalmente, los jóvenes participantes del sexo masculino y de ambos estratos manifestaron esta preocupación sobre los temas acerca de la salud, que puede considerarse como una responsabilidad compartida entre el joven, el grupo familiar y los MCS:

*“Afecta a las personas que no tienen la personalidad definida y porque ven programas de sexo, violencia y drogas, y*

lo tratan de imitar, pero eso es por su personalidad. Pero los medios no pasan esa información para que uno lo haga, no es negativo”.

**Dinámica de las percepciones recibidas por los adolescentes a través de los MCS, en relación con el tipo de agenda ideal, por zonas urbana y rural, edad y sexo**

Definitivamente para los jóvenes, la agenda ideal de los medios necesariamente tendría que ampliar el abanico de tópicos sobre salud, en general, y sobre salud de los adolescentes, en particular, y eliminar o disminuir la transmisión de temas, programas y publicidad que incitan al consumo de productos que causan dependencia, enfermedades o conductas sexuales no provechosas.

Los participantes de la zona urbana no expresaron mucha diferenciación entre los mensajes captados a través de los distintos MCS, sin embargo, sugieren que aún cuando los tópicos sobre salud son positivos, orientadores y preventivos, no hay mucha variedad.

Los grupos de la población rural mucho más críticos que los de la ciudad, sí hicieron énfasis en la influencia negativa de algunos programas de televisión, las caricaturas, la falta de seriedad de ciertos programas de radio, la TV por cable y las películas pornográficas:

*“Debería ser más honestas con respecto a las consecuencias sobre practicar el sexo y con respecto a la violencia, yo pienso que las caricaturas son una de las fuentes que hacen que las personas sean violentas, lo pienso por los niños porque le van inculcando la violencia desde pequeños, entonces trataría de buscar otros programas más educativos”*

**USOS DE LA INFORMACIÓN SOBRE SALUD RECIBIDA POR LOS ADOLESCENTES**

Es importante conocer las *prácticas que le dan los adolescentes a la información de salud*, es decir, qué uso le dan a la información de salud recibida por parte de las diferentes fuentes a las que se ven expuestos, desde su familia hasta la Internet, a fin de establecer ciertamente si los jóvenes aplican de alguna manera los conceptos recibidos a través de los mensajes de salud, en su día a día, en la cotidianidad.

Cuando mencionan a la familia, generalmente nombran a los padres, otros a sus

“

**Con respecto a los canales para la búsqueda de información, entre los medios de comunicación, el más nombrado fue Internet y la televisión en el sector medio, luego las revistas, (es decir búsqueda de información especializada). También varios adolescentes del estrato medio, mencionaron el colegio o sus profesores**

”

hermanos y muy pocos a algún familiar como los tíos, siempre buscando una orientación por parte de ellos. En los casos en donde nombraron a un familiar en específico, los de zonas urbanas mencionaron más a alguno de sus padres, mientras que los de zona rural repetidamente afirman que a sus hermanos.

En las zonas urbana y rural los adolescentes asienten que utilizan los mensajes en su vida diaria, previniendo el consumo de drogas, alcohol y cigarrillos; otros dijeron que:

*“Nunca han robado”*

Y solo en el sector rural fue mencionado:

*“No caer en la prostitución”*

Es decir, que los mensajes en estos casos les han reforzado actitudes para la prevención en el caso de la prostitución y de conductas delictivas:

*“Tratando de no caer en la prostitución y en la droga”*

Sin embargo, como se estableció anteriormente, el “no consumo de drogas” es la generalidad en esta parte del análisis, pues tanto los participantes, como las participantes de todos los estratos y zonas (urbana/rural) asumieron en su mayoría que han utilizado la información previniendo el consumo de drogas en ellos mismos y en otras personas:

*“Me han ofrecido y he dicho que no”  
“No bebo, no fumo, ni consumo drogas porque eso es malo”*

Solo una persona admitió que utiliza los mensajes para prevenir el dengue, esta pertenece a la zona rural, pues es uno de los sectores de la región en donde ha proliferado más la enfermedad.

Al analizar los grupos dividiéndolos en estratos bajo y medio, se encontró que en el primero los adolescentes admitieron compartir la información con alguno de sus familiares y amigos, los de estratos medios fueron muchos más explícitos al responder, expresando que piensan antes de compartirla con alguien, o bien explicando por qué razón toman la información. Asimismo, las comparten con las otras personas:

*“Grabarlas en nuestro cerebro y aprender de los errores de los demás, yo hablo con mi padre”*

*“Las tomo como consejos y orientación, las comparto con mis amigos”*

Aunque con muy poca frecuencia, sólo los de estrato medio y de mayor edad mencionaron que utilizan los mensajes cuidándose cuando tienen relaciones sexuales.

Con respecto a los canales para la búsqueda de información, entre los medios de comunicación, el más nombrado fue Internet y la televisión en el sector medio luego las revistas, (es decir búsqueda de información especializada). También varios adolescentes del estrato medio, mencionaron el colegio o sus profesores, también mencionaron a personas amigas, familiares, como el padre y la madre; y también hablaron de folletos, de médicos, y de los amigos, los “panas”.

Con respecto a los temas, los más buscados definitivamente son; el VIH/SIDA, el alcohol, todo lo concerniente al consumo de droga y la información sobre sexo, métodos anticonceptivos, utilización de condones, y las enfermedades de transmisión sexual.

En los adolescentes de estratos bajos, nombraron como fuentes para buscar información la televisión, folletos, la familia, médicos y hospitales. Igualmente los temas más mencionados siguieron siendo el VIH/SIDA, la droga, el alcohol y se señalaron otros como el dengue. En relación con el interés que tienen los jóvenes por buscar información ellos mismo por su iniciativa sobre salud, todos afirmaron que:

*“Han buscado alguna vez información”*

La fuente más mencionada para indagar fue la escuela, también mencionaron los libros, la familia, folletos, los medios (televisión, prensa e Internet), pero con una menor frecuencia. Destacaron además, no dejarse influenciar por otros, recalcando que los adolescentes se desvuelven en un medio en donde predomina la tentación y en donde es indispensable que estén totalmente informados acerca de los riesgos que corren diariamente:

Al utilizar la información afirmaron que la mejor forma de hacerlo es no consumiendo drogas y alcohol; a diferencia del grupo de menor edad, los jóvenes y las chicas de 16 a 19 años, asintieron tener una vida sexual activa, por etapas, primero besos, y caricias más intensas y luego lo otro... lo que aseguraron que la mejor manera de utilizar los mensajes es cuidarse cuando tienen relaciones sexuales, la mayoría dijo tener su primeros contactos sexuales cerca de los 13 años.

*“Cuando tengo sexo me pongo el condón” solo lo mencionó un chico el resto observó en silencio.....*

*“A la hora de tener sexo tomo las medidas” .....*

Sin embargo los jóvenes entrevistados no quisieron entrar en detalles, aunque asintieron tener alguna experiencia sexual, evadieron profundizar las respuestas sobre este tema. Todos, chicas y chicos.

#### **SIGNIFICACIONES DE MEDIOS Y TEMAS DE SALUD IDENTIFICADOS POR LOS ADOLESCENTES**

La significación que los medios y los temas de salud tienen para los adolescentes entrevistados se trabajó especialmente al final de la sesión de cada grupo focal. Una vez recorridos todos los temas que se deseaban discutir y habiendo tenido la oportunidad los participantes de consustanciarse con la problemática planteada por ellos mismos, se invitó a realizar un cierre, a manifestarse libremente, buscando a través de ese mecanismo un mayor acercamiento a lo que ya de por sí podía evaluarse de las significaciones que implican para los adolescentes los temas de salud tratados a través de los medios.

Significaciones implica la importancia que los adolescentes le conceden a que los medios de comunicación social transmitan mensajes con contenidos sobre salud, la pertinencia de esos contenidos con respecto al ambiente donde viven esos adolescentes, la trascendencia del impacto de esos mensajes.

“

**Con respecto al nivel de acceso que tienen los adolescentes de la región a los distintos medios de comunicación, todos los jóvenes entrevistados tienen acceso a la televisión y a la radio con una frecuencia diaria, a la prensa con menor frecuencia e Internet despunta como el medio preferido, después de la televisión entre los jóvenes de las áreas urbanas del estrato medio**

”

#### **Adolescentes del área urbana:**

- Percibieron la experiencia del grupo focal como el comienzo de una campaña de salud para los adolescentes y se sintieron complacidos con la iniciativa.
- Consideran positivo y necesario aconsejar a los jóvenes para que no “caigan en los vicios” y prevengan enfermedades.
- Critican fuertemente a los medios de comunicación por:
  - A) Intereses puramente mercantilistas olvidando su función educativa
  - B) Desconocer las necesidades de información de la audiencia
  - C) Entrar en contradicción. Citan el ejemplo de la publicidad sobre cigarrillos en las vallas y medios impresos.

#### **Adolescentes del área rural:**

- Les preocupa el problema del acceso a la información. Insisten en la necesidad de bajar los mensajes de salud a la gente con menos oportunidad de acceso “que no tienen las posibilidades de saber”.

- Solicitan mayor cantidad de información sobre temas de salud. Consideran que las campañas de salud existentes abarcan pocos temas y no son constantes.

- Sienten que sus padres no tienen la información o no saben cómo orientar a los hijos en temas como salud sexual o drogas. Incluso hablan de violencia en la familia al tocar estos temas. En comentarios de adolescentes del sexo femenino de 16 a 19 años, del estrato bajo perteneciente a la zona rural encontramos:

*“Faltó tratar cómo los padres pueden orientar a los jóvenes sin tomar una actitud violenta”*

*“La familia es un tema importante que hay que tratar, el cómo tratan los padres a los hijos”*

Y entre los adolescentes del sexo masculino, de la misma edad, estrato y zona geográfica encontramos:

*“Yo quisiera decirle a los padres que les tengan cuidado a sus hijos”*

Igualmente, utilizan más las palabras “alertar” y “advertir” en contraposición con la palabra “aconsejar” que utilizan los adolescentes de las zonas urbanas. Hay una carga de amenaza en estas palabras comparado con el significado conciliatorio de “aconsejar”.

#### **CONCLUSIONES E IMPLICACIONES**

Con respecto al nivel de acceso que tienen los adolescentes de la región a los distintos medios de comunicación, todos los jóvenes entrevistados tienen acceso a la televisión y a la radio con una frecuencia diaria, a la prensa con menor frecuencia e Internet despunta como el medio preferido, después de la televisión entre los jóvenes de las áreas urbanas del estrato medio.

Los jóvenes manifestaron que la televisión es el medio de comunicación por excelencia. Se observa diversidad en el tiempo de exposición a la televisión: entre 2 y 5 horas para unos y hasta 10 horas para otros, especialmente los de mayor edad. Los que consumen más televisión lo justifican porque “no tienen más nada que hacer” y para combatir el aburrimiento. Los programas preferidos de los jóvenes son las telenovelas, las películas, los videos musicales y los programas de concurso y les gusta consumir la televisión en compañía de su familia y amigos.



El consumo de la radio, prensa e Internet lo hacen en forma individual, aunque ésta última la utilizan mucho para socializar a través del “chat”.

Los temas vitales de salud identificados por los adolescentes son acerca del VIH/SIDA y el uso de drogas, los cuales se corresponden con la oferta de los medios actualmente en Venezuela, pero además, los adolescentes identificaron como temas prioritarios para ellos el cáncer, tabaquismo, niños de la calle, alcoholismo, seguridad, embarazo temprano, ETS. Así mismo solicitan mayor cantidad de información sobre otros temas de salud. Consideran que las campañas de salud existentes abarcan pocos temas y no son constantes, lo cual es absolutamente cierto.

Los adolescentes dijeron que los mensajes recibidos (de los medios y de su familia), sí les han servido para su vida práctica, cotidiana, sobre todo, utilizando sus propias palabras, para decirles “no a las drogas y al consumo de alcohol, y al consumo de cigarrillos”.

Este es un hallazgo fundamental, porque de manera tajante y sin lugar a dudas los jóvenes manifestaron que “si eran importantes los mensajes recibidos” y mejor aún, que los ponen en práctica. Las chicas con edades entre 16-19 años mencionaron “el embarazo” como un tema de interés para buscar información, en comparación con los adolescentes del sexo masculino, de la misma edad, que no hicieron mención del embarazo como tema de interés. Sin embargo, ellos sí mencionaron que buscaban información sobre preservativos para cuidarse “en la práctica” “usando condón”, en las relaciones sexuales. También citaron buscar información sobre ETS. Lo que sugiere evidentemente una perspectiva de género al buscar la información dentro de un contexto social determinado. Al parecer, según las preferencias en la búsqueda de información sobre salud, a los jóvenes no les preocupa el embarazo, ese es: “un problema de ellas”, a ellos les preocupa más que a ellas, las enfermedades de transmisión sexual y el “uso de preservativos”.

Los jóvenes en general criticaron a los medios de comunicación por tener intereses puramente mercantilistas olvidando su función educativa, al desconocer las necesidades de información de la audiencia y muchas veces entrar en contradicción con lo “que dicen y con lo que hacen”.

Los adolescentes dijeron ser grandes consumidores de telenovelas, las cuales según sus comentarios “son los programas con mayor contenido sexual”. Los jóvenes

“

**Los adolescentes dijeron que los mensajes recibidos (de los medios y de su familia), sí les han servido para su vida práctica, cotidiana, sobre todo, utilizando sus propias palabras, para decirles “no a las drogas y al consumo de alcohol, y al consumo de cigarrillos”**

”

opinan que sí influye en ellos la programación difundida en la televisión, especialmente la que tiene contenidos sexuales. “Sí, en todos los canales de televisión, sobre todo en las novelas, todo es puro sexo, pero yo lo veo siempre”

Es interesante reconocer que los adolescentes también saben la importancia que para la mercadotecnia tienen sus gustos, preferencias, deseos y aspiraciones; el punto álgido es cómo orientarlos sin imposiciones de manera que puedan canalizar y evadir tanta presión del entorno sin resultar lastimados, mucho menos utilizados. Hubo un joven que durante la entrevista agradeció al moderador y al equipo de trabajo, en general, el interés por sus opiniones como jóvenes: “Ustedes vienen acá -expresó- a escuchar lo que nosotros pensamos y eso es positivo”.

De lo cual se infiere que los adolescentes necesitan ser escuchados, hacerlos participantes de las iniciativas en pro de su bienestar porque ellos son los protagonistas de sus propias vidas.

Los adolescentes a la hora de buscar información sobre salud en particular, prefieren a la familia, la escuela, los amigos y luego a los medios, en ningún caso, ni los jóvenes de las zonas urbanas y rurales, ni las adolescentes, ni los adolescentes mencionaron a la iglesia, o a los sacerdotes como fuente para buscar información.

Esto da cuenta de la pérdida de espacio como referente importante que tiene la iglesia como institución, al menos, entre los adolescentes entrevistados.

Dado que el estudio exploró especialmente el rol de los medios de comunicación, centraremos las propuestas e implicaciones en este ámbito. No obstante el trabajo con los adolescentes dejó claro, que lo que aparece con mayores posibilidades de éxito son las estrategias que agrupan varios actores e instancias de comunicación, así como a los grupos de pares, grupos de adscripción social, grupos de especialistas y personal el sector salud, como la escuela y la familia.

Para ello se describen las siguientes estrategias:

- Usar estrategias en el ámbito local y de la región inmediata que convoque a los medios locales, colectivos juveniles, escuelas, para diseñar nuevas campañas, y propuestas de acción desde los propios intereses de los adolescentes.
- Se debe trabajar de manera diferenciada en mensajes específicos para mujeres, y hombres según edades y niveles socioeconómicos, reconociendo no sólo los niveles de consumo de los medios, sino también los contenidos y programas de mayor consumo.
- Transformar el sector salud, poniendo de relieve la estrategia de promoción de la salud (hacia el acceso universal a los servicios de salud, y toma de conciencia de la población sobre la importancia de la salud).
- Convocar, animar y movilizar un compromiso social que asuma la voluntad política de hacer de la salud una prioridad. Es este un proceso tendente a modificar las relaciones sociales.
- Formulación de normas públicas saludables que consideren la multisectorialidad y la multidisciplinariedad.
- Reorientación de los servicios de salud para que respondan mejor a las necesidades sanitarias de comunidades e individuos, sobre todo de los jóvenes.
- Creación de ambientes saludables, extendiendo el concepto de ambiente como referencias a lo social, lo político y lo económico.
- *Fortalecimiento de las destrezas personales relacionadas con la salud, mediante la educación para la salud personal.*

- Resulta necesario cerrar este informe con una llamada a desarrollar desde la academia investigaciones y estudios sobre la relación medios/adolescentes/salud, con el objeto de fortalecer esta área de estudio.

■ **Luz Neira Parra**  
**MSc en Desarrollo Social. Docente e Investigadora de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia**

### Notas y referencias bibliográficas

- Alcalay, R., Mendoza, C.T (2000). Proyecto COMSALUD: Un estudio comparativo de mensajes relacionados con salud en los medios masivos latinoamericanos. (OPS/OMS), FELAFACS. Washington.
- Bandura, A. (1994) "Teoría social Cognitiva de la Comunicación de masas".
- Banco Interamericano de Desarrollo .BID(1998) Informe Progreso Económico y Social en América Latina.(IPES),BID.
- Beltrán, L. (1993). La salud y la Comunicación en Latinoamérica: Políticas, estrategias y planes. Por una Política de Comunicación para la promoción de la salud en América latina. OPS.
- Brown,jd.&Steele,J.r.(1996) "Sexuality and the Mass Media: an Overview,SIECUSreport, April-May
- Brown, J. & Walsh-Childers, K. (1994). "Effects of Media on Personal and Public Health," en J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Hillsdale, NJ: Lawrence Earlbaum, 389-415.
- Bryant,J &Zillmann, D. (Eds). Los efectos de los Medios de Comunicación: investigaciones y Teorías, Barcelona, Paidós.
- Coe, Gloria."Comunicación y Promoción de la Salud". (1998), En Chasqui N° 63,septiembre.Lima.
- \_\_\_\_\_. (2000). Prefacio en Alcalay, R. Y. Mendoza, C. Proyecto de COMSALUD: un estudio comparativo de mensajes relacionados con salud de los medios masivos latinoamericanos, DC. OP-S/OMS:
- Comminit(1999).Http://w.w.w.comminit.com. Media Beat.No.40
- Fox, Elizabeth (1997) Latin American Broadcasting: From Tango to Telenovela. Luton: University of Luton Press. W.D.C
- Kubey, R. & Csikszentmihalyi, M.( 1990). Television and the Quality of. Hillsdade, N.J. Lawrence Earlbaum Associates.
- Martín Barbero, Jesús (1987). De los Medios a las Mediaciones. Ediciones Gustavo Gili. Barcelona. España
- McAnany,E.(1998) "The Impact of Communication Intervention on Popular Culture", in Johns Hopkins University Center for Communication Programs (JHU/CCP): A Report on the Second International Conference onEntertainment-Educationand SocialChange.P.3,Baltimore,MD:JHU/CCP
- McQuail, D.(1994)."MassCommunication Theories: An Introduction." London. Oxford University Pres.
- McNeal, J (1998). Mercadeo Social y promoción de la salud del adolescente. Washington,D.C. Organización Panamericana de la salud.
- Obregón, Rafael.(1997). Resultados Preliminares de la Investigación COMSALUD en Colombia. In conjunction with Betancur ML (Medellín, Colombia).Barranquilla.
- \_\_\_\_\_. (2001). Propuesta de Protocolo de Investigación: Medios, Adolescentes y Salud Pública. Proyecto COMSALUD. Barranquilla. OPS.
- Oficina Central de Información. (1990). Estadísticas de embarazo en Adolescentes. Caracas.
- Organización Mundial de las Naciones Unidas (ONU). (1994) Conferencia Internacional Sobre población y desarrollo. El cairo.
- Organización Panamericana de la salud(1998) "La salud en las Américas". Washintong,D.C.OPS
- \_\_\_\_\_. (1995) Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social Basic Support for Institutionalizing Child Survival. "Propuesta de Currículum Académico para Periodismo en Salud. Organización Panamericana de la salud": Washington, D.C.
- \_\_\_\_\_. (1997) Proyecto COMSALUD. Washington ,D.C. OPS
- \_\_\_\_\_. (1999b). Promoción de la salud y equidad. "Declaración de la conferencia internacional de promoción de la salud y carta del Caribe para la promoción de la salud". En Promoción de la salud: un antología. 373-382. Washington D.C. OPS
- ONUSIDA. (2000). Informe Global sobre la epidemia del VIH/SIDA.
- Orozco, Guillermo (1994). Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de Recepción Televisiva. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales No 6. Universidad Iberoamericana, México.
- Sánchez Ruiz, Enrique (1992).Medios de difusión y Sociedad. Notas Criticas y Metodológicas. CEIC .Universidad de Guadalajara. México.
- Signorielli, N (1993) "Mass Media Images & Impact on Health". A Sourcebook. Wesport, CT: Greenwood Press.
- Singhal, A. & Rogers,E. (1999). Entertainment-Education: A Communication Strategy for Social Change. Mahwah, NJ: Lawrence Earlbaum Publishers.
- UNESCO, OPS(1993) "La Salud y la Comunicación en América Latina", Washington, DC.
- Zillmann, D&J.Bryant(1996)"El Entretenimiento como Efecto de los Media", en J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), "Media Effects: advances in Theory and Research". Hillsdale.

<sup>1</sup> Una propuesta realizada por el Dr. Robert Valdez para definir un universo poblacional distinto al propuesto inicialmente (8-16), incluyó adolescentes de 10 a 19, propuesta que fue aprobada por los participantes. Con este universo, los rangos de edades definidos son: 12-15 y 10-19.

<sup>2</sup> Al finalizar el proceso en cada país, estos Cassettes se enviaron a la OPS en W.DC.

### **Resumen**

*Octavio Getino inicia su reflexión advirtiendo que las Industrias Culturales (IC), en diversos escenarios, representan la actividad económica de mayor crecimiento en los últimos tiempos, llegando a niveles que sobrepasan considerablemente las ganancias de las industrias y actividades económicas tradicionales. Apunta el investigador argentino que en las IC confluyen dos dimensiones, por una parte el producto como mercancía que tiene una dimensión económica (libros, discos, películas, emisiones de radio, programas de TV, etc.), y por otro los contenidos simbólicos de los productos (obras literarias, musicales, cinematográficas, entre otras). Asimismo, presenta el autor una descripción pormenorizada del estado de las mencionadas IC en los países del Mercado Común del Sur (Mercosur). Una de las conclusiones de Getino es que, al igual que en otros rubros, las IC muestran su mayor crecimiento en Brasil y Argentina.*



Galería de Papel. Starsky Brines. (2004)

# de las industrias culturales en el Mercosur

## Abstract

*Octavio Getino begins by noting that Cultural Industries (CI) of various kinds represent the fastest-growing economic activity in recent times, reaching levels which considerably exceed the profits of traditional economic activities. The Argentine researcher divides the product into two parts: on the one hand the merchandise with its economic dimension (books, records, films, radio broadcasts, tv programmes etc.); on the other the symbolic content of the products (literary, musical and cinematic works, among others). The author also presents a detailed description of CI in the countries of Mercosur. One of his conclusions is that, as in other economic fields, the greatest growth is taking place in Brazil and Argentina.*

■ Octavio Getino

# PANORAMA

La importancia de las Industrias Culturales (IC) ha crecido en términos relativos mucho más que la mayor parte de los otros sectores y en términos económicos. Ellas representan en las naciones más industrializadas, como los EE.UU., el tercero o el cuarto lugar en cuanto a recursos internos movilizados y a obtención de divisas en los mercados externos. No sólo autofinancian las actividades culturales que generan, sino que obtienen de ellas jugosos beneficios económicos.

En cuanto a su incidencia social, las IC representan el sector de mayor crecimiento relativo del empleo, modificando a su vez, en las estructuras culturales del mundo las tradiciones y formas de ser de las comunidades, con un fuerte impacto en los intercambios y en la política y la vida cotidiana de los individuos.

Según datos suministrados por la UNESCO en 1990, el monto total correspondiente a la producción de algunas de las industrias culturales —las cifras estaban referidas solamente a los sectores prensa, libro, televisión, radio y cine— fue de 315 mil millones de dólares en 1986. De dicha cantidad, 275 mil millones (87,3% del total) correspondieron a las naciones de la Comunidad Económica Europea, Estados Unidos y Japón, y 40 mil millones (12,7%) a todos los otros países del mundo.

A estas cifras deben sumarse las que devienen de la función reproductora —y no sólo productiva— que algunas industrias ejercen en el sistema económico global, particularmente las relacionadas con la promoción y publicitación de mercancías y servicios en general, impulsoras por lo tanto, de pautas y comportamientos culturales, cuya incidencia económica, política y social ha incentivado fuertemente las demandas y el consumo de todo tipo de bienes y servicios.

La industria y la economía norteamericanas, por ejemplo, no hubiesen alcanzado el nivel actual que hoy tienen de no haber contado con la presencia persuasiva de sus productos culturales y comunicacionales, particularmente los de carác-

ter audiovisual, en la mayor parte del mundo. "Las imágenes de Estados Unidos son tan abundantes en la aldea global —señalaba tiempo atrás Kim Campbell, quien fuera Primer ministro de Canadá— que es como si, en vez de emigrar la gente a Norteamérica, ésta hubiese emigrado al mundo, permitiendo que la gente aspire a ser estadounidense incluso en los países más remotos"<sup>1</sup>.

La confrontación existente entre los EE.UU. y la mayor parte de los países de la Unión Europea, expresada claramente a partir de 1992 en las negociaciones de la Ronda Uruguay del GATT, y continuada hasta nuestros días en torno a la propuesta de libre circulación de productos audiovisuales reclamada por la nación norteamericana, tropieza con la decidida defensa de diversos gobiernos de las identidades culturales europeas, además de sus poderosos intereses económicos y políticos. (La industria del audiovisual norteamericano recaudó en 1997 alrededor de 30 mil millones de dólares, correspondiendo la mitad de esta cifra a mercados extranjeros, particularmente el europeo).

A escala internacional, las industrias culturales y de la comunicación son a su vez, desde hace dos o tres décadas las que generan más empleo que cualquier otro sector industrial. "*Las comunicaciones globales, tomadas en su conjunto, constituyen hoy un negocio cercano a los 1,6 billones de dólares; sus ventas anuales equivalen al 12% del valor de la producción industrial en todo el mundo*"<sup>2</sup>.

Si a ello se suma la facturación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTCI)—recursos cada vez más interrelacionados con la cultura y el entretenimiento— cabe recordar que el total representó en el año 2000 un total de 2,1 billones de dólares, con un crecimiento sostenido que se espera alcance el 50 por ciento para el año 2004<sup>3</sup>. Facturación a su vez concentrada en las naciones de mayor desarrollo si se tiene en cuenta que un 65% de la población del mundo no ha hecho nunca una sola llamada de teléfono y que existen más líneas telefónicas en Manhattan que en toda el África subsahariana<sup>4</sup>.

Por otra parte, encuestas oficiales de alcance nacional como la efectuada entre 1996 y 1997 en Argentina, revelan que el gasto hogareño en adquisición de bienes y servicios de comunicación, cultura y entretenimiento, supera el 8 por ciento del total del presupuesto familiar, oscilando entre 5,1 por ciento en los hogares de menor capacidad adquisitiva y el 11,7 por

66

**Los países con mayor capacidad de producción y comercialización de productos y servicios culturales, no sólo logran reafirmar la identidad cultural y los imaginarios colectivos de sus pueblos, sino que, a la vez, están en mejores condiciones para influir en otras identidades e imaginarios**

99

ciento de los sectores más acomodados<sup>5</sup>. Son porcentajes que, previsiblemente, pueden ser también comunes en otros países de la región.

Junto con ello, los países con mayor capacidad de producción y comercialización de productos y servicios culturales, no sólo logran reafirmar la identidad cultural y los imaginarios colectivos de sus pueblos, sino que, a la vez, están en mejores condiciones para influir en otras identidades e imaginarios. Las IC, a diferencia de cualquier otra industria, presentan, junto con su dimensión económica (inversiones, producción, facturación, etc.) y su dimensión social (empleo, etc.), una tercera y específica característica, como es la de expresar y a su vez dinamizar el imaginario colectivo de las sociedades.

Hasta cuatro o cinco décadas atrás, cada industria de este sector tenía características relativamente autónomas y autosuficientes (el editor de libros producía para las librerías; el productor de cine para las salas tradicionales, etc.). Actualmente, el tradicional quiosco ubicado en cualquier ciudad, ofertando conjuntamente diarios, revistas, libros, videos, CD-Rom, discos, etc., aparece como una metáfora de la convergencia no sólo tecnológica sino también de distintas industrias y mercados.

El trípode industrial que articula el televisor, el teléfono y el ordenador (TTO), implica ya un cambio sustancial en la tradicional concepción de las industrias cul-

turales (productoras de soportes o de emisiones factibles de ser registradas en soportes, destinados a su vez al consumo de informaciones y valores simbólicos), por cuanto prescinde de tales soportes y facilita la producción, el intercambio, la interactividad y el consumo de dichos valores e informaciones a través de las imágenes, textos y sonidos digitalizados que convergen todos ellos en la pantalla, independientemente de su procedencia.

En este punto se hace necesario resaltar que las IC han comenzado a desplazarse de la producción de bienes tangibles a la provisión de servicios y que limitar su campo a los medios tradicionales (radio, televisión, cine, libro, prensa escrita) es pensar en el pasado. "Para proyectar el futuro es indispensable hacerse cargo de la transformación de mercados y empresas, como fruto de la diversificación, integración y digitalización de todo el sector, y como parte del matrimonio triangular y estable que se ha producido entre informática, telecomunicaciones e industrias culturales"<sup>6</sup>.

## **2. EL CONCEPTO DE "INDUSTRIAS CULTURALES"**

El término "industrias culturales" está asociado, desde medio siglo atrás, a las empresas de producción y comercialización de bienes y servicios culturales, destinados a su difusión y comercialización en amplios sectores de la población. Su función es la de producir con criterios industriales mercancías o servicios de carácter cultural (libros, discos, películas, emisiones de radio, programas de TV, etc.) destinadas específicamente a satisfacer o promover demandas de contenidos simbólicos (obras literarias, obras musicales, obras cinematográficas, obras televisivas, información, etc.) con fines comerciales y/o de reproducción ideológica y social.

Precisamente, el reconocimiento de esta dualidad: mercancía como dimensión económica y contenidos simbólicos —libro/obra literaria; disco/obra musical, película/obra cinematográfica, etc.— nos permite visualizar de manera integral los componentes económicos e industriales, así como ideológicos y culturales, que están presentes en todo producto originado en las industrias culturales.

En este punto, el concepto de "industrias culturales" incluye también a las "industrias de la comunicación", convergentes ambas en un común accionar sobre la cultura, la información y la formación de

los individuos –“la comunicación es esencialmente cultura”, y también en campos cada vez más integrados de la tecnología, la producción, la comercialización y el consumo. Coincidiendo en parte con este concepto, el Ministerio de Cultura de España considera que “las industrias culturales incluyen a las de la comunicación. Pero no así a todas las pertenecientes al campo del ocio porque no existen nexos suficientes entre este tipo de industrias (turismo, videojuegos, deportes, etc.) y las culturales. También se excluyen a las actividades artesanales”<sup>7</sup>.

Quedan fuera de este concepto, aunque no de los análisis desde la economía política de la cultura y la comunicación, los servicios culturales (bibliotecas, museos, archivos, artes escénicas y musicales, artes visuales, patrimonio y enseñanza artística y cultural) y las actividades culturales esporádicas o regulares, de carácter comercial y no comercial (fiestas religiosas, espectáculos populares, radios comunitarias, deportes, turismo, artesanía, juegos, etc.) “No sólo están situados en distintos planos (producción y consumo cultural en un caso, uso del tiempo libre en el otro) sino que hay múltiples actividades de ocio no vinculadas con las industrias culturales, desde el bricolaje al turismo no cultural, pasando por las relaciones interpersonales, el deporte o el paseo que, obviamente, forman parte en un sentido laxo, de la cultura y el estilo de vida”<sup>8</sup>.

Esta delimitación de campos no excluye de ninguna manera las interrelaciones que existen entre las industrias y los servicios y las actividades culturales. Unas y otras se complementan en el universo amplio de la cultura. Aunque las artes visuales, el diseño gráfico, las artes escénicas, los espectáculos musicales, el turismo, los deportes, etc., tienen sus finalidades específicas y diferenciadas, pueden servir sin embargo de recurso básico o complementario de las industrias, pero al mismo tiempo se diferencian de éstas según las características y la lógica propia que es inherente a cada uno de estos campos. Tal interrelación puede abarcar desde los contenidos hasta las tecnologías y las formas de producción, gestión y comercialización.

A su vez cada industria o cada producción cultural se relaciona con algunas de las otras en términos “industrializantes” (el patrimonio cultural o los espectáculos pueden contribuir al desarrollo del turismo, el diseño gráfico a la publicidad y ésta a su vez, al conjunto de los medios, etc.). Por otra parte, todas las IC dependen para su supervivencia de la existencia y

66

**Un ejemplo paradigmático de estas interrelaciones entre industrias de soporte y de contenidos, o de informática y medios, fue la fusión realizada en el año 2000 entre el proveedor de accesos a Internet, American On Line (AOL) y la corporación de medios y entretenimientos Time Warner por un monto estimado en unos US\$ 180 mil millones**

99

promoción de otras industrias no abocadas necesariamente a una función específica en el campo de la cultura. Así, la producción discográfica requiere de la química y la electrónica (además de servicios de diseño gráfico, medios impresos, revistas especializadas, etc.); la audiovisual, de la electrónica, electromecánica, química, óptica, luminotécnica, etc., para la producción y postproducción de películas o programas y de la electrónica de consumo hogareño para el consumo de los mismos (además de requerir de servicios de escenografía, vestuarios, transportes, hotelería, capacitación profesional, etc.); la del libro de las industrias de la celulosa y el papel, junto con las de la electrónica, química, electromecánica, etc. (además de los servicios de diseño gráfico, marketing, suplementos literarios, crítica, etc.)

Ello permite hablar de las sinergías que son inherentes a este tipo de industrias, las que pueden, según Zallo, estudiarse según su carácter: técnico-productivo (prensa en telemática, bases de datos, a partir de fondos informativos, salto de una empresa de radio a una de TV, de un medio a otro); financiero (casi todos los grandes grupos tienen una estrategia global y no sectorizada); comercial y publicitario (redes de distribución audiovisual para cine, video y televisión; experiencia de la prensa en gestión publicitaria reutilizable en la TV privada); organizacional

(empresas de telecomunicaciones y de informática en la implementación y gestión de redes de TV cable); simbólico (un mismo producto convertido en multiproducto desplegado en términos multimediáticos con un máximo aprovechamiento de sinergías comerciales: el personaje de una historieta se edita en una revista o en un libro, se registra en un filme o en una serie televisiva, se lanza en un disco, se escucha en radio, se imprime en camisetas, merchandising o se convierte en souvenir, etc.)<sup>9</sup>.

Un ejemplo paradigmático de estas interrelaciones entre industrias de soporte y de contenidos, o de informática y medios, fue la fusión realizada en el año 2000 entre el proveedor de accesos a Internet, American On Line (AOL) y la corporación de medios y entretenimientos Time Warner por un monto estimado en unos 180 mil millones de dólares (según valor de mercado), cifra que traduce una de las operaciones económicas más importantes de la historia, con su impacto indudable en la economía, la producción y los mercados de numerosos países.

Esta interrelación entre economía y cultura, entre industria y contenidos simbólicos, fue claramente señalada en un documento elaborado para el MINEDUC de Chile: “La dimensión económica dice relación con un complejo proceso que involucra empresarios, capital, recursos humanos y recursos tecnológicos industriales; y procesos de promoción, exhibición, distribución y venta que implica estrategias de público y mercado... La dimensión cultural de la industria dice relación tanto con la existencia de una fase de creación artística en la producción, como por la especificidad de los bienes y servicios producidos por este sector industrial. Las obras producidas son creaciones simbólicas y culturales... Su carácter concreto, dinámico, emocional, asociativo, sintético, holístico, afecta más a la fantasía y a la afectividad que a la racionalidad humana y está alterando –a escala mundial– las pautas culturales de la sociedad globalizada, constituyéndose en la base de las nuevas identidades sociales, políticas y culturales del siglo XXI”<sup>10</sup>.

Sea cualquiera la forma elegida para clasificarlas o abordarlas, todas las IC operan con un recurso básico e indispensable sin el cual aquellas no podrían existir que es el de la producción de contenidos (creación de obras, diseños, ideas, etc.), un sector cuyos productos pueden ser requeridos directa y sistemáticamente por las industrias, pero también capaz de ofertar los que fueron elaborados por ini-



ciativa propia de los autores para su procesamiento en la industria respectiva. El campo de la creación reviste en este sentido una fuerza sustancial -en algunos países se la ha bautizado como la "fuerza de la creación"- cuya presencia protagónica debe ser suficientemente valorada ya que, además, expresa parte del imaginario colectivo de una nación -su "alma"- y en ella se asienta la identidad de cualquier industria cultural, además de constituir un importante "valor agregado".

Ello implica finalmente la convergencia en el universo de las IC de diversos agentes principales, todos ellos interactuantes y necesarios para la existencia y desarrollo del sector:

- los creadores/autores, con sus legítimos derechos como tales;
- los empresarios/inversores, con sus no menos legítimos intereses económicos;
- los técnicos, profesionales y trabajadores, con sus correspondientes derechos sociales y su indudable aporte a la producción de bienes;
- la sociedad usuaria, el "mercado", con su también legítima necesidad de que se le devuelva mejorado y recreado aquello que en gran medida genera cotidianamente en ese "*somos lo que hacemos para cambiar lo que somos*", que nos recuerda Galeano;
- el Estado, con su obligación de regular y promover relaciones equitativas y democráticas, para que las IC sirvan efectivamente al desarrollo integral de la comunidad.

De ese modo, el sector cultural y en particular el de sus industrias, puede convertirse "por su propia especificidad, en un probado lugar de encuentros cotidianos, un escenario operativo concreto. La sociedad civil, a través de entidades o de los ciudadanos directamente, el Estado, las empresas y los profesionales, conviviendo en el escenario cultural como no lo hacen en ningún otro tipo de escenarios"<sup>11</sup>.

### **3. ALGUNOS DATOS SOBRE LA SITUACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN EL MERCOSUR**

Tomando el año 1992 como año-tipo, las IC argentinas representaban un movimiento económico de aproximadamente 8 mil millones de dólares anuales, cifra que

“

**La facturación publicitaria, que es la que sostiene la mayor parte de los presupuestos de la TV abierta, se eleva en Brasil a más de 2.600 millones de dólares anuales, mientras que es de unos 1.500 millones en la Argentina y ascendió en 1996 a 450 millones en Chile**

”

duplicaría al monto global de los recursos destinados en 1993 para el conjunto de los servicios sociales nacionales: Salud (770 millones de pesos), Promoción y Asistencia Social (1.229 millones), Educación y Cultura (1.904,4 millones), Ciencia y Técnica (533,3 millones), Trabajo (64,5 millones), Vivienda y Urbanismo (1.016,7 millones) y Agua Potable (107,4 millones)<sup>12</sup>.

Una aproximación actual al panorama general de las IC de los países del Mercosur permite sostener que hoy en día la mayor capacidad productiva del sector se concentra, como sucede con las industrias en general, en Brasil y Argentina, los países que representan los índices más elevados de producción y consumo de medios comunicacionales y bienes y servicios culturales.

Los indicadores del desarrollo económico y social (PBI, PEA, ingresos, educación, etc.), las políticas culturales y comunicacionales y también la situación de los servicios de electrificación y telecomunicaciones condicionan los índices de utilización o de consumo de los diversos medios en cada país.

En el caso de la radiodifusión sonora, su posibilidad de penetración en zonas rurales carentes de electrificación permitían a este medio llegar a la casi totalidad de los hogares, contándose con más de un aparato por hogar en las zonas urbanas, si se considera también su empleo en el par-

que automotor. El número de receptores de radio, según el Informe UNESCO de 1996, sobre datos oficiales de 1994, era de 62,5 millones en Brasil (348 por mil habitantes); 23 millones en Argentina (676 por mil habitantes); 2 millones en Uruguay (676 por mil habitantes); cerca de 800 mil en Paraguay (180 por mil habitantes). En este sentido, la posesión de aparatos de radio por cada mil habitantes en ese entonces era casi similar en Bolivia (670) que en Argentina (673) y en Uruguay (606)<sup>13</sup>.

En el rubro televisivo, la penetración en los hogares está condicionada por el nivel de urbanización de cada país, alcanzando por ejemplo en 1995, un nivel parecido en Argentina (219 aparatos por cada mil habitantes), Uruguay (232), Chile (215) y Brasil (209), descendiendo abruptamente en países de mayor población rural como Bolivia (115) y Paraguay (93). La facturación publicitaria, que es la que sostiene la mayor parte de los presupuestos de la TV abierta, se eleva en Brasil a más de 2.600 millones de dólares anuales, mientras que es de unos 1.500 millones en la Argentina y ascendió en 1996 a 450 millones en Chile<sup>14</sup>.

En cuanto a penetración en los hogares, la televisión de pago (cable y satelital) presenta un panorama de algún modo semejante a la TV abierta, con un porcentaje de hogares abonados que superaba en 1997 el 53% en Argentina, el 42% en Uruguay y el 30% en Chile (previéndose para este país una penetración en el 50% de los hogares para el 2000), y con tasas menores en los restantes países. Las tasas de penetración hogareña en 1996 eran del 15,9% en Paraguay del 9,8% en Brasil. Entonces se pronosticaba un rápido crecimiento de este tipo de sistemas en los países con menor acceso relativo a este sector. De ese modo se preveía un salto de la TV de pago brasileña de 1,6 millones de hogares abonados en 1995 y 2,7 millones en 1997, a más de 6 millones en el 2.000; algo semejante era proyectado para Chile, estimándose un crecimiento de más del 50% en ese mismo período<sup>15</sup>.

Este sector tiene a desplazar al de la TV abierta en cuanto a facturación anual -lo que explica la creciente articulación o integración empresarial de ambos sectores- representando alrededor de 1.600 millones de dólares en la Argentina, 1.200 millones en Brasil y aproximadamente 250 millones en Chile. Por otra parte, desarrollo satelital tanto internacional como regional facilita el rápido crecimiento de estos nuevos sistemas de comunicación televisiva, permitiendo a las emisoras de

algunos países, como Argentina, Brasil y Chile, proyectarse con sus imágenes sobre la región.

En lo que respecta a capacidad productiva en el rubro televisivo, el MERCOSUR tiene en Brasil a uno de los exponentes más importantes del mundo; la empresa O Globo de ese país ha llegado con sus imágenes a más de cien países de todo el planeta y la TV abierta produce entre el 80% y el 90% de su programación. Siguen en importancia dentro de este rubro, aunque con un desarrollo sensiblemente menor, Argentina y Chile. Esto permite a los países de la región exportar productos audiovisuales por una cifra estimada en unos 40 millones de dólares por año, en el caso de Brasil, alrededor de 10 millones en el de Argentina y entre 1 y 2 millones en Chile. La capacidad exportadora de Uruguay, Paraguay y Bolivia es prácticamente insignificante.

Cabe acotar, sin embargo, que la balanza comercial de estas industrias es históricamente deficitaria ya que el monto de las importaciones de productos audiovisuales supone para Brasil una erogación anual cercana a los 700 millones de dólares, para Argentina 440 millones y para Chile algo más de 100 millones. Lo cual se traduce en balanza comercial negativa de 650 millones de dólares anuales en Brasil, 430 millones en Argentina y 110 millones en Chile<sup>16</sup>.

En el rubro editorial, dedicado a la producción de libros y publicaciones periódicas, los niveles de educación y alfabetización inciden también en el mayor o menor desarrollo industrial. Las empresas brasileñas producen más 50 mil títulos al año, con un tiraje de 340 millones de ejemplares —cifra que equivale a una media de 2,4 libros por habitante y un volumen de ventas— cercano a los mil millones de dólares en el mercado local. La estrategia empleada por el sector en los últimos años se basa en el aumento del número de títulos ofrecidos, con un menor número de tirada por número. Según el investigador Gabriel Alvarez, la mitad de la producción está dedicada al área educativa, considerando que Brasil posee una población de 34 millones de alumnos matriculados<sup>17</sup>.

En materia de publicación de libros, UNESCO señalaba para 1994 que las cifras eran de 143 ejemplares producidos por cada 100 habitantes en la Argentina, 65 en Brasil, 62 en Uruguay y 14 en Chile<sup>18</sup>.

La industria editorial argentina, hace algunas décadas la más poderosa del mercado hispanohablante, redujo sensiblemente su capacidad productiva frente al

66

**En materia de publicación de libros, UNESCO señalaba para 1994 que las cifras eran de 143 ejemplares producidos por cada 100 habitantes en la Argentina, 65 en Brasil, 62 en Uruguay y 14 en Chile.**

99

crecimiento de las industrias de otros países iberoamericanos (España, México, Colombia, etc.) y el volumen de su producción actual se sitúa en unos 10 mil títulos anuales (en 1999 esta cifra se elevó a 14 mil) con un tiraje de aproximadamente 60 millones de ejemplares, correspondiendo algo más de la mitad a libros educativos y técnicos. Le sigue en importancia la pujante industria editorial chilena, con más de 2 mil títulos producidos anualmente entre sus 800 sellos editoriales, y una exportación que saltó de 3.900 toneladas de libros en 1992 a 17.790 toneladas en 1997, por un monto superior a los 50 millones de dólares. Su principal comprador es la Argentina, con unos 13 millones de dólares por año. Asimismo, la modernización tecnológica de su industria y el nivel competitivo de sus precios le ha permitido abastecer parte de las necesidades de la impresión gráfica de países vecinos, principalmente de la Argentina<sup>19</sup>.

Recientemente se observa la presencia de grupos transnacionales en el sector editorial de algunos países de la región, como Argentina y Chile. Es el caso del poderoso conglomerado alemán Bertelsmann, que pasó a controlar en ambos países la editorial Sudamericana, una de las más tradicionales del Río de la Plata, junto con su circuito de librerías. También han aparecido poderosos grupos españoles, asociados a capitales locales tanto en la compra de sellos editoriales como de grandes cadenas de librerías (El Ateneo y Yenny, por ejemplo).

En el rubro fonográfico —donde el conjunto de América Latina ocupa el 12,6 del mercado mundial— Brasil posee el mayor volumen de producción y comercialización en el sur del Continente, superando los 108 millones de unidades vendidas en 1997, frente a los 27,4 millones de la Argentina en ese mismo año, o los 11 millones de fonogramas vendidos conjuntamente entre Uruguay y Paraguay. Por su parte la producción fonográfica chilena ha experimentado un relativo crecimiento en los últimos años pasando de 8, millones de unidades vendidas en 1995 a 9 millones en 1997. Esas cifras significan una facturación anual estimada en 1.450 millones de dólares en Brasil, 380 millones en Argentina, y algo más de 50 millones en Chile<sup>20</sup>.

En este sector, la hegemonía de las empresas transnacionales es casi total —aunque ellas produzcan la mayor parte de la obra de los autores e intérpretes más exitosos locales— y se centraliza en cinco o seis grandes compañías: Sony, Warner, BMG, Thornn-EMI y Polygram.

Cabe destacar el crecimiento experimentado en los últimos años en materia de articulaciones productivas entre la industria editorial y la fonográfica, incorporando por ejemplo unidades de CD en la venta de revistas o fascículos, lo que ha redituado en beneficio de ambas. (Algo semejante a lo que sucede también con la industria videográfica, permitiendo la edición de decenas de miles de ejemplares semanales con cifras millonarias a lo largo de cada año).

Uno de los problemas principales que atraviesa este sector, y que afecta particularmente al copyright norteamericano —aunque también perjudica a las empresas locales— es la piratería de fonogramas (casetes y CD's), estimándose que el daño ocasionado al copyright representaría unos 25 millones de dólares al año en el caso de Argentina y alrededor de 110 millones en el de Brasil.

La producción cinematográfica que desde los años 60 tenía a Brasil como el país más desarrollado de la región (más de 50 largometrajes en 1965, frente a un promedio de 30 por año en Argentina), se centraliza en la actualidad en la Argentina, aunque la industria brasileña, debido a los cambios recientes de su legislación, está retomando en parte la dimensión que tuvo años atrás. Ambos países, a los cuales se ha sumado Chile en los últimos años (3 largometrajes en 1997 y 6 en 1999), cuentan con un fuerte prestigio internacional en lo referente a la calidad estética y técnica de sus producciones<sup>21</sup>.

En todos los países de la región se verifica la creciente presencia de inversiones de grandes compañías multinacionales (con base en EE.UU. y en Australia) en materia de adquisición y construcción de complejos de salas cinematográficas. Ello indica un cambio de la estrategia de la industria audiovisual norteamericana, en particular, ya que comienza a dominar un espacio —el de la comercialización directa— en el cual no tenía mayor injerencia hasta hace apenas diez años (el control del mercado local lo ejercía a través de sus compañías distribuidoras). Tal estrategia debe ubicarse en los cambios tecnológicos que se prevén para el corto y mediano plazo —posibilidad de ofertar el producto directamente al hogar y a la sala vía digitalización satelital— prescindiendo así cada vez más de los gastos de intermediación de las distribuidoras, además del copiado y almacenaje de películas. Por otra parte esta presencia directa de las majors norteamericanas en el comercio cinematográfico ha comenzado a incidir sobre la producción local, agrandando en algunos casos la brecha que existía entre empresas grandes (crecientemente vinculadas a grupos multimediales y a los nuevos circuitos de multicines) y pequeñas y medianas empresas productoras, personalizadas habitualmente en los propios directores de cine.

Ello explica la presencia de políticas de fomento, ayudas o subsidios en casi todos los países de la región, sin lo cual resultaría casi inconcebible la producción cinematográfica nacional. Es el caso de los incentivos fiscales dispuestos por la legislación brasileña; los créditos blandos y los subsidios del cine argentino, o algunas formas de ayuda, crédito y fomento en Chile y, en menor medida, en Bolivia y Uruguay.

Otras industrias que atraviesan al conjunto del universo de las industrias culturales son las de la publicidad y las dedicadas específicamente a producir tecnología e insumos para diversos rubros de aquellas.

En el caso de la publicidad ella constituye un poderoso factor de incidencia cultural, al apropiarse de signos y valores simbólicos de cada espacio para resemantizarlos en la forma de nuevos productos con el fin de incentivar determinados consumos o de inducir a determinadas actitudes o conductas individuales y sociales. Su papel no puede ser soslayado cuando nos referimos a la cultura y a la situación de las industrias del sector. Principalmente en los rubros donde el financiamiento publicitario constituye la base principal de medios tales como las publicaciones periódicas,

“

**Cabe destacar el crecimiento experimentado en los últimos años en materia de articulaciones productivas entre la industria editorial y la fonográfica, incorporando por ejemplo unidades de CD en la venta de revistas o fascículos, lo que ha redituado en beneficio de ambas**

”

dicadas, la radio, la televisión, y en menor medida el cine y el video. En lo referente a la incidencia económica, cabe recordar que los gastos publicitarios de los países del Mercosur representan actualmente entre 8 y 9 mil millones de dólares anuales, de los cuales, algo más de un 50% se destina al medio televisivo.

En materia de “industrias de soporte”, dedicadas a producir tecnologías e insumos para las IC, ellas están concentrada casi totalmente en los EE.UU., Europa y países asiáticos. Apenas Brasil y Argentina producen o ensamblan algunos equipos (televisores, videograbadoras, reproductores de sonido) mientras que el grueso de la maquinaria, el instrumental, los equipos y la tecnología básica es importado, con la consiguiente erogación de divisas. Ello implica a todas las industrias, afectando principalmente a las que necesitan de recursos tecnológicos modernos (electrónica, informática, etc.) pero también a las que demandan equipamientos electromecánicos o de suministro de insumos elementales (celulosa, papel, película, cinta magnética, etc.). Brasil es el país que, en este punto ha preservado más que cualquier otro en la región su capacidad en cuanto a diseño y fabricación de tecnología propia.

A esto puede agregarse la importancia de las “industrias conexas”, por su creciente interrelación con la producción y el consumo de bienes culturales y de información. Ellas son básicamente la informática y las telecomunicaciones, con su

incidencia en el acceso, vía teléfono y ordenador (Web) a la producción discográfica, cinematográfica, videográfica, libros, diarios y revistas e, inclusive, la publicidad.

#### **4. INTERCAMBIOS Y ARTICULACIONES ECONÓMICAS**

En materia de flujos de intercambio regional, los mismos se hallan condicionados por la capacidad que tiene cada país en materia de producción y de exportación. Ello explica que las industrias culturales de la región sean todavía “avenidas de una sola mano”: direccionadas claramente desde los países más desarrollados hacia los de menor desarrollo. Esta situación se reproduce también en el interior de cada país. Tratándose de industrias culturales, ellas están mayoritariamente ubicadas en algunos grandes centros urbanos, limitándose las provincias del interior a retransmitir o a consumir los productos elaborados en las ciudades principales, sean del país o del exterior.

La disgregación es, en este caso, un elemento distintivo de todos los países del MERCOSUR. Así, por ejemplo, en la capital argentina y sus alrededores se concentra el 70% del consumo cinematográfico, tal como se repite en Asunción del Paraguay o en Montevideo. Las ciudades de San Pablo y Río de Janeiro representan a su vez el 77,7% de las ventas de publicaciones periódicas, cifra algo semejante a las de las capitales de Uruguay y Paraguay, o a las dos o tres principales ciudades argentinas. Un grupo multimediales, como Globo en Brasil, tiene tanto poder o más que todos los otros grupos reunidos. Cuatro grandes empresas controlan en la Argentina el 85% de lo que se produce o retransmite en los medios nacionales.

La música y el audiovisual constituyen los principales rubros de intercambio en la región, aunque sujetos también a la capacidad productiva de las diversas industrias, las que están controladas por capitales transnacionales. En el caso de la producción fonográfica, ésta tiene en el Brasil el principal polo exportador intraregional. Diversos intérpretes brasileños son ampliamente conocidos en la región, mientras que los de Argentina, Paraguay y Uruguay son todavía prácticamente desconocidos en aquel país.

En cuanto a la industria del cine, pese a los reiterados acuerdos y protocolos suscritos entre Argentina y Brasil, el intercambio es casi nulo. En este rubro, los

costos de doblaje o de subtítulo atentan contra el intercambio, particularmente en los casos donde no se confía en lograr un volumen razonable de mercado.

Algo parecido sucede con la producción televisiva. En este caso, ninguno de los países de la región ha logrado contar con una presencia significativa en el mercado brasileño. En cambio, la producción de ese país, particularmente el rubro "telenovela" ocupa parte de la programación de los canales en otros países del Mercosur.

En este rubro, Paraguay y Uruguay son prácticamente espacios periféricos de la Argentina y el Brasil. De acuerdo a un estudio efectuado en la ciudad de Montevideo, en septiembre de 1993, el 50% de los programas emitidos a partir de la hora 20:30 tenía como origen a los EE.UU., mientras que el 28,4% procedía de la Argentina, el 10,4% de Brasil y sólo el 7,6% estaba originado en Uruguay.

En materia de medios impresos, la circulación está restringida por razones idiomáticas, siendo mayor la presencia de la Argentina en Paraguay y Uruguay, tanto en el ámbito de libros, como de publicaciones periódicas. Paradójicamente, salvo algunas raras excepciones, la mayor circulación de libros de autores de lengua portuguesa en los países de habla hispana del MERCOSUR, se origina en empresas de fuera de la región, en particular en las grandes editoriales españolas. Similares dificultades se extienden también sobre las publicaciones periódicas.

La creciente competencia interna e internacional en el marco de la globalización económica, ha empujado a las industrias culturales a desarrollar fuertes procesos de integración interempresarial de los que participan diversos medios, e inclusive, actividades económicas ajenas al sector.

El país con mayor experiencia en ese sentido es Brasil que, al igual que México, cuenta desde hace varias décadas con poderosos holdings de la cultura, los medios y los espectáculos. El ejemplo más destacado en este sentido, es el conglomerado empresarial de la Organización Globo, de Brasil, que maneja un conjunto de poderosas industrias de los sectores de la radiodifusión, la industria editorial, empresas electrónicas, editoras de video, compañías fonográficas, agencias de espectáculos, galerías de arte y otras actividades económicas con una facturación que supera los 2.000 millones de dólares por año.

Otros emprendimientos de parecido carácter compiten en el interior del Brasil,

66

**De acuerdo a un estudio efectuado en la ciudad de Montevideo, en septiembre de 1993, el 50% de los programas emitidos a partir de la hora 20:30 tenía como origen a los EE.UU., mientras que el 28,4% procedía de la Argentina, el 10,4% de Brasil y sólo el 7,6% estaba originado en Uruguay**

99

como el Grupo Abril, con base en la industria del libro y de las publicaciones periódicas y hace poco tiempo lanzado a disputar la significativa torta publicitaria del audiovisual con inversiones en canales de TV de UHF y señal codificada y en la edición de video pregrabado.

En la Argentina se ha producido el mismo fenómeno en los últimos años, con la incursión de empresas procedentes del campo editorial, en medios audiovisuales, espectáculos, deportes, telecomunicaciones e inversiones financieras. El más importante de estos conglomerados, es el Grupo Clarín, con base en el diario del mismo nombre, el que comenzó en 1990 a adquirir o participar accionariamente en empresas de televisión de señal abierta y de cable de todo el país, emisoras de AM y FM, en empresas del espectáculo y los deportes y en compañías telefónicas, con una facturación de alrededor de 1.000 millones de dólares por año. A estos grupos se han incorporado en los dos últimos años importantes capitales procedentes de fondos de inversión internacional (CEI Citicorp Holding) y de grandes compañías de multimedios, y de telecomunicaciones, como TCI, de EE.UU. y Telefónica Internacional (TISA), de España. Esta última empresa también se ha hecho presente en Brasil en 1998 al adquirir una de las principales compañías de teléfonos privatizadas.

Este fenómeno de creación de conglomerados de multimedios de comunicación y de cultura tiene sus ejemplos, en una escala más reducida, en Uruguay y Paraguay en los que dos o tres grandes grupos empresariales manejan más del 50 por ciento de los principales medios.

La concentración diversificada que se experimenta en cada país, se proyecta cada vez más en las relaciones intrarregionales. A ello se suman experiencias de lanzamiento de nuevos medios en otros países para ampliar el mercado. Así, por ejemplo, la empresa periodística argentina Editorial Perfil, ha comenzado a editar en Brasil uno de sus semanarios, adaptado a los requerimientos del nuevo mercado. Simultáneamente, el Grupo Abril de Brasil constituyó en la Argentina la Editorial Primavera para editar algunas de sus revistas.

En materia de nuevos medios, los conglomerados argentinos se han lanzado a experimentar su comercialización, en otros países además del propio. El grupo Atlántida de la Argentina ha procedido a incorporar una red de TV cable que opera en Brasil y Chile, además de la Argentina. También el Grupo Clarín se habría asociado a capitales brasileños y uruguayos para manejar emisoras de TV cable en ciudades de ambos países. Esta empresa ha manifestado la voluntad de incursionar en otros medios, como la radio, en los restantes países del Mercosur. Las empresas argentinas aprovechan en este rubro su experiencia como pioneras del cable en la región.

Otro rubro en el que se están realizando emprendimientos conjuntos es el de las telecomunicaciones, asociadas en algunos casos al sector satelital y a la televisión. Varias grandes empresas brasileñas han constituido subsidiarias para actuar en el lucrativo negocio de las telecomunicaciones. La compañía estatal brasileña Telebras se asoció en noviembre de 1994 al consorcio privado Localsat, que, a su vez, participa del satélite argentino Nahuel, comercializando sus servicios en Brasil.

A este tipo de fusiones de empresas intrarregionales se suman convenios vinculados a las políticas de globalización de los grandes conglomerados de multimedios. Con el Mercosur las multinacionales ya no necesitan como en otros tiempos manejar fábricas propias en cada país. Ahora pueden repartir los esfuerzos desde un principal centro productivo o de maquila o ensamble, con la consiguiente reducción de costos.

## 5. ALGUNAS REFLEXIONES PROVISORIAS

Paradójicamente, la integración regional se acentúa a través de esas asociaciones y fusiones empresariales, en las que los capitales extrarregionales tienen un creciente protagonismo. Una situación relativamente nueva en este campo, que no es acompañada por políticas de regulación, nacionales y regionales, a fin de que la nueva dinámica presente beneficios sólidos y duraderos para los países del Mercosur, en vez de inversiones de corto plazo que pueden desaparecer con la misma rapidez con la que llegaron.

Transnacionalización y concentración son los dos rasgos distintivos de la nueva situación planteada en las industrias culturales. Esto amenaza también a la diversidad cultural en materia de producción de contenidos. El mayor control de la industria y del mercado, implica a la vez, un poder de igual magnitud sobre la "agenda" de programación y los títulos a producirse, sean ellos películas, programas de TV, discos, libros o material discográfico.

El sector más perjudicado con estos procesos son las pequeñas y medianas industrias culturales (PyMECs). Dedicados los grandes conglomerados a desarrollar líneas de producción de éxito seguro, sostenidas habitualmente en fuertes inversiones de publicidad y marketing, los emprendimientos de menor capacidad están obligados a trabajar en los espacios intersticiales que logran sobrevivir: nuevos y desconocidos creadores, experiencias artísticas innovadoras, públicos altamente selectivos, mercados territoriales limitados, etc., con los consiguientes riesgos que ello representa para cualquier tipo de inversión productiva.

Los pequeños editores de libros o de fonogramas se ocupan así de producir obras de nuevos creadores y de tiraje muy reducido; las publicaciones periódicas se orientan a franjas minúsculas de lectores, principal fuente de financiamiento de las mismas, en tanto ellas no cuentan con avales publicitarios; los nuevos cineastas y videastas, sin productores interesados en arriesgar financiamiento alguno, se abocan a tramitar subsidios gubernamentales, en el marco de presupuestos seriamente afectados por las políticas económicas vigentes. Tales situaciones afectan conjuntamente a la fabricación y comercialización de manufacturas culturales y a los procesos de diseño y creación artística, cultural y comunicacional.

La concentración de la producción y de los mercados, tiende a estandarizar y a

serializar no sólo los procesos de fabricación y producción de libros, revistas, discos y películas, sino también los contenidos simbólicos y las narrativas inherentes a dicha producción, además de sus obvias implicancias en la demanda y el consumo. Ello permite pronosticar una seria amenaza a la diversidad comunicacional y cultural, es decir, a la democracia, que debe ser inherente a la cultura para que ella sea tal.

Esta situación tenderá a agravarse aún más en los próximos años, si es que no se implementan políticas públicas de regulación y fomento, cuya finalidad principal sea la de garantizar relaciones equitativas y justas, en suma, democráticas, entre los intereses nacionales y los de otras regiones. Políticas destinadas a incidir de manera integral y simultánea sobre los campos de la economía del sector, del desarrollo social y de la cultura nacional. Ellas deben incluir, necesariamente, la regulación antimonopólica del sector, y también medidas de fomento a las pequeñas y medianas empresas, en las distintas regiones de cada país, requisito básico para la descentralización y la diversidad que requiere el desarrollo cultural nacional y regional.

El proceso de integración del Mercosur requiere de políticas públicas consensuadas que faciliten y promuevan la existencia de procesos dialogales e interactivos, de "doble vía", antes que de "mano única", los cuales demandan de un desarrollo productivo en cada país para democratizar los intercambios culturales.

En este sentido, la reflexión y la adopción de políticas en el sector suelen aparecer muy rezagadas con respecto a las transformaciones efectivas que él experimenta. Sin embargo, la globalización de las economías y su consecuente tentativa de proyección sobre las culturas del mundo, incentiva más que restringe, la necesidad de fortalecer o revitalizar las identidades de cada comunidad.

Falta, sin embargo en nuestro caso, una acción conjunta de los agentes principales de las IC del Mercosur (organismos públicos, organizaciones empresariales y sociales, autores y creadores), para dinamizar el intercambio de información y de bienes y productos, junto con el establecimiento de políticas y legislación para beneficio del conjunto, antes que de alguna de las partes.

Todo indica que las urgencias impuestas por la globalización a las naciones subalternas como las nuestras, obliga a saltar etapas y que cualquier pretensión puramente nacional resultará insuficiente o tardía, si ella no se enmarca en acuerdos y de-

cisiones de conjunto entre los países de la región, aunque más no sea, para poder negociar en mejores condiciones con los principales exponentes del poder transnacional la situación de nuestras IC.

■ **Octavio Getino**  
Investigador y cineasta argentino

### Notas y referencias bibliográficas

- 1 Citado por Jeromy Rifkin en "La era del acceso", Paidós, Buenos Aires, 2000.
- 2 Cees Hamelink, Nuevos desequilibrios en el flujo internacional de las comunicaciones", revista "Voces y Cultura", Madrid, 1991.
- 3 Investigación efectuada por la World Information Technology and Services Alliance, en Reuters, 24-1-01.
- 4 Nathaniel C. Nash, en New York Times, 27-2-95.
- 5 INDEC, "Encuesta Nacional de Gastos de Hogares", 1996/1997, Buenos Aires.
- 6 Rafael Roncagliolo, ob. cit.
- 7 Ministerio de Cultura, "La cultura en cifras", Madrid, 1996.
- 8 Ramón Zallo, "El mercado de la cultura", Gakoa, Guipúzcoa, 1992.
- 9 Ramón Zallo, "El mercado...", Ob. cit.
- 10 MINEDUC, "Política de fomento y desarrollo del cine y la industria audiovisual", documento de trabajo, Santiago de Chile, 1996.
- 11 INITS, Ob. cit.
- 12 Octavio Getino, Ob. cit.
- 13 UNESCO, Ob. cit.
- 14 Octavio Getino, "Cine y televisión en América Latina: producción y mercados", LOM-CICCUS. Santiago de Chile, 1999.
- 15 Carlos García Rubio, "Uruguay: su nueva televisión", en "Al fin solos... La nueva televisión del Mercosur", Luís Albornoz (Coord.), CICCUS-La Crujía, Buenos Aires, 2000.
- 16 Media Research & Consultancy Spain, "La industria audiovisual iberoamericana, 1997", AECI-FAPAE, Madrid, junio 1997.
- 17 Gabriel Omar Alvarez, "Integración regional e industrias culturales en el Mercosur", Ob. cit.
- 18 UNESCO, Ob. cit.
- 19 Nivia Palma, Ponencia presentada en las "Primeras Jornadas sobre Políticas e Industrias Culturales en el Mercosur", Comisión de Cultura Senado de la Nación, Buenos Aires, 28-29 julio 1998.
- 20 G. Giudice, Ob. cit.; N. Palma, Ob. cit.
- 21 MINDUC, Div. Cultura, Area de Cine y Artes Audiovisuales, "La industria audiovisual en Chile". Santiago, 2000.



Mireya Lozada:

# “Hay que descentrar el rol de los medios en la construcción de la ciudadanía”

**E**n la construcción de la ciudadanía intervienen diversos factores relacionados con el ámbito cotidiano en el que se desenvuelven los individuos. La condición económica, las relaciones sociales que se establecen en la comunidad donde se habita, la participación política y el mensaje que se recibe a través de los medios de comunicación son algunos de los elementos que intervienen en la formación ciudadana.

Con el objeto de comprender mejor cómo se desarrolla la construcción de ciudadanía y cuál es el rol de los medios de comunicación en dicho proceso, la revista *Comunicación* del Centro Gumilla invitó a un espacio de diálogo a la psicóloga social, profesora e investigadora del Instituto de Psicología de la Universidad Central de Venezuela, Mireya Lozada, quien conversó sobre el tema propuesto con los miembros del Consejo de Redacción de la revista.

En su actividad académica y profesional, Lozada ha trabajado el tema de representación y ciudadanía. A partir de sus estudios sostiene que los medios de comunicación contribuyen a crear una imagen de representación de la ciudadanía. Sin embargo es en los espacios de convivencia con el otro, donde se logra su edificación. “La ciudadanía se construye desde el respeto y el reconocimiento del otro”, sostiene.

Lozada abrió el intercambio abordando el término ciudadanía. Para la psicóloga, éste es un concepto de difícil abordaje y que en algunos momentos puede resultar “irritante”, desde el punto de vista de sus posibilidades y límites. A su juicio, “hace rato que la noción de ciudadanía trascendió esa noción de estatus político e institucional que garantiza derechos y hace cumplir deberes propios de esa condición”.

Considera que la ciudadanía dejó de ser un concepto abstracto, universal, al margen

*A juicio de la especialista, a pesar de que los medios no son los únicos actores sociales que intervienen en la construcción de ciudadanía, es necesario que desde ellos se abran espacios que permitan el debate y la discusión sobre la coyuntura política que está viviendo el país, privilegiando justamente aquellos espacios con una opción por la convivencia*

## ■ Luisa Torrealba

de las condiciones económicas, sociales y culturales. “Y pasa a ser el reconocimiento de un modo de vida, de un estar en sociedad. El ser ciudadano es ser miembro de una comunidad política que obviamente suele mediar entre el Estado y el individuo, pero esta comunidad supone entonces un conjunto de personas con una identidad común y con intereses compartidos”.

El concepto de ciudadanía también implica valores éticos. Pasa por el respeto y el reconocer al otro, aceptando la diversidad que se puede hacer presente a nivel ideológico, cultural y religioso. Y se construye “en una defensa colectiva de los Derechos Humanos en su visión integral, lo que incluye la salud, la educación, la seguridad, el empleo, etcétera”.

“Ser ciudadano supone un rol y una responsabilidad ética, que va más allá del voto, el cual ha sido por supuesto la forma clásica de expresión ciudadana (...) No es

un concepto sólo político, es un concepto económico, civil, cultural y es necesario conseguirlo desde esa visión integral, desde su integralidad”, puntualizó.

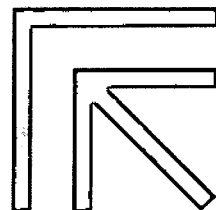
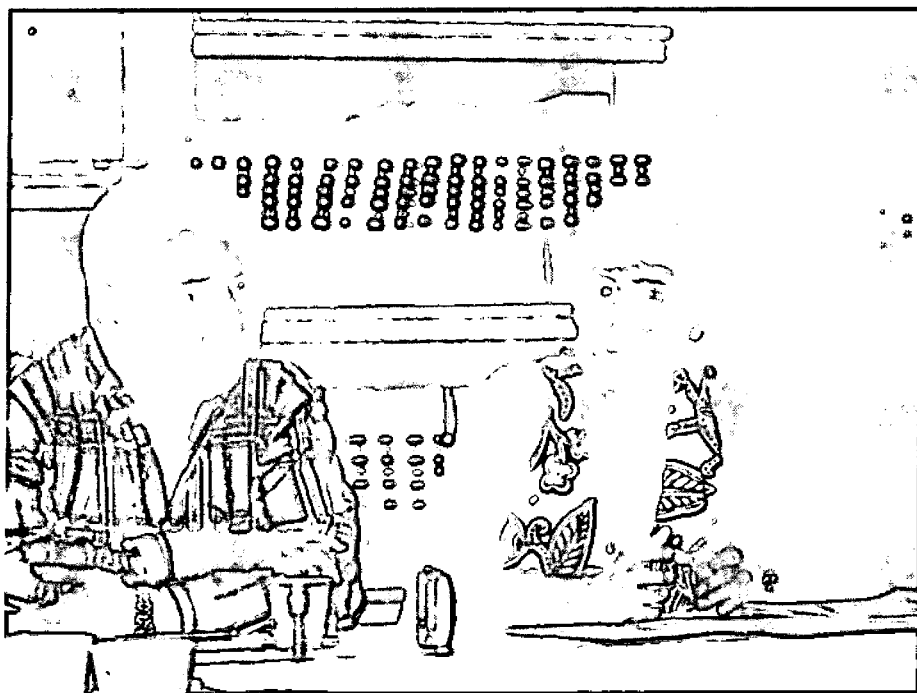
## LA CIUDADANÍA MEDIÁTICA

Si bien los medios de comunicación no son los únicos actores sociales que intervienen en la construcción de la ciudadanía, éstos tienen un papel importante, en cuanto a que desde ellos se contribuye a crear una imagen de representación ciudadana. En el caso específico de Venezuela, a través de los medios de comunicación se transmiten niveles de polarización, cuando se desarrolla la cobertura de la conflictividad política que afecta al país.

La visibilidad de los medios y de los que ellos muestran, sobre lo que está pasando, induce a que se les hagan exigencias, en algunos asuntos, como la construcción de la ciudadanía. Y se va dejando de lado la responsabilidad que tienen otras instituciones como las universidades, la familia y la educación en general, que deberían cumplir ese papel y podrían contrarrestar la información nociva o perjudicial que se pudiera estar transmitiendo a través de los grandes medios.

Al ser consultada sobre la posibilidad de que a los medios de comunicación se les está haciendo un nivel de exigencia que ellos no están en capacidad de cumplir, en relación con el proceso de construcción de ciudadanía, y sobre la necesidad de exigirle a otras instituciones que asuman su rol en dicho proceso, manifestó que la responsabilidad debe estar en manos de diversos actores. “Yo creo que eso que se denomina la ciudadanía mediática y ese ciudadano de los medios tiene un límite, porque hay demás intereses de orden económico detrás de las áreas transnaciona-





Gustavo Hernández, miembro  
del Consejo de Redacción, junto a Mireya Lozada

les de los medios o de los pequeños medios. En todo caso, creo que los medios podrían impulsar el debate, formulación y seguimiento de ese diálogo público en un sentido de que hay foros y un espacio público abierto y permanente. Ese es el rol de ellos y creo que uno, en ese sentido, y la gente que trabaja con los medios o hace investigación en medios debe propiciarlo, pero no solamente en esos medios públicos que están allí expuestos, sino en todos”, señaló Lozada.

“Los medios tienen unos roles que también han excedido, porque en este momento están asumiendo el de autoridad política. Yo creo que siempre lo han hecho pero de otra manera. En este momento, porque además hay una pérdida de credibilidad de los partidos o la representatividad de los partidos y de los actores políticos tradicionales, también se han desplazado”, apuntó.

A su juicio, “efectivamente es necesario descentralizar el rol de los medios en la construcción de la ciudadanía. Si bien ellos juegan un rol importante, todas las otras instituciones también la juegan y creo que eso ha sido parte de nuestra irresponsabilidad ciudadana, que nosotros durante muchos años hemos simplemente ido a votar cada cinco años. Hemos desplazado las responsabilidades ciudadanas. Los asuntos de interés común, nosotros realmente nos hemos preocupado poco, en un sentido más colectivo”.

Considera que instituciones como las universidades, en este momento se encuentran alejadas del país y han tomado distancia de la realidad de esa cotidianidad política, económica. Piensa que si bien, en algunos sectores académicos se ha desarrollado un proceso de crítica sobre lo que está ocurriendo, este no se ha traducido en políticas públicas: “Nadie puede excusarse en este tiempo. Hace rato que debemos hacerlo, pero ahora más que nunca. Que todas las instituciones formales o no formales y todos los espacios educativos formales o no formales tenemos que hacernos eco de esto que es una necesidad y que es un trabajo a largo plazo y difícil”.

Además sostiene que para afrontar esta responsabilidad es necesario aprender a manejarse con incertidumbre, en medio de los efectos que produce el conflicto: “Tenemos que aprender a manejarnos con una dosis de incertidumbre muy alta y con unos grados de fragilidad personal y colectiva que ha dejado el conflicto”.

#### LOS MEDIOS Y LA RECONSTRUCCIÓN SOCIAL

Lozada considera que desde los medios de comunicación podría darse un importante aporte a favor de la reconstrucción del tejido social y de crear un espacio idóneo para que se den los consensos mínimos que permitan la convivencia demo-

crática. En ese sentido, plantea que desde el propio interior de los medios, tanto públicos como privados, debería darse una revisión autocrítica “que pase por reconocer el rol que han jugado en la polarización”.

A partir del seguimiento que ha hecho al contenido de los medios de comunicación, Lozada ha identificado algunos aspectos que a su juicio se podrían evitar: “El uso de estereotipos en la transmisión de imágenes de los grupos en conflictos es uno de los puntos que ha contribuido a esa polarización. La personalización y la puesta en escena de episodios extremos que difunden mensajes que exaltan el miedo, la rabia, el odio y la violencia”.

Asimismo opina que en los medios de comunicación social “hay una retórica de la victimización, de la heroicidad y de la impotencia, que alimenta las reacciones de venganza y la retaliación, y hay una utilización mediática del sufrimiento de la población a causa del impacto político o de la utilización con fines comerciales o políticos de las víctimas de la violencia política, de este tiempo, y de sus familiares”.

Cree que buena parte del trabajo de los medios implica “rehacer o reconstruir algunos valores y referentes éticos que vayan más allá de lo que está siendo buena parte del mensaje, que es una suerte de *reality show* de la política” y que a su juicio “es un desnudo de la vida pública y privada del país y eso tienen consecuen-

cias desde el punto de vista del impacto que tiene sobre la población”.

### **ABRIR ESPACIOS PARA EL DIÁLOGO**

Para Lozada, es necesario que desde los medios se abran espacios que permitan el debate y la discusión sobre la coyuntura política que está viviendo el país e identificar aquellos aspectos que puedan privilegiar la convivencia. “Creo que es necesario descentrar el foco de la atención en el conflicto. No quiere decir negarlo, o en todo caso problematizar el conflicto y ofrecer posibilidad de espacios de debate y de diálogo para abordar desde diferentes miradas los problemas del país y las propuestas de solución. La diversificación de los contenidos informativos, obviamente que pasa por allí, y reconocer que hay elementos que unen y diferencian a los venezolanos, que permiten la convivencia democrática al margen del eje polarizador”.

Opina que es necesario pensar el rol de los medios en un sentido más amplio, que permita resituar la centralidad política de la comunicación. “Es necesario que esa centralidad y el rol político que están jugando (los medios), tiene que pasar por una responsabilidad ética ineludible, y asumir entonces la posibilidad de construir nuevas formas de comunicación y nuevos espacios de diálogo y de comunicación”.

Apuesta por que los medios participen en la agenda pública construyendo espacios de comunicación en los que se de cabida a distintas voces. Esta, según su opinión, es una tarea “ineludible” frente a la mirada única que ha privado y que contribuye a negar al otro y a privilegiar al grupo propio y a los propios intereses.

“Habría que pensar de qué manera esos espacios mediáticos puedan contribuir a la reconstrucción de una identidad en el sentido de esos valores compartidos y de una identidad común, con la diversidad que ella implica. Creo que esa diversidad entonces, tiene que ser vista desde sus propias y distintas competencias y necesidades”, señaló.

### **LA CIUDADANÍA DESDE LO COTIDIANO**

Lozada ha venido trabajando el tema de la ciudadanía en la Unidad de Psicología Política del Instituto de Psicología de la UCV. Allí estudian cómo se expresa la ciudadanía en la cotidianidad, en el día a día, en todos los espacios y cómo los ciu-

“

**Plantea que desde el propio interior de los medios, tanto públicos como privados, debería darse una revisión autocrítica “que pase por reconocer el rol que han jugado en la polarización”**

”

dadanos se reconocen y de qué manera expresan esa ciudadanía en todos sus espacios de acción, públicos y privados.

Con respecto al proceso de construcción de la ciudadanía “lo que mas nos preocupa al vincular ciudadanía y conflictividad política, es que la ciudadanía se trata de una identidad común y de unos intereses compartidos”.

Frente a la interrogante sobre qué elementos están involucrados en la construcción de la ciudadanía, Lozada responde que: “la construcción de ciudadanía implica ver qué es lo que nos une y qué es lo que nos desune”. En ese sentido plantea la capacidad de construir lo que nos es común, “pero reconociendo la diversidad, eso creo que es un desafío tremendo en este tiempo en que la ciudadanía es una ciudadanía excluyente”.

Explica que la noción de exclusión se extiende en una ciudadanía que no reconoce al otro. “Entonces, creo que es justamente es allí donde está nuestro mayor trabajo en este momento, la necesidad de generar espacios comunes y de posibilidad de intercambio y de encuentro dentro de la diversidad, para, desde la defensa de esos derechos integrales poder trabajar en espacios de consenso, de diálogo, debate de los principales problemas que afrontamos como país y que están en la base del conflicto”.

Resalta el papel fundamental que tiene la comunicación en sus diversas modalidades para abrir esos espacios de diálogo necesarios para la construcción de la ciudadanía, en medio de la fractura que

afecta actualmente al tejido social. “Creo que habría que integrar diferentes niveles de comunicación, que pasan por los niveles de interacción cotidiana y personal en los espacios más privados y más interpersonales, hasta espacios más macrosociales y la apropiación de lo público, desde el punto de vista de lo colectivo. Creo que allí entonces tendríamos que colocar el diálogo como una finalidad de la comunicación”, sostuvo.

“Esa comunicación sería una finalidad de ese diálogo y de la democracia obviamente, porque cuando dialogamos escuchamos al otro y estamos de alguna manera en una posibilidad dialógica que es a la que apuesta la democracia finalmente”, agregó.

### **LA PARTICIPACIÓN A TRAVÉS DE LA RED**

Un espacio que ha abierto la posibilidad de participación en el actual conflicto político que afronta el país es Internet. Se han creado comunidades virtuales que actúan como foros y se presentan declaraciones y solicitudes cuyas adhesiones son recogidas a través de la red.

En relación con el aporte que puede ofrecer Internet como un espacio de construcción de ciudadanía, Lozada dijo que es un espacio “conflictivo”, sobre el cual se podrían hacer amplias discusiones en relación con su acceso limitado en la población.

Desde 1998, cuando tuvo su actividad la Asamblea Nacional Constituyente que redactó el texto de la actual constitución venezolana, desde la Unidad de Psicología Política de la UCV se desarrolló un proyecto denominado “Psicopolítica de la Cybercultura”, para analizar las redes de opinión política virtual y de consulta que se comenzaron a desarrollar en ese momento.

“En aquel momento fue impresionante como se fueron abriendo páginas web y espacios y foros de discusión política”, recordó. Explicó que en ese tiempo concluyeron que las páginas reproducen la dinámica polarizadora. En el estudio se encontraron desde sitios en los que se recogen artículos hasta otros de diálogo e interacción. “Aquellas páginas en que se da un tipo de diálogo de interacción son páginas extremadamente violentas, ese desconocimiento del otro y la negación del otro se dan mucho más explícitamente, porque el anonimato lo permite; entonces es impresionante como se expresan todas las formas de exclusión vía el racismo, sexismo, homofobia. Es una cosa terrible de mucha



Carlos Guzmán y José Ignacio Rey, miembros del Consejo de Redacción

crueldad". Sobre esta base, Lozada se planteó la siguiente pregunta: "¿Ese espacio contribuye efectivamente a generar opinión pública, a profundizar la democracia, o a activar formas de participación y organización?".

"Creo que hacia un lado sí, por que uno ve que allí hay una movilización y una participación permanente de gente que no necesariamente tiene argumentos o contra argumentos bien elaborados, sino es solo el insulto, la catarsis o la descalificación del otro; pero hay como un reciente interés de la población hacia los asuntos de interés público y hacia la política. No necesariamente esa politización es una politización con elementos argumentativos, analíticos y suficientemente crítica, pero de todas maneras ese interés creo que no hay que desestimarlo", dijo al referirse al contenido de las redes electrónicas.

En el espacio virtual se van desarrollando simultáneamente las convocatorias o se van reproduciendo las informaciones sobre las manifestaciones políticas que van ocurriendo en el espacio público real. Además existen comunidades virtuales de mucha potencialidad desde el punto de vista de participación y de reclamos de derechos ciudadanos distintos, como por ejemplo las comunidades virtuales que agrupan las identidades y actividades culturales de grupos indígenas. "Hay unas comunidades virtuales de mucha fuerza que llegan a generar sus propuestas y creo

que tienen alguna incidencia".

"La diferenciación entre participación e información en Internet es obvia, pero creo que hay unos espacios de participación en ese lugar. La pregunta de si Internet es un espacio público sigue planteándose permanentemente", señaló.

#### APRENDER A CONVIVIR CON EL CONFLICTO

Para construir ciudadanía se necesita contar con espacios que permitan el intercambio y la inclusión, sin embargo situaciones como la polarización política que está afectando a Venezuela limitan la posibilidad de echar las bases para la reconstrucción del tejido social.

Partiendo de este contexto se planteó la interrogante sobre cómo se puede trabajar para construir ciudadanía en medio de un conflicto. Lozada propuso como posibilidad el "aprender a convivir con el conflicto".

"No se trata de psicopatologizar el conflicto", puntualizó. Intenta reconocer desde la mirada de la psicología social la forma del conflicto, sus modalidades, su impacto, los actores institucionales y no institucionales que participan en él y el impacto que éste tiene. "He tratado desde la psicología social, de acercarme a esos espacios de conflictividad que son variables y que toman modalidades a veces distin-

tas", además a partir de su actividad profesional y sus investigaciones, ha intentado entender cuáles son las formas de participación de la población venezolana en este proceso de conflicto".

A partir de su análisis destaca una dimensión afectiva que está presente en este proceso. Piensa que hay que "llamar la atención en relación a cómo ella significa, cómo ella valora y cómo ella matiza la vivencia personal y colectiva del conflicto".

A su juicio, hay imaginarios de representación que están presentes en el conflicto y que tienen que ver con "nuestra historia", un ejemplo es la presencia de elementos religiosos en las manifestaciones políticas. "Creo que hay una riqueza en el conflicto que han emergido cantidad de cosas que son muy buenas para profundizar y problematizar y para reivindicar incluso".

"Yo no pienso que nosotros vivimos en una sociedad idílica y que no hay conflicto. La sociedad en general y la vivencia personal y colectiva vive del conflicto. El conflicto llevado a este nivel y el conflicto que vivimos actualmente y la violencia política sabemos lo que significa y lo que puede traducirse, desde el punto de vista de una guerra y las consecuencias que ella tiene. Desde mi posición personal, creo que ese conflicto tiene unas variantes y unas modalidades y unas formas que de seguir extendiéndose y agudizarse puede conllevar a otras situaciones de mayor desgaste", señaló.

"Vivir y convivir en sociedad, uno lo puede asumir desde diferentes maneras y por supuesto, en ese sentido es que yo reivindico la diversidad de posturas que apuntan a un proyecto individual o a un proyecto colectivo. Eso es de verdad opción de cada quien en función de los referentes que le sean propios, útiles, cómodos o lo que sea", relató.

Además resaltó la posibilidad que ofrecen los medios de comunicación social, entre los diversos actores que intervienen en el proceso de construcción de ciudadanía, para participar.

Finalmente Lozada manifestó su optimismo en relación con la posibilidad de convivencia en el país, a pesar de las dificultades y de la situación de conflicto que afecta actualmente a Venezuela. "Yo sigo apostando a la paz y la paz es la posibilidad de convivir reconociendo la diversidad, con el conflicto y con los niveles de participación y formas que cada quien asuma. El pesimismo es pensar en que la coyuntura nos atrapa en un espacio muy largo", concluyó.

# Olga Dragnic

**S**in duda, es una apasionada del periodismo, la docencia, la cultura y la política. Alrededor de veinte años ejerció el periodismo y fue docente de la Universidad Central de Venezuela a lo largo de veinticinco años.

Nació en Croacia y sus estudios de periodismo los cursó en Chile, donde obtuvo el título en 1960 en la Universidad de Chile. Llegó a Venezuela precisamente en la década de los años sesenta y desde entonces, su pluma, conocimientos y agudeza periodística se ha visto plasmada en diferentes medios de comunicación impresos, diarios, semanarios y revistas, de Chile y Venezuela. Está jubilada desde hace diez años y comenta que en los últimos tres se ha dedicado más que nada a escribir, una de sus grandes pasiones.

Preocupada por el papel de los medios de comunicación en la realidad venezolana Dragnic, de la mano de un grupo de especialistas, forma parte desde agosto de 2002 del Observatorio Global de Medios, capítulo Venezuela; una Asociación Civil sin fines de lucro, de carácter social, democrático y participativo, cuyo objetivo es ejercer una observación permanente, a través del análisis riguroso y responsable, de la información proporcionada por los medios de comunicación social venezolanos, en cuanto a su pluralidad, confiabilidad y oportunidad; y también velar por la vigencia de los derechos a la libre expresión y de información consagrados constitucionalmente.

Periodista consagrada y con vocación, mística y dedicación, afirma que en el ejercicio de la profesión que escogió, “hay distintas etapas que van sucediéndose y cambiando. Yo tuve una época de ejercicio directo con el periodismo como reportera durante unos quince a veinte años. En esa etapa abundan los trabajos periodísti-



cos, pero no de investigación. Luego me interesé por la investigación y docencia”.

Periodista consagrada, crítica y acuciosa reflexiona sobre las consideraciones y motivaciones ayer y hoy para la escogencia del periodismo. “En la década de los treinta y cuarenta muchos periodistas en realidad lo que querían era ser escritores, y se acercaron a la literatura a través del periodismo. Todavía se observa en la actualidad y está presente esta tendencia y generalmente culminan como escritores. Saltan de la practicidad del periodismo a la creatividad literaria”.

Más allá de la vocación, gusto e interés, menciona la motivación de tipo social, el o la joven con cierta sensibilidad social,

preocupado por su entorno. Entra en el mundo del periodismo y “de alguna manera se trasciende la individualidad. Actualmente hay una tercera que hay que reconocer, y es el protagonismo, pero si el motivo es éste, por supuesto que las dos anteriores motivaciones no están, no existen, son excluyentes”.

Considera que en la actualidad se está desdibujando la especificidad del trabajo del periodista propiamente dicho. “El término Comunicador Social es tan amplio y en él caben multitud de ejercicios que se hace difícil definirlo. El problema es cuando varias funciones comunicacionales se solapan, sobre todo, con tres tipos de profesiones: el periodista propiamente dicho;

# Intereses, pasiones y preocupaciones

■ Narsa Silva Villanueva

el relacionista y el publicista. Si tú te dedicas a ver algunos programas informativos y de opinión -que en realidad deberían llamarse programas de entrevistas de opinión- observas que leen la información (son periodistas), emisores de mensajes informativos, después pasan a ser comunicadores de un mensaje publicitario, venden algo, un producto o un servicio, pero sin transición, en ningún momento se le indica al televidente que ahora va a pasar una cuña, y durante todo este período el periodista asumió un rol distinto. En este sentido, los medios impresos siguen respetando las normas éticas elementales que cuando tu publicas un aviso, pero en la TV no. Esto es una violación de las normas éticas tanto de la empresa como del periodista. Cuando se solapa propaganda con información es difícil diferenciar, otra cosa es publicidad e información”.

Considera como bondades o facilidades de la profesión del periodismo, responder bien en otras actividades relacionadas con el mundo empresarial, las asesorías, y la docencia. Olga Dragnic, sin duda, es una referencia en el mundo periodístico y de la docencia en nuestro país. En la tranquilidad de su cálido y acogedor hogar, rodeada de libros, ofrece la valiosa oportunidad de conocer y abordar sus intereses, pasiones y preocupaciones.

## PERIODISMO Y DOCENCIA

Destacada periodista con una dilatada trayectoria en el campo de la comunicación, trabajó en diferentes medios impresos, diarios y revistas, durante 20 años. Algunos de ellos: *La Esfera*, *El Mundo*, *Elite*, *Páginas*, *Kena*.

Primero se desempeñó exclusivamente en el ejercicio del periodismo, luego se fue a la docencia. Recuerda como una de las experiencias más importantes la cobertura del terremoto de Caracas en 1967. “Fue tan emocionante ver cómo reaccionaron los habitantes de Caracas, con una solidaridad impresionante. Para ese momento yo estaba trabajando en *El Mundo*”.

Luego, en 1968 trabajó en *Elite* y *Páginas* de la *Cadena Capriles*. Comenta que en 1968 la *Cadena Capriles* firma un acuerdo con la candidatura de Caldera. Las condiciones de trabajo eran las menos favorables, había un censor que vigilaba el trabajo periodístico. En este año se dio la eclosión en las escuelas en las matrículas de periodismo, “de un año a otro se triplicó, eso fue una novedad y sorprendió al gremio periodístico. Yo hice un reportaje al director de la escuela de la UCAB y de la UCV; para ese momento el director de la escuela de la UCV era Luis Aníbal Gómez. El me llamó para dar clases. Al mismo tiempo que enfrentábamos este problema de tipo político en la *Cadena Capriles*, y me decidí por la docencia. Trabajé por varios años exclusivamente como docente hasta que me llamaron para dirigir la revista *Kena*, me fascinó la idea y era una forma de seguir haciendo periodismo. Así que me quedaba medio tiempo en la universidad y medio tiempo en la revista”.

Se desempeñó durante 25 años como docente en la escuela de Comunicación Social de la UCV. Cuando empezó la docencia advierte que su interés se volcó en profundizar en la parte teórica de la profesión, sobre todo, en la actualización. “En la docencia se necesita mayor preparación y estar al día en cuanto a las nuevas teorías. En esa etapa como docente de la

UCV me interesó mucho o veía como una necesidad sistematizar ciertos conocimientos de orden muy pragmático para los periodistas. Entonces hice un trabajo sobre la producción de las revistas informativas, el cual no llegó a publicarse. Al margen de la consulta y escasa bibliografía sobre eso en aquel momento incursioné un poco más en el aspecto técnico de la información. Se plasmaron ideas generales en cuanto al contenido, presentación y diagramación de una revista”.

Jubilada desde hace diez años, al recordar su paso por la docencia comenta que su cátedra preferida fue Secretaría de Redacción y un seminario libre llamado Periodismo para Mujeres, fundamentalmente investigativo a solicitud de un grupo de alumnas -para ese momento trabajaba en la revista *Páginas*- que hizo seguimiento de algunas publicaciones femeninas del siglo XX

## INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDAD

Como anécdota comenta que a raíz de una casualidad tuvo una inquietud por desarrollar una investigación que “puedo decir es el trabajo que más satisfacciones me ha producido, porque enriqueció mis conocimientos del país. Además, introduje un enfoque de análisis ideológico, político y cultural y, particularmente, logré hacer un seguimiento hasta donde pude de lo que hoy llamaríamos publicaciones alternativas”. Bajo el título, “La comunicación política en una etapa de transición: Venezuela 1935-1937”, lo presentó como trabajo de ascenso en la UCV.

Para este momento, Dragnic trabajaba en la docencia y en una revista y tuvo la

oportunidad de investigar la hemeroteca de Juan de Burruciaga y descubrió el diario *Ahora* del año 1936. “Me sorprendió profundamente la calidad de elaboración y presentación informativa. Fue concebido como el diario que introdujo la modernidad. Me impresionó la riqueza, variedad y seriedad del enfoque de los problemas políticos, económicos, sociales y culturales. De allí fui descubriendo lo que significó la etapa de transición en la historia de Venezuela, desde la muerte de Gómez hasta mediados del año 37 cuando López Contreras cambia la orientación inicial de su gobierno. Hablo del cambio que el movimiento popular lo obliga hacer recordado como el programa de febrero del 37. Hice un trabajo de investigación de ese período y puedo decir que en menos de un año pude registrar un total de 368 publicaciones: semanarios, quincenarios, muy modestos.

Esto revela para la periodista, “una efervescencia y conciencia a esa altura de siglo, sobre todos los intelectuales y periodistas de la época”. Ese trabajo no ha sido publicado, pero sí es una fuente de consulta. A su juicio, “tal vez como modelo de investigación no tenga tanta vigencia, pero sí como fuente de consulta. La metodología está ahí para servir al investigador a lograr ciertos fines y, por lo tanto, esto no es una cosa estática. A pesar de que hice algunas mediciones de tipo morfológico, apliqué un análisis de registro del periódico y sus contenidos muy libre”.

Dentro del campo de la investigación comenta que una preocupación o problema en nuestro país es la falta de sistematización bibliográfica producida sobre la teoría de los géneros informativos. En este sentido, realizó un trabajo sobre la entrevista de personalidad, que define como “útil para la enseñanza y comprensión de un género y sigue estando más o menos actual”.

Respecto al papel que debe desempeñar el docente y la universidad en la formación de los estudiantes de Comunicación Social, comenta que “en todas las profesiones el ejercicio de la docencia crea una sensación de insuficiencia en el sentido del aprendizaje. Nosotros tenemos un problema que es la falta de especialización. Son tantas las áreas y posibilidades distintas de trabajar con este título de Comunicación Social. Hay que orientarse a la formación de especialización. Actualmente se prioriza la formación de teóricos o investigadores a nivel de maestría. En la UCV es muy importante la formación de especialistas, por eso noso-

66

**Comenta que una preocupación o problema en nuestro país es la falta de sistematización bibliográfica producida sobre la teoría de los géneros informativos. En este sentido, realizó un trabajo sobre la entrevista de personalidad**

99

tros creamos un curso de especialización de cuarto nivel en el área de la cultura. Yo fui la coordinadora del primer curso. La demanda fue extraordinaria y tuvo una segunda cohorte, pero no se volvió a abrir”.

Cree que las universidades deben trabajar en esta línea, puesto que el curso de especialización permite una profundización en un área determinada, “tú trabajas, estudias, lees, produces, confrontas los problemas. Y eso no se puede dar en pregrado, es imposible. Mientras que una maestría se orienta a la formación teórica y, sobre todo, de investigadores del área de la comunicación, pero esto no repercute para nada en la calidad del ejercicio de la profesión. Esto queda como allá arriba”.

En cuanto a las líneas de investigación que considera necesarias, menciona la Historia del Periodismo en Venezuela. “Hay investigaciones pero sobre períodos limitados, fragmentados. Falta organización e instituciones que se involucren para la generación actual y del futuro”. Otra línea apunta a la Teoría de la Comunicación Social; una tercera a la situación política y los medios de comunicación.

Dentro del campo de la investigación y la docencia también menciona el problema de las teorías y metodologías de investigación de los medios. “No hay sucesivas metodologías. Se ha demostrado la limitación para abordar el fenómeno comunicacional. Cada vez hay mayor incidencia de enfoque sociológico y lingüístico-psico-

lógico. Buena gente desconoce cómo funciona el mundo del periodismo con una acepción científica que no se corresponde con el desarrollo y realidad profesional. Se ha abandonado el estudio de los efectos. Son investigaciones muy costosas y debería venir financiado por instancias universitarias. Definitivamente, no hay plataforma de investigación”.

Como periodista e investigadora comenta que el tema Comunicación y Cultura siempre ha sido un constante interés. Afirmo que hubo un período en que trabajó mucho sobre esta línea relacionando dos conceptos contemporáneos importantes. Al respecto comenta que comunicación y cultura ha sido un tema “recurrente por parte muchos investigadores, pero siento que se ha desviado un poco el enfoque que hay que darle. Uno de los dilemas que me sorprende, comenzando por la UNESCO, donde hubo numerosos encuentros titulados comunicación y cultura, como si fueran dos entes separados, y no enfocando la comunicación como parte de la cultura. Luego se viene a deslindar a qué campo cultural pertenecería la comunicación, los medios de comunicación o determinados contenidos de la comunicación social. Cuántos de estos medios pertenecen a lo que se llama la industria cultural o cultura de masas y cuánto de estos hay dentro de la cultura popular. Me confunde esta postura de los teóricos que yuxtaponen estos dos conceptos como si fuera una cosa paralela y, sí claro, hay cierta incidencia e influencia del proceso comunicacional en el área de la cultura, pero como tal es separado de ese concepto englobante de la cultura. Yo no me explico cómo se llegó a esto”.

Para Dragnic, hay un concepto muy reduccionista de la cultura. “Porque la cultura es vista por los teóricos más recientes como la parte simbólica del ser humano, que se corresponde con la parte creativa, y yo me pregunto, la comunicación social ¿no es simbólico también?”.

¿Por qué se está produciendo esta separación? Señala que ese reduccionismo en el enfoque de la comunicación social perjudica el análisis de ambas entidades tal como se concibe, porque no se llega a dilucidar el proceso comunicacional a nivel social. “Esto es un problema que me sigue preocupando y mucho más en las condiciones en qué vivimos en Venezuela.

Al hablar de comunicación, cultura y realidad social en Venezuela es inevitable abordar el tema de las divisiones y enfrentamientos sociales como una de sus principales inquietudes.

**REALIDADES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Dragnic sostiene que un factor muy importante en la incidencia y divisiones de enfrentamientos sociales que se producen es de tipo cultural, sin negar, por supuesto, la existencia de la lucha de clases. "Ortodoxamente aquí lo que hay es una lucha y enfrentamientos entre pobres y ricos, pero los enfrentamientos siempre se manifiestan a través de la lucha entre los patronos y los trabajadores; la pugna entre los desempleados frente al Estado y al gobierno. Aquí el enfrentamiento, al margen de todos los problemas económicos y sociales, obedece a la crisis de gobernabilidad.

En el marco de esta crisis reflexiona sobre el papel de los medios de comunicación, sus principios, fines, ética. "En este momento me preocupa los términos peyorativos que hemos visto en medios de comunicación refiriéndose a los venezolanos que están a favor del gobierno. Se les ha llamado marginales, después esto se corrigió por marginados. Esto tiene con-

**Publicaciones:**

*La Entrevista de Personalidad*, ediciones de la Facultad de Humanidades UCV, 1992

*Diccionario de Comunicación Social*, Editorial Panapo, 1994

Colaboraciones en revistas especializadas en la temática comunicacional.

notaciones culturales. Revertir esto es un proceso complejo. En este momento es un tema en el que me interesa trabajar, y no resulta fácil porque cómo separas tú algunos factores de tipo cultural en medio de lo que pasa, donde lo que prevalece es el problema político. Sin embargo, el factor cultural es lo que me interesa a mí. Uno se pregunta por qué nuestra clase media de pronto modificó aquella postura igualitaria y democrática en la sociedad venezolana. No había racismo; cada quién en su escala social tenía respeto y generosidad por el otro. De pronto creyeron en la ame-

naza de esta población marginada. Se evidencia entonces la habilidad de los mensajes propagandísticos y algunos contenidos de opinión; tanto de articulistas de los medios impresos como de algunos periodistas que conducen los llamados espacios o programas de opinión".

Comenta que los medios han incurrido en faltas y esto constituye un problema ético. Han desvirtuado sus principios y fines. "Esta desviación comienza suavemente después del 27 de febrero, ahí empieza una campaña de descrédito hacia los partidos políticos, que es persistente. Pero si recordamos todo lo sucedido en de abril de 2002, vemos cómo incurren en numerosas faltas. El problema no es a quién defendieron o no, es el hecho ético en sí, porque si los medios se hubiesen colocado exclusivamente a favor del gobierno, se hubiese cometido la misma falta".

Esta preocupación queda demostrada en su participación dentro del Observatorio Global de Medios y en los artículos y reflexiones hechas en medios de comunicación dentro y fuera de nuestras fronteras.

**Buzones correo electrónico**

REDACCION SIC / [sic@gumilla.org.ve](mailto:sic@gumilla.org.ve)

REDACCION COMUNICACION / [comunicacion@gumilla.org.ve](mailto:comunicacion@gumilla.org.ve)

UNIDAD DE DOCUMENTACIÓN / [documentacion@gumilla.org](mailto:documentacion@gumilla.org)

ADMINISTRACION / [administracion@gumilla.org.ve](mailto:administracion@gumilla.org.ve)

# www.gumilla.org.ve

Visite nuestra página en internet



**LIBROS**

# La Fuerza desde el Lado Oscuro

**A**nte un nuevo orden imperante en el escenario de la economía internacional, signado por el innegable desdibujamiento de las fronteras de los Estados Nacionales tras mitigarse las tensiones de la Guerra Fría, y la notable aceleración de los mercados a nivel mundial merced el influjo tecnológico de Internet, se ha venido consolidando una impasible corriente que pone de relieve la preocupación creciente de grupos de consumidores en torno al desempeño responsable de las grandes empresas, respaldados en mucho por el trabajo de seguimiento emprendido por un considerable número de entidades independientes de Derechos Humanos, así como también por sindicatos, organizaciones religiosas y periodistas.

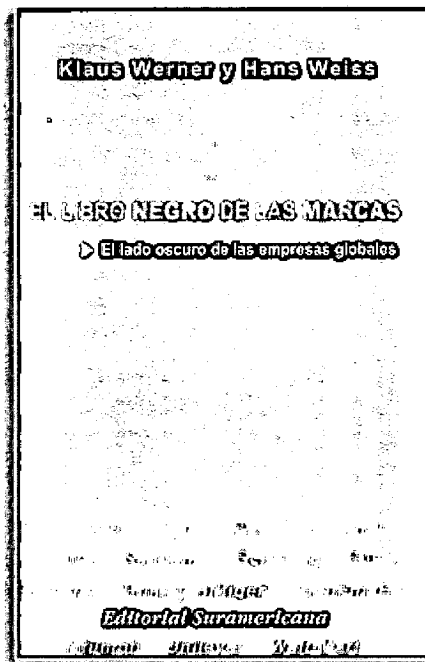
Ciertamente, el retiro progresivo de las barreras arancelarias o de otra índole no sólo ha despejado el camino para facilitar el intercambio comercial entre naciones y bloques económicos, sino que, como corolario, también ha sentado las bases para el surgimiento y avance de un movimiento reaccionario en contra de las corporaciones globales, acusadas de disponer cada vez de mayores recursos financieros y cuotas de poder derivados de actividades inescrupulosas en desmedro de los que se hallan en situación de indefensión social, muy a pesar de la presencia normativa, en no pocas ocasiones calificada de "complaciente", del buró institucional conformado por la Organización Mundial de Comercio (OMC), el Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI).

No en vano, tales organismos han constituido el epicentro de violentas manifestaciones protagonizadas en importantes ciudades con motivo de la celebración de eventos de primera línea, como han sido los casos del Congreso de la OMC suspendido en Seattle en diciembre de 1999, luego de las protestas enarboladas en demanda de reglas éticas para la economía de mercado; la conferencia organizada por el BM y el FMI en Praga, en septiembre de 2000, que sirvió de trasfondo al enfrentamiento de activistas anti-globalización con la policía de la capital checa; la asamblea del Foro Económico Mundial, que tuvo como sede la ciudad suiza de Davos, y en la que se dieron cita los empresarios más prominentes del planeta a fines de enero de 2001, al tiempo que miles de agrupaciones volvieron a hacer patente su descontento; concluyendo con las escaramuzas de julio de 2001, en Salzburgo y Génova, en reclamo frente a los abusos del capital.

A no dudar, las empresas multinacionales han reparado en estas acciones, a juzgar por el

EL LIBRO NEGRO DE LAS MARCAS.  
EL LADO OSCURO DE LAS EMPRESAS GLOBALES  
**WERNER, Klaus y WEISS, Hans**

EDITORIAL SURAMERICANA, S.A.  
BUENOS AIRES, 2003



despliegue frecuente de campañas publicitarias y programas de imagen corporativa enfocados a *targets* específicos; la publicación periódica de informes ambientales; las gestiones de lobby ante autoridades e instituciones gubernamentales; y hasta la declaración de "códigos de conducta", todo ello en medio de la incorporación de términos innovadores en la jerga organizacional, como *stakeholder value*, *corporate responsibility* y *corporate citizenship*, según los cuales el desempeño comercial de una firma comprende una responsabilidad social, además de los habituales criterios contables. Así pues, una compañía es considerada verdaderamente exitosa en la medida en que actúa en forma correcta frente a todos los grupos afectados por su negocio, lo que incluye a los empleados, los clientes, el medio ambiente, las comunidades aledañas y, en general, las poblaciones de los países en los que opera.

Sin embargo, más allá del plano meramente enunciativo, marcas famosas de la talla de Adidas, Bayer, Nike, Siemens, Shell, McDonald's, Nestlé y Samsung, que acaparan la pre-

ferencia de los consumidores en todo el mundo, son objeto de serios cuestionamientos que apuntan hacia la corrupción, el trabajo infantil y la destrucción del medio ambiente, pasando por el maltrato de animales, el tráfico ilegal de materias primas y el aprovechamiento de crisis económicas y conflictos armados, sin descontar la tolerancia de la tortura y la esclavitud, la trasgresión de la ley y las prácticas médicas no éticas.

Precisamente, semejantes afirmaciones llevaron a los periodistas Klaus Werner y Hans Weiss a dar marcha a la iniciativa de recopilar y revisar las principales denuncias formuladas en contra de las corporaciones, a los fines de desentrañar la veracidad de sus argumentos, esfuerzo de investigación que se vería plasmado en *El Libro Negro de las Marcas. El lado oscuro de las empresas globales*. A lo largo de las páginas de esta obra, Werner y Weiss narran sus "peripecias", teniendo a la Internet como una de sus principales "aliadas encubridoras", con el ánimo de desvelar algunos de los aspectos más turbios que se esconden al amparo de las imágenes exitosas de las grandes marcas.

De este modo, en la primera parte del texto, los autores delinean las relaciones globales de explotación fijadas por las multinacionales, en claro despejo a los derechos elementales del comercio internacional, así como las numerosas formas que adopta la búsqueda y consecución del lucro en los rubros de consumo correspondientes a alimentos, indumentaria, aparatos electrónicos, combustibles, bancos e industrias. Entretanto, el segundo apartado del libro ofrece informes especiales que especifican las actividades perniciosas perpetradas por 50 compañías conocidas mundialmente, que dominan sobre todo los mercados de Alemania, Austria y Suiza.

No obstante, Werner y Weiss no se conforman con explayarse en detalles acerca de las imputaciones y señalamientos hechos a las firmas, lo que circunscribiría su trabajo al "periodismo de denuncia"; aparte de ello, se dedican a mostrar, con ejemplos concretos, la actitud organizada que los consumidores pueden asumir para oponerse activamente a este tipo de situaciones, bajo el entendido de que muchas de las críticas a las corporaciones se encaminan hacia el ejercicio de un control democrático sobre la economía internacional, que no hacia su destrucción como suele presumirse a menudo.

Hoy en día, las marcas se exhiben a sí mismas como muy modernas y saludables, amantes de la competencia, de lo multicultural, de los niños, de la mujer, de la familia y del medio am-



## Mirada a la violencia cotidiana

### FIN A LA VIOLENCIA, TEMA DEL SIGLO XXI

ROBERTO BRICEÑO LEÓN Y JUAN MANUEL MAYORCA (COMPILADORES).  
COEDICIÓN DE LA FUNDACIÓN FRANCISCO HERRERA LUQUE  
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA. CARACAS, 2004. 340 PÁGINAS)

biente, lo que les ha conducido a tomar el rol de las instituciones que tradicionalmente creaban sentidos (las escuelas, las iglesias, las comunidades sociales y los círculos culturales), transportando a los compradores hacia un mundo imaginario en el que comparten con "otros" diversos valores y significados. Pero las marcas también determinan las tendencias en el mercado mundial, y las condiciones en que se desarrollan los procesos productivos, por lo que, a juicio de Werner y Weiss, resulta lícito juzgarlas de acuerdo con los parámetros que ellas se han impuesto.

En tal sentido, *El Libro Negro de las Marcas* no pretende cercenar el "placer del consumo"; al contrario, y en palabras de sus autores, el texto aspira a despertar al "consumidor político" de la sociedad, siempre atento y crítico, capaz de exigir a viva voz que las grandes empresas efectúen cambios, combinando el disfrute del producto con estándares de vida dignos en el otro extremo de la cadena de producción, derechos laborales, respeto a los principios ambientales, y un comercio justo a plenitud.

De allí que no sea fortuito el hecho de que Werner y Weiss citen en su obra a Amartya Sen, prestigioso economista y Premio Nobel, para quien resulta imperativo ampliar el concepto de "bienestar", incluyendo factores como la seguridad social, la libertad individual y el derecho a la educación y a la salud, consagrando de esta manera a los Derechos Humanos como el fundamento y el objetivo central de la actividad económica, toda vez que, en la actualidad, muchos países se encuentran al margen del comercio internacional, no disponen de reservas económicas ni tampoco del *know-how* que les permita crear estructuras para brindar a sus habitantes una calidad de vida satisfactoria.

En suma, *El Libro Negro de las Marcas* no escatima en argumentos para demostrar que, al igual que el poder de los representantes políticos viene conferido por el pueblo, el poder de las empresas es otorgado por los consumidores, y se revela susceptible al mismo riesgo de desgastarse, tal como se desprende del relato presentado en la obra acerca del muchacho de 13 años del Bronx que arrojó sus viejos zapatos Nike frente a las puertas de *Niketown*, no sin antes aseverar: "Nosotros te hicimos. Y también podemos aniquilarte". Una interesante moraleja, cuando no una amenaza, para quienes todavía piensan desde el lado oscuro de las corporaciones.

Agrivalca R. Canelón S.

Este nuevo libro que reúne las conferencias de las jornadas anuales de reflexión de la Fundación Francisco Herrera Luque, ha sido coeditado con la Universidad Central de Venezuela, como una contribución al debate y a la erradicación de este mal que nos advierte la necesidad de reconstruir -y pronto- al país.

De entre sus ensayos, destaca un informe de la investigación sobre la violencia entre parejas en Caracas, realizado en el Laboratorio de Ciencias Sociales de la Universidad Central de Venezuela sobre la base de 1.600 entrevistas realizadas en el área Metropolitana de Caracas a personas en edades entre 18 y 70 años. Entre sus conclusiones destaca que "las conductas violentas tienden a depender de las experiencias de la violencia y de las normas sociales que justifican algún tipo de violencia, pero que estas circunstancias están mediadas por las habilidades que la persona crea tener para controlar las conductas violentas".

Por su parte, Bernardino Herrera, investigador del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) en su texto *Violencia en medios: búsqueda de nuevos enfoques para su estudio* retoma la pregunta ¿son los medios de comunicación origen o espejo de la violencia? Para responder afirma: "El fenómeno de la violencia es muy complejo como para reducirlo a un determinismo tan simple, como el que proponen quienes ven en los medios de comunicación de masas el centro de todas las manifestaciones de violencia en nuestras sociedades actuales".

Herrera, con base en la investigación realizada afirma que nuestra televisión es definitivamente violenta. "Se supone que la que se dirige al público infantil, en virtud de la reglamentación que la restringe, debe contener menor incidencia de actos violentos, y sin embargo calculamos un promedio de 30 actos de violencia por cada hora de programación infantil. La otra gran pregunta queda por contestar: ¿cómo y en qué medida influye este consumo mediático en el comportamiento social y en la formación y socialización de

niños y jóvenes?"

Sobre los agentes socializadores, Herrera señala que hay una crisis muy aguda en la mayor parte de ellos, sobre todo en la familia y en la escuela. "Y cuando esto ocurre otros tienden a suplir sus espacios; la TV como el más relevante de los Medios, cumple en estos tiempos de crisis una enorme función de influencia socializante".

Asimismo, Ruth Capriles evalúa desde una perspectiva de filosofía política el significado de la idea de que el siglo XX fue el siglo de la paz en Venezuela y el valor que tiene el que cinco generaciones de venezolanos, por lo menos, no se enfrentaran, unos contra otros, en cumplimiento de un contrato social. "Ahora -afirma- se nos dice que la corrupción moral disolvió la paz del siglo XX y el orden estatal, democrático y productivo que los venezolanos logramos construir durante 100 años. Ahora se nos muestra que no tenemos derecho a un Estado democrático y que la pena colectiva, indiscriminada, es la revolución, la destrucción de todos los órdenes para volver, como quería Rosseau, al estado de virtud original. Es la violencia del pueblo en armas, la penetración de las armas en todas las dimensiones de la vida civil, la violencia ejercida por parte del Estado hacia un sector de la población que funge como chivo expiatorio, como representantes dispensables del antiguo régimen. Es como volver al estadio original de todos contra todos, pues al ser el propio Estado el gran subversivo del orden legal, justifica, da el ejemplo para la subversión de todos. Si nadie se ocupa de crear y mantener algún orden, el mundo que tenemos por delante es el de Hobbes, en ausencia del Leviatán".

Son estos algunos de los ensayos que integran este libro, una mirada plural, interdisciplinaria y a ratos lúcida sobre nuestra violencia cotidiana, esa que pugna por volvérsenos costumbre y frente a la cual, hoy más que nunca se requiere de la reflexión y de la acción de todos.

Carlos Delgado-Flores

# REVISTAS



## MEDIACIONES

Nº 2, AGOSTO – DICIEMBRE 2003

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS (UNIMINUTO)

FACULTAD DE CIENCIAS

DE LA COMUNICACIÓN. BOGOTÁ, COLOMBIA

Bajo el título “Comunicación y ciudadanía: Reflexión y acción en torno al desarrollo humano y social”, la revista *Mediaciones* de la Facultad de Ciencias de la Comuni-

cación de UNIMINUTO presenta su segundo número. Como lo advierte el título, los artículos de esta edición giran alrededor de los conceptos de ciudadanía y su construcción a través de los medios de comunicación, prestando especial importancia a las dinámicas comunicativas llevadas a cabo en diversos escenarios.

Dos trabajos abordan directamente experiencias de trabajos directos con las comunidades. Es el caso de “Participación en la escuela y gestión de conflictos” de Yanneth Bibiana Perilla; y “Los micromedios: Una red social para tejer relaciones de desarrollo comunitario” de Eliécer Pinto Dueñas y Giovanni Leal Roncancio. En el primero se relata la experiencia de la participación de un comunicador social dentro de una comunidad educativa con la finalidad de la construcción de valores democráticos. En el segundo, se describe un trabajo de campo con redes de micromedios comunitarios llevado a cabo durante más de 15 meses en diferentes barrios.

Otros trabajos de esta edición se abocan a temas como las simbolizaciones de la vida cotidiana; diálogo, ritual y saber; o una aproximación crítica sobre la noción de ciudadanía o la ficción de un derecho; entre otros estudios.

## INFORMACIÓN PÚBLICA

VOL. 1, Nº 2, DICIEMBRE 2003

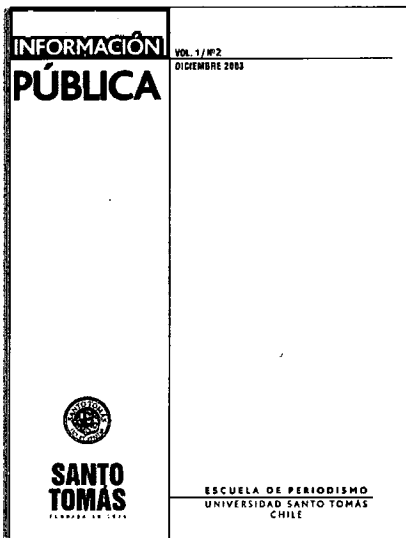
ESCUELA DE PERIODISMO

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

SANTIAGO DE CHILE

La Escuela de Periodismo de la chilena Universidad Santo Tomás presenta el segundo número de la revista *Información Pública*. Se abordan en esta edición diversos temas como la fiscalización del periodismo chileno; la gestión cultural municipal; las relaciones entre orden y Universidad; la evolución de la prensa femenina; la reputación corporativa; y un análisis sobre los géneros de opinión, información y ficción en los medios colombianos.

Uno de los artículos, el de José María Desantes Guanter, docente de la Universidad de Navarra y de la Complutense de Madrid, titulado “Universidad y ordenación”, muestra una interesante reflexión sobre las dificultades para establecer un ordenamiento en las instituciones de educación superior, que por su propia naturaleza están en constante ebullición y cambio. Como ejemplos de recientes crisis de orden, menciona la vivida hace poco tiempo en la Nacional Autónoma de México, que durante un casi un año se mantuvo inactiva en un conflicto estudiantil que incluso llegó al derramamiento de sangre.



También presenta este número un interesante Dossier titulado “Periodismo e Historia del tiempo presente”, cuyo autor, Ángel Soto, asegura que la Historia del tiempo presente es un diálogo permanente con otras ciencias sociales, donde se valora la proximidad del historiador a los hechos. Asimismo, esta edición muestra otros aportes como entrevistas, reportajes, documentos e informaciones.

## COMUNICAR

GRUPO COMUNICAR

COLECTIVO ANDALUZ

PARA LA EDUCACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

DE COMUNICACIÓN

Nº 21; AÑO XI; ÉPOCA II

2º SEMESTRE, OCTUBRE DE 2003

ANDALUCÍA, ESPAÑA



Con el título de “Tecnologías en la era de la globalización”, la revista *Comunicar*, elaborada por el Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación, ahonda en el estudio del uso de las tecnologías de la comunicación e información en el ámbito educativo.

Señala esta publicación que las nuevas tecnologías han ido dejando una huella importante en nuestras sociedades, no obstante, se debe tomar en cuenta que solamente un pequeño sector de la población mundial disfruta de estas nuevas tecnologías. Por esa razón, advierten que es necesario que desde los foros universitarios se fomente un análisis sosegado sobre la integración de estas tecnologías a los procesos educativos, y una reflexión sobre sus implicaciones en las tramas comerciales, mercantiles e ideológicas.

Algunos de los puntos concretos que aborda esta edición son tecnología y enseñanza; aprendizaje en Internet; tecnología educativa; video digital; televisión analógica y digital; hábitos de consumo de los medios de comunicación en los jóvenes, la construcción de los conflictos armados; entre otros.

Destacamos por tratarse de una producción venezolana, el trabajo de los profesores de la Universidad Central de Venezuela, Ángel Alvarado y Elena Dorrego, titulado “Tecnología educativa y tecnologías de la comunicación en Venezuela”. Este artículo trata de darle respuesta a las pregunta ¿desaparecieron las tecnologías educativas para darle paso a las tecnologías de la información y comunicación? Basa su estudio en la revisión de un nutrido grupo de publicaciones y documentos.

# Periodistas venezolanos

## en el Día Mundial de la Libertad de Prensa

Las libertades de expresión, de información y de prensa, consideradas derechos humanos consustanciales a las sociedades democráticas, como todo aquello valioso para la vida de los ciudadanos y para el desarrollo de los pueblos, deben ser defendidas y construidas cotidianamente.

Parte fundamental de la expresión de esos derechos recae sobre el trabajo y responsabilidad de los trabajadores de los medios de comunicación social, quienes en todas partes del mundo -por nuestra obligación de informar por encima de intereses particulares- nos vemos confrontados con poderes políticos, económicos, judiciales, gubernamentales y con los grupos de delincuencia organizada.

No es y nunca ha sido fácil cumplir con la misión de informar. Sin embargo, en los tiempos recientes, el ejercicio de la función periodística en Venezuela se ha convertido en un trabajo tan peligroso que entre 2002 y 2004, un periodista murió y más de 300 fueron agredidos por parte de exaltados políticos, efectivos militares y francotiradores. Sólo en la semana del 27 de febrero al 5 de marzo de 2004, 27 trabajadores de los medios fueron víctimas de distintos tipos de agresiones físicas y verbales. Es preocupante que a pesar de lo público y notorio de la mayoría de los casos, y de las medidas cautelares dictadas por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la OEA, hasta ahora el Estado venezolano no ha actuado en consecuencia.

Sin embargo, las contrariedades que enfrentan los periodistas no se limitan a estos riesgos físicos. Cada día son más frecuentes las denuncias de los trabajadores de los medios porque se les restringe el acceso a las fuentes oficiales, a la información sobre el uso de recursos públicos, y son tratados irrespetuosamente en el cumplimiento de su labor. De igual modo, resulta inaceptable que empresas periodísticas impongan sobre los trabajadores de los medios un sesgo informativo con el fin de ofrecer una visión parcializada de la realidad.

Todo el panorama antes descrito pone en riesgo no sólo el derecho al trabajo de los profesionales de la comunicación, sino también el derecho de la sociedad venezolana a estar informada para tomar decisiones de enorme importancia para su porvenir, y debe ser objeto de repudio por todos los venezolanos. Quienes incurran en actos de agresión o de humillación contra los periodistas deben ser sancionados, sea cual fuere su rango o ideología.

Hoy, Día Mundial de la Libertad de Prensa -conmemoración que en todos los países sirve como recordatorio a los Gobiernos para que honren sus compromisos con la prensa libre y apoyen a los trabajadores de los medios vícti-

mas de la intolerancia- hacemos pública esta declaración que une a los periodistas y trabajadores de los medios aquí firmantes.

Gregorio Salazar / Levy Benshimol / Max Romer / Andrés Cañizalez / Acianela Montes de Oca / Tamoa Calzadilla / Eduardo Orozco / Silvia Alegrat / Carlos Correa / Salvatore Lo Mónaco / Néstor Luis Garrido / Carmen América Oropeza / Moraima Guanipa / Alberto Jordán Hernández / Elizabeth Safar / Francisco "Kiko" Bautista / Rafael Del Naranco / Cristóbal Guerra / Yelitza Linares / Jesús Cova / Cándido Pérez / María Teresa País / Orlando Luna / María Victoria Pérez / Norma García / Arlette Danglades / Odry Farnetano / Doris Villarroel / Miriam Freilich / Yolanda Ojeda Reyes / Alicia Aguilar / Ana Díaz Galárraga / Elvia Gómez Rodríguez / Xavier Coscojuela / Juan José Peralta / Katia Gil / Javier Conde / Angel Rivero / Giuliana Chiappe / Eleazar Benedetto / Alexis Caroles / Carlos Roa / Rolland Haiek / Domingo García Pérez / José Aguilar López / Nadeska Noriega / Fernando Sánchez / Margarita Sánchez / Maye Priera / Marisol Decarli / Angel Navas Aveledo / Roberto Giusti / Marcos Salas / Emil López / Cristina Pulido / Felicitación Blanco / María Alejandra Monagas / Altagracia Anzola / Jenny Oropeza / Elizabeth Fuentes / Efrén Pérez Hernández / Johán Merchán / Charito Rojas / Serenella Rosas / Dalía Gutiérrez / Gustavo Rodríguez / Víctor Escalona / Jesús Lacourt / Noé Pernía / Elianta Quintero / Yannina Carrillo / Mariela Colmenares / Sandra Guerrero / Carlos Atarico Gómez / Alirio Rumbos / Víctor Avilán / Josué Fernández / Paula Giraud Adriani / Moira Angulo Inciarte / Leonardo Aranguibel / Isabel Benedetti / Andrés Simón Moreno / José Gouveia / Javier Vidal / Julie Restifo de Vidal / Guillermo Rivero Rojas / Adolfo Herrera / Gloria Cuenca / Fabricio Ojeda Díaz / Ana Margarita de Tablante / Cristina Zuloaga / Enrique Palacios / Gladis J. Mogollón Palencia / Apolinar Martínez / Rosana Ordóñez / Fernando Conde / Ana Cristina Henríquez / Katty M. Hernández / Hugo Díaz Milano / Alberto Cisneros / Lucy Gómez / Clara Medina / Carmen T. Sosa / Fanny Rey Grimaldo / Carmelo Casale / Reinaldo Calcaño / Héctor Rodríguez Luna / Florencia Tovar / Yudeima Sotillo / Eildes Rojas / Elizabeth Araujo / María Fernanda Mujica / Janet Juera / Reyna Castillo / Mireya Urbina / Carolina Marín Guevara / Heidi Pereira / Alberto Chumaceiro / Alejandra Cubero / Aliana González / Amílcar Ortega / Andrea Daza Tapia / Andrés Correa Guatarasma / Angel Ricardo Gómez Castillo / Argélida Gómez / Aurora Blyde / Belinda Calderón / Briceida C. Morales A. / Carlos Colina / Carlos Manuel Ruiz Suárez / Carolina Troncote Vidal / David De los Reyes / Esther Bermúdez / Evan Romero / Freddy J. Reyes C. / Glexy Dugarte Vásquez / Idamis Soraly Resplandor / Iván R. Méndez M. / Javier Perera Díaz / Jenny Do Nacimiento / Johnny Méndez Montilla / Josefina Blanco Juan Carlos Centeno Maldonado / Leonardo Bonetti / Lissette A. Cardona Escobar / Marcelo Gagliardi / Marjorie Rangel Inagas / Martín José Carbonell Salas / Miladys Rojahn Armenta / Oly Estafanía Salazar Velásquez / Patricia Ramos Escalona / Ricardo Colmenares Baralt / Roberto C. Rodríguez M. / Roberto Rasquin / Silvio Ramón Martínez T. Guevara / Sonia Coll / Teresita Jiménez Flores / Verónica L. Zamora Herrera / Yajaira Anduela / Yelitza Linares Bello / Yasmín Sánchez Molina / Roberto Romanelli / Edymar Ablan / Mayela Armas / José Rubico / Kelvin Pirela / Verónica Da Costa / Morelia Morillo / Carlos Figueroa / Pilar Díaz / María Elisa Espinoza / Marianna Párraga / Pedro García Otero / María Yolanda García / Wilmer Zoteranis / Gustavo Méndez / Julio Túpac Cabello / Olimpia Del Boccio / María Isabella Salas / Blanca Santos / Manuel Leblón / Mayte Navarro / Alicia La Rotta / Héctor Vivas / Jenny Lozano Parra / Daniel Hernández / Andrea Benavides / Yasmín Monsalve / Vicenzo Correale / Jorge Santos / Osmer Díaz Miralles / Alexis Mendoza / Venancio Alcázar / José Gregorio Pacheco / Felipe Amilibia / Enio A. Perdomo / Félix Carmona / Alejandro Van Schermbeck / Paulo Pérez Zambrano / Jeannette Herrera / Oscar Medina / Adriana Franklin / Migdalis Cañizales / Ana María Hernández / Mauricio Rodríguez / Juan Pérez / Carlos Camacho / Miguel López Trocét / Héctor Landaeta / Gilberto Román / Exequiades Chirinos / Jesús Elizarraga / Roberto Csibi / Alberto García / Omar Gonzalo Moreno / Evaristo Marín / Ninoska Franco / Cruz Moreno / Ana León / Augusto Hernández / Carlos Ruiz / Norexa Rompapas / Kenia Colmenares / Niurka Franco / Libia Pereira de Lárez / Lourdes González Zea / Gerlin Bucca / Marcos Die-

trich / Yakelín Leonett / Winny Ocano / Enler García / Meury Manzano / Migdalia Hernández / Víctor Hugo Rodríguez / Ileana Matos / Nelson Hernández / Olgaldina Pimentel / Loly Alvarez / Lorena Labarca / Pilar Pascual / Orlando Suárez / Reyna Katiuska Hernández / César Rivero / Andrés Rojas / Corina Rodríguez París / José Félix Mesa / Edgar López / Mariana Palacios / Néstor Beaumont / Henry Delgado / Carlos Avilán / Williams Brito / Cecilia Torres / Marielba Núñez / Alexis Véliz / Rafael Pérez Vila / Walker Sorg / Mauricio Lemus / Ana María Lora / Niurka Rodríguez / María Mora / Beatriz Díaz / Guillermo Suárez / Antonio Rodríguez / Adalgisa Maduro / Katiuska Silva / Gioconda Soto / Alexis Correia / Juan González / Yelitza Peñaranda / Dayana Figarella / Johnny Villarroel / Marta Blanco / Xiomara Laino / Raúl Alvarez M / Héctor Vivas / Mario Beroes / Iván Góñez / Luis Ramón Zamudio / Juan José Acosta / Liliam Duque / Beatriz Navas Chang / Salomón Benshimol / Rafael Luna Noguera / Gustavo Salom / Luis Lira Puerta / Early Hernández / Leonardo Padrón / Fátima Navas / Alexander Medina / Daniela Parra / Sulay García / Eduardo Galindo / Francisco J. Loreto / Marlani Sánchez / Saday Flores / Ibett González / Andrés Eloy Arrijo / Aixa Sánchez / Fernando Rodríguez / Manuel Delgado / Lisbeth Decembra / Ana María Hernández Guerra / Marielba Núñez / Santiago Contreras / Yira Yoyotte / Rasguez Brito / Neisú Marciano / Gustavo Mota Guevara / Anet Prieto / Hernán Hidalgo / Jack Bravo / Briamel González / César David Rodríguez / Soiveida Rodríguez / Freddy Duarte / Edith Hernández / Marcos Torres / Carlos Contreras / María Cristina Rodríguez / Oscar Rodríguez / Elaine Alvarado / Dick Torres / María José Marciano / Ricardo Matheus / Juan Luis Clement / Jesús Contreras / César Palacios / Jacobo Lugo / Dilcia Vizcaya / Jairo Nieto / Carmen Virguez / Reinaldo Díaz / Carmen Vitoria / Manuel Giménez / Liza Canelón Vivas / Hugo Boscán / Ángela Ameruso / Antonio José Seijas / Rinofo Quintero / Karen Torres / Oscar Castro / María Hortensia Zapata / Pacífico Sánchez / Douglas Alvarado / Xiomara González / Jimena González / Yarell Espinoza / Norys Rodríguez / Cecilia Linares / Xiomara Sánchez / Nelson Yépez / Elsa Leal / María Colmenares / Ronald Rodríguez / Juana Caripa / Alirio Jeantón / Eudys Serrano / Carlos Guillén / Omar López / Mayra Tornay / Miguel Oropez / José Angel Ocano / Luis Rodríguez Moreno / Neptalí Piña Navas / Héctor Suárez / Héctor Segura / Marbella Molina / Jenny Guardia / Mónica Hernández / Carmen Amelia Lanz / José Espinoza / Lisbeth Marval / Carolina Arteaga / Nayive Reverón / Virgilio García / Armando Visconti / Ivonne Ayala / Mario Corro Wagner / Francisco Pellegrino / Rufus Trotman / Jonathan Leo / Rashel Rodríguez / Ross Mills / Yajaira Cañas / Jennifer Saa / Miguel Angel Villalba / Michelle Roche / Mayra Lozano / Lawrence Watrus / Billy Riera / José Orozco / Juan Carlos Espinoza / Rossiney Teresa Escalona / Oscar Armao Mendoza / César Armao Mendoza / Socorro Torres / Juan Pacheco La Rosa / Alejandro Rodríguez / Luis Segundo Pérez / Edgar Santana Crespo / Moisés Domínguez Hernández / Leonardo Arriaga / Zenaida Gamarra / Henry Oviedo / Coromoto González / Enrique Amoldoni Gutiérrez / Luis Cisneros Cróquer / Francisco Molina / Elio Cisneros Cróquer / Roselia Ojeda / Luis Napoleón Aguiar / José Centeno / Adeline Sosa / Francisco M. Pérez / Clemente Espinoza / Diógenes Rojas / Luis Zambrano / Delia Castillo / Lyon Pérez / Carmen Elena Ascanio / Galvis Guzmán / Juan Hernández / Rafael Lastra / Gladys Mosqueda / Carlos Martínez / Rocio Martínez / Beatriz Mayorca / Gabriela Medina / Mary Moreno Escobar / Mariela Navarrete / Fátima Rodríguez / Rafael Moreno / Magaly Urdaneta / Keyla Jiménez / Nellys Mendoza / Nelson Yépez / Hernando Sarmiento / Angel Camaut / Juan B. Pérez Mirabal / Eddixon González / Aquiles Lambert Marciano / Juan Vicente Gómez / Alba Marina Gutiérrez / Gloria Villamizar / Natalia Sardi / Héctor Becerra / Leonardo Lanz / Ramón Sahmkow / Nicolás Pineda / Ilich Otero / Shymmy Azuaje / Reyes Segundo Quintero / Inés Casanova / María Reyes / Georgina Hidalgo / Fernando Peñalver / Sonia Pimentel / Marielba Rosales / Olga Marielba Navas / Lorena Ferreira / Francisca Díaz / Juan Carlos Hernández / José Luis Velandia / Tatum M. Gois C / Irma Naranjo / Ricardo Hernández / Máximo González Mariche / Marisil Cardier / Kathy Holmquist / Wendy Estrada / Carlos Mesa / Orlando Alvarez / Angel Colmenares / Fernando Campos / Hilda Carmona / Eumar Esaá / Marco A. Ruiz / Eréndida Gómez / siguen firmas...

Caracas, 03 de mayo 2004.



## Jorge Tortoza: Dos años de impunidad

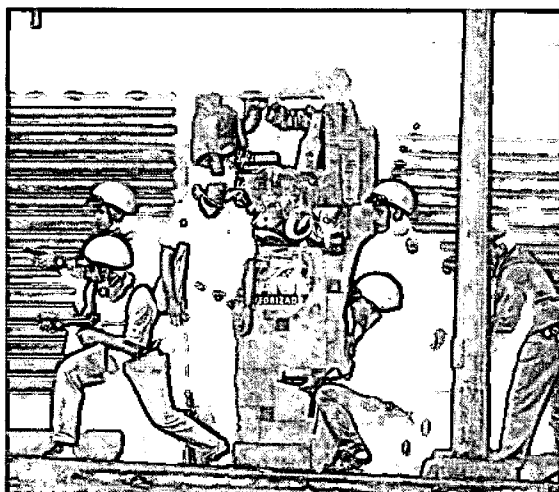
No conspiraba, no era fascista ni golpista, mucho menos oligarca. Jorge Tortoza era reportero gráfico y como tal cumplía su trabajo el 11 de abril de 2002, en la Avenida Baralt de Caracas. Un pistolero desconocido le disparó a la cabeza y segó su vida.

A partir de la muerte de nuestro colega y de las otras graves agresiones que se produjeron contra trabajadores de la prensa ese fatídico día, entendimos que somos objetivos de los violentos, que las denuncias ante el Ministerio Público resultan un saludo a la bandera y que el Ejecutivo Nacional hace caso omiso -por no decir se mofa- de las medidas cautelares de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH).

Si no es así, ¿por qué no han cesado las agresiones con armas de fuego contra periodistas y trabajadores de la prensa?, ¿por qué el Cuerpo de Investigaciones Científicas, Penales y Criminalísticas demora los resultados definitivos sobre los crímenes del 11-A? ¿Dónde está el autor material del homicidio de Tortoza?. Sabemos que, pese a las purgas dentro de la Policía Científica, aún quedan investigadores con ética profesional y mística de trabajo.

**Reporteros de la fuente de sucesos, miembros del SNTP y CRGV.**

Caracas 11 de abril de 2004



## Trabajadores de *La Religión*: Vía crucis sin resurrección

En la página web del Sindicato de los Trabajadores de la Prensa ([www.sntp.org.ve](http://www.sntp.org.ve), 04-04-04) encontramos esta nota patética: "El cierre del diario *La Religión* ya es un hecho. Si acaso se le alarga la vida, sería con la nueva característica de semanario. El pasado viernes, 14 trabajadores fueron enviados a vacaciones forzadas, 12 ya habían renunciado, exhaustos de tanto regatear y regatear, y ahora hay seis compañeros que deben cumplir horario en sus puestos, como si en vez de en una redacción estuvieran en pupitres de kindergarten, pero sin mover un dedo. Son las órdenes de ¿la gerencia? ¿el encargado? ¿el clero todo?. No se sabe. Pero alguien manda a apagar la luz y cerrar la puerta. Lástima de tan grande historia del periodismo nacional y de dignas luchas democráticas del hoy agonizante centenario Decano de la Prensa Nacional. Cuaresma es tiempo de reflexión y a ella convocamos. Basta de penitencias para los humildes trabajadores de *La Religión*, que tantos años de esfuerzos entregaron para hacerlo una realidad cotidiana. El SNTP está acompañando a los trabajadores de *La Religión* en la exigencia del respeto a sus derechos laborales. De lo razonable. De lo irrenunciable. Lo que se ganaron desde hace mucho tiempo. Justo y necesario es".



Lo triste de esta historia es que el órgano que más ha predicado de doctrina social haya sido abandonado a un final tan desmoralizante. Y, lo peor es que este vía crucis haya concluido sin resurrección, ni felices pascuas.

**Sindicato Nacional  
de los Trabajadores de la Prensa  
[www.sntp.org.ve](http://www.sntp.org.ve)**

## Las pasiones de Ana Hirsz

Ana Hirsz nació en Varsovia en 1923, donde ya se respiraba la muerte que vendría y que, aunque no vivió, nunca pudo olvidar. Vivió luego en Argentina, en Francia, en Venezuela y sobre todo en Uruguay, que eligió como su tierra. El teatro, la radio, la escritura, la educación popular y los Derechos Humanos fueron algunas de sus pasiones.

El teatro: primero como actriz, después escribiendo y dirigiendo radioteatro, más tarde enseñando, en talleres de teatro popular donde la gente descubría su capacidad creativa.

La radio: escribiendo, dirigiendo y produciendo programas que recorrieron América Latina. "Cantos con sabor a vida" y "Mí tío Juan" fueron quizás las series más recordadas.

La educación popular: una pasión que empezó a fines de los 70 en Venezuela, pero que venía de lejos. Cientos de talleres en barrios y pueblos en los que ayudaba a pensar y construir, con la cabeza y con el corazón.

Los derechos humanos, que estuvieron siempre presentes en todo su trabajo, pero con una fuerza especial en los diez años en que integró el Servicio Paz y Justicia de Uruguay.

La escritura: dejando en cien cuentos alegres o desgarrados algo de la vida y la muerte que había encontrado en el camino. Algunos se han publicado, otros esperan todavía. No poder escribir, en los últimos tiempos, le quitó un pedazo de vida.

Claro que hubo otras pasiones. Mario Kaplun, su compañero de toda la vida, de cuya pérdida hace poco más de cinco años nunca pudo consolarse. Porque con él había recorrido todos los caminos de la vida y de la tierra.

**Fragmento del mensaje enviado  
por Gabriel Kaplun**

## Los coletazos de la guerra informativa sobre Irak

### Trabajadores de la BBC protestan contra el informe Hutton

Centenas de trabajadores de la cadena BBC en todas los centros de Gran Bretaña salieron a la calle, en protestas espontáneas, para reivindicar la independencia de este medio público.

Las manifestaciones se produjeron a raíz de las dimisiones del presidente de la BBC, Gavyn Davies, y sobre todo de su director general, Greg Dyke, quien renunció a su puesto.

Esas dimisiones siguen al informe del juez Hutton, que exculpa al Gobierno y carga las tintas en la cadena en torno al caso Kelly, ya que concluyó que la cadena emitió noticias "infundadas" contra el Gobierno de Blair, mientras éste salió indemne pese a la falsedad de sus informes sobre Irak.

En algunas emisiones de radio se mantuvo un minuto de silencio en defensa de los directivos dimisionarios. Con pancartas improvisadas y al grito de "¡Devolvednos a Greg!", los trabajadores aclamaron a Dyke y advirtieron que no tolerarán la interferencia política.

Un eufórico primer ministro aceptó las disculpas. "Esto es lo único que siempre he querido", indicó Tony Blair.

El ex ministro de Exteriores Robin Cook considera que el informe de Hutton "no resuelve el problema principal", que es "la enorme brecha entre las aseveraciones del Gobierno respecto a la amenaza que representaba Irak y su posterior incapacidad para demostrar dicha amenaza".

En tono irónico, añade que "si alguna vez soy juzgado por un cargo serio, quiero reservar desde ahora a lord Hutton para que sea juez en el proceso".

#### Quién es quién en el "caso Kelly"

La polémica sobre las dudosas pruebas presentadas por Londres y Washington para justificar la guerra contra Sadam Husein ha tenido un desenlace trágico, la muerte del científico David Kelly. Éstos son los principales implicados en el caso.

**Tony Blair.** El primer ministro británico autorizó el pasado septiembre la publicación del expediente sobre las armas de destrucción masiva, un informe que, según la BBC, fue 'exagerado' bajo presión política por el Comité de Inteligencia para justificar una guerra en la que Blair ya había decidido participar. El desenlace trágico del "caso Kelly" ha sumido al primer ministro británico en la crisis política más grave de su mandato. El 28 de agosto tuvo que enfrentarse a uno de los días más difíciles de su carrera. Blair declaró durante dos horas y media ante el juez Hutton, y en esa comparecencia hizo una apasionada defensa del informe sobre Irak y aseguró que si hubiera sido cierta la información de la BBC que le acusaba de haber "exagerado" el informe de Irak, habría presentado su dimisión.

**David Kelly:** Este reconocido experto en armas químicas y asesor gubernamental se encontró atrapado en el fuego cruzado entre el Gobierno británico y los medios de comunicación el pasado mes de mayo, cuando la cadena BBC reveló que Londres había exagerado el informe sobre las armas de destrucción masiva de Irak para justificar la guerra. Fue sometido a un duro interrogatorio en el Comité de Exteriores para averiguar si fue él quien filtró la noticia. Kelly reconoció haber hablado con el periodista Andrew Gilligan tres veces pero negó ser su fuente principal. La presión que sufrió durante días socavó su moral hasta el punto que acabó con su vida. Apareció muerto el pasado 18 de julio a unos ocho kilómetros de su casa.

**Andrew Gilligan:** Corresponsal de Defensa y de asuntos diplomáticos del programa Today, en Radio 4 de la BBC. Andrew Gilligan informó el pasado 29 de mayo en un boletín de que una "fuente fiable del servicio de espionaje" le había asegurado que el primer documento del Gobierno sobre Irak había sido manipulado. En su declaración ante el juez Hutton, el corresponsal mantuvo que contrastó las afirmaciones de su fuente principal, David Kelly, con dos altos cargos del Gobierno y que ninguno desmintió la información.

**Susan Watts.** Periodista de la BBC. Gilligan ha mantenido siempre que no citó incorrectamente ni malinterpretó las palabras de Kelly y para demostrarlo recurre a la información difundida por su colega Susan Watts el 4 de junio en el programa Newsnight, también de la cadena británica. Andrew Gilligan aseguró que Kelly, en sus declaraciones a Watts, había realizado la misma interpretación del polémico informe. No obstante, durante la investigación judicial, la periodista reconoció que ella no interpretó que el asesor acusara al jefe de prensa de Tony Blair de manipular los datos sobre Irak para justificar la guerra.

**Alastair Campbell:** Director de Comunicación de Downing Street. Gilligan le involucró en la elaboración del dossier acusándole de ser el responsable directo de que Tony Blair dijera ante el Parlamento que el líder iraquí, Sadam Husein, podía usar armas de destrucción masiva en 45 minutos. Campbell lo negó siempre y su empeño en hacer retirar a la BBC que él había 'adornado' el expediente terminó sacando a la luz pública el nombre de Kelly. El jefe de prensa abandonó su cargo a finales de agosto, apenas unos días después de comparecer ante Hutton. En sus declaraciones, Campbell negó toda responsabilidad en la elaboración del polémico informe.

**Geoff Hoon.** El ministro de Defensa escribió a la BBC para darles el nombre de Kelly y pedirles que confirmaran si el científico era su fuente. El ministro fue el que autorizó la breve

nota de prensa (justo a tiempo para emitirlo en los informativos de la noche) en la cual se revelaba que un asesor del Ministerio de Defensa podría haber sido la fuente de Andrew Gilligan. Hoon, que ha sido acusado por el comité parlamentario de convertir a David Kelly en chivo expiatorio, ha negado en todo momento haber filtrado su identidad. El titular de Defensa fue el primer miembro del Gabinete de Blair en comparecer ante la Justicia por el "caso Kelly".

Hoon ha admitido ante el juez que dos miembros de los servicios secretos mostraron su malestar por el "lenguaje" usado en el dossier del Gobierno sobre Irak, aunque afirmó que no lo supo antes de su publicación.

**Richard Sambrook:** Director de noticias de la BBC desde principio de 2001. Es la única persona a la que Gilligan desveló el nombre de la fuente que le había proporcionado la información. Ha apoyado de manera incondicional al periodista que denunció públicamente la manipulación del informe. La muerte de Kelly ha supuesto una dura crisis para el canal que dirige e incluso trabajadores de la BBC han afirmado que han perdido toda la confianza depositada en él y debería dimitir de su cargo.

**John Scarlett.** Ha dedicado toda su vida al espionaje: ha sido jefe de los servicios de inteligencia británicos en Moscú, máximo responsable del MI6 (el Servicio Secreto exterior británico) y, actualmente, ocupa la presidencia del Comité Conjunto de Inteligencia del Reino Unido, ejerciendo de asesor del Gobierno de Tony Blair. Scarlett es el máximo responsable del polémico informe de Irak. En su comparecencia ante el juez Hutton negó que Downing Street "exagerara" el dossier, pero admitió que Kelly, experto en armas, dudaba de que el régimen iraquí pudiese lanzar un ataque químico en 45 minutos.

**Robert Jackson:** Diputado conservador de la circunscripción electoral de Kelly. Jackson ha responsabilizado a la cadena británica de la muerte del asesor gubernamental y ha exigido que "rueden cabezas en la BBC", entre ellas la del presidente Gavyn Davies.

**Brian Hutton.** Es el juez que se encargará de investigar la muerte del científico David Kelly. Es un magistrado conservador que ha trabajado en casos tan complicados como la extradición del ex dictador chileno Augusto Pinochet. Hutton tiene fama de ser un hombre honrado y de reputación intachable. Tiene una gran experiencia como asesor del Gobierno británico y entre 1988 y 1997 fue la máxima autoridad judicial en Irlanda del Norte. Hutton ha afirmado que la investigación se hará "lo más rápido posible" y "mayoritariamente en público".

Resumido de BBC  
y Agencias Internacionales



## La iniciativa de Comunicación:

### *Fuerzas globales, decisiones locales, contando historias*

**L**a *Iniciativa de Comunicación* es un proceso único de alianza entre organizaciones del orden nacional, regional y multilateral, y miles de personas en el mundo entero, interesadas en cambiar el pensamiento, las políticas y la práctica de la comunicación, como herramienta de desarrollo sustentable.

El proyecto se creó para complementar y ampliar en Iberoamérica la acción de *The Communication Initiative*, proyecto global y enteramente independiente, apoyado por 15 organizaciones internacionales de desarrollo, que conforman el grupo de socios: *BBC World Service Trust, Communication for Social Change Consortium, The Change Project, CIDA, la Unión Europea, Exchange, FAO, Ford Foundation, John Hopkins Center for Communication Programs, PANOS, la Fundación Rockefeller, Soul City, The Synergy Project, UNAIDS, UNICEF, USAID* y la *Organización Mundial de la Salud*.

La *Fundación Rockefeller*, el *Banco Interamericano de Desarrollo* y la *Organización Panamericana de la Salud* aportaron los recursos iniciales para darle vida al proyecto en Iberoamérica. *Citurna Producciones*, compañía productora de televisión de interés público, con más de 15 años de experiencia en Colom-

bia y la región, y la *Fundación Imaginario*, que promueve el uso de la comunicación para el cambio en temas que incluyen la educación en valores y la resolución de conflictos, dirigidas a la juventud y la niñez, fueron las organizaciones encargadas de su puesta en marcha en Junio del 2001. Y entidades como la *Universidad del Norte*, y la *Agencia de Noticias de Derechos de la Infancia (ANDI)*, ofrecieron su colaboración y apoyo como miembros asociados. Este año, contamos con nuevos socios como *Population Communication International - PCI*, el *Instituto de Desarrollo Social (INDES)*, *The Synergy Project* y la *Fundación Bernard van Leer*. Adicionalmente, durante 2003 exploramos el modelo de asociación operativa con la *Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI)*.

#### Cuáles son sus objetivos

*The Communication Initiative* y *La Iniciativa de Comunicación* buscan:

- Extender el diálogo, el debate y el análisis de temas clave y programas de comunicación
- Defender activamente la importancia de la comunicación para el desarrollo sostenible
- Incrementar el cubrimiento y la calidad

de la información sobre la comunicación para el cambio social

- Mejorar el pensamiento estratégico sobre la comunicación en temas relacionados con el desarrollo y el cambio social

#### Principios estratégicos

Los principios estratégicos de *La Iniciativa de Comunicación* -la lógica que sustenta sus acciones y la convicción de que éstas originarán cambios positivos- son:

- Proveer información en tiempo real
- Promover y apoyar la formación de vínculos horizontales
- Alentar los comentarios y críticas entre colegas
- Conformar un grupo de socios interesados en incidir en la forma como se piensa, se hace y se invierte en comunicación en la región
- Conformar una red de personas y organizaciones involucradas en actividades de comunicación para el desarrollo
- Pensar estratégicamente con el grupo de socios y la red para abordar temas clave y diseñar acciones de comunicación más efectivas

**La iniciativa de Comunicación**  
<http://www.comminit.com/la>

## *Avanzada española en América Latina*

**L**a operación realizada por Telefónica de España para comprar la totalidad de activos que poseía en la rama de celulares la estadounidense Bell South en América Latina, se inscribe dentro de la estrategia de la empresa ibérica con la que apuntan a liderar el mercado. La operación se concretó el pasado 8 de marzo y significó el desembolso de 5.300 millones de dólares, en la transacción más importante del sector telefónico internacional en lo que va del presente año.

Para Venezuela significa un reacomodo de las operaciones de Telefónica, pues se hace de la empresa Telcel Bell South, la cual compete con Movilnet, filial de CANTV, de la que el grupo ibérico es socio minoritario. Este conflicto de intereses en Venezuela, tuvo otras expresiones de preocupación por el dominio que pasa a tener Telefónica en la rama de celulares por ejemplo en el mercado de Perú y Chile, pues con esta operación la empresa pasa a controlar el 78 % del sector peruano de celulares y el 48 % del chileno.

Para analistas del mercado bursátil, la operación resultó costosa para Telefónica, que de hecho tuvo un registro negativo en sus evaluaciones por las firmas consultoras de riesgos, pero se explica por las directrices es-

tratégicas plantadas incluso desde 2001 cuando se anunciaban acciones para hacerse con el liderazgo del sector telefónico en general, y de celulares en particular, de América Latina. Tras la compra de los activos de la estadounidense Bell South, Telefónica tiene 41 millones de clientes latinoamericanos de celulares, en un mercado en expansión que estima pueda representar los 24 millardos de dólares en el año 2006.

Además de Venezuela, Perú y Chile, la operación ha significado reacomodos en Argentina, Colombia, Ecuador, Guatemala, Panamá, Nicaragua y Uruguay. Telefónica Móviles adicionalmente tiene una importante presencia en Brasil (20 millones de clientes), así como en México y El Salvador, pero en estos tres países no operaba Bell South y por tanto no varió el mercado de celulares.

Dentro de los nuevos países en los cuales Telefónica Móviles no operaba, Venezuela ocupa el primer lugar pues el número de líneas de Telcel asciende a 3,3 millones, liderando este sector con el 47 %, seguido de Movilnet con el 39 % de clientes.

**Andrés Cañizález**





# La comunicación y el desarrollo democráticos en Latinoamérica

## NATURALEZA DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

No existe una definición universalmente válida y difundida sobre la naturaleza de la genéricamente llamada “comunicación para el desarrollo”. Pero tres conceptualizaciones han prevalecido en Latinoamérica. Dos de ellas, la “comunicación de apoyo al desarrollo” y la “comunicación de desarrollo”, son de fuente foránea a la región. La tercera, la “comunicación alternativa para el desarrollo democrático”, es oriunda de ella.

La *comunicación de apoyo al desarrollo* implica el uso de los medios de comunicación, masivos, interpersonales o mixtos, como factor instrumental para el logro de las metas prácticas de instituciones que ejecutan proyectos específicos en pos del desarrollo económico y local.

La *comunicación de desarrollo* es la creación, gracias a la influencia de los medios de comunicación masiva, de una atmósfera pública favorable al cambio, que se considera indispensable para lograr la modernización de sociedades tradicionales mediante el adelanto tecnológico, el crecimiento económico y el progreso material.

La *comunicación alternativa para el desarrollo democrático* es la expansión y el equilibrio en el acceso de la gente al proceso de comunicación y en su participación en el mismo empleando los medios, masivos, interpersonales y mixtos, para asegurar, además del avance tecnológico y del bienestar material, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría.

La primera definición corresponde al enfoque económico, la segunda al económico-social y la tercera a uno integral con énfasis en lo político.

En proyección temporal, la comunicación de apoyo al desarrollo fue la primera corriente, pues su inicio en firme se dio en los años 50. La comunicación de desarrollo viene en segundo lugar por ser caracte-

## ■ Luis Ramiro Beltrán

rística de los años 60. Y la tercera es la más reciente, la comunicación alternativa para el desarrollo democrático, por haberse dado a escala significativa en los años 70. Sin embargo, no hay necesariamente puntos de corte tajantes entre ellas, pues su vigencia resulta en ciertos casos simultánea. Y algunas nuevas variantes de conceptualización han venido surgiendo desde los años 80, pero mayormente en los 90.

Hay mayor concordancia entre la comunicación de desarrollo y la comunicación de apoyo al desarrollo, que entre ellas y la comunicación alternativa para el desarrollo. Por último, corresponde anotar, sin ánimo de alarde ni riesgo de equivocación, que Latinoamérica se ha destacado internacionalmente por su empeño y su creatividad en poner la comunicación social al servicio del desarrollo nacional.

## LOS ORÍGENES DE LA PRÁCTICA

La vigencia de la comunicación para el desarrollo, tomando en cuenta todas sus variantes, tiene algo más de medio siglo en Latinoamérica. Uno de sus orígenes fue estatal y exógeno. El otro fue privado y endógeno. En ambas instancias el año de inicio fue 1948.

En el primer caso se trataba del establecimiento de actividades de comunicación de apoyo al desarrollo instituidas por los gobiernos de la región en acuerdos cooperativos con los Estados Unidos de América, bajo la égida de la política de asistencia técnica y financiera proclamada en la temprana posguerra por el presidente Harry Truman. Esta llegó a conocerse bajo el apelativo de “Punto Cuarto” y estuvo a cargo de un organismo internacional creado exprofeso para aplicarla, y que hoy se identifica por la sigla USAID. Los principales de esos programas estaban dirigidos a apuntalar el desarrollo nacional

en materia de agricultura, de educación y de salud. De ahí nacieron las ramas de comunicación técnico-educativa denominadas “extensión agrícola”, “educación audiovisual” e “información sanitaria”. Y fue en el ejercicio de ellas que se fueron formando, en la década de los 50, los primeros profesionales en comunicación para el desarrollo de la región.

En el segundo caso se trataba del nacimiento de dos sistemas de difusión radiofónica coetáneos pero diferentes. Uno se dio en Colombia, cuando el párroco de una aldea andina llamada Sutatenza creó una rudimentaria radioemisora para comunicarse con el campesinado, entonces fuera del alcance de la radiodifusión comercial y estatal. El propósito inicial del Padre Joaquín Salcedo era solamente llevar a más gente del campo la prédica católica. Pero bien pronto se dio cuenta de que también podían valerse de aquello para combatir el analfabetismo y creó la estrategia denominada *escuela radiofónica*. Se trataba de una red de pequeños grupos comunitarios de audición, guiados por auxiliares capacitados para ello, que luego de oír periódicamente los programas dirigidos específicamente a ellos por diversos maestros, reflexionaban y tomaban decisiones para acción desarrollista. En apenas poco más de una década, la experiencia se había convertido en la entidad *Acción Cultural Popular* (ACPO), y había establecido millares de sus *escuelas* en todo el país, agregando varios otros rubros de desarrollo a su programación y construyendo una cadena de emisoras de alta potencia. Con patrocinio del gobierno de Colombia y con asistencia de la cooperación gubernamental holandesa, ACPO llegó a ser la mayor y más innovadora empresa del mundo en materia de educación no formal campesina pro desarrollo. Correspondía ella al formato de comunicación de apoyo al desarrollo.

El otro sistema radiofónico precursor fue el de las *emisoras mineras* de Bolivia. Se trataba de rústicas estaciones de corto

alcance que, sin embargo, irían a cobrar utilidad e importancia para que el pueblo trabajador, soslayado por los medios masivos comerciales y estatales, pudiera tener expresión propia. Estas emisoras, que proliferaron en la década del 50 hasta llegar a formar una cadena de alrededor de 30 estaciones, se caracterizaron principalmente por dar libre acceso a todos los interesados en manifestarse mediante la estrategia de "micrófono abierto" y por ser manejadas en forma autogestionaria por cada sindicato. Costeadas por los magros salarios de los explotados obreros del subsuelo, cumplieron ante todo funciones de información sindical, en relación con la situación política caracterizada por la violenta represión impuesta por los numerosos regímenes dictatoriales, que asolarían al país por algo más de 20 años. Lo más importante de esta experiencia es que no provino de un impulso de entidad externa alguna ni, menos, tuvo patrocinio gubernamental o extranjero. Nació y se desenvolvió —bajo muy difíciles condiciones— por la iniciativa, la voluntad y el valor de los trabajadores conscientes de la importancia de poder comunicarse libremente entre ellos y con la nación para hacer escuchar su voz, la de los marginados y víctimas de la extrema pobreza causada por el desarrollo antidemocrático. Corresponde, por eso, en condición modesta pero pionera, a las raíces del formato de comunicación alternativa para el desarrollo democrático que iría a entrar en auge en la región más tarde, especialmente a partir de la década del 70.

### **LOS ORÍGENES DE LA TEORÍA**

La práctica de la comunicación para el desarrollo antecedió en una década a la teoría sobre la misma. Se reconoce como el punto de arranque de la formulación teórica, un estudio publicado en 1958 por el sociólogo estadounidense Daniel Lerner sobre la "extinción de la sociedad tradicional". Luego de verificar en algo más de 50 países una estrecha correlación entre el desarrollo nacional y el desarrollo de los sistemas de comunicación, este investigador del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT) sostuvo que la comunicación tenía las siguientes funciones en el desarrollo: 1) crear nuevas aspiraciones; 2) propiciar el aumento de la participación de la gente en las actividades de la sociedad; 3) apuntalar el crecimiento del nuevo liderazgo necesario para el cambio social; y 4) enseñar "empatía", la habilidad de

66

**Se reconoce como el punto de arranque de la formulación teórica, un estudio publicado en 1958 por el sociólogo estadounidense Daniel Lerner sobre la "extinción de la sociedad tradicional". Luego de verificar en algo más de 50 países una estrecha correlación entre el desarrollo nacional y el desarrollo de los sistemas de comunicación**

99

una persona para ponerse en el lugar o papel de otra. Advirtió, además, que la modernización de un país parecía seguir estas etapas: urbanización (incluyendo a la industrialización); participación en los medios de comunicación; alfabetismo; y participación en política. Y llegó a la conclusión de que la comunicación venía a ser tanto un indicador como un inductor del cambio social.

Otro académico del famoso MIT, Itzhak de Sola Pool (1966), hizo varios años más tarde un aporte también muy importante a la conceptualización científica del papel de la comunicación en el desarrollo entendido como modernización. Comenzó por proponer las que consideraba las características de la personalidad del hombre moderno. Seguidamente, afirmó que los medios de comunicación podían llevar a la gente a adquirir tales características cumpliendo, principalmente, funciones como estas: 1) forjar en las mentes de las personas imágenes favorables al desarrollo; 2) fomentar la formación o consolidación de una conciencia de nación; 3) promover la voluntad de planificar y de operar en un vasto escenario.

En 1962 surgió en el escenario de la reflexión sobre la materia una nueva perspectiva de la comunicación para el desarrollo, la de la difusión de innovaciones,

planteada por el sociólogo rural Everett Rogers, como eje del cambio social para la modernización. Para el experto, una innovación era una idea percibida como nueva por un individuo y comunicada por determinados canales, a lo largo del tiempo, entre los miembros de un sistema social. Propuso que las etapas por las cuales pasaba la innovación eran la percepción, el interés, la evaluación, la prueba y la adopción. De la tasa de adopción dependía la difusión de innovaciones. Al principio, unos pocos individuos se aventurarían a adoptar prontamente la innovación propuesta y, en cambio, en el extremo final del espectro del proceso, unos cuantos individuos nunca llegarían a adoptarla. En medio de esos polos de "innovadores" y de "rezagados", la mayoría de la gente iría adoptando la innovación normalmente con tal lentitud que podría tomar varios años conseguir la adopción por la virtual totalidad de un conjunto social. Rogers comprobó que los innovadores eran, por lo general, aquellos miembros de un sistema social que tenían alta ubicación en índices de ingresos, educación, comunicación y cosmopolitismo. Y, sin desdeñar el efecto crucial de los medios masivos, indicó que, desde el punto de vista estratégico, los "líderes de opinión" constituían un factor también capital para persuadir a los demás de que adopten innovaciones.

El pensador que llegaría a constituirse poco después en el supremo sacerdote de la comunicación para el desarrollo fue Wilbur Schramm (1964 y 1967), comunicólogo de la Universidad de Stanford. Su premisa básica fue que la comunicación constituía una proveedora de servicios a la comunidad en la condición de "vigía", "formuladora de políticas" y "maestra". En virtud de ello estipuló varios papeles de los medios de comunicación masivos relevantes para lo que entendió como las necesidades básicas de la gente en el proceso de desarrollo: 1) estar informada de los planes, tareas, problemas y logros del desarrollo; 2) ser participante del proceso de toma de decisiones sobre asuntos de interés colectivo; y 3) aprender las destrezas que el desarrollo la reta a dominar. Y sostuvo que al ejercitar esas tres funciones en la sociedad los medios de comunicación llegaban a conformar toda una atmósfera propicia al cambio social, lo que consideraba indispensable para lograr el desarrollo. El libro de Schramm de 1964 sobre los medios de comunicación masivos y el desarrollo nacional llegó en poco tiempo a convertirse en una suerte de Biblia de la especialidad en los países "en vías de de-

sarrollo” de Asia, África y América Latina<sup>1</sup>.

Como producto de un seminario internacional que organizaron en Hawai en 1964, Lerner y Schramm (1967) publicaron el libro *Communication and Change in the Developing Countries*, compendio de reflexiones que atribuían a los medios de comunicación masivos un gran poderío para generar el cambio social indispensable para el desarrollo nacional.

#### APLICACIÓN EXTENSA E INTENSA

Aun antes de que la teoría alcanzara amplia divulgación internacional, la noción de que la comunicación era clave para alcanzar el desarrollo fue siendo aplicada crecientemente en varios países. Desde mediados de la década del 50, surgieron proyectos de información para el desarrollo agrícola con énfasis en capacitación de personal y producción de materiales. Líderes en la promoción de ello fueron el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA), afiliado a la OEA, y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). La FAO hizo en Chile y Perú una experiencia pionera en el uso del naciente video para la educación campesina no formal dentro de procesos de reforma agraria. Más tarde, en asociación con el Banco Mundial, impulsó un proyecto de desarrollo agrícola, el PRODERITH de México, con un fuerte componente de comunicación.

A lo largo de la década del 60 hubo un considerable aumento en el número de actividades semejantes en muchos países de la región, en algunos de los cuales la USAID estableció Centros Audiovisuales para servicio principalmente al sector educativo formal. Este mismo organismo del gobierno estadounidense empleó considerables recursos para sustentar proyectos de uso educativo de la radio, especialmente en los países centroamericanos y con énfasis en la promoción de la salud y de la nutrición. También respaldó un experimento de uso de la televisión en la escuela primaria en El Salvador. A su vez, Colombia comenzó a valerse de ese medio para la instrucción primaria y México lo hizo para la secundaria. Y la Fundación Konrad Adenauer de Alemania ayudó a establecer la Asociación Latinoamericana de Televisión Universitaria. Los países andinos recibieron apoyo de la UNESCO y del PNUD<sup>2</sup> para diseñar un sistema de televisión educativa por satélite. Fundaciones privadas estadounidenses, como la

“

**Aun antes de que la teoría alcanzara amplia divulgación internacional, la noción de que la comunicación era clave para alcanzar el desarrollo fue siendo aplicada crecientemente en varios países.**

”

Rockefeller y la Kellog, copatrocinaron programas de comunicación para el desarrollo rural y la Ford sustentó en Costa Rica al CIACOP, un centro de comunicación sobre población. Latinoamérica vino a ser la primera región del “Tercer Mundo” en contar con un Centro Regional de Comunicación, el CIESPAL, creado en Ecuador con apoyo de la UNESCO y la OEA y, más tarde, de los gobiernos de Alemania y Holanda.

#### CUESTIONADO EL MODELO DE DESARROLLO

Toda esa extensa e intensa práctica de la comunicación para el desarrollo, en sus formatos de apoyo principalmente, se realizó alentada por la optimista convicción de que sería de veras decisiva para generar las conductas necesarias para la transformación progresista. Exceptuando una advertencia a principios de la década en un libro pionero del investigador venezolano Antonio Pasquali (1965) y la intervención precursora del educador brasileño Paulo Freire (1969 y 1969a) a fines de la década, no hubo entonces una crítica mayor al modelo de comunicación puesto en vigencia en la práctica.

En cambio, ya a mediados de la década del 60, comenzó en la región el cuestionamiento al modelo de desarrollo nacional que los organismos internacionales de apoyo al mismo propiciaban y sustentaban. Cercano a la Comisión Económica para América Latina, órgano regional de

Naciones Unidas con sede en Santiago, surgió un movimiento crítico que postuló lo que dio en llamarse la *Teoría de la Dependencia*, que tuvo entre sus líderes al sociólogo brasileño Fernando Enrique Cardoso. Ese movimiento académico vio al subdesarrollo como consecuencia directa de relaciones marcadamente injustas, en lo económico, tecnológico y político, entre los países desarrollados y subdesarrollados, hasta el punto de hacer a los últimos del todo dependientes de los primeros. Planteó, por tanto, la convicción de que el desarrollo nacional genuinamente democrático sólo podía ocurrir si esas relaciones fueran reestructuradas a favor de la equidad (Cardoso y Faletto, 1969). Al cerrarse la década, en 1969, les daría la razón un trascendental estudio de la situación internacional: el *Informe Pearson*.

El modelo clásico cuestionado entiende por desarrollo, en lo esencial, el proceso de crecimiento económico y el adelanto material de un país. Supone que, dada una correcta aleación de economía, tecnología y ecología, se derivarán de ese proceso necesariamente el bienestar físico y la prosperidad de todos los pobladores de tal país. A comienzos de la década del 70 el autor del presente ensayo hizo una crítica al modelo cuya validez pareciera perdurable. Criticó fundamentalmente su materialismo mercantil, que mide el grado de desarrollo de un país casi exclusivamente en términos de la producción y del consumo de bienes y servicios como si el ser humano no tuviera otras necesidades primordiales, como las de justicia, libertad y dignidad. Subrayó con censura el hecho de que el modelo no toma en cuenta la explicación principal y estructural del subdesarrollo: la inequidad que se expresa en la concentración del poder económico, sociocultural y político, en una minoría autocrática y dominante que se opone tenazmente al cambio de tal estado de cosas. Al comienzo de la década del 70 formuló, en consecuencia, esta propuesta humanista, democrática y equitativa de definición conceptual:

“Alternativamente, se puede entender por desarrollo un proceso dirigido de profundo y acelerado cambio sociopolítico que genere transformaciones sustanciales en la economía, la ecología y la cultura de un país a fin de favorecer el avance moral y material de la mayoría de la población del mismo dentro de condiciones de dignidad, justicia y libertad” (Beltrán, Luis Ramiro, 1973).

Conforme se desenvolvía la década, hubo en Latinoamérica varios aportes más a

la renovación conceptual sobre el desarrollo. Entre los sobresalientes estuvieron los del comunicador y educador paraguayo Juan Díaz Bordenave (1982), radicado en Brasil. Temprano propuso este distinguido científico social formular un “modo de desarrollo diferente del emanado del capitalismo liberal y del comunismo estatal y proponer a nuestros pueblos un socialismo democrático de bases comunitarias, autogestionarias y participativas”. Subrayando la importancia de la participación en el desarrollo, la concibió integralmente, forjando una visión de una sociedad en que todos participen activa y verdaderamente en la conducción política, en la producción y distribución de bienes y servicios y en la actividad cultural, a fin de satisfacer equitativamente todas las necesidades del ser humano y no meramente las de orden material (Díaz Bordenave, Juan, 1994).

En 1976, en una singular revisión de sus propias convicciones, el connotado investigador estadounidense de la comunicación para el desarrollo Everett Rogers anunció “la extinción del paradigma dominante” refiriéndose al modelo clásico de desarrollo. Luego de enunciar ocho puntos de crítica a ese modelo, se sumó a las proposiciones surgidas en Latinoamérica, reconociendo más tarde hidalga y públicamente esa influencia. Reiterando su nueva posición, muchos años después iría a recalcar lo siguiente: “Esta nueva definición de desarrollo como un proceso ampliamente participatorio de cambio social dirigido incluía avances en valores tales como la igualdad, la libertad y el potenciamiento, no sólo en indicadores materiales” (Rogers, Everett, 1994).

### **HACIA OTRO DESARROLLO**

¿Escuchaban entonces voces como éstas aquellos que tomaban las decisiones para el desarrollo tanto en la esfera nacional como en la internacional? Sería inexacto decir que sí lo hicieron, ni siquiera cuando, más allá de modestos intentos de redefinición como el citado, la inquietud llegó en la región a producir pronunciamientos colectivos de alto nivel, como la *Declaración de Cocoyoc* (México, 1974) y hasta una propuesta científicamente generada para un nuevo modelo: el *Modelo Latinoamericano Mundial*. Realizado en Argentina por la Fundación Bariloche, con patrocinio del gobierno canadiense, ese estudio fue publicado en 1976 bajo el llamativo título de *¿Catástrofe o Nueva Sociedad?* (Herrera, 1974). Su premisa básica

“

**Tres reuniones internacionales, sobre población, medio ambiente y alimentación, recogieron públicamente el descontento por las fallas de los programas pro desarrollo, llevados a cabo por dos décadas a multimillonario costo y con magros resultados**

”

fue la convicción, empíricamente demostrada, de que los problemas mayores que enfrentan los países del mundo son de naturaleza sociopolítica, no física, y que en la raíz de ellos está la inequitativa distribución de poder entre naciones y dentro de ellas. Propuso, en consecuencia, enrumbar los esfuerzos de desarrollo hacia la construcción de una nueva sociedad basada en la equidad y en la amplia participación del pueblo en la toma de decisiones, así como intrínsecamente compatible con su ambiente por medio de la regulación del crecimiento económico. Señaló que ello se estimaba viable solamente por medio de cambios radicales en la organización social e internacional. Aunque estuvo sólidamente sustentada en el riguroso trabajo de un grupo de científicos a lo largo de un año, la propuesta de Bariloche pudo haber sido considerada utópica. Pero, para que lo fuera, tendría que haber sido por lo menos seriamente analizada por líderes políticos, planificadores del desarrollo y financiadores de éste. No lo fue. Y así, lamentablemente, pasaría desapercibida mientras el modelo clásico de desarrollo continuaría imperando en la región.

A nivel mundial se presentó en 1975 a Naciones Unidas una propuesta de un modelo para *otro desarrollo* formulado por la Fundación Dag Hammarskjöld, de Suecia, con el concurso de un equipo de especialistas coordinado por Marc Nerfin (1977). El equipo señaló como requisito fundamental para aplicar el modelo, el cambio estructural para desconcentrar el poder.

### **FRACASO DEL DESARROLLISMO**

Al principio de la década del 70, cuando una crisis internacional en materia petrolera vino a afectar gravemente la situación económica de los países latinoamericanos, tres reuniones internacionales, sobre población, medio ambiente y alimentación, recogieron públicamente el descontento por las fallas de los programas pro desarrollo, llevados a cabo por dos décadas a multimillonario costo y con magros resultados.

Mientras las minorías poderosas se enriquecían más, al promediar ese decenio, 40% de las familias de Latinoamérica caían a niveles de pobreza crítica. Los términos del intercambio comercial internacional eran tales que los países de esa región vendían en el extranjero cada vez más baratas sus materias primas, y compraban bienes manufacturados cada vez más caros. Para cubrir el déficit resultante tuvieron que apelar a un mayor endeudamiento externo a tasas de interés más altas y con plazos de amortización más cortos. Evidentemente, no sólo que el desarrollo equitativo indispensable para una real democracia no había ocurrido, sino que el subdesarrollo había comenzado a acentuarse. Pese a las fallas y a las críticas, sin embargo, el modelo clásico de desarrollo permanecería inalterado y se continuaría aplicando.

### **LA PRÁCTICA DE LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA**

En los años 70, con apoyo de la FAO, la UNESCO y el UNICEF, así como con la intervención de organismos no gubernamentales como la Academy for Educational Development, continuaron llevándose a cabo en la región numerosos proyectos en materia de comunicación de apoyo al desarrollo, principalmente en las áreas de agricultura, salud y nutrición, y educación, así como, en menor escala, protección ambiental.

En materia de comunicación alternativa para el desarrollo democrático comenzó también en esos años un auge de actividades tanto en el ámbito rural como en el suburbano. En general, se entendía por alternativa toda opción comunicativa que contribuyera a compensar la falta de acceso y participación de las mayorías a los modernos medios comerciales y estatales. Los actores de estas experiencias eran maestros rurales, líderes de comunidades campesinas, profesores universitarios, di-

rigentes sindicales y algunos servidores públicos. Casi todos ellos operaban por cuenta propia sin percibir subsidios estatales ni donaciones privadas. Era la comunicación hecha "con las uñas" pero con fuerte compromiso y no poca imaginación creativa. Algunos casos salientes bastarán para ilustrar el fenómeno.

En Uruguay el ilustre comunicador educativo Mario Kaplún (1977) creó la estrategia llamada *cassette foro rural*, procedimiento simple y barato que facilitó el diálogo a distancia entre cooperativas de agricultores. En la villa El Salvador, una barriada de Lima superpoblada por migrantes del campo, Michel Azcueta (1978) logró establecer por acción comunitaria un sistema integral de comunicación popular basado en tecnologías elementales, pero también dialógicas, como periódicos murales y altavoces. La prensa *nanica* (enana o en miniatura) se constituyó en el Brasil de las dictaduras militares en el único vehículo de resistencia popular a ellas; se trataba de pequeños y rústicos periódicos que se arriesgaban a tomar una actitud contestataria a ese autoritarismo estatal. En ese mismo país llegó a conformarse la red de canales de televisión educativa más grande de la región. Y el gobierno de México estableció una red televisiva específicamente dedicada a apoyar esfuerzos de desarrollo rural. También en ese país se comenzó a usar la popular telenovela con fines de educación en materia de planificación familiar, salud y nutrición.

Pero el medio, sin duda, más utilizado para la comunicación popular fue la radio bajo una diversidad de formatos, incluyendo el comunitario. En Bolivia la Iglesia Católica logró establecer la mayor y más compleja cadena de emisoras de la región al servicio de la educación no formal para el desarrollo, Educación Radiofónica Boliviana (ERBOT), que operaba a escala nacional en español, quechua y aymará, y dando a las comunidades de base amplia oportunidad de participar en la producción de sus mensajes pro desarrollo, inclusive por medio de "reporteros populares". Igualmente, en ese país surgió una modesta pero valiosa experiencia de "microempresarios" de la etnia aymará que, alquilando horas matutinas en emisoras comerciales, llegaban a su gente con mensajes personales y comunitarios cobrando por ello módicas sumas. En Ecuador un sacerdote motivó a campesinos a establecer en sus pueblos modestas cabinas de grabación radiofónica desde las que enviaban sus mensajes a una emisora que les daba am-

“

**Por encargo de la UNESCO,  
los investigadores Jerry O'Sullivan  
y Mario Kaplún (1979)  
realizaron en Venezuela una  
revisión analítica de una selección  
de experiencias de comunicación  
participativa**

”

plia difusión. República Dominicana, Perú y México también se distinguieron en usos alternativos de la radio, el medio más accesible al pueblo por su bajo costo de emisión y por su facilidad en la producción de mensajes. Y Cuba consolidó un formato comunicativo que combinaba emisiones radiales con visitas a hogares y escuelas por brigadas de capacitación en materia de salud y de educación.

Por encargo de la UNESCO, los investigadores Jerry O'Sullivan y Mario Kaplún (1979) realizaron en Venezuela una revisión analítica de una selección de experiencias de comunicación participativa como las que acaban de mencionarse aquí. Y sobre la radio del pueblo en Bolivia" hay un recuento de Beltrán y Reyes (1993).

#### **EN POS DE LA COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA**

A fines de la década de 1960<sup>3</sup> el educador brasileño en exilio Paulo Freire (1970), comenzó a cobrar notoriedad internacional por su dura y bien fundada crítica a la tradicional educación de adultos y por su revolucionaria propuesta de una estrategia pedagógica de "concientización" para forjar la "acción cultural para la libertad". Freire denunció que los maestros nunca se comunicaban con sus alumnos en realidad, pues los trataban como a animales o cosas. Y afirmó que la comunicación genuina se daba en una relación horizontal entre las personas, cifrada fundamental-

mente en el diálogo libre y no en la transmisión vertical y manipulatoria de conocimientos de los poderosos a los carentes de poder o de sabios a ignorantes.

El primer intento para trasponer las ideas de Freire del campo de la educación al de la comunicación tuvo lugar en Bolivia en el tramo inicial de la década del 70. Lo realizaron el norteamericano Frank Gerace (1973) y el latinoamericano Hernando Lázaro escribiendo un breve pero interesante ensayo sobre "comunicación horizontal" que sólo podrían completar y publicar en forma de libro en 1973 desde Perú. Poco después el educador español Francisco Gutiérrez (1973), de larga residencia en la región, aportó desde Argentina otras ideas funcionales al ideal de democratizar la comunicación mediante un libro suyo sobre lo que llamó "el lenguaje total". Bajo un encuadre más amplio, un aporte muy valioso a la reflexión sobre el cambio social y la necesidad de un nuevo marco conceptual para el estudio de la comunicación, fue hecho por el comunicólogo peruano Rafael Roncagliolo (1977). Seguidor creativo de los lineamientos freirianos, el sociólogo brasileño Joao Bosco Pinto (1972, 1977 y 1988) hizo más tarde valiosas contribuciones semejantes. Y el comunicador y educador paraguayo Juan Díaz Bordenave (1972) produjo una temprana y perceptiva evaluación de empeños de formulación teórica innovadora como esos.

A lo largo de la década, otros investigadores se fueron agregando a la iniciativa en varios de los países de la región. Lo hicieron bajo distintos enfoques que dieron origen a diversos adjetivos característicos de la comunicación democrática, como "dialógica", "participatoria", "popular" y "alternativa". Bajo esta última denominación el comunicólogo chileno Fernando Reyes Matta (1977) formuló bases para un "modelo de comunicación con participación social activa", en el que dio énfasis a la organización y a la educación para facilitar el acceso y la participación de las mayorías en las actividades de comunicación. Y caracterizó a la comunicación como un "bien social".

Tomando en cuenta las críticas al modelo clásico y buscando conjugar las posiciones centrales de varios de los analistas mencionados en esta sección; el autor del presente ensayo propuso un conjunto de lineamientos básicos para construir un "modelo de comunicación horizontal". Comenzó por plantear para ello la siguiente definición: "La comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de sím-

bolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación. Todos tienen derecho a comunicarse a fin de satisfacer sus necesidades de comunicación al disfrutar de los recursos de comunicación” (Beltrán, Luis Ramiro, 1980). Resaltan entre los varios lineamientos que propuso los siguientes:

- 1) El libre e igualitario proceso de acceso, diálogo y participación está basado sobre los derechos, las necesidades y los recursos de comunicación y orientado hacia la realización de múltiples propósitos, no siendo la persuasión el primordial.
- 2) El acceso, entendido como el ejercicio efectivo del derecho a recibir mensajes, es la precondition para la comunicación horizontal.
- 3) El diálogo, entendido como el ejercicio efectivo del derecho a emitir y a recibir mensajes, es el eje crucial de la comunicación horizontal.
- 4) La participación, entendida como el ejercicio efectivo del derecho a emitir mensajes, es la culminación de la comunicación horizontal.
- 5) Acceso, diálogo y participación son interdependientes entre sí.
- 6) La distinción entre “emisor” y “receptor” no tiene vigencia en el modelo, puesto que los participantes del proceso cumplen ambas funciones alternativa y equitativamente y, por tanto, todos se identifican como “comunicadores”.

#### **POLÍTICAS: OTRO CAMPO DE BATALLA**

En 1974, la UNESCO auspició en Bogotá la primera reunión de expertos en políticas nacionales de comunicación que se realizaba en el “Tercer Mundo”<sup>4</sup>. Para sustentar las deliberaciones, el organismo brindó a los participantes del encuentro una base de conceptualización hecha a partir de la siguiente definición formulada por el autor del presente ensayo:

“Una política nacional de Comunicación es un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación de un país” (Beltrán, Luis Ramiro, 1974)<sup>5</sup>.

“

**La década del 70 fue no sólo la de intensa y optimista actividad latinoamericana inspirada por el anhelo de democratizar tanto al desarrollo como a la comunicación.**

”

La reunión de Bogotá constituyó otro camino para la formulación de estrategias de democratización de la comunicación. Los participantes de ella arribaron a un conjunto de consideraciones, conclusiones y recomendaciones que debían servir como punto de partida a la Primera Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina y el Caribe -la primera de su tipo en el mundo-, que la UNESCO iría igualmente a patrocinar y organizar. Ella tuvo lugar en julio de 1976 en San José de Costa Rica, pese a la fuerte oposición desatada en contra de su realización por las agrupaciones interamericanas de medios de comunicación masivos, por considerar la contraproducente para la libertad de información.

Mediante la *Declaración de San José* y un conjunto de 30 recomendaciones específicas, la conferencia intergubernamental<sup>6</sup> logró proponer oficialmente bases conceptuales sustantivas para que en cada país, por acción conjunta de propietarios de medios, comunicadores profesionales y funcionarios gubernamentales, se llegara a formular consensualmente una Política Nacional de Comunicación, a fin de racionalizar y mejorar la estructura y el funcionamiento del sistema de comunicación social al servicio del desarrollo nacional democrático. La conferencia también recomendó el planeamiento sistemático de la comunicación para el desarrollo y abogó en favor de una circulación mejor equilibrada de la información en lo nacional y en lo internacional. Y propuso el fortalecimiento de los “medios comunitarios” para “garantizar a todos los ciudadanos el

acceso y la participación a la que tienen derecho”<sup>7</sup>.

#### **¿REORDENAMIENTO MUNDIAL?**

La década del 70 fue no sólo la de intensa y optimista actividad latinoamericana inspirada por el anhelo de democratizar tanto al desarrollo como a la comunicación. También fue la década en que por primera vez en la historia los países subdesarrollados plantearon enfática y persistentemente al nivel de debate mundial su aspiración, primero de forjar un Nuevo Orden Internacional de la Economía y, luego, un Nuevo Orden Internacional de la Información. El radical planteamiento fue hecho por el Movimiento de los Países No Alineados y llegaría hasta foros internacionales como la Asamblea General de Naciones Unidas y la Conferencia General de la UNESCO. El debate llegó a hacerse fragoroso y ácido en el último tercio de la década, pues los países desarrollados reaccionaron firme y tenazmente contra ambas propuestas, pero muy especialmente contra la segunda. A ésta hicieron contribuciones de reflexión importantes algunos comunicólogos latinoamericanos<sup>8</sup>, sin que pudieran lograr eco.

La década del 70 iría a terminar con un repliegue del Movimiento de los Países No Alineados y en América Latina sin que hubiera señales, más que con mínimas excepciones, de que los gobiernos de la región se propusieran aplicar las recomendaciones que acordaron en la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Nacionales de Comunicación de 1976 en San José.

Al abrirse la década del 80, la Conferencia General de la UNESCO aprobaría en Belgrado el Informe de la Comisión MacBride (1981) en materia de comunicación. Si bien este documento transaccional acogía en muchos sentidos la inquietud justiciera de los países en desarrollo para reformar sustantivamente el régimen comunicativo imperante, aquel año marcó el punto final del debate sin que los demandantes del cambio consiguieran avance concreto y significativo alguno. En vísperas ya del abrupto surgimiento de la globalización y del neoliberalismo, todo aquello volvió a la quietud y al silencio.

#### **LOS 80: LA REFLEXIÓN Y LA ACCIÓN CONTINUAN**

¿Habrá sido esta década una década también perdida en Latinoamérica para la co-

municación afecta al desarrollo? En primera instancia, se pudiera pensar que sí. Pero quien revise el territorio de lo realizado, no tendrá que llegar necesaria y definitivamente a la conclusión negativa. Es cierto que el fracaso del desarrollo registrado en los años 70 no fue compensado en los 80 ya que, al contrario, se acentuó con el advenimiento del neoliberalismo globalizante.

En efecto, estudios realizados por analistas estadounidenses indican que varios de los proyectos de comunicación de apoyo al desarrollo fueron poco productivos o no llegaron a buen término en los países del "Tercer Mundo", y supusieron desperdicio de recursos y frustración de aspiraciones. Una parte de ello fue debida a la incapacidad intrínseca del modelo comunicativo para generar acción comunicativa apropiada a la realidad regional, y otra parte obedeció a fallas de organización y a la ausencia de un régimen adecuado de planificación de dichos proyectos. Pero algunos de éstos continuaron adelante con resultados aparentemente razonables y, por otra parte, sé percibió en algunos casos una tendencia al cambio de énfasis de proyectos de apoyo al desarrollo agropecuario hacia proyectos de apoyo al mejoramiento de la salud pública.

Ciertamente, no se produjo un desplazamiento sustantivo de la comunicación tradicional de apoyo al desarrollo a la innovadora comunicación alternativa para el desarrollo democrático. Sin embargo, hubo algunos casos de proyectos del molde clásico que comenzaron a introducir componentes nuevos como recursos para fomentar la participación activa de la gente del pueblo en un proceso dialógico de comunicación. También hubo algunos de esos proyectos en que se recurrió en cierto grado a métodos de comunicación propios del formato alternativo popular.

En el campo propio de la comunicación alternativa para el desarrollo democrático no sólo que no hubo suspensión de esfuerzos ni abandono de aspiraciones. Al contrario, aumentaron en número y en intensidad los proyectos comunitarios, se consolidaron y perfeccionaron algunas de las actividades precursoras y se expandió en nuevas direcciones el uso de "minimédios", yendo desde periódicos murales hasta teatro de títeres, cine alternativo, festivales de música y danza, teatro callejero, video popular, carteles y hasta graffiti. "Un gran número de ONG, sectores de la Iglesia, gremios sindicales, movimientos vecinales, partidos políticos, entre otros, que venían impulsando prácticas de

66

**Lo que se da hoy es una cierta inclinación hacia la convergencia de los modelos, pero sobre todo hacia la comprensión de que no son necesariamente incompatibles y de que para ciertas necesidades puede primar uno y para otras puede tener prelación el otro.**

99

comunicación popular encaminadas a la forja o toma de conciencia de las masas oprimidas; suscribieron el compromiso de llevar adelante propuestas de comunicación alternativa en favor del desarrollo" (Armas Castañeda, Segundo, 1995).

Probablemente nadie esperaba que estos meritorios pero modestos recursos fueran a competir decisivamente con los grandes medios masivos comerciales ni, mucho menos, a sustituirlos. Si hubo alguien en verdad que esperaba aquello caía en vana ilusión, como lo señalara críticamente Rafael Roncagliolo (1989) al terminar la década, en vista de ser tan abismal la diferencia de poderío. Y, también cerca del fin de ella, el ilustre comunicador y educador uruguayo Mario Kaplún hizo esta advertencia:

"La comunicación alternativa -horizontal, participativa y democrática- seguirá ciertamente desarrollándose, ensanchando en términos relativos su ámbito de cobertura y obteniendo logros educativos cualitativamente valiosos, que la hacen digna de todo apoyo; pero el sistema masivo comercial, y con él las tendencias que le dan sustento y él a su vez realimenta, seguirá expandiéndose en mayor medida aún. La brecha entre uno y otro modelo comunicacional continuará abierta". (Kaplún, 1987, p. 28).

Lo que se da hoy es una cierta inclinación hacia la convergencia de los modelos, pero sobre todo hacia la comprensión de

que no son necesariamente incompatibles y de que para ciertas necesidades puede primar uno y para otras puede tener prelación el otro. Y, en la misma línea de pensamiento realista, se advierten ahora señales de una voluntad de convencer a prensa, radio y televisión de que pueden hacer valiosos aportes al desarrollo democrático en vez de seguir acusándolos de indiferencia o de miopía conservadora.

#### DE LOS MEDIOS A LAS MEDIACIONES

A partir de 1987 se iniciaría un profundo giro de enfoque en la reflexión latinoamericana sobre comunicación. En aquel año el pensador hispano colombiano Jesús Martín-Barbero publicó en España su obra *De los Medios a las Mediaciones: Comunicación, Cultura y Hegemonía*, que cuestionaría la forma en que en los años 70 se había ido haciendo el análisis académico de la problemática de la comunicación, especialmente en su relación con el cambio social para el desarrollo. Con un entendido profundo de la cultura y una visión amplia del mestizaje, Martín-Barbero propuso una manera nueva e integral de analizar el papel de los medios de comunicación en sociedades como la latinoamericana, particularmente con referencia a la modernidad. "Fue así como la comunicación -subraya el autor- se nos tornó cuestión de mediaciones más que de medios, cuestión de cultura y, por tanto, no sólo de conocimientos sino de re-reconocimiento. Un reconocimiento que fue, de entrada, operación de desplazamiento metodológico para re-ver el proceso entero de la comunicación desde su otro lado, el de la recepción, el de las resistencias que aún tienen lugar, el de la apropiación desde los usos. Y estamos descubriendo estos últimos años que lo popular no habla únicamente desde las culturas indígenas o las campesinas, sino también desde la trama espesa de los mestizajes y las deformaciones de lo urbano, lo masivo" (Martín Barbero, Jesús, 1987). Esta innovadora corriente de pensamiento fue ampliamente acogida en la región, habiendo generado un considerable número de estudios y habiendo, por otra parte, cobrado importancia en la enseñanza de la comunicación en la región.

A lo largo de la década del 80 continuó la producción de literatura comprometida con la democratización de la comunicación. Por una parte, hubo compilaciones que permitieron sistematizar y dar amplia divulgación a estudios realizados en el de-



cenio anterior. Este esfuerzo comenzó al nivel de Brasil en 1981 mediante el No. 6 de la revista *Comunicacao & Sociedade* dirigida por el eminente investigador y prolífico autor José Marques de Melo. Al nivel regional se inició con la compilación titulada *Comunicación Alternativa y Cambio Social*, editada en México por el investigador argentino Máximo Simpson (1981). Proseguiría con la compilación *Comunicación y Democracia en América Latina*, editada por Elizabeth Fox y Héctor Schmucler (1982). Terminaría con la otra compilación de Fox (1989) al final de la década: *Medios de Comunicación y Política en América Latina*, publicada en España.

Otros esfuerzos editoriales que permitieron captar literatura esencial sobre el tema provinieron de reuniones a las que varios profesionales habían aportado con ponencias que fueron recogidas en libros. Uno de ellos fue *Comunicación y Desarrollo* (IPAL, 1987), producto de una Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo organizada en Lima en 1986 por Rafael Roncagliolo. Tuvo ésta la ventajosa particularidad de reunir a comunicólogos con economistas planificadores del desarrollo en torno a una agenda multitemática: políticas de comunicación para el desarrollo, comunicación y desarrollo rural, comunicación y planificación, comunicación y educación, comunicación y cultura, y comunicación, ciencias y nuevas tecnologías. Un segundo empeño semejante, no confinado a investigadores brasileños, fue *Comunicacao na América: Desenvolvimento e Crise*, editado por José Marques de Melo (1989), que registró en un libro quince trabajos de autores de varios países latinoamericanos a los que presentó con un útil prólogo de antecedentes y contexto<sup>9</sup>.

Entre muchos otros autores correspondientes a los años 80<sup>10</sup>, están los siguientes: Reyes Matta (1983), sobre comunicación alternativa y búsquedas democráticas; Roncagliolo (1985 y 1986), sobre comunicación y democracia y sobre comunicación y desarrollo. Gutiérrez (1985) y Díaz Bordenave (1985) publicaron obras sobre participación en el desarrollo y en la comunicación y este último publicaría, además, un ensayo sobre la teoría y la práctica de la democratización de la comunicación (Díaz Bordenave, 1982), un breve volumen sobre comunicación rural (Díaz Bordenave, 1983) y un ensayo sobre el paso de esa comunicación de la extensión a la participación (Díaz Bordenave, 1984). El economista colombiano Antonio García (1980) publicó un estudio sobre comunicación para la dependencia o pa-

66

**Entre muchos otros autores correspondientes a los años 80, están los siguientes: Reyes Matta (1983), sobre comunicación alternativa y búsquedas democráticas; Roncagliolo (1985 y 1986), sobre comunicación y democracia y sobre comunicación y desarrollo. Gutiérrez (1985) y Díaz Bordenave (1985) publicaron obras sobre participación en el desarrollo y en la comunicación**

99

ra el desarrollo. Murua y Wingerden (1982) se ocuparon también de comunicación y desarrollo. Beltrán se ocupó de la comunicación en comunidades rurales (1980a), de la búsqueda de un modelo para la comunicación democrática (1980, 1981 y 1983), y de la situación de la comunicación social en América Latina (1983); también en 1983b destacó los empeños latinoamericanos para democratizar la comunicación al recibir el premio mundial de comunicación MacLuhan-Teleglobe del Canadá y en este país, en una reunión internacional en Vancouver, disertó sobre la búsqueda latinoamericana de la democracia en comunicación en términos de experiencias de radiodifusión para ayudar a forjar una nueva sociedad (Beltrán, 1986); y, por encargo de Wilbur Schramm, hizo un aporte sobre comunicación alternativa para el desarrollo a una enciclopedia sobre comunicación a ser editada por Erick Barnow (Beltrán, 1985).

Al término de la década se realizó en Manila, Filipinas, el Primer Congreso Mundial de Comunicación. Organizado en 1989 por la Asociación Mundial para las Comunicaciones Cristianas (WACC), emitió una Declaración en la que hizo, en-

tre otras, esta reflexión: "La comunicación es uno de los temas decisivos para la década de 90 y para el futuro de la humanidad. Nos puede llevar a la reconciliación o a la destrucción (...)" (WACC, 1990). El presidente de la WACC, el argentino Carlos Valle, dijo del encuentro, que contó con 450 participantes de 80 países, lo siguiente: "El Congreso no ha dictado moda, ha recordado que hay una enorme deuda por pagar en la construcción de un mundo en paz y en justicia, que es la construcción de formas democráticas de comunicación que permitan al pueblo expresar, sin condicionamientos, su propia voz" (WACC, 1990). Hizo luego esta advertencia: "(...) La creciente brecha entre pobres y ricos continúa ensanchándose sin cesar. Los medios de comunicación siguen multiplicándose y gozando de un desarrollo tecnológico sin precedentes, mientras miramos azorados a la concentración de su poder en escasas manos (...)" (WACC, 1990).

#### **AÑOS 90: REALISMO, PERSEVERANCIA Y ESPERANZA**

Desde el principio de la década uno de los padres fundadores de la comunicología latinoamericana, el venezolano Antonio Paquali, filósofo de la cultura y crítico de la comunicación, se mantuvo insomne observando a la región ya en la plenitud de la era neoliberal y globalizadora<sup>11</sup>. En 1990 recomendó esto a sus colegas: "En el futuro habrá que ser más realistas, más pragmáticos, más convincentes, concretos, exigentes, tenaces y eficientes. Reconfirmemos solemnemente nuestro propósito de no cesar hasta que a nuestras comunicaciones les llegue la hora de la Democracia, de la Utilidad Social y de la Calidad" (Pasquali, Antonio, 1990). En 1991, mediante su ensayo *El Orden Reina*, les propuso lo siguiente: "(...) nuestra tarea es (...) balancear el avasallante impacto centrífugo del nuevo imperio comunicacional de occidente con múltiples dinamos centrípetos cuya sumatoria dé una fuerza igual y contraria; seguir siendo gente, alguien diferenciado, para no disolverse en el anonimato de los monos imitadores; redescubrir que hay futuro para un universo cultural policéntrico y diferenciado, si en la múltiple y plural periferia aprendemos a cultivar nuestras rosas en el jardín de la autoestima, con cierto orgullo, para nosotros y para el mundo" (Pasquali, Antonio, 1991). A mediados del decenio, al recibir una distinción inter-

nacional en Ecuador, les lanzó estas preguntas: “¿Vale la pena seguir desplegando tanto esfuerzo por una comunicación más decente pero todo sumado marginal, en momentos en que ésta se halla más que nunca amenazada de aplastamiento por las súper autopistas cable-satelitales de los grandes comunicadores? Y, si decidiéramos que sí vale la pena seguir asegurando alternativas, aún modestas, ¿cuál es la meta a perseguir con lucidez en términos de desarrollo real? Comunicar ¿para cuál desarrollo?, pero también ¿para el desarrollo de quién?” (Pasquali, Antonio, 1995).

### UNA COMUNICACIÓN PARA OTRO DESARROLLO

Fundadora en Perú de la Asociación de Comunicadores Calandria y seguidora eminente del pensamiento de Martín Barbero, Rosa María Alfaro es una de las figuras sobresalientes en la investigación latinoamericana en comunicación. Como resultado del análisis de sus experiencias de algunos años, puso en un libro sus reflexiones sobre comunicación y desarrollo (Alfaro, 1993). La prologuista del mismo, María Elena Hermosilla, subraya con precisión la trascendencia de esa obra en palabras como estas: “Los avances que este libro representa son enormes. Señalamos sólo algunos, que nos parecen más significativos: el concepto de comunicación como ‘relación’ y no como conjunto de tecnologías cuya intervención en la sociedad debe producir determinados “efectos”; la profunda comprensión del tema de la identidad social y cultural como tópico neurálgico del desarrollo; nuevos y valiosos conceptos sobre qué es lo educativo en comunicación; la maciza propuesta sobre líneas de acción en comunicación ‘desde ella misma’ y no más como complemento prescindible de proyectos sociales y materiales de desarrollo (...). Es un llamado de atención a los poderes públicos -nacionales, regionales y locales- a los organismos internacionales y a otras agencias preocupadas por la temática individual y colectiva del desarrollo, sobre el significado del Sí Mismo en la relación con el Otro, que constituye justamente la dimensión cultural y comunicativa de las estrategias de intervención social” (Hermosilla, María Elena, 1993).

Otra propuesta interesante surgida en Perú fue la de Segundo Armas Castañeda, que fue publicada por ILLA Centro de Educación y Comunicación en 1995. Este

“

**Fundadora en Perú de la Asociación de Comunicadores Calandria y seguidora eminente del pensamiento de Martín Barbero, Rosa María Alfaro es una de las figuras sobresalientes en la investigación latinoamericana en comunicación**

”

autor desarrolló su argumentación sobre la base de una revisión crítica del desarrollo y de la comunicación en Latinoamérica en los años 80 y 90. Inscrito en la corriente del análisis sociocultural encabezada por Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini, Armas Castañeda tiene como líneas centrales de su proposición las siguientes: revalorar el sentido estratégico de la comunicación en los procesos de desarrollo, conocer previamente la realidad, promocionar el desarrollo humano integral, construir democracia para el desarrollo, construir ciudadanía y legitimar el tema del desarrollo en la opinión pública. Condensa este autor peruano su visión central así: “En ese sentido, la comunicación se constituye en un factor estratégico para el desarrollo en la medida que aporta a la configuración de unas condiciones subjetivas en los sujetos involucrados en los procesos de desarrollo, promoviendo su participación y protagonismo como elementos claves para la construcción de ciudadanía y democracia, requisitos indispensables para el desarrollo”. (Armas Castañeda, Segundo, 1995).

Regina Festa (1995) hizo en Brasil un breve pero sustancioso análisis de la evolución de la comunicación en Latinoamérica en los tiempos del neoliberalismo. Consideró a los años 80 como “tiempos de utopía y de racionalidad” y puso especial atención sobre el fenómeno, a la caída de las dictaduras, de las elecciones para retornar a la democracia en varios países de

la región. En cuanto a los años del 90 se preguntó si habrán sido años de retorno efectivo a esa democracia o años de autoritaria simulación de ella. Bajo esa percepción, hizo esta propuesta: “(...) En el campo de la comunicación, más que nunca el Estado debe ser convocado a imponer reglas que reglamenten el derecho de la sociedad civil de acceso, producción y propiedad de los medios de comunicación, el derecho de protección a la industria cultural y el derecho a la cultura nacional. En caso contrario, estaremos construyendo nada más que una democracia simulada y mediada por otras formas de autoritarismo”.

Tres profesores de la Pontificia Universidad Javeriana hicieron, como aporte a un proyecto de políticas del Ministerio de Comunicaciones de Colombia, un detenido y perceptivo estudio de la comunicación latinoamericana en contextos de desarrollo. Lo presentaron en la forma de un balance y un cuadro de perspectivas, con atención especial a la situación colombiana. Las secciones del estudio fueron comunicación y desarrollo, los itinerarios del debate; el desarrollismo modernizador, la euforia de la comunicación como difusión; del desarrollismo a la dependencia, la ‘democratización’ de la comunicación; los años ochenta la llamada ‘década perdida’, el ‘alternativismo’ comunicacional; y el desarrollo como ciudadanía política y cultural, la comunicación como ‘interacción’ y red. Los autores, José Miguel Pereira G., Jorge Iván Bonilla V. y Julio Eduardo Benavidez C., sintetizaron su sistemático planteamiento así:

“(...) Por eso creemos que una de las primeras tareas consiste en entender que la Comunicación para desarrollo comprende las acciones, y estrategias de comunicación en los diversos planes y proyectos como ciencia y tecnología, salud, educación, medio ambiente, procesos de paz y gestión cultural, entre otros. Pero, además, nos enfrentamos a la necesidad de promover, facilitar y animar el fortalecimiento de la capacidad expresiva, comunicativa y lúdica de sus habitantes, los lazos, los intercambios, las redes sociales cotidianas y los lazos entre las organizaciones y los movimientos sociales, que son la base para el fortalecimiento de la esfera pública y del tejido social en su conjunto (...)” (Pereira, Bonilla y Benavidez, 1998).

Al cobijo del alero conceptual de la comunicación como inseparable de la cultura, una estudiosa ecuatoriana contribuyó a la reflexión en busca de nuevas visio-

nes del desarrollo del que la comunicación será componente más axial y catalítico que meramente instrumental. Ella es Ivonne Cevallos. Entre sus nociones centrales se halla esta: “La comunicación, en una comprensión de integralidad, conjugará la construcción simbólica con el uso de instrumentos comunicacionales en beneficio de las necesidades sociales. Los procesos de desarrollo social son facilitados por la comunidad y por entes mediadores de los procesos. El comunicador, como parte de un grupo interdisciplinario, será copartícipe en la construcción de significantes y podrá contribuir a evidenciar las percepciones y las prácticas comunicativas, construirá y reconstruirá, colectivamente, referentes comunitarios para asimilarlos en forma de comunicación (...)” (Cevallos, Ivonne, 1993).

Un comunicador boliviano, Alexis Aillón Valverde, hizo su tesis para la Maestría en Comunicación en la Universidad Andina Simón Bolívar sobre la comunicación para el desarrollo desde la perspectiva del “control cultural” preconizada por el antropólogo mexicano Guillermo Bonfil Batalla (1991), como la capacidad de los individuos para resistirse por influencia de su entorno social a la imposición de una cultura ajena a la suya. Aillón Valverde (1999) formula así su planteamiento: “La función de una nueva Comunicación para el Desarrollo debe centrarse, a nuestro criterio, en esta premisa: forjar una voluntad que empuje la posibilidad de que todos puedan acceder con la misma pertinencia a los mismos bienes simbólicos, en procesos educativos reconstitutivos, que ayuden a reescribir nuestros propios núcleos e historia para proyectarnos autónomamente hacia el futuro; es decir, la función de una nueva Comunicación para el Desarrollo debe comprometerse con este fin, y rearticular sus brazos de acción hacia este tipo de educación, una educación interesada, direccionada y política que tienda a la consecución de márgenes de Control Cultural cada vez más amplios (...)”.

#### **COMUNICACIÓN PARA LA SALUD**

Con raíces en los años 80, pero con ímpetu en los 90, surgió a la delantera de la escena la rama de la comunicación para el desarrollo denominada “comunicación para la salud”, que vino a desplazar a la tradicional educación sanitaria. La idea motora del cambio fue que la salud no debía ser percibida simplemente como la ausencia de enfermedad y, por tanto, como

66

**Con raíces en los años 80,  
pero con ímpetu en los 90, surgió  
a la delantera de la escena la  
rama de la comunicación para  
el desarrollo denominada  
“comunicación para la salud”,  
que vino a desplazar a la  
tradicional educación sanitaria**

99

un problema puramente físico-biológico. La salud debía entenderse como un estado orgánico determinado en gran medida por factores económicos, sociales y ambientales. (Beltrán, Luis Ramiro, 1998)<sup>12</sup>.

En 1974 el Gobierno del Canadá fue el primero en plantear, mediante el *Informe Lalonde*, esa revisión conceptual, destacando la prelación que debía darse a lo preventivo sobre lo curativo. En 1978 delegados de 134 gobiernos acudieron a una reunión auspiciada en la ciudad de Alma-Ata por la Organización Mundial de la Salud, el UNICEF y el gobierno soviético. Firmaron una declaración que proclamó la meta “Salud para Todos en el Año 2000” y adoptaron como estrategia para ello la de “Atención Primaria de Salud” que debía ser realizada con activa participación de la población. En 1979 el gobierno de Estados Unidos de América aprobó una estrategia de promoción para la salud dirigida principalmente al mejoramiento de los estilos de vida y a la prevención de enfermedades, con especial atención a amenazas provenientes del medio ambiente. En 1986 la transformación conceptual culminó en una conferencia patrocinada en Canadá por la OMS. Entendiendo a la promoción esencialmente como “el proceso de habilitar a la gente para aumentar su control sobre la salud y mejorarla”, la reunión la consagró como la estrategia fundamental para lograr la salud pública universal.

En un sentido general e ideal, la comunicación para la salud consiste en la aplicación, planificada y sistemática, de ins-

trumentos de comunicación social al logro de comportamientos de la población compatibles con sus necesidades de bienestar y con las finalidades de servicio expresadas en políticas, estrategias y planes de salud pública. A la luz de los nuevos enfoques esta definición debe conjugarse con otras como la que la entiende como “la modificación del comportamiento humano y de los factores ambientales relacionados con ese comportamiento que directa o indirectamente promueven salud, previenen contra la enfermedad y protegen de daños a las personas”. (Elder, Geller, Hovel y Mayer, citado por Graeff, Elder y Mills Booth, 1993, p: 19).

La práctica de la comunicación para la salud ha sido rica y diversa desde los años 80, cuando dejó de efectuarse solamente en el campo de la inmunización para abarcar a otros terrenos. (Beltrán, 1995 y 1997). El principal ha sido el de apoyo a la salud materno-infantil, territorio principalmente de jurisdicción del UNICEF. Otro que cobró por un tiempo importancia mayor que la que infortunadamente pareciera tener ahora, ha sido el campo de la prevención del uso indebido de drogas. Pero probablemente el campo más fuerte y dinámico, especialmente en los años 90, viene siendo el de la comunicación para la salud sexual y reproductiva ligado con el de la comunicación preventiva del SIDA<sup>13</sup>. La Universidad Johns Hopkins, mediante su Centro para Programas de Comunicación en su sede de Baltimore y oficinas en Asia, África y América Latina, desempeña un papel de claro liderazgo en la materia, en el orden privado (Beltrán, 1997a y Palacios, 1997). Y, en el orden gubernamental, corresponde intervención principal al Fondo de las Naciones Unidas para Población (UNFPA). La Oficina Panamericana de la Salud (1992 y 1992a) ha puesto especial empeño en divulgar y propiciar la estrategia de promoción de la salud acordada en Ottawa (Beltrán, Luis Ramiro, 2000).

Lamentablemente, el tránsito de lo declarativo a lo operativo es lento, complicado y a menudo frustrante. Se aprueban enunciados, se firman declaraciones, se expresa voluntad de cambio y se asumen compromisos públicamente. Pero la conversión de los conceptos en acciones concretas rara vez ocurre, por lo menos a plenitud y con universalidad. Y, si las políticas de salud no cambian efectivamente, los comunicadores se ven en situación de incertidumbre por no saber qué curso de acción deben apoyar. En ese vacío entran a obrar en años recientes numerosos organismos no gubernamenta-

les (ONG), hacia los cuales los organismos internacionales pro desarrollo, decepcionados del desempeño gubernamental, canalizan considerables recursos. En el campo de la comunicación para la salud están entre las más notorias, por su eficacia y por su alcance mundial, la Universidad Johns Hopkins y la Academia para el Desarrollo Educativo (1985).

Por lo general, hay en los organismos estatales de salud falta de planeamiento y de organización en materia de comunicación. En los Ministerios de Salud existen principalmente oficinas de relaciones públicas para configuración de la imagen institucional y para información coyuntural por prensa. En cambio lo poco que hay para fines de comunicación técnico-educativa ocupa un bajo nivel jerárquico, paga sueldos poco atractivos, carece de fondos adecuados y no cuenta más que excepcionalmente con el personal calificado para la tarea.

A diferencia de esa área organizativa, hubo justamente en la década del 90 avances importantes en el área de la planificación de la comunicación para el desarrollo, incluyendo a la especialidad en apoyo a la salud. En cuanto a esto último, la institución que más intensa labor ha hecho, por medio de capacitación y documentación, ha sido la Universidad Johns Hopkins mediante su Centro para Programas de Comunicación. Una serie de talleres, a escalas mundial, regional y nacional, han brindado a millares de comunicadores para la salud de numerosos países, principios y técnicas del planeamiento estratégico de la comunicación en salud con base en la investigación científica, y coronado por la evaluación de procesos y de impacto.

En materia de comunicación para la salud, la Organización Panamericana de la Salud ha desempeñado un papel muy activo tanto en fomentar la promoción como en estimular la comunicación para ella. Ha hecho esto último preferentemente por acciones cooperativas con miembros de la FELAFACS, la entidad que reúne a las escuelas académicas de comunicación de la región. Entre ellas se han distinguido en el trabajo de comunicación en salud la Universidad Metodista de Sao Paulo, la Universidad de Medellín, y la Universidad Andina de Ecuador. Esta última entidad estableció en su sede de La Paz un programa de postgrado con énfasis en la comunicación para el desarrollo<sup>14</sup>. En alianza con la UNESCO, la OPS llevó a cabo en Quito dos encuentros de expertos en materia de políticas de comunicación para la salud, con atención especial a la promoción (OPS/UNESCO, 1994).

“

**El tránsito de lo declarativo a lo operativo es lento, complicado y a menudo frustrante. Se aprueban enunciados, se firman declaraciones, se expresa voluntad de cambio y se asumen compromisos públicamente. Pero la conversión de los conceptos en acciones concretas rara vez ocurre, por lo menos a plenitud y con universalidad**

”

#### **BUENAS SEÑALES EN EL HORIZONTE**

La relación entre comunicación y desarrollo es tan inevitablemente estrecha que, a tiempo de solazarse por la reanudación de los intentos de formular un modelo de comunicación para el desarrollo, es lógico preguntarse si también hay perspectivas de cambio en cuanto al modelo de desarrollo. Afortunadamente, la respuesta es afirmativa y las buenas noticias vienen nada menos que de los organismos públicos internacionales que brindan asistencia técnica y financiera al desarrollo y a la comunicación para el mismo.

#### **DESARROLLO CON ROSTRO HUMANO**

Desoídas las propuestas extraoficiales hechas en el ámbito académico de Latinoamérica a partir de la década del 70, la iniciativa para repensar modelos de desarrollo pareció reubicarse, desde mediados de los 80, en el ámbito de los organismos internacionales de cooperación, a menudo en la esfera de conferencias gubernamentales a escala mundial. En efecto, fue entonces que el UNICEF, consciente de las consecuencias de la grave crisis que acompañó al naci-

miento del neoliberalismo y la globalización, propuso que debía hacerse una *reajuste con rostro humano*, desarrollo menos materialista, más humanizado.

Lamentablemente, eso no iría a ocurrir en la década ni siquiera en materia de la salud y la nutrición de la infancia. Pero quedó planteada una primera señal en el horizonte. No mucho después, ante el ostensible y dramático fracaso del modelo neoliberal, irían surgiendo otras señales indicativas de conciencia crítica y de creativa exploración.

#### **TRANSFORMACIÓN ECONÓMICA CON EQUIDAD**

En 1990, consciente de que sin justicia redistributiva no puede haber desarrollo democrático, la Comisión Económica para América Latina planteó una propuesta de *transformación productiva con equidad* como la tarea prioritaria del desarrollo de América Latina y el Caribe en los 90. Los tres puntos principales del planteamiento eran: 1) cambiar las estructuras productivas en un marco de equidad; 2) efectuar la apertura económica de modo gradual y selectivo; y 3) intensificar la promoción de las exportaciones. El Estado debía intervenir selectiva y efectivamente en el terreno de las políticas sociales, sobre todo en salud y en educación, diseñando políticas eficientes. También debía esmerarse en conseguir un mayor grado de genuina participación ciudadana en la toma de decisiones y en la ejecución de operaciones con ánimo de forjar consensos para asegurar la integración del Estado-sociedad.

Según lo anota Armas Castañeda (1995), la propuesta de la CEPAL estaba orientada a conformar una estructura productiva que mejore la inserción comercial externa de los países latinoamericanos, que aumente la generación de empleo productivo y disminuya la heterogeneidad estructural para mejorar así la distribución del ingreso y aliviar la extrema pobreza. En la base del esquema estaba la convicción de que era posible conciliar el crecimiento material con la equidad y con la democracia (ONU-CEPAL, 1990).

#### **DESARROLLO SOSTENIBLE**

En 1992 tuvo lugar en Río de Janeiro la Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo con la participación de un alto número de Jefes de Estado y de numerosos expertos en mate-

ria de conservación de la biosfera. Llamada la "Cumbre de la Tierra", la conferencia emitió una Declaración que dio pie más firme a intentos antecedentes de construir un modelo de desarrollo sostenible. Un principio capital enunciado en dicha declaración fue el siguiente: "Los seres humanos están en el centro de la preocupación del desarrollo sostenible. Ellos tienen derecho a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza". Otro de los conceptos centrales enunciados fue este: "(...) Si bien no cabe detener el desarrollo económico, urge encauzarlo de modo que perjudique menos al medio ambiente. En el decenio de 1990, el desafío consiste en generar acción surgida de esta conciencia y lograr la transición a esquemas de vida y desarrollo sostenibles (...)". Como producto concreto de sus deliberaciones, la Cumbre de la Tierra estableció el Programa 21, un acuerdo para la acción internacional no ajeno a la convicción de que mientras subsista pobreza será imposible proteger los recursos naturales necesarios para la sostenibilidad del desarrollo.

Un ejemplo de aplicación del esquema al nivel nacional se da en Bolivia cuyo Plan General de Desarrollo Económico y Social definió en 1997 el desarrollo sostenible como "un proceso que articula las esferas del crecimiento económico, la equidad social, el uso racional de los recursos naturales y la gobernabilidad con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de la población mediante una transformación productiva, sin poner en riesgo la satisfacción de las necesidades fundamentales de las generaciones futuras y la capacidad de asimilación de la naturaleza".

Es importante anotar que no sólo el PNUMA sino también el Banco Mundial se han identificado con la necesidad de hacer sostenible el desarrollo buscando que el avance económico material no se logre a expensas de la destrucción del medio ambiente que sustenta la vida.

## DESARROLLO HUMANO

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) esbozó en 1990 un sólido conjunto de bases para un modelo de desarrollo humano. Definió a éste como un proceso cuyo objetivo primordial es expandir las oportunidades del ser humano en muchos de los sentidos de su existencia. Las tres oportunidades que subrayó como primordiales fueron el disfrute de una vida saludable y prolongada; la adquisición de conocimientos; y el acceso

“

Otro de los conceptos centrales enunciados fue este:

“(...) Si bien no cabe detener el desarrollo económico, urge encauzarlo de modo que perjudique menos al medio ambiente.

”

a los recursos necesarios para tener una vida decente. Las otras oportunidades deseables vienen a ser la libertad política, social y económica y la posibilidad de que las personas desarrollen su creatividad y su productividad, respetándose a sí mismas y a los demás tanto como disfrutando del ejercicio de sus derechos.

Desde 1990 el PNUD ha venido publicando anualmente su *Informe sobre el Desarrollo Humano* en el mundo. En este documento resalta una de las mayores virtudes del paradigma propuesto por el PNUD: la medición del estado del desarrollo de los países no exclusivamente por medio de indicadores económicos como el Producto Nacional Bruto y el nivel de ingresos. Para lograr esa nueva y distinta medición el PNUD ha configurado un Índice de Desarrollo Humano cifrado en tres variables mayores: esperanza de vida, alfabetismo y poder adquisitivo. Entre las diversas medidas que el novedoso esquema consigna están la asignación de prioridad a los gastos sociales, como los de salud, educación y vivienda, la participación de la gente en la toma de decisiones en pos de un desarrollo autosuficiente, la reducción acelerada del crecimiento de la población y la protección del medio ambiente para asegurar sostenibilidad.

La década del 90 produjo, pues, sustanciosas proposiciones para forjar un nuevo modelo para el desarrollo nacional. Ellas han sido formuladas principalmente por expertos operativos de organismos internacionales y, aparentemente, sin una previsión inmediata de posible conjuga-

ción sistemática. Pudiera resultar conveniente su integración conceptual quizás en asocio con entidades académicas vinculadas a la preocupación del desarrollo.

Entre tanto, ¿cómo se ve a la comunicación dentro de esas nuevas propuestas de desarrollo? ¿Qué papeles se le asignan? ¿Se le atribuye importancia mayor? No pareciera haber respuestas concretas y detalladas a estas preguntas. Pero, en la práctica, los organismos del Sistema de Naciones Unidas más cercanos a lo social, como la UNESCO, el UNICEF, la OPS, el UNFPA y la propia FAO, evidentemente favorecen en algún grado actividades de comunicación técnico-educativa pro desarrollo en algunos de los proyectos que auspician. Y los organismos financiadores del desarrollo en la región, como el Banco Interamericano de Desarrollo y el Banco Mundial, incluyen a esa comunicación en sus previsiones de apoyo. Pareciera útil conocer en detalle en qué grado y con qué resultados lo están haciendo unos y otros.

■ **Luis Ramiro Beltrán**  
**Consejero regional para América Latina del Centro para Programas de Comunicación de la Universidad Johns Hopkins**

**Nota de Redacción:** El artículo es una versión editada de la Conferencia presentada por el autor en el *IV Congreso de Radios y Televisiones Locales, Públicas y Alternativas*, llevado a cabo en la Universidad de Cádiz, España, entre noviembre y diciembre de 2002, el cual publicamos por el valor que tiene para el estudio de esta temática específica.

## Notas y referencias bibliográficas

Academia para el Desarrollo Educativo (1985): *HealthCom: comunicaciones al servicio de la supervivencia infantil: lecciones sacadas de cinco países*. Washington, AED.

Aillón Valverde, Alexis (1999): *La comunicación para el desarrollo desde la perspectiva del control cultural o cómo leer al Pato Donald desde la diferencia: criterios para una reorientación teórica*. Tesis de Maestría en Estudios Latinoamericanos. Quito, Ecuador, Universidad Andina Simón Bolívar-Sede Ecuador. 101 p.

Alerta (Ecuador) (1993). Año VIII, No. 1. Febrero.

Alfaro Moreno, Rosa María (1990): "Del NOMIC a las democratizaciones nacionales". En: *Documentos del Encuentro "El NOMIC" cara al año 2000*, Lima, Perú, 26-28 de noviembre del 1990. Lima, IPAL.

Alfaro, Rosa María (1993). *Una comunicación para otro desarrollo*. Lima, Perú, Asociación de Comunicadores Sociales "Calandria".

- Alfonzo, Alejandro (1982): "Percepciones teóricas: el caso venezolano". En: *Chasqui* No. 3. Abril-junio. Quito, CIESPAL.
- Alfonzo, Alejandro (1993): *Dimensión de la comunicación para el desarrollo en la UNESCO*. Quito, OPS/UNESCO. 11 p. (mimeo) (Documento presentado a la Reunión del Comité Asesor sobre Políticas de Comunicación para la Promoción de la Salud, Quito, Ecuador, 6-7 de septiembre de 1993).
- Armas Castañeda, Segundo (1995): *Imaginándonos el futuro: la comunicación como estrategia para el desarrollo*. Lima, Centro de Comunicación y Desarrollo.
- Ávila Pietrasanta, Irma (2000): *Derecho de la información y globalización: una perspectiva desde la sociedad civil*. (Ponencia presentada originalmente en la Universidad Internacional de la Mujer en Hamburgo, Alemania y en el Primer Congreso de Derecho de la Información en Morelia, Michoacán, México).
- Azcueta, Miguel (1978): *Comunicación de masas y cultura popular*. Documento presentado al Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Cooperativa, Garanhuns, Brasil, septiembre 17-23, 1978.
- Beltrán S., Luis Ramiro (1969): *Communication and modernization: the case of Latin America*. Documento presentado en noviembre de 1969 en la 19a: Conferencia Mundial de la Sociedad Internacional de Desarrollo, Nueva Delhi, India. 41 p. (mimeo.)
- Beltrán S., Luis Ramiro (1973): *El papel de la comunicación en la promoción del desarrollo y la integración*. (Resumen del Documento preparado para la 13ª Conferencia Mundial de la Sociedad para el Desarrollo Internacional-SID, realizada en San José, Costa Rica, del 22 al 25 de febrero de 1973).
- Beltrán S., Luis Ramiro (1974): *Las políticas nacionales de la comunicación en América Latina*. París, Unesco. 23 p. (Documento de trabajo para la Reunión de Expertos sobre la Planificación y las Políticas de Comunicación en América Latina, Bogotá, 4-13 de julio de 1974).
- Beltrán S., Luis Ramiro (1974a): *Rural development and social communication: relationships and strategies*. En: Cornell-CIAT International Symposium on Communication Strategies for Rural Development, Cali, Colombia, March 17-22, 1974. Proceedings. Ithaca, New York, Cornell University. pp. 11-27.
- Beltrán S., Luis Ramiro (1976): "Políticas nacionales de comunicación en América Latina: los primeros pasos". En: *Nueva Sociedad*, No. 25. Julio-agosto. Caracas.
- Beltrán S., Luis Ramiro (1980): "A farewell to Aristotle: horizontal communication". En: *Communication* No. 5. Estados Unidos de América.
- Beltrán S., Luis Ramiro (1980a): "Comunicación y comunidades rurales". En: *Cuadernos de Comunicación* Vol. 5, No. 55. pp. 7-12. Enero. México.
- Beltrán S., Luis Ramiro (1981): "Adeus a Aristóteles: comunicacao horizontal". En: *Comunicacao e Sociedade* No. 6. Setembro. Brasil.
- Beltrán S., Luis Ramiro (1982): "No renunciemos jamás a la utopía". En: *Chasqui* No. 3, Abril-junio. Quito, CIESPAL.
- Beltrán S., Luis Ramiro (1983): *Un adiós a Aristóteles: la comunicación horizontal*. La Paz, Universidad Católica Boliviana, Servicio de Información y Documentación de la Carrera de Comunicación (SID-COM). (mimeo)
- Beltrán S., Luis Ramiro (1983a): *La comunicación social en América Latina*. Documento presentado en la XXXIX Asamblea Plenaria de la Conferencia Episcopal de Colombia, realizada en Bogotá del 4 al 14 de julio de 1983. 26 p. (mimeo.)
- Beltrán S., Luis Ramiro (1983b): Discurso al recibir el Premio McLuhan-Teleglobe Canada de manos de su Excelencia Edward Schreyer, Gobernador General del Canadá, en el Salón Rideau del Palacio de la Gobernación, en Ottawa, el 7 de diciembre de 1983. 7 p. (mimeo)
- Beltrán S., Luis Ramiro (1985): *Development communication: alternative systems*. Quito. 57' p. (mimeo). (Capítulo para Enciclopedia de Comunicación a editarse en Estados Unidos de América por Erick Barnow; escrito por encargo del Dr. Wilbur Schramm).
- Beltrán S., Luis Ramiro (1986): *La búsqueda latinoamericana de comunicación democrática: radiodifusión para una nueva sociedad*. (mimeo). (Documento presentado en la Segunda Conferencia Mundial de Radiodifusoras orientadas a la Comunidad, realizada en Vancouver, Canadá, en julio de 1986).
- Beltrán S., Luis Ramiro (1993): *Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: una evaluación al cabo de cuarenta años. Discurso de apertura en la inauguración de la IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo*, organizada por el Instituto para América Latina, Lima, Perú, 23-26 de febrero, 1993.
- Beltrán S., Luis Ramiro (1993a): "Communication for development in Latin America: a Forty-year appraisal". En: *Nostbakken, David and Charles Morrow. Cultural expression in the global village. Ottawa, Canada, International Development Research Center*.
- Beltrán S., Luis Ramiro (1993b): "The quest for democracy in communication: outstanding Latin American experiences". En: *Development Journal of the Society for International Development* No. 3.
- Beltrán S., Luis Ramiro y Reyes, Jaime (1993): "Radio popular en Bolivia: la lucha de obreros y campesinos para democratizar la comunicación". En: *Diálogos de la Comunicación* No. 35. Marzo. Lima, FELAFACS.
- Beltrán S., Luis Ramiro (1994): "Neoliberalismo y comunicación democrática en Latinoamérica: plataformas y banderas para el Tercer Milenio". En: *Nuevos rostros para una comunicación solidaria*. Quito, CIC-AL/UCLAP/UNDA-AL.
- Beltrán S., Luis Ramiro (1994a): "La salud y la comunicación en Latinoamérica: políticas, estrategias y planes". En: *OPS/UNESCO. Por una política de comunicación para la promoción de la salud en América Latina: conclusiones de la Reunión del Comité Asesor sobre Políticas de Comunicación Social en los Ministerios de Salud Pública para la Promoción de la Salud, septiembre de 1993*. Quito, OPS/UNESCO-Oficina Regional de Comunicación para América latina. pp. 29-89.
- Beltrán S., Luis Ramiro (1995): "Salud pública y comunicación social". En: *Chasqui* No. 51. Julio. Quito, CIESPAL.
- Beltrán S., Luis Ramiro (1997): *Universidad y comunicación para la salud: acciones y reflexiones en América Latina*. La Paz, Universidad Johns Hopkins-Oficina para Bolivia. 16 p. (mimeo). (Documento preparado por invitación de la FELAFACS para la Primera Reunión Internacional sobre Comunicación y Salud patrocinada por la OPS/OMS, FELAFACS y la Universidad de Lima en el marco del IX Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, realizado en Lima Perú, del 27 al 31 de octubre de 1997).
- Beltrán S., Luis Ramiro (1997a): *Comunicación para la salud en Latinoamérica: los aportes de la Universidad Johns Hopkins*. La Paz; Universidad Johns Hopkins-Oficina para Bolivia. (Documento preparado por invitación de la FELAFACS para la Primera Reunión Internacional sobre Comunicación y Salud patrocinada por la OPS/OMS, FELAFACS y la Universidad de Lima en el marco del IX Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, realizado en Lima Perú, del 27 al 31 de octubre de 1997).
- Beltrán S., Luis Ramiro (1998): *Comunicación para la salud del pueblo: una revisión de conceptos básicos*. La Paz, Universidad Johns Hopkins-Oficina para Bolivia. (Documento presentado en el IV Foro Nacional de Salud Comunitaria "Información y Comunicación: Estrategias para el Avance de la Seguridad Social en Salud, realizado en Bogotá, Colombia, del 9 al 11 de septiembre de 1998).
- Beltrán S., Luis Ramiro (2000): *Promoción de la salud: una estrategia revolucionaria cifrada en la comunicación*. La Paz. (Exposición inaugural en la Tercera Conferencia Brasileña de Comunicación y Salud realizada en Adamantina, Brasil, del 6 al 8 de noviembre de 2000, organizada por la Universidad Metodista de Sao Paulo, Cátedra UNESCO de Comunicación para el Desarrollo Regional y las Facultades Adamantinas Integradas).
- Beltrán S., Luis Ramiro (2001): *Planificación estratégica de la comunicación para el desarrollo*. La Paz, ERBOL/Programa Nacional de Formación Universitaria en Comunicación Radiofónica "Voces Unidas"/Universidad Católica Boliviana.
- Benavides Campos, Julio E. (1998): "Desarrollo y globalización: ¿un horizonte sin ilusiones?". En: *Signo y Pensamiento* No. 32 (XVII). Bogotá, Universidad Javeriana, Departamento de Comunicación.
- Berelson, Bernard and Steiner, Gary (1964): *Human behavior*. New York, Harcourt, Brace and World, Inc.
- Berlo, David K. (1960): *The process of communication*. New York, Holt, Rinehart and Winston. 30p.
- Bonfil Batalla, Guillermo (1991): *Pensar nuestra cultura*. México, D.F., Ed. Patria.
- Bosco Pinto, Joao (1972): "Subdesarrollo, medios de comunicación de masas y educación". En: *Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA. Curso Regional Andino sobre Educación Campesina Extraescolar*, Bogota, Colombia, marzo 6-abril 4, 1972.
- Brunner, José Joaquín (1988): *Un espejo trizado: ensayos sobre cultura y políticas culturales*. Santiago de Chile, FLACSO.
- Brunner, José Joaquín (1989): *Medios, modernidad y cultura*. En: *Las culturas en América Latina: una reflexión plural*. Lima, Ediciones APPAC/CONCYTEC.

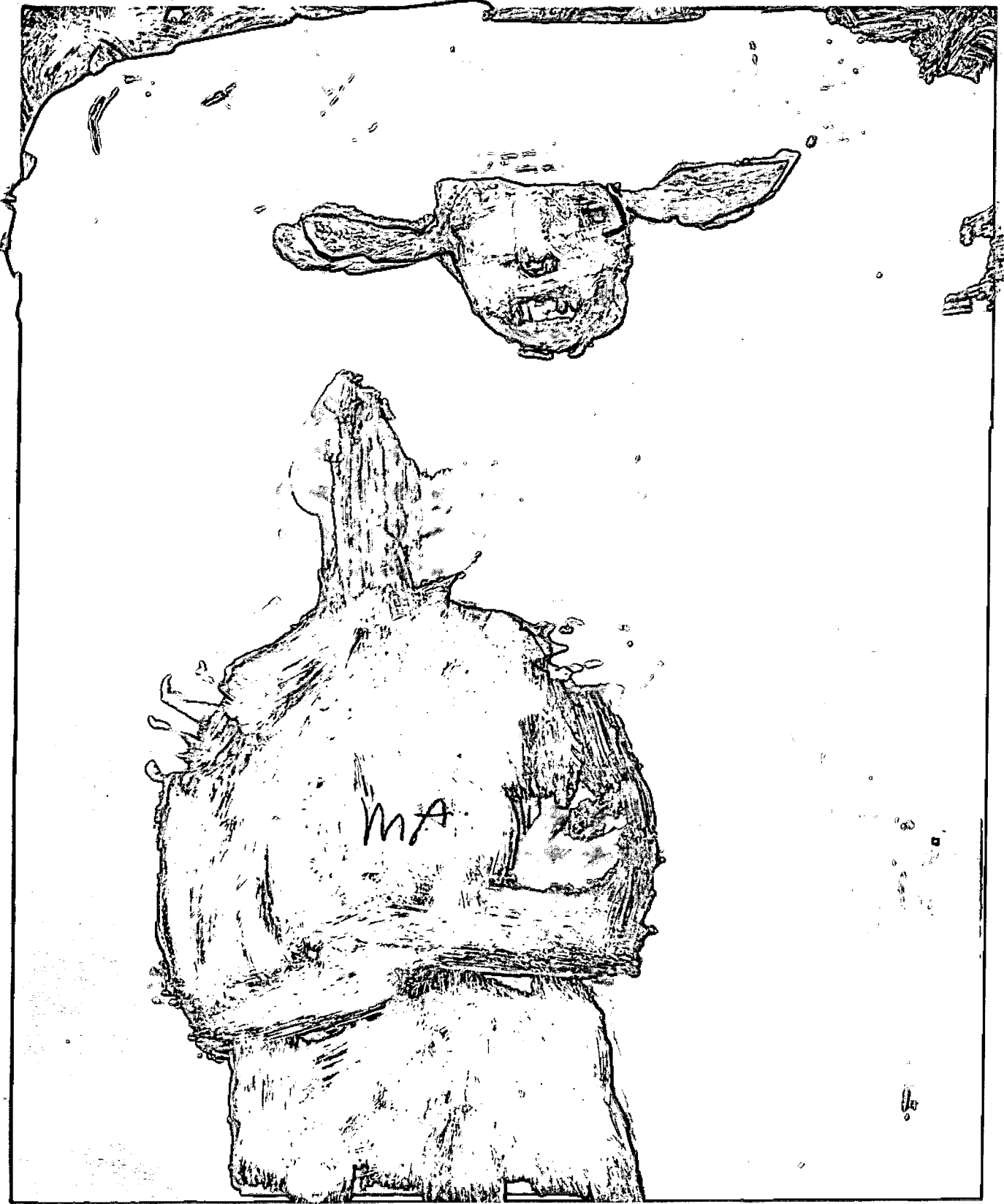


- Brunner, José Joaquín (1992): *América Latina: cultura y modernidad*. México, D.F., Grijalbo.
- Calvelo Ríos, Manuel (1998). *Los modelos de información y de comunicación. El modelo de interacción: un nuevo paradigma de comunicación*. SD Dimensions. Diciembre 11. (<http://www.fao.org/sd/Cddirect/Cdan0022.htm>).
- Capriles Arias, Oswaldo (1979): "Acciones y reacciones en San José: el debate de las comunicaciones en la UNESCO". En: *Ruiz Eldredge, Alberto, comp. El desafío jurídico de la comunicación internacional*. México, D.F., ILET-Nueva Imagen.
- Capriles Arias, Oswaldo (1981): "Reflexión sobre las políticas de comunicación". En: *Nueva Sociedad* No. 52. Enero-febrero. Caracas.
- Capriles Arias, Oswaldo (1989): "El debate sobre políticas de comunicación en América Latina". En: *Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Anuario ININCO-Temas de comunicación y cultura*. Caracas, UCV.
- Cardoso, Fernando y Faletto, Enzo (1969): *Dependencia y desarrollo en América Latina*. México, D.F., Siglo XX.
- Coe, Gloria, Restrepo, Helena y Fox, Elizabeth (1994): "Políticas de comunicación para la promoción de la salud en América Latina". En: *Tablero* Vol. 18 No. 48. Septiembre. Revista del Convenio Andrés Bello.
- Coe, Gloria (1995): "Intervención en la Reunión Técnica UNESCO-OPS/OMS". En: *UNESCO-OPS/OMS. Propuesta de currículum académico para periodismo en salud*. documentos de trabajo para la Reunión Técnica realizada en la Universidad de Azuay, Cuenca, Ecuador, del 6 al 8 de noviembre de 1995. Quito, UNESCO-Oficina Regional de Comunicación para América Latina/OPS.
- Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (1992). Río de Janeiro, Brasil.
- Cortés S., Carlos Eduardo (1997): *La comunicación al ritmo del péndulo: medio siglo en busca del desarrollo*. Bogotá.
- Childers, Erskine (1990): *Communication in popular participation: empowering people for their own development. United Nations-Economic Commission for Africa. (E/CA/ICPP/90/18)*. (Document presented at the International Conference on Popular Participation in the Recovery and Development Process in Africa, Arusha, United Republic of Tanzania, February 12-16, 1990).
- Declaración de Lima (1990): "Por una nueva comunicación". En: *Documentos del Encuentro "El Nomic" Cara al año 2000*, Lima, Perú, 26-28 de Noviembre de 1990. Lima, IPAL.
- Díaz Bordenave, Juan (1982): "Democratización de la comunicación: teoría y práctica". En: *Chasqui* No. 1 (2da. Época). Quito, CIESPAL.
- Díaz Bordenave, Juan (1983): *O que é comunicacao rural*. Sao Paulo, Editora Brasiliense. (Colecao Primeiros Passos 101).
- Díaz Bordenave, Juan (1994): "Participative communication as a part of building the participative society". En: *White, Shirley A., Org. Participatory communication - Working for change and development*. New Delhi, Sage Publications.
- Díaz Bordenave, Juan (1998): "Relación de la comunicación con los procesos de movilización comunitaria para la salud". En: *Movilización comunitaria para la salud: diálogo multidisciplinario*. La Paz, Bolivia, Universidad Johns Hopkins - Save the Children/USAID.
- Equipo de Apoyo al FNUAP (1993): *Información, educación y comunicación en población*. Santiago de Chile, Equipo de Apoyo al FNUAP-Oficina para América Latina y el Caribe. (Documento No. 1).
- Esteinou Madrid, Javier (1992): "1: Los procesos de comunicación latinoamericanos en (os tiempos de libre mercado)". En: *Marques de Melo, José, Coord. Comunicación latinoamericana: desafíos de la investigación para el siglo XXI*. Sao Paulo, Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación/Escola de Comunicacoes e Artes.
- Esteinou Madrid, Javier (1992a): *Comunicación y democracia*. México, D.F., CONEICC.
- Exeni, José Luis (1998): *Políticas de comunicación: retos y señales para no renunciar a la utopía*. La Paz, Bolivia, Plural Editores/Friedrich Ebert Stiftung.
- FAO (1987): *Informe de la Consulta de Expertos sobre Comunicación para el Desarrollo*, Roma, 8-12 de junio d 1987. Roma, FAO.
- Festa, Regina (1995): "Elementos para una análise da comunicacao na América Latina: perspectivas para os anos 90". En: *Krohling Peruzzo, Cílicia Maíra, Org. Comunicacao e culturas populares*. Sao Paulo, INTERCOM-Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicacao.
- First International Conference on Health Promotion (1986): *Ottawa, Charter for Health Promotion*.
- Fox, Elizabeth (1975): "Políticas nacionales de comunicación". En: *Ordóñez, Marco; Fox de Cardona, Elizabeth y Ortiz Brennan, Benjamín. Políticas de comunicación en sociedades de cambio*. San José, Costa Rica. Cuadernos CEDAL.
- Fox, Elizabeth, Comp. (1989): *Medios de comunicación y política en América Latina*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili. (GG Mass Media).
- Fox, Elizabeth y Schmucler, Hector, Eds. (1982): *Comunicación y democracia en América Latina*. Lima.
- Freire, Paulo (1969): *La educación como práctica de la libertad*. Santiago de Chile, Instituto de Capacitación e Investigación en Reforma Agraria.
- Freire, Paulo (1969a): *¿Extensión o comunicación?* Santiago de Chile, Instituto de Capacitación e Investigación en Reforma Agraria.
- Freire, Paulo (1971): *Pedagogía del oprimido*. Lima, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Fundación Rockefeller (1999): *Comunicación para el cambio social*. New York, Fundación Rockefeller. (Documento programático e Informe sobre una Conferencia).
- García, Antonio (1980): *¿Comunicación para la dependencia o para el desarrollo?* Quito, CIESPAL. (Colección Intiyán).
- García Canclini, Néstor (1987): *Políticas culturales en América Latina*. México, D.F., Grijalbo.
- García Canclini, Néstor (1989): "La experiencia mexicana". En: *Gaceta*, No. 4. Bogotá, Colcultura.
- García Canclini, Néstor (1995): *Consumidores y ciudadanos*. México, D.F., Grijalbo.
- García Canclini, Néstor (1995a): *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, D.F., Grijalbo.
- Gerace, Frank (1973): *Comunicación horizontal*. Lima, Librería Studium.
- Gifreu, Josep (1986): *El debate internacional de la comunicación*. Barcelona, Ariel Comunicación.
- Giménez, Gilberto (1978). "Notas para una teoría de la comunicación popular". En: *Christus* No. 317. México.
- Gómez, Luis Aníbal (1975). *Danza y contradanza de una política nacional de comunicación*. Caracas, Instituto de Investigaciones de la Comunicación-ININCO.
- Gómez, Luis Aníbal (1976): "Fin del monólogo, inicio del diálogo: la Conferencia Intergubernamental de Costa Rica". En: *Nueva Sociedad* No. 25. Julio - agosto. Caracas.
- González Manet, Enrique (1990): "Nuevo orden informativo: historia desconocida de un conflicto político". En: *Documentos del Encuentro "El NOMIC" Cara al año 2000*, Lima, Perú, 26-28 de noviembre del 90. Lima, IPAL.
- Graeff, Judith A., Elder, John P. and Mills Booth, Elizabeth (1993): *Communication for health and behavior change: a developing country perspective*. San Francisco, Jossey-Bass Publishers.
- Grooscors, Guido (1978): "Políticas de comunicación y manejo de la información en América Latina". En: *Orbita* No. 22. Julio. Caracas.
- Grooscors, Guido (1981): "Meditación en Quito: experiencias en políticas nacionales de comunicación en América Latina". En: *Orbita* No. 27-28. Diciembre. Caracas.
- Grooscors, Guido (1989): "Políticas de comunicación democráticas: un desafío para América Latina". En: *Políticas democráticas de comunicación social*. Seminario centroamericano, San José, junio.
- Grooscors, Guido (1990): Reflexiones contemporáneas sobre el NOMIC. En: *Documentos del Encuentro "El NOMIC" Cara al Año 2000*, Lima, Perú, 26-28 de noviembre de 1990. Lima, IPAL.
- Gutiérrez, Francisco (1985): *Democracia y participación*. San José, Costa Rica, Imprenta Nacional.
- Gutiérrez, Francisco (1973): *El lenguaje total: una pedagogía de los medios de comunicación*. Buenos Aires, Editorial Humanitas.
- Gutiérrez, Francisco y Prieto, Daniel (1991): *La mediación pedagógica: apuntes para una educación a distancia alternativa*. San José, RNTC.
- Hermosilla, María Elena (1993): "Prólogo". En: *Alfaro, Rosa María. Una comunicación para otro desarrollo*. Lima, Asociación de Comunicadores Sociales "Calandria". pp. 7-9.
- Herrera, Amílcar (1976): *Catastrophe or new society? A Latin American world model*. Ottawa.
- Instituto para América Latina-IPAL (1987): *Comunicación y desarrollo*. Lima, IPAL.
- Kaplún, Mario (1978): *Cassette-foro: un sistema de comunicación participativa*. Documento presentado al Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participativa, Quito, CIESPAL, noviembre de 1978.



- Kaplún, Mario (1987): *Comunicación, democratización y hegemonía en la perspectiva del año 2000: el factor cultural*. Montevideo. 28 p. Anexo. (mimeo.) (Estudio realizado para IPAL, Lima, Perú, a solicitud de la Unesco).
- Lasswell, Harold D. The structure and function of communication in society. En: Bryson, L., Ed. *The communication of ideas*. New York, Harper and Row. pp. 37-51.
- Lerner, Daniel (1958): *The passing of traditional society*. Glencoe, Illinois, Free Press.
- Lerner, Daniel and Schramm, Wilbur; Eds. (1967): *Communication and change in the developing countries*. Honolulu, Hawaii, East-West Center Press, University of Hawaii.
- MacBride, Sean (1981): *Un solo mundo; voces múltiples*. Comunicación e información en nuestro tiempo, México, D.F., Fondo de Cultura Económica-UNESCO. 476 p.
- Marques de Melo, José (1983): "Democracia e comunicacao na América Latina: repensando a questao das políticas nacionais de comunicacao". En: *Comunicacao: teoria e política*. Brasil, Summus editorial. pp. 18-26.
- Marques de Meto, José, Org. (1989): *Comunicacao na América Latina: desenvolvimento e crise*. Campinas, Brasil, Papirus.
- Martín-Barbero, Jesús (1984): "Identidad, comunicación y modernidad en América Latina". En: *Contratexto* No. 4. Lima, Universidad de Lima.
- Martín-Barbero, Jesús (1987): *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. México, D.F., Editorial Gustavo Gilj. 300 p. (GG Mass Media).
- Martín-Barbero, Jesús (1990): *Procesos de comunicación y matrices de cultura: itinerario para salir de la razón dualista*. México, D.F., Gustavo Gilj/FELAFACS.
- Martín-Barbero, Jesús (1995): *Pretextos: conversaciones sobre la comunicación y sus contextos*. Cali, Colombia, Universidad del Valle. (Colección Ensayo Iberoamericano).
- Martín-Barbero, Jesús (1995): "La comunicación plural: alteridad y socialidad". En: *WAA. Los medios: nuevas plazas para la democracia*. Lima, Calandria.
- Matta, María Cristina (1991): *Comunicación y cultura masivas: algunas pistas para la reflexión*. Córdoba, Argentina, ALER. (mimeo).
- Max-Neef, Manfred y otros (1986): "Desarrollo a escala humana: una opción para el futuro". En: *Development Dialogue*. Numero Especial. Santiago de Chile, CEPUR/Fundación Dag Hammarskjöld.
- Mayobre Machado, José A. (1981): "La formulación de políticas de comunicación". En: *Orbita* No. 26. Junio. Caracas.
- Mayobre, José Antonio (1994): "Comunicación, salud y desarrollo". En: OPS/Unesco. Por una política de comunicación para la promoción de la salud en América Latina: conclusiones de la Reunión del Comité Asesor sobre Políticas de Comunicación Social en los Ministerios de Salud Pública para la Promoción de la Salud, septiembre 1993. Quito, OPS/Unesco-Oficina Regional de Comunicación para América Latina.
- Mendizábal, Iván Rodrigo y Cucurella, Leonella, Eds. (2001): *Declaración de la Conferencia sobre "Nuevos Escenarios y Tendencias de la Comunicación en el Umbral del Tercer Milenio"*. Quito, Ecuador, 14-17 de febrero de 2000. En: *Comunicación en el tercer milenio: nuevos escenarios y tendencias*. Quito, Friedrich Ebert Stiftung/Abya Yala.
- Motta, Luiz Gonzaga (1982): "Crítica a las políticas de comunicación: entre el Estado, la empresa y el pueblo". En: *Comunicación y Cultura*, No. 7. pp. 11-28. Enero. Xochimilco, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Murua, Arnaldo y Wingerden, Marc van (1982): "Comunicación y desarrollo". En: *Chasqui* No. 3. Abril-junio. Quito, CIESPAL.
- Nerfin, Marc, Ed. (1977): *Another development: approaches and strategies*. Uppsala.
- OCIC-AL/UNDA-AL/UCLAP (1992). *Declaración de La Paz: documento final del Seminario Internacional "Nuevas Propuestas Comunicacionales desde una Perspectiva Católica"*. La Paz, Bolivia, 13-16 de Julio, 1992. Quito, OCIC-AL/UNDA-AL/UCLAP. (Documentos 2).
- Organización Panamericana de la Salud (1992): *Declaración de San José "Comunicación para la Salud"*. Washington, D.C., OPS. 6 p.
- Organización Panamericana de la Salud y Ministerio de Salud de Colombia (1992a): *Promoción de la salud y equidad: Declaración de la Conferencia Internacional de Promoción de la Salud realizada en Santa Fe de Bogotá del 9 al 12 de noviembre*. Washington, D.C., OPS. 8p.
- OPS/UNESCO (1994): *Por una política de comunicación para la promoción de la salud en América Latina: conclusiones de la Reunión del Comité Asesor sobre Políticas de Comunicación Social en los Ministerios de Salud Pública para la Promoción de la Salud, septiembre 1993*. Quito, OPS/Unesco-Oficina Regional de Comunicación para América Latina. 163 p.
- Ordóñez, Marco (1976): "Políticas de comunicación: acciones y alternativas". En: *Radio, TV y cultura en América Latina*. Quito, CIESPAL. pp. 205-223.
- Ortíz, Renato (1995): "Notas sobre la problemática de la globalización en las sociedades". En: *Diálogos de la Comunicación* No. 41. Marzo. Lima, FELAFACS.
- Ortíz Crespo, Gonzalo (1999): *En el alba del milenio: globalización y medios de comunicación en América Latina*. Quito, Ecuador, Corporación Editora Nacional/Universidad Andina Simón Bolívar/Friedrich Ebert Stiftung.
- O'Sullivan, Jeremiah and Kaplun, Mario (1979): *Communication methods to promote grass roots participation for an endogenous development process*.
- Osgood, Charles E. (1961): *Some terms and associated measures for talking about communication*. Urbana, Illinois, Institute for Communication Research.
- Palacios, Pablo (1997): *Labor universitaria en Ecuador del Centro para Programas de Comunicación de la Universidad Johns Hopkins*. Quito, Johns Hopkins University-Oficina para Ecuador.
- Pasquali, Antonio (1965): *Comunicación y cultura de masas*. Caracas, Monte Avila Editores.
- Pasquali, Antonio (1990): *NOMIC: de la academia a la acción*. En: *Documentos del Encuentro "El NOMIC" Cara al Año 2000*, Lima, Peru, 26-28 de noviembre de 1990. Lima, IPAL.
- Pasquali, Antonio (1991): *El orden reina: escritos sobre comunicaciones*. Caracas, Monte Ávila Editores.
- Pasquali, Antonio (1995): *Comunicación ¿para cuál desarrollo?* Quito, CIESPAL. 23 p. (mimeo). (Documento presentado en el Festival de Radioaficionados y Televisonarios de América Latina y el Caribe, realizado por el CIESPAL en Quito, Ecuador, el 21 de noviembre de 1995).
- Payne Merritt, Alice, Saba, Walter y Palacios, Pablo (s.f.). *Componentes de un plan de comunicación*. Baltimore, Johns Hopkins School of Public Health, Center for Communication Programs. 7 p.
- Pereira G., José Miguel; Bonilla, V. Jorge Iván y Benavides C., Julio Eduardo (1998): "La comunicación en contextos de desarrollo: balances y perspectivas". En: *Signo y Pensamiento* No. 32 (XVII). pp. 119-138. Bogotá, Universidad Javeriana, Departamento de Comunicación.
- Peruzzo; Cecilia M.K. (1991): *A participacao na comunicacao popular*. Tesis de Doctorado. Sao Paulo, ECA-Universidade de Sao Paulo.
- Piotrow, Phyllis T. et. al. (1994): *Strategies for family planning promotion*. Washington, D.C., The World Bank 58 p. (World Bank Technical Paper Number 223).
- Pool, Ithiel de Sola (1960): "The role of communication in the process of modernization and technological change". En: *Hoselitz, Bert F. and Moore, Wilbert E., Eds. Industrialization and society*. New York, Mouton-Unesco.
- Pool, Ithiel de Sola (1966): "Communication and development". En: *Weiner, Myron, Ed. Modernization: the dynamics of growth*. New York, Basic Books, Inc.
- Rasmuson, Mark R. y otros (1988): *Comunicación para la salud del niño*. Washington, D.C., AED/HEALTHCOM Project/U. de Pennsylvania/AID.
- Revista Comunicacao e Sociedade (Brasil). (1981). No. 6. 176 p. Septiembre. Sao Paulo, Brasil, Cortez Editora.
- Reyes Matta, Fernando (1977): *From right to praxis: a model of communications with active social participation. Paper prepared to be presented to the Seminar on International Communications and Third World Participation: A Conceptual and Practical Framework*, Amsterdam, September 5-8, 1977.
- Reyes Matta, Fernando, Org. (1980): *A informacao na nova orden internacional. Rio de Janeiro, Paz e Terra*. 291 p.
- Reyes Matta, Fernando, Comp. (1983): *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*. México, D.F.
- Rivadeneira, Raúl (1998): "Globalización de la comunicación y democracia". En: *Temas de Comunicación*. La Paz, Ediciones Signo. pp. 81-94.
- Rogers, Everett M. (1962): *Diffusion of innovations*. New York, The Free Press.
- Rogers, Everett M. (1994): *The history of development communication*. *CommDev News* Vol. 5,

- No. 1. pp. 1-4. (Semi-Annual Letter of Ohio University's Communication and Development Studies Program).
- Roncagliolo, Rafael (1977): *Communication: social change and the need for a new conceptual framework*. Document prepared to be presented to the Seminar on International Communication and Third World Participation: A Conceptual and Practical Framework, Amsterdam, September 5-8, 1977.
- Roncagliolo, Rafael (1982): "El NOMIC: comunicación y poder". En: *Revista Chasqui* No. 3, pp. 3239, Abril-junio. Quito, CIESPAL.
- Roncagliolo, Rafael (1985): *Comunicación y democracia en el debate internacional*. (Fotocopia).
- Roncagliolo, Rafael (1986): "Comunicaciones y desarrollo en América Latina". En: *Revista Telos*, pp. 80-87. Lima.
- Roncagliolo, Rafael (1989): "Desafíos de la investigación". En: *Revista Chasqui* No. 31, p. 52. Julio-septiembre. Quito, CIESPAL.
- Roncagliolo, Rafael (1990): "América Latina y el NOMIC: ni viudas ni huérfanos". En: *Documentos del Encuentro "EL NOMIC" Cara al Año 2000*, Lima, Perú, 26-28 de noviembre de 1990. Lima, IPAL.
- Roncagliolo, Rafael (1995): "De las políticas de comunicación a la incomunicación de la política". *Revista Nueva Sociedad* No. 140. pp. 102-111. Noviembre-diciembre. Caracas, FES.
- Roncagliolo, Rafael y Avila, Lourdes (1985): *Las políticas nacionales de comunicación en América Latina: perspectivas analíticas y experiencias democráticas*. En: Arriaga, Patricia y otros. Estado y comunicación social. México, D.F., CEESTEM-Nueva Imagen. pp. 3756.
- Salinas Bascur, Raquel (1984): *Política y comunicación: el eslabón que falta en la Iglesia*. (Documento preparado para la Asamblea General de la Asociación Latinoamericana de Radios Católicas. Quito, UNDA-AL. 42 p. (mimeo).
- Schenkel, Peter y otros (1981): *Políticas nacionales de comunicación*. Quito, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina-CIESPAL. 660 p. (Colección Intiyán No. 14).
- Schramm, Wilbur (1964): *Mass media and national development*. Stanford, California, Stanford University Press; and Paris, Unesco.
- Schramm, Wilbur (1967): "Communication and change". En: Lerner, Daniel and Schramm, Wilbur, Eds. *Communication and change in the developing countries*. Honolulu, Hawaii, East-West Center Press, University of Hawaii.
- Seminario de Educación en Población*, Santiago, Chile, 26-20 julio, 1993. (1994). En: FNUAP. Síntesis de la reunión y documentos de las presentaciones. Santiago, FNUAP-Oficina para América Latina.
- Seminario Latinoamericano de Comunicación Participativa*, 1°. (1988). Quito, CIESPAL.
- Shannon, Claude E. and Weaver, Warren (1971): *The mathematical theory of communication*. Urbana, Illinois, University of Illinois Press,
- Sigerist, H.E. (1941): *Medicine and human welfare*. New Haven, Yale University Press.
- Sigerist, H.E. (1946): *The university at the crossroads*. New York, Henry Schuman.
- Simpson G., Máximo, Comp. (1981): *Comunicación alternativa y cambio social*. México, D.F., Universidad Nacional Autónoma. 225 p.
- Taller de Planeamiento Estratégico de Comunicación en Salud Reproductiva*, Quito, Ecuador, 15 de enero-3 de febrero de 1995. Prospecto. Baltimore, Johns Hopkins University, Centro para Programas de Comunicación.
- Tello, Max (1989): "La historia efectiva de una utopía: políticas y planificación de la comunicación en América Latina". En: *Revista Diálogos de la Comunicación* No. 24. pp. 7179. Junio. Lima, FE-LAFACS.
- Tello, Max (1992). *Comunicación para el desarrollo: tendencias en comunicación en población*. Lima, Universidad Johns Hopkins-Oficina para Perú. (mimeo).
- UNDA-AL (1982): *Iglesia y nuevo orden mundial de la comunicación*. Quito, UNDA-AL: (Conclusiones y recomendaciones del Seminario Latinoamericano sobre "Iglesia y Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación" (NOMIC) celebrado en Embú, Estado de Sao Paulo, Brasil, del 8 al 12 de octubre de 1982).
- UNESCO (1974): *Informe de la Reunión de Expertos sobre la Planificación y las Políticas de la Comunicación en América Latina*, Bogotá, 4-13 de julio de 1974. París,
- UNESCO. 44 p. (COM-741CONF.61714).
- UNESCO (1976): *Informe final de la Conferencia intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe*, San José, Costa Rica, 12-21 de julio de 1976. París, UNESCO. 38 p. (COMIMDI38).
- Utreras, Jorge Merino (1988): *Comunicación popular alternativa y participatoria*. Quito, CIESPAL.
- Valente, Thomas y otros (1996). *La salud reproductiva está en tus manos: impacto de la campaña del Programa Nacional de Salud Reproductiva de Bolivia*. Baltimore, The Johns Hopkins School of Public Health, Center for Communication Programs. 38 p. (Informe de Campo No. 4).
- WACC (1990). *Comunicación para la comunidad: Primer Congreso Mundial de Comunicación, Manila, Filipinas, 15 al 19 de octubre de 1989*. Buenos Aires, Asociación Ediciones La Aurora. 183 p.
- 4 Ver UNESCO (1974).
- 5 El comunicólogo español Josep Gifreu (1986), anotó que Beltrán "proponía una primera definición de políticas de comunicación que haría fortuna, así como una visión crítica de las relaciones entre PC y desarrollo"
- 6 Ver UNESCO (1976)
- 7 Los principales estudios sobre el tema fueron los siguientes: Alfonso (1982); Beltrán (1969); Beltrán (1974, 1976, y 1982); Capriles (1979, 1981 y 1989); Fox, compiladora, (1975 y 1989); Gómez (1975 y 1976); Grooscors (1978, 1981 y 1989); Marques de Melo (1983); Mayobre (1981); Motta (1982); Ordoñez (1976); Roncagliolo (1989); Roncagliolo y Avila (1985); Salinas Bascur (1984); Schenkel, Peter et. al. (1981); y Tel lo (1989). La más reciente contribución es la de José Luis Exeni (1998).
- 8 Por ejemplo, Reyes Matta (1980); UNDA-AL (1982); González Manet (1990); Roncagliolo (1982 y 1990); Grooscors (1990); Pasquali (1990); Alfaro Moreno (1990); Esteinou Madrid (1992); y Beltrán (1994).
- 9 La FAO realizó en Roma cerca de fines de la década una reunión mundial de consulta a expertos en comunicación para el desarrollo. Condensó lo primordial de ella en un informe (FAO, 1987).
- 10 Bajo el título de "Más Allá del Rotafolio: Tres Décadas de Comunicación para el Desarrollo" la Academy for Educational Development hizo una valiosa revisión crítica de numerosos proyectos de comunicación en apoyo al desarrollo en varias partes del mundo. Ver: Rasmuson y otros (1988).
- 11 Entre los escritos de latinoamericanos sobre comunicación y globalización están los del mexicano Esteinou Madrid (1992); de Renato Ortíz (1995), del boliviano Raúl Rivadeneira (1998), del colombiano Julio E. Benavides Campos (1998), del ecuatoriano Gonzalo Ortíz Crespo (1999), y de la mexicana Irma Avila Pietrasanta (2000).
- 12 Ya a tiempo de su nacimiento en 1947, la Organización Mundial de la Salud, inspirada en las innovadoras ideas del precursor Henry Sigerist (1941, 1946), había proclamado ésta como divisa suya: "La salud es un bienestar físico, mental y social y no simplemente la ausencia de dolencias o enfermedades". Pero, lamentablemente, esa sabia convicción no lograría iluminar del todo la práctica.
- 13 Ver, entre muchos otros, Equipo de Apoyo al FNUAP (1993); Payne, Saba y Palacios (1995); Piotrow y otros (1994); Seminario de Educación en Población (1994); Taller de Planeamiento Estratégico de Comunicación en Salud (1995); Tello (1992); y Valente y otros (1996).
- 14 Ver: Organización Panamericana de la Salud (1992 y 1992a); Coe, Restrepo y Fox (1994); Mayobre (1994); y Coe (1995).
- 1 Publicado en español en 1967 por el CIESPAL en Ecuador bajo el título de *El Papel de la Información en el Desarrollo Nacional*.
- 2 El PNUD creó en su central una Oficina de Comunicación para el Desarrollo y llegó a estipular como obligatorio en los proyectos que sustentaba un determinado porcentaje para fines de comunicación de apoyo al desarrollo. La dirigía Erskine Childers (1990).
- 3 Ya a principios de ella el venezolano Antonio Pasquali (1965), sobresaliente entre los precursores e la comunicología latinoamericana, había detectado la posición conservadora en la comunicación internacional, y denunciado aspectos no democráticos de la comunicación al nivel nacional.



# Galería de Papel

---





## Starsky Brines. Bestiario urbano

La necesidad de dibujar, de trazar, de garabatear, de interpretar la realidad externa que lo rodea o la interna que vive en su mente es tan Antigua como el hombre mismo. Desde los más remotos tiempos, el hombre siempre ha sentido la necesidad de imaginar, y dibujar lo imaginado, con el fin de entender el mundo o comunicárselo a los demás. El dibujo es un lenguaje. Es una actividad sensible sólidamente identificada con el ser humano. Mientras el hombre sienta la necesidad de usar ese lenguaje para significar, para comunicar, se continuará dibujando.

Se dibuja por diferentes razones. Se dibuja para aprender a ver o se dibuja para hacer visible lo que sólo nosotros vemos o pensamos. Por tal razón Joseph Buys sostuvo que “dibujar es pensar”. El dibujo es un pensamiento inmediato, que apela a lo esencial del lenguaje gráfico para expresar de una manera directa una realidad organizada, un todo con lo mínimo.

Es preciso señalar que más que una acción, el dibujo es una intención. Se puede dibujar sin necesidad de usar los materiales tradicionales del dibujo: papel, carboncillo, lápiz, etc. Hoy en día el dibujante explora nuevos materiales, liberándose del soporte tradicional y del marco. El dibujo se ha hecho en muchos casos más instalativos, abierto al espacio real y al digital, y no tiene complejos de asimilar aspectos del arte conceptual. En un proceso interactivo el dibujo se expande estableciendo diálogos con los demás géneros, aunque actualmente es difícil hablar de géneros. Tal es el caso de la serie de imágenes con las cuales Starsky Brines es convocado hoy a nuestra Galería de Papel, un conjunto de trabajos producto de la intervención del gesto, del trazo y de la línea sobre la imagen fotográfica.

Starsky Brines ha desarrollado todo un imaginario personal, no sólo como dibujante sino también como pintor, a partir del peso de la presencia del animal en su obra. Conformando una suerte de bestiario personal en el cual desarrolla una serie de imágenes zoomórficas, que nos hablan de la hibridación entre la bestia y el hombre. Su trazo se deja llevar por una fuerza interior que no sabe hacia donde va, que bebe del oscuro fondo para dejar brotar, violentamente, al final un mundo arquetipal que nos conecta directamente con el origen animal.



Sus animales resultan de una mezcla de civilización y barbarie. No debemos olvidar que el arte es una forma de conocimiento, es un reflejo de la vida y el artista un pensador de la realidad, un indagador del mundo externo que nos ayuda a alcanzar con sus planteamientos materiales o inmateriales significados de cómo el acontecer social, cultural y afectivo en que vivimos toca nuestra fibra interna, incide sobre nuestro ser. Starsky en sus planteamientos nos habla de la condición de la existencia del hombre en la sociedad actual. Su arte está dotado de poder significativo y comunicativo en el cual nos reflejamos como bestias, en un mundo cargado de una alta dosis de violencia e intolerancia.

“Inspirado en mi vivencia natural y citadina -señala Starsky-, utilizo diversos recursos, soportes en los cuales existen imágenes ya elaboradas por otro; tal es el caso de la fotografía, pues en ellas habita una memoria que habla de un tiempo, de otra forma de ver y de una intención distinta a la mía. En mi trabajo no deja de privar un sentimiento de impertinencia que traduzco en nuevas imágenes propias. Ellas son el detonante de un discurso del cual nace lo ambiguo. De la naturaleza, con violencia, destaco lo animal, para evocar los diversos fragmentos que viven en la memoria y la cotidianidad del hombre urbano”.

[www.starsky.com.ve](http://www.starsky.com.ve)

VÍCTOR HUGO IRAZÁBAL

[irazabalzu@yahoo.com](mailto:irazabalzu@yahoo.com)



- Para acercarnos al capital social
- Culturas populares y comunicación participativa
- Ética y comunicación
- El match Socorro-Villegas: De políticos, intelectuales y periodistas
- Medios y constitución de lo público
- Información sobre ciencia en los diarios venezolanos
- Dinámicas de percepciones sobre prácticas de comunicación y salud
- Panorama de las industrias culturales en el Mercosur
- La comunicación y el desarrollo democráticos en Latinoamérica.